

Department of
International
Trade Promotion

2017

Annual Report

LOCAL
TO
GLOBAL

DITP 

CONTENTS

สารบัญ

004

สารจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM
MINISTER OF COMMERCE

006

สารจากรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM
DEPUTY MINISTER OF COMMERCE

008

สารจากปลัดกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM
PERMANENT SECRETARY
MINISTRY OF COMMERCE

010

สารจากอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
MESSAGE FROM
DIRECTOR-GENERAL
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL
TRADE PROMOTION

012

กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
TIMELINE

014

โครงสร้างองค์กร
ORGANIZATION STRUCTURE

016

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ ค่านิยมองค์กร
VISION, MISSION, STRATEGIC FOCUS,
CORPORATE CULTURE

018

กลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศ
STRATEGIES FOR INTERNATIONAL TRADE
PROMOTION AND DEVELOPMENT

019

อำนาจหน้าที่
RESPONSIBILITIES

020

คณะกรรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
EXECUTIVES

026

ผลงานสำคัญของกรมฯ ตามภารกิจยุทธศาสตร์
การค้าระหว่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์
MAJOR PROJECTS FOR INTERNATIONAL
TRADE PROMOTION

028

การเร่งรัดขยายการส่งออกเชิงรุก
DEMAND DRIVEN APPROACH

079

การปรับโครงสร้างการค้าสู่ภาคบริการ
TRADE IN SERVICES

089

การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์
CLUSTER PROMOTION

103

การสร้างผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศ
สู่เศรษฐกิจยุคใหม่
CAPACITY BUILDING

108

การส่งเสริมการประกอบธุรกิจ
ในต่างประเทศ
OUTWARD BUSINESS
DEVELOPMENT PROMOTION

113

กิจกรรมเพื่อสังคม
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES

117

รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติที่่กรมฯ ได้รับ
THAILAND PUBLIC SERVICE AWARDS

119

งบการเงิน
FINANCIAL

123

รายชื่อที่ปรึกษากิตติมศักดิ์
ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ
HONORARY TRADE ADVISORY
TO THE MINISTRY OF COMMERCE (HTAs)

129

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
OFFICE OF INTERNATIONAL TRADE
PROMOTION (OVERSEAS OFFICE)

MESSAGE FROM MINISTER OF COMMERCE

สารจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นในการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยให้แนวคิด “ประเทศไทย 4.0” โดยเน้นสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชนฐานราก เสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย เพื่อยกระดับเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่าและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับประเทศไทย ซึ่งการจะผลักดันนโยบายดังกล่าวให้สำเร็จต้องอาศัยการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานภายในกับภายนอกกระทรวงพาณิชย์

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบหลักด้านการค้าระหว่างประเทศ และมีเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศกระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วโลก มีบทบาทสำคัญในการผลักดันนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาล ซึ่งเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยได้ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ธุรกิจและผู้ประกอบการไทย รวมถึงการรักษาเสถียรภาพและขยายการส่งออกให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม SMEs สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการค้ารูปแบบใหม่ ผ่านช่องทาง E-Commerce เพื่อขยายและต่อยอดธุรกิจการค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล อีกทั้งยังมีโครงการฝึกอบรมความรู้ที่หลากหลายให้แก่ผู้ประกอบการผ่านสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ การค้ายุคใหม่ (New Economy Academy) และเน้นการสร้างหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnerships) ร่วมกับประเทศคู่ค้า เพื่อสร้างโอกาสและเปิดตลาดใหม่ๆ ให้แก่สินค้าและบริการไทย นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการค้าภาคบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ (Wellness & Medical Services) ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ (Trade Logistics) และธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อสร้างความเข้มแข็งและการยอมรับจากทั่วโลกในระดับภูมิภาคและระดับโลก เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่ไทยมีศักยภาพ มีมูลค่าสูง และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นบทบาทหน้าที่สำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง สามารถเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

It is the response of the Royal Thai Government to the importance and the need for essential reforms in the structure of the country's economy that has resulted in the “Thailand 4.0 Policy”. The emphasis of this national policy lies on strengthening the local community economy and increasing local entrepreneurs' competitiveness in order to direct the country towards economic progression and elevate the local economy into an innovation and creativity-driven one, and with the goals of adding value to Thai products and increasing Thailand's competitive advantages in the international arena. To drive the policy towards tangible results requires a close collaboration between agencies under the Ministry of Commerce and external agencies.

Throughout the years, the Ministry of Commerce's international trade agency i.e. the Department of International Trade Promotion (DITP) has taken the main responsibility for international trade affairs and operation of its network of trade offices across the globe. The DITP has played a major role in implementation of the Royal Thai Government's international trade policies which are essential to Thailand's economic expansion. Likewise, their collaborations with government and private sector organizations, reinforce the DITP's coherent guidelines for Thailand's product and service sectors through increasing competitive advantages, sustaining economic stability, and generating export growth. Embracing the digital age is undeniably one crucial aspect of increasing competitive advantages, and in this regard the DITP is focusing on upgrading the digital skills and e-commerce knowledge of Thailand's entrepreneurs, especially Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). This is being achieved by way of the New Economy Academy which offers a wide range of business development programs including training on how to apply digital technologies and e-commerce trade platforms for developing competitive advantages and optimizing business opportunities. The DITP has also focused on creating strategic partnerships with other countries so as to provide trade opportunities and introduce Thai products and services to new markets. Within the service sector, which brings significant annual income for the country, the DITP has continuously supported the growth of this sector with its focus on upgrading the value chain of the high-potential clusters i.e. wellness & medical

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณ
ข้าราชการและบุคลากรของ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง
ประเทศทุกท่าน ที่ได้มุ่งมั่น
ตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลัง
ความสามารถ และขอให้ทุกท่าน¹
จะประสบแต่ความสุข ความเจริญ
มีขวัญกำลังใจที่ดีในการทำงาน
เพื่อประโยชน์ของประเทศไทย
สืบต่อไป

services; creative industries; and logistics services. Amongst the DITP measures to assist these service clusters are promoting bilateral investment, and building collaborative and trade networks across the globe: such measures will further reinforce recognition of, and trust in, Thailand's service sector.

The aforementioned presents the pivotal role of the DITP and just one portion of the many strategies that it implements to fulfill its mission of transforming the local economy into a value-based one, driven by creativity and innovation. The success of the DITP's work to date is concrete and quantifiable; evident in industry data and national economic statistics.

I heartily thank the officials & employees at the DITP for their full commitment to the nation's economic development and wish them stable, sustainable job satisfaction and prosperity, plus excellent morale to continue with their good work for the benefit of the country.

นายสันติรัตน์ สนธิรัตน์

(นายสันติรัตน์ สนธิรัตน์)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

Sontirat Sontijirawong

Minister of Commerce



MESSAGE FROM DEPUTY MINISTER OF COMMERCE

สารจากรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

กระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อระบบเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนของโลกที่เร็วพร้อมแฉน สภาพการค้า และการลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มระดับการแข่งขัน ซึ่งต้องอาศัยความรู้และเทคโนโลยีระดับสูงเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อม เพื่อสนับสนุนพัฒนาให้ผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการแข่งขัน พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจให้เกิดการประกอบธุรกิจ และการลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยทุกภาคส่วน ต้องเร่งปรับตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวไปด้วยกัน

รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2561 เป็นปีแห่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนของไทยให้ก้าวหน้าได้อย่างมั่นคง และต่อเนื่อง กระทรวงพาณิชย์ในฐานะที่มีภารกิจหลักในการดูแลและส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทย ลั่นเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งภาคการเกษตรและอุตสาหกรรม การพัฒนาภาคบริการ และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ลินค์และบริการของไทย ผ่านเครือข่ายพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศและทุกพันธย์ทั่วโลก ซึ่งเป็นกำลังสำคัญ รวบรวมข้อมูลด้านการผลิตและความต้องการของตลาดเชิงลึก เชื่อมโยงผู้ประกอบการและอุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร การลั่นเสริมการค้าชายแดน การเพิ่มศักยภาพด้านการค้า การลงทุนระหว่างประเทศผ่านการใช้โอกาสในเวทีการค้าโลกทั้งในระดับพหุภาคี ทวีภาคี และภายนอก ได้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า อันเป็นการเสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์ ทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศ อาเซียนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย

การที่ภาครัฐการค้าระหว่างประเทศเป็นกลไกขับเคลื่อนหลัก ของเศรษฐกิจไทย ทำให้กระทรวงพาณิชย์ต้องให้ความสำคัญ ในการส่งออกและแสวงหาตลาดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการนำนโยบายมาปฏิบัติและผลักดันให้เป็นไปตามเป้าหมาย ส่งผลให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจได้รับการส่งเสริมให้สามารถขยายตลาดได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งได้ตระหนักรถึงความสำคัญ ของนวัตกรรมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการไทยในภาคธุรกิจได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่ง เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของไทยอย่างยั่งยืน ลั่นผลให้มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยมีการขยายตัวจนมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์

The challenges in economic, trade and investment systems around the world brought on by globalization are pervasive, and competition in trade and investment is intensifying at both national and international levels. The Royal Thai Government's response has been to implement policies that will lead to structural adjustments within the Thai economy in order to promote local and international business, and increase incentives for domestic and overseas investment, as well as Thai entrepreneurs' competitiveness; the latter through development of necessary business skills, especially those related to the digital economy, for Thai enterprises.

The Royal Thai Government declared 2018 as the Year of Stable and Sustainable Economic Development for Local Community Economy, and the Ministry of Commerce will continue to pursue its key missions, i.e. to maintain trade and economic stability, to enhance the living standards of people in agricultural and industrial sectors, to expand the service sector, and to add value to Thai products and service sectors. These missions are partially achieved through the operation of provincial commerce offices and commercial attachés, who have active role in gathering in-depth industry and market data for efficient demand and supply analysis. Another measure the ministry takes is through international trade and investment opportunities via bilateral and multilateral trade agreements. Such measures have extended and strengthened Thailand's trade ties with other countries, particularly within ASEAN, and resulted in economic expansion.

The Ministry of Commerce particularly focuses on driving Thailand's economy through exports and international trade, and in this regard its affiliated unit – the Department of International Trade Promotion (DITP) – plays a key role in implementation of ministry policies and achievement of the set goals. The DITP does so by proactively seeking new markets for Thailand's products and services, and by developing and providing the Thai business with knowledge and skills to promote value creation, innovation and quality excellence. These are to set a firm foundation

ในปี 2560 ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของภาคการส่งออกไทย

จากการได้มีโอกาสร่วมทำงานกับอย่างใกล้ชิดมานาน เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนาครบรอบ 66 ปี ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดิฉันขอชื่นชมและเป็นกำลังใจให้กับข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่านในการทำงานด้วยความเสียสละ อดทน และมุ่งมั่นเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประเทศไทย ตลอดจนผู้ประกอบธุรกิจและผู้ส่งออกไทย จงประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพดี นามัยและกำลังใจที่เข้มแข็ง ประกอบกิจการน้อยใหญ่ได้สัมฤทธิผล สมปรารถนาทุกประการ พร้อมที่จะเป็นกำลังสำคัญเพื่อความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทยต่อไป

for sustainable economic and trade development, and the success of these policies can be witnessed by the significant expansion of Thailand's international trade in 2017 with its highest-ever recorded export value.

As a long-serving government official who has also worked closely with the DITP, and on the occasion of its 66th anniversary, I would like to express my deep appreciation to its officials and staff who have worked with their fullest dedication, patience and determination to achieve the aforementioned economic goals, including all Thai entrepreneurs. May each of you be blessed with contentment, prosperity, success, health and high morale for your future endeavors to serve the nation and lead the Thai economy to sustainable stability and prosperity.

ชุดา บุญประภัส

(นางสาวชุดา บุญประภัสสร)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Chutima Bunyaphrasara

(Ms. Chutima Bunyaphrasara)
Deputy Minister
of Commerce



MESSAGE FROM PERMANENT SECRETARY MINISTRY OF COMMERCE

สารจากปลัดกระทรวงพาณิชย์

ในปี 2560 สถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศไทยได้ฟื้นตัวตามทิศทางเศรษฐกิจโลก ซึ่งถือได้ว่าส่วนหนึ่งเป็นผลจากการค้าระหว่างประเทศที่มีความเข้มแข็งในการรักษาและขยายส่วนแบ่งในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม ความท้าทายจากเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากกระแสการพัฒนาในด้านต่างๆ ทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม รวมถึงทิศทางการค้าโลกที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นทั้งภายในและภายนอกประเทศไทย ส่งผลต่อการทบทวนและปรับบทบาทของกระทรวงพาณิชย์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก กระทรวงพาณิชย์จึงได้กำหนดทิศทางในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระทรวงฯ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยมุ่งเน้น 4 ด้าน ได้แก่ การยกระดับการให้บริการด้วยเทคโนโลยี การแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การปรับโครงสร้างและบทบาท ซึ่งการปฏิรูปในครั้งนี้ถือว่าเป็นความท้าทายไม่น้อย แต่นับเป็นก้าวสำคัญในการนักกำลังร่วมกันของบุคลากรในกระทรวงพาณิชย์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้นำทางการค้าในประเทศไทยและพร้อมก้าวสู่การเป็น “ผู้ค้าระดับโลก”

ในปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยพนักกำลังทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังให้ความสำคัญกับการขยายความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนกับประเทศไทยต่างๆ อย่างเต็มที่ โดยใช้กลยุทธ์การสร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnerships) เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน สร้างการขยายอุตสาหกรรม ตามแนวโน้มนโยบาย Creative Thailand และ Thailand 4.0 รวมถึงการยกระดับสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย (Country Branding) ในเรื่องการเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและน่าเชื่อถืออย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นเวทีการจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บุคลากรในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเข้มแข็ง พร้อมที่จะปรับกลยุทธ์และภารกิจให้สอดรับกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงในเวทีการค้าโลกเพื่อก้าวสู่การเป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำของเอเชีย ความภูมิใจในองค์กรแห่งนี้คือ การได้มีส่วนร่วมในความสำเร็จของภาคการส่งออก อันเป็นกลไกสำคัญในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

In the year 2017, Thailand experienced an economic recovery that was in line with global economic trends, and which can be attributed to the country's robust international trade which enabled it to not just maintain, but also expand, its share of the global arena. This performance can be partially attributed to the Ministry of Commerce's accomplishment in reviewing and readjusting its role and strategies according to the ever-changing world economy, which has led to current intensified domestic and international competition, and structural shifts in innovation and information technology. To remain effective in the driver's seat, the Ministry of Commerce is embarking on an ambitious program of internal reform, with focus on four key areas, i.e. technology-enabled service upgrades, revision and resolution of regulatory obstacles, human resource development, and organization restructuring. This reform poses a strenuous hurdle that must be overcome, but nevertheless marks a milestone for ministry officials in their united mission to establish Thailand's product and service enterprises as domestic trade leaders and future global traders.

During the past year, the Ministry of Commerce, acting through its agency the Department of International Trade Promotion (DITP), worked unceasingly to implement trade strategies locally and overseas. Functioning under the direction of the Ministry of Commerce, the DITP have organized overseas marketing and promotion activities in close collaboration with government agencies and private organizations across diverse industries, and paid particular attention to the expansion of Thailand's strategic partnerships across all regions. They have, furthermore, promoted value- and innovation-based business models in accordance with the Royal Thai Government's Creative Thailand Policy and Thailand 4.0 Policy, and implemented a country-branding strategy that positions Thailand as both a manufacturing base for high-quality products and an ideal international trade fair destination.

The officials of the DITP have always carried out their duties with vigor and with the ability to continuously readjust their missions and strategies in response to the ever-changing international arena. The DITP's contribution to the success of Thailand's export sector, a key mechanism that has helped to build economic stability, is a source

จากนี้ไป ดิฉันเชื่อมั่นว่า การปรับปรุงบทบาทและภาพลักษณ์ของกรมฯ ตลอดจนทัศนคติการทำงานให้ทันต่อเหตุการณ์ พร้อมรับสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศ ที่เปลี่ยนแปลงไปและเตรียมก้าวใหม่สู่ “Modernized DITP” ภายใต้การปฏิรูปกระทรวงฯ จะส่งผลให้กรมลุ้นเสริมการค้าระหว่างประเทศสามารถปฏิบัติงานตามภารกิจหน้าที่ในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันกับนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในตลาดโลก

สุดท้ายนี้ ดิฉันขอาราธนาคุณพระเครื่องัตติยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ได้โปรดดลบันดาลประทานพรให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ตลอดจนผู้ประกอบธุรกิจและผู้ส่งออกไทย งประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพร่างกายที่เข้มแข็ง มีกำลังกายและกำลังใจในการดำเนินชีวิต เพื่อร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน สร้างสรรค์ คุณประโยชน์และเป็นกำลังสำคัญให้แก่ ประเทศชาติต่อไป

of pride for its officials, as well as its growing reputation as one of Asia's foremost international trade promotion agencies.

I am therefore confident that the ministry's internal reforms, which include readjustment of the DITP's roles and image, will help the agency move closer to becoming a modernized entity and further enhance its ability to fulfill its mission of boosting the efficiency and competitiveness of Thailand's economy sectors.

Last but not least, I would like to wish all DITP employees and officials, and entrepreneurs and exporters of the country, to be blessed with success, prosperity, good health and strength so that they may continue to work together constructively towards the economic development of the nation.



นันท์วัน ศกุนตนา

(นางนันท์วัน ศกุนตนา)
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

N. Sakuntanaga

(Mrs. Nuntawan Sakuntanaga)
Permanent Secretary of
the Ministry of Commerce

MESSAGE FROM DIRECTOR-GENERAL DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

สารจากอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ตลอดระยะเวลา 66 ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งมั่นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศของไทยอย่างต่อเนื่องผ่านภารกิจหลัก 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย การขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย ตลอดจนการยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและภาคการค้าระหว่างประเทศของไทย สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ท่ามกลางประเทศเดินทางท้าทายต่างๆ จากความเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจและสังคมโลกในปัจจุบัน

ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อเร่งรัดผลักดันการค้าระหว่างประเทศของไทยร่วมกับหน่วยงานและองค์กรพันธมิตรต่างๆ ตามกรอบยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ได้แก่

1) การขยายตลาดส่งออกเชิงรุก มุ่งเน้นการแสวงหาโอกาสทางการค้าในกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพควบคู่กับการรักษาผลลัพธ์ การค้ากับประเทศคู่ค้าตลาดหลักไปพร้อมกัน ซึ่งรวมฯ ได้มุ่งเน้นการขยายตลาดรูปแบบต่างๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เจาะตลาดเชิงลึกในระดับเมืองรองที่มีศักยภาพ ขยายโอกาสทางการค้าในตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ยกระดับภาพลักษณ์สินค้าไทย พัฒนาและรับความสัมพันธ์ด้วยกลยุทธ์หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้า (Strategic Partnership)

2) การยกระดับการค้าระหว่างประเทศด้วยการค้าภาคบริการ ซึ่งในอนาคตการค้าภาคบริการจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยผ่านการพัฒนาและส่งเสริม 4 ธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ ได้แก่ ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ธุรกิจสร้างสรรค์ ธุรกิจสถานบัน (อาทิ การศึกษา โรงแรม) รวมถึงธุรกิจบริการโลจิสติกส์และธุรกิจบริการสนับสนุนอื่นๆ

3) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคัสเตอร์ ผ่านการเชื่อมโยงต้นน้ำ-ปลายน้ำ ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับภาคการค้าของไทยอย่างครบวงจร ครอบคลุมทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตั้งแต่การเชิญผู้เชี่ยวชาญมาให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด จนถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ซึ่งรวมฯ ต้องการยกระดับสู่การเป็นงานแสดงสินค้าที่มีชื่อเสียงในระดับโลก เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยทั้งในด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและการเป็นชาติการค้าในเวทีสากล

4) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย สู่การเป็นนักธุรกิจทางการค้า รองรับเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ การค้ายุคใหม่ (NEA)

5) การส่งเสริมการประกอบธุรกิจในต่างประเทศ ด้วยการพัฒนาและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการทั้งด้านข้อมูลเชิงลึก การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในประเทศ เป้าหมาย การฝึกสอนและให้ความรู้โดยปริญญาที่มีประสบการณ์

Now in its 66th year of service to the country, The Department of International Trade Promotion (DITP) remains fully committed with proactive strategies to steering Thailand's international trade relationships and performance through the ever-changing and challenging economic and social dynamics. The agency's work to date has generated outcomes in Thailand's product and service sectors, plus international trade, which are concrete and also sustainable. The DITP is confident in the efficacy of its four symbiotic missions for steering Thailand's international trade. These are: to develop the competitive potential of Thailand's product and service providers; to develop value creation within Thailand's product and service sectors; to expand marketing channels for Thailand's products and services; and to develop service quality excellence.

During 2017, the DITP intensified its proactive measures to boost Thailand's international trade performance. This was achieved through collaboration with government and private sector organizations, based on the five strategies below that remain in place.

1) Demand Driven Approach: focusing on creating new trade opportunities through strategic partnerships in trade partner countries, market expansion in countries and secondary cities with high potential, developing niche consumer sectors, product and service quality certification, and increasing trade via both online and offline channels.

2) Trade in Services: considering the increasing significance of the service sector, the second strategy is attainable through boosting international trade for high-value service sector clusters, especially those four with the highest growth potential, namely: wellness and medical services, creative industries, hospitality and educational institutions, logistics and support services.

3) Cluster Promotion: adding value to products by supporting cluster-based industrial development covering upstream-to-downstream business aspects. The DITP provides product development training by industry experts to elevate the demand driven capabilities of product providers, and continues to organize trade promotion activities including international trade fairs in Thailand. The latter are particularly successful, as they enhance Thailand's reputation as both a manufacturing base for quality products and a model trade partner country.

4) Capacity Building: developing Thai entrepreneurs' capacity through training programs such as those offered at the New Economy Academy (NEA), which aims to develop "trade warriors" ready to embrace the Digital Economy.

ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และร่วมมือกับที่ปรึกษาด้านการตลาดรายภูมิภาค (Regional Advisor)

รายงานประจำปี 2560 ฉบับนี้ ถือเป็นรายงานที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจและปณิธานที่ตั้งมั่นของเหล่าข้าราชการและบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ได้ร่วมเป็นหนึ่งในพันพื่องขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เกิดผลลัพธ์เจน และเป็นรูปธรรมอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในระยะยาว

ในโอกาสนี้ ดิฉันขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง รวมทั้งข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้ทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ จนเกิดผลเป็นที่ประจักษ์ พร้อมทั้งขออาภารณาคุณพระรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากลโลก โปรดดลบันดาลให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน หน่วยงานและองค์กรพันธมิตรจากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทย ทุกท่านประสบแต่ความสุขความเจริญ สมปรารถนาทุกประการ มีสุขภาพร่างกาย และกำลังใจที่เข้มแข็ง พร้อมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของไทย ได้อย่างมั่นคง มั่นคง และยั่งยืนต่อไป

5) Outward Business Development Promotion:

supporting overseas business by providing training for Thailand's entrepreneurs, which facilitates them with networking and cooperation opportunities within government and private sectors in target countries, encourages cooperation with regional advisors, disseminates industry information, and invites large corporations with substantial outward business experience to share their views.

The Annual Report of 2017 reflects the missions and proactive strategies of the DITP in steering the country's product and service sectors towards a value-based model, plus the concrete results achieved as measured by industry data and international trade statistics. The Annual Report of 2017 also reflects the aspirations and pride of each official and at the DITP, who constitute its energetic working mechanisms.

I would like to take this opportunity to extend my deep gratitude to our partners in both the government and private sectors for their enduring cooperation. Additionally, my warmest gratitude goes to all DITP staff for their dedication and energy. May each and every one of you be blessed with good health, well-being, optimism and courage as we continue to work together in steering the country's economic status upwards and towards sustainable prosperity.



(นางจันทิรา ยิมเรวัต วิવัฒน์รัตน์)
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(Mrs. Chantira Jimreivat Vivatrat)
Director-General
Department of International
Trade Promotion

DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

TIMELINE

กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมเศรษฐกิจสัมพันธ์

Department
of Economic Relations



● 2495 ●

1952

● 2515 ●

1972



● 2537 ●

1994

กรมพาณิชย์สัมพันธ์

Department
of Commercial Relations

กรมส่งเสริมการส่งออก

Department
of Export Promotion

DITP



• 2542 •

1999

• 2547 •

2004

• 2555 •

2012

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Department
of International Trade Promotion

DITP
THINK TRADE THINK DITP

ORGANIZATION STRUCTURE

โครงสร้างองค์กร

สบก.

สำนักบริหารกลาง
Office of General Administration

สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ
การค้ายุคใหม่
New Economy Academy

สลต.

สำนักส่งเสริมการค้า
สินค้าไลฟ์สไตล์
Office of Lifestyle Trade Promotion

สปม.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



สำนักพัฒนา
และส่งเสริมธุรกิจบริการ
Office of Service Trade Promotion

สปว.

สำนักส่งเสริมนวัตกรรม
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
Thailand Office of Innovation and Value Creation

กลุ่มตรวจสอบภายใน
Internal Audit Unit

กตส.

สำนักพัฒนาตลาดและ
ธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1
Office of Overseas
Market Development 1

สพต.๑

สสบ.

สำนักสารสนเทศ
และการบริการการค้า
ระหว่างประเทศ
Office of Information
Technology and
Service Development

สำนักส่งเสริมการค้า
สินค้าเกษตรและ
อุตสาหกรรม
Office of Agricultural
and Industrial Trade
Promotion

สปส.

สำนักประชาสัมพันธ์
และสื่อสารองค์กร
Office of Public
Relations and Corporate
Communication

สำนักพัฒนาตลาดและ
ธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2
Office of Overseas
Market Development 2

สพต.๒

สำนักยุทธศาสตร์การค้า
ระหว่างประเทศ
Bureau of International
Trade Promotion
Strategy

สยค.

สตพ.

สำนักตลาดพาณิชย์
ดิจิทัล
Office of Digital
Commerce Market

สำนักงานส่งเสริม
การค้าในต่างประเทศ
Office of International
Trade Promotion
(Overseas Office)

สคต.

THINK TR

VISION

วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียในปี 2564

Thailand's Trade Competitiveness becoming one of the Asia's top 5 in 2021

MISSION

พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการไทย ในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยอำนวยความสะดวก ลดต้นทุน เสริมสร้าง มูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการของไทย ชี้แนะลู่ทางการเข้าตลาด และรักษาตลาด การค้าในต่างประเทศ และร่วมมือกับภาครัฐ ในการพัฒนาให้ไทยเป็นประตูการค้า สำคัญของภูมิภาคเอเชีย

The DITP is committed to providing service excellence to Thai entrepreneurs in international business, including trade facilitation, cost reduction, value creation of goods and services, providing consultation for overseas market access and maintenance, as well as close cooperation with private sector to promote Thailand as a major gateway of Asia.

STRATEGIC FOCUS

ประเด็นยุทธศาสตร์

ผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุก อย่างต่อเนื่อง

To proactively and constantly promote international trade.

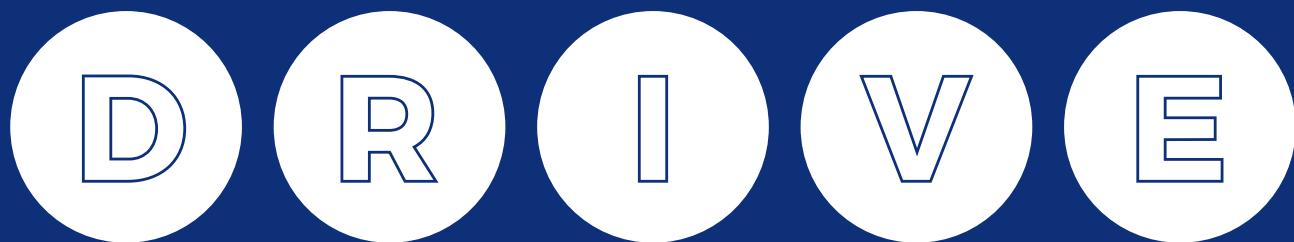
ADE THINK DITP

CORPORATE CULTURE

ค่านิยมของค์กร



DITP
THINK TRADE THINK DITP



DEDICATED

RESPONSIVE

INTEGRITY

VALUE

EXCELLENCE

CREATION

มุ่งมั่น ขยัน อดทน
Enthusiastic, Diligent,
and Endurable

ผลลัพธ์ฉบับไว
Prompt Results

จริงใจซึ่งคุณธรรม
Virtue Upholding

สร้างสรรค์สิ่งใหม่
Create New Things

เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ
Excellence
of Thai Trade

STRATEGIES FOR INTERNATIONAL TRADE PROMOTION AND DEVELOPMENT

กลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

01

ผลักดันการขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรในอาเซียน
ภายใต้ AEC และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA

PROPEL TRADE EXPANSION AND INVESTMENT
WITH ALLIANCES IN ASEAN UNDER AEC AND
OPTIMIZE THE FTA BENEFITS.

02

พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปลงรูป
DEVELOP AND PROMOTE FOOD AND AGRICULTURAL
PRODUCT PROCESSING INDUSTRY.

03

ส่งเสริมการเป็น Trading Nation และพัฒนาผู้ประกอบการไทย
ให้สามารถดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ (Internationalization)

PROMOTE THAILAND AS A TRADING NATION
AND ENHANCE THE CAPABILITIES OF THAI
ENTREPRENEURS IN CONDUCTING OVERSEAS
BUSINESSES (INTERNATIONALIZATION).

04

พัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างแบรนด์สินค้า
และบริการ (Value Creation, Innovation & Branding)

DEVELOP AND PROMOTE VALUE CREATION,
INNOVATION AND BRANDING.

05

พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร
(Clusters) และรองรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ ของตลาดโลก

DEVELOP AND PROMOTE THE COMPLETE PRODUCT
AND SERVICE CLUSTERS WHICH ARE CAPABLE OF
SERVING THE TRENDS OF NEW GLOBAL DEMANDS.

06

สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตและส่งออกสินค้า
และบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ^(Country and Industry Image)

CREATE COUNTRY AND INDUSTRY IMAGES
AS THE MANUFACTURER AND EXPORTER OF
PRODUCTS AND SERVICES THAT MEET THE
STANDARDS AND INTERNATIONAL TRUST-
WORTHINESS.

07

ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและรูปแบบการค้า
สมัยใหม่ เช่น ฯ (Digital Commerce and New Trading
Models)

PROMOTE THE UTILIZATION OF DIGITAL
COMMERCE AND NEW TRADING MODELS.

08

พัฒนาบุคลากร ระบบการทำงาน ตลอดจนระบบข้อมูล
การค้าเพื่อการบริการ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเพิ่ม
ประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง

DEVELOP HUMAN RESOURCES, WORKING
SYSTEM, AS WELL AS SERVICE SYSTEM FOR
TRADE INFORMATION AND EMPLOY MODERN
TECHNOLOGY TO CONTINUALLY IMPROVE
WORKING EFFICIENCY.

09

ส่งเสริมการลดต้นทุนและสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์
ทางการค้า

PROMOTE COST REDUCTION AND BUILD
LOGISTICS TRADE NETWORKS.

RESPONSIBILITIES

อำนาจหน้าที่

01

เสนอนโยบายและจัดทำเป้าหมายการส่งออกและแผนปฏิบัติการ รวมทั้งเสนอแนวทางมาตรการด้านการค้าและการตลาด

PROPOSE POLICIES, SET GOALS AND ACTION PLANS FOR EXPORT. PROVIDE SUGGESTIONS ON THE DIRECTION OF MARKETING AND TRADE MEASURES.

02

ดำเนินการเพื่อส่งเสริม พัฒนา และสนับสนุนการส่งออกสินค้าและบริการธุรกิจบริการของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ENGAGE IN ACTIVITIES, BOTH DOMESTICALLY AND INTERNATIONALLY, TO PROMOTE, DEVELOP, AND SUPPORT THAILAND'S EXPORT OF GOODS AND SERVICES.

03

จัดทำและให้บริการข้อมูลการค้าและส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทย ผู้ประกอบการธุรกิจบริการและผู้นำเข้าในต่างประเทศ

PRODUCE TRADE DATA AND PROVIDE TRADE INFORMATION SERVICE. PROVIDE SUPPORT FOR INFORMATION TECHNOLOGY RELATED TO EXPORT FOR USE BY THAI MANUFACTURERS, EXPORTERS, SERVICE PROVIDERS, AS WELL AS OFFSHORE IMPORTERS.

04

เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทยเพื่อส่งเสริมการส่งออก

UNDERTAKE PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES TO PROMOTE THE EXPORT OF THAI GOODS AND SERVICES.

05

พัฒนาความรู้ความสามารถในการแข่งขันในด้านการค้าระหว่างประเทศเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและสมรรถนะในการส่งออกตลอดจนประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ

DEVELOP PRIVATE SECTOR KNOWLEDGE OF INTERNATIONAL BUSINESS IN ORDER TO ADVANCE ITS COMPETITIVENESS AND EXPORT EFFICIENCIES, AS WELL AS PROVIDE ASSISTANCE AND COORDINATE WITH LOCAL AND OVERSEAS ORGANIZATIONS.

06

ส่งเสริมและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไทยและให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ

SUPPORT THE DEVELOPMENT AND VALUE CREATION OF PRODUCTS IN TERMS OF DESIGN AND BRANDS SO THAT THAI PRODUCTS CAN MEET INTERNATIONAL MARKET DEMAND.

07

สนับสนุนและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทางการค้า

SUPPORT THE ADVANCEMENT OF TRADE LOGISTICS SYSTEM.

08

ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมฯ หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะกรรมการตีมอุปหมาย

PERFORM ACTIVITIES WITHIN THE SCOPE REQUIRED BY LAW OR AS ASSIGNED BY THE MINISTER OR CABINET.

EXECUTIVES

คณะผู้บริหาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

EXECUTIVES

คณะผู้บริหารระดับสูง



นางจันทิรา ยิมเรวัต วิรัฒน์วัฒน์
อธิบดี

Mrs. Chantira Jimreivat Vivatrat
Director-General



นายสุพัฒ วงศ์สังกุล
รองอธิบดี
รักษาการในตำแหน่ง
ที่ปรึกษาการพาณิชย์

Mr. Supapat Ongsangkoon
Deputy Director-General
Acting Commercial Advisor



นายสมเด็จ สุสมบูรณ์
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
(ปัจจุบัน)
รองอธิบดี (พ.ศ. 2558 - 2561)

Mr. Somdet Susomboon
Inspector General (Present)
Deputy Director-General
(2015 - 2018)



นางวรรณกรรณ์ เกตุทัต
รองอธิบดี
—
Mrs. Vannaporn Ketudat
Deputy Director-General

ASSISTANT DIRECTOR-GENERAL

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ



นายมาตยวงศ์ อมาตยกุล
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Matyawongse Amatyakul
Assistant Director-General



นายจักรินทร์ โภมลศิริ
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Chakarin Komolsiri
Assistant Director-General



นายพิสิษฐ์ กิจวิริยะ
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Posit Kijviriya
Assistant Director-General



ทม.อมหลงคหاثอง ทองใหญ่
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

M.L. Kathathong Thongyai
Assistant Director-General



นางอรดา เพื่องทอง
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mrs. Arada Fuangtong
Assistant Director-General



นางสาวอรทัย เล็กสกุลชัย
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Miss Orathai Leksakulchai
Assistant Director-General



นายกิตติวัฒน์ ปัจฉิมันนท์
รักษาการในตำแหน่ง
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Kittiwat Patchimnan
Acting Assistant Director-General



นางชฎา บุญจาร
รักษาการในตำแหน่ง
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mrs. Chada Boonchara
Acting Assistant Director-General

DIRECTORS

ผู้อำนวยการสำนัก / สถาบัน



นายจักรินทร์ โภมลศิริ
ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์
และสื่อสารองค์กร

Mr. Chakarin Komolsiri
Director, Office of Public Relations
and Corporate Communication



หม่อมหลวงคฑาทอง ทองใหญ่
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมนวัตกรรม
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

M.L. Kathathong Thongyai
Director, Thailand Office of
Innovation and Value Creation



นางอารดา เพื่องทอง
ผู้อำนวยการ
สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

Mrs. Arada Fuangtong
Director, Office of Digital
Commerce Market



นางสาวอรไท เล็กสกุลชัย
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาด
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2

Miss Orathai Leksakulchai
Director, Office of Overseas Market
Development 2



นายพรวิช ศิลาอ่อน
ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนา⁺
ผู้ประกอบการการค้าข้อมูลใหม่

Mr. Pornvit Sila-on
Director,
New Economy Academy



นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้า⁺
สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit
Director, Office of Agricultural and
Industrial Trade Promotion



นายเอกฉัตร ศีตัวรัตน์
ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

Mr. Ekachat Seetavorarat
Director, Office of General
Administration



นายประคัล กอดคำรงค์
ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์การค้า
ระหว่างประเทศ

Mr. Prakhan Kordumrong
Director, Bureau of International
Trade Promotion Strategy



นางนิศาบุญ วีรบุตร
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาด
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1

Mrs. Nisabudh Virabutr
Director, Office of Overseas
Market Development 1



นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์
ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศ
และการบริการการค้าระหว่างประเทศ

Mr. Nantapong Chiralerspong
Director, Office of Information
Technology and Service Development



นางสาวนภารีย์ แควรัตน์
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้า
ลินค์ไลฟ์สไตล์

Miss Napajaree Weoratana
Director, Office of Lifestyle Trade
Promotion



นายกิตติวัฒน์ ปัจฉิมันนท์
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนา
และส่งเสริมธุรกิจบริการ

Mr. Kittiwat Patchimnan
Director, Office of Service Trade
Promotion

MAJOR PROJECTS FOR INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

ผลงานสำคัญของกรมฯ
ตามการกิจยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
ของกระทรวงพาณิชย์

DITP

2017

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาดสินค้าและธุรกิจบริการ พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่ม ของสินค้าและธุรกิจบริการ ให้บริการข้อมูลการค้าและพิมพ์คัมภีร์การแข่งขันของ ผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก ได้เลิ่งเห็นความสำคัญในการพัฒนาและปรับเปลี่ยน โครงสร้างเศรษฐกิจไทยให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ สินค้าและธุรกิจบริการไทยสอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การดูแลเกษตรกร ผู้ประกอบการ และประชาชน รวมทั้งเชื่อมโยงกับประเทศไทยเพื่อนบ้านและภูมิภาคสู่สากล (CLMVT & Regional Linkage) จึงได้ดำเนินยุทธศาสตร์ด้านการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

As the main government agency responsible for promoting Thailand's exports, expanding markets for, and adding value to products and services, as well as providing trade information to Thai entrepreneurs and boosting their competitiveness in the global market, the Department of International Trade Promotion (DITP) recognizes the importance of developing and restructuring the country's economy into an innovation-driven one, along with adding value to Thai products and services in line with the Royal Thai Government's Thailand 4.0 Policy. The department also focuses on developing the local economy, supporting farmers, entrepreneurs and general public, as well as pursuing CLMVT & regional linkage. The DITP has, therefore, taken up five key strategies as follows:

1

DEMAND DRIVEN APPROACH

การเร่งรัดขยายการส่งออกเชิงรุก

/ STRATEGIC PARTNERSHIPS /

เสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์

DEMAND
DRIVEN APPROACH

ASEAN MARKET

ตลาดอาเซียน ASEAN MARKET



ในปีงบประมาณ 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดำเนินการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างไทยกับประเทศอาเซียน ตามแนวยุทธศาสตร์สำคัญ ดังนี้

เสริมสร้างความสัมพันธ์กับประเทศไทยอาเซียน โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดให้คณะกรรมการด้านสุขภาพระดับสูงของกระทรวงพาณิชย์ พร้อมผู้บริหารระดับในภาคเอกชน ร่วมกับคณะกรรมการกรัฐมนตรี (นายสมคิด ชาตุครีพิทักษ์) เดินทางเยือนประเทศไทยเพื่อหน้าที่ 2 ครั้ง คือ

ครั้งที่ 1 เยือนประเทศไทยเมื่อวันที่ 2 - 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 โดยคณะฯ ได้เยี่ยมคารวะประธานาธิบดีเมียนมา และหารือทวิภาคี กับที่ปรึกษาแห่งรัฐเมียนมา (นางอองซาน ซูจี) ณ กรุงเนปยิดอ พร้อมกันนี้ กรมฯ ได้ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจัดสัมมนาความร่วมมือธุรกิจ ไทย-เมียนมา ณ กรุงย่างกุ้ง มีนักธุรกิจไทยและเมียนมาเข้าร่วมกว่า 350 คน โดยรองนายกรัฐมนตรีได้กล่าวปาฐกถาพิเศษและเปิดงาน มีการแบ่งห้องเป็น 4 กลุ่มธุรกิจอย่าง คือ เกษตร/ประมง การค้าชายแดน อุตสาหกรรม และพลังงาน และการท่องเที่ยว เพื่อเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจของทั้ง 2 ประเทศได้พบปะสร้างเครือข่ายร่วมกัน

ครั้งที่ 2 เยือน สปป.ลาว วันที่ 23 - 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้เข้าร่วมกับคณะกรรมการกรัฐมนตรี เยี่ยมคารวะนายกรัฐมนตรี สปป.ลาว และหารือทวิภาคี กับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า สปป.ลาว พร้อมจัดสัมมนา "Lao PDR-Thailand Strategic Partnership Forum" ณ กรุงเวียงจันทน์ โดยความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สถาบันวิจัยไทย-ลาว และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เพื่อเป็นเวทีพบปะสร้างเครือข่ายระหว่างนักธุรกิจของทั้ง 2 ประเทศรวมกว่า 240 คน

In the fiscal year 2017, the DITP developed and promoted Thailand's trade with ASEAN nations via the following major strategy guidelines:

Strengthening ties with ASEAN nations: Towards this purpose, the DITP arranged a delegation of representatives led by Thai Deputy Prime Minister Mr. Somkid Jatusripitak, high-level executives of Thailand's Ministry of Commerce, and executives from Thailand's private sector to neighboring countries on two occasions.

The first trip was a visit to Myanmar between 2nd and 5th February 2017. The delegation paid a courtesy call on the President of Myanmar and also engaged with State Counselor Aung San Suu Kyi on bilateral talks in Naypyidaw. Additionally, the DITP, together with Thailand Board of Investment, held a Thai-Myanmar Strategic Partnership Forum in Yangon which was attended by over 350 Thai and Myanmar business people. On this occasion, the Thai Deputy Prime Minister opened the forum and delivered a special lecture. The attendees were then divided into four business categories, namely: agriculture and fisheries, border trade, industry and energy, and tourism, creating networking opportunities for business people of both countries.

The delegation's second trip was a visit to Lao PDR between 23rd and 25th May 2017. Thailand's Minister of Commerce, together with Deputy Prime Ministers, led the representatives to pay a courtesy call on Lao's Minister of Industry and Trade. Additionally, the Lao PDR-Thailand Strategic Partnership Forum, held in Vientiane, was organized through the collaboration of the DITP, the Thai-Laos Business Council, and Thailand Board of Investment. The forum was designed to connect over 240 Thai and Lao businesspeople.



ตลาดเอเชียตะวันออก EAST ASIA MARKET

โครงการผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในภูมิภาคเอเชียตะวันออก

ถือเป็นภารกิจสำคัญของภาครัฐและภาคเอกชนระดับสูงของไทยในการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เพื่อสร้างให้เกิดความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ลดและจัดอุปสรรคด้านการค้าและการลงทุน โดยในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดำเนินกิจกรรมดังนี้

1. การเดินทางเยือนภูมิภาคเอเชียตะวันออกของรองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด ชาตุศรีพิทักษ์) และผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์

• สาธารณรัฐประชาชนจีน

(1) เข้าร่วมการประชุม JC เศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน ครั้งที่ 5 ณ กรุงปักกิ่ง วันที่ 7 - 12 ธันวาคม พ.ศ. 2559

Initiatives to boost international trade with East Asia partners

One of the key missions of high-level executives in Thailand's government and private sectors is to forge closer ties with East Asia nations in order to promote collaboration in economy, trade, investment and tourism, and to reduce and remove trade and investment obstacles. In 2017, the DITP accordingly took up these following initiatives:

1. Visits to East Asia by Thai Deputy Prime Minister Mr. Somkid Jatusripitak and high-level executives of the Thai Ministry of Commerce

• PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

(1) The Thai delegation attended the 5th Thailand-China Joint Committee on Trade, Investment and Economic Cooperation between 7th and 12th December 2016 in Beijing.

ผลการประชุม

THE CONCLUSIONS OF THE MEETING INCLUDE:

1



การตั้งเป้าหมายการค้าไทย-จีน
A new target set to

120,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2560
USD 120 BILLION
for the trade volume between Thailand
and China by the year 2020

2

ความร่วมมือด้านการค้า สินค้าเกษตร ดิจิทัล



ระหว่างมูลค่าและจังหวัด
Agricultural and digital products
trade cooperation at provincial
level

3

การรวมกลุ่ม ทางเศรษฐกิจ



ระหว่างจีนกับอาเซียน
A China-ASEAN
economic integration

4

เชิญชวนนักธุรกิจจีน เข้ามาลงทุนในไทย

ในกลุ่ม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย
Inviting Chinese businesspeople to invest in
10 target industries in Thailand

นอกจากนี้ยังมีการลงนามในหนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับบริษัทอาลีบaba กรุ๊ป จำกัด เพื่อสร้างการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น National E-Commerce Platform ศักยภาพบุคลากรด้านดิจิทัลและเทคโนโลยี รวมถึงระบบโลจิสติกส์ในประเทศไทย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs ไทย พร้อมทั้งเชิญชวนให้เข้ามาลงทุนในเขต EEC

(2) เดินทางพบกับผู้นำเข้าสินค้าเกษตรรายใหญ่ของช่องกง วันที่ 26 - 29 เมษายน พ.ศ. 2560 เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดช่องกง เช่น ข้าวและผักผลไม้ โดยสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานสินค้าเกษตรของไทยให้กับผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่ของช่องกง พร้อมประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรแปรรูปใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคช่องกงได้เป็นอย่างดี

In addition, Thailand's Ministry of Commerce and Alibaba Group signed a letter of intent to work together on several initiatives, including development of the National E-Commerce Platform, digital and technology personnel, and logistics systems in Thailand for the purpose of strengthening Thai SMEs. Alibaba Group was also invited to invest in Thailand's Eastern Economic Corridor (EEC).

(2) Between 26th and 29th April 2017, the Thai representatives met with Hong Kong's leading importers of agricultural products with the aim to increase Thai exports of crops including rice, vegetables and fruits. The delegation assured the Hong Kong importers of Thai agricultural product standards, and also promoted new processed agricultural products that respond well to the lifestyle of Hong Kong consumers.

2. การเดินทางเยือนเขตปกครองตนเองกว่างซีจังของผู้บริหารระดับสูงเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในระดับผู้นำ ได้แก่

(1) เดินทางพบผู้บริหารภาครัฐอีกหนึ่งของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เพื่อร่วมหารือในประเด็นความร่วมมือด้านการค้าชายแดนตามแนวพรอมแคนจัน-เวียดนามในอำเภอพิงเสียง

(2) การเดินทางของอิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พร้อมด้วยภาคเอกชน เพื่อผลักดันการค้าผลไม้ไทยผ่านด่านดังกล่าว และเล่นบทบาทการนำเข้าสินค้าทางทะเล ณ ท่าเรือชินจู ซึ่งเป็นจุดยุทธศาสตร์ตามนโยบาย Belt and Road Initiative

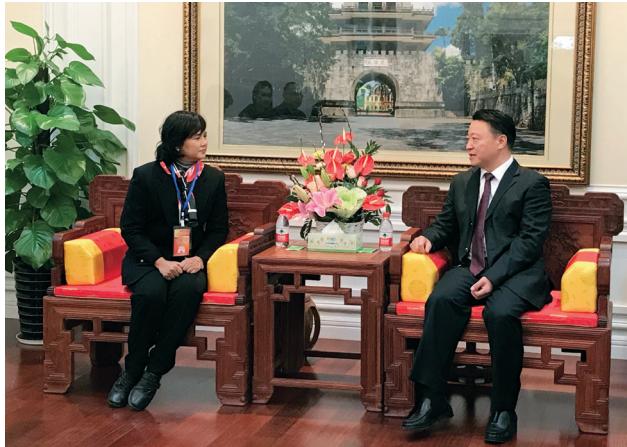
(3) เป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า China-ASEAN Expo (CAEXPO) ครั้งที่ 14 ตามคำเชิญจากรัฐบาลจีนของอดีตหัวหน้าประเทศ ประธานาธิบดี จิ้นไจ้ปิง

2. Visits to Guangxi Zhuang Autonomous Region to establish ties at national level

(1) The Thai Commerce Minister visited senior officials of the People's Republic of China to discuss trade cooperation along the Chinese-Vietnamese border, in Pingxiang City.

(2) The DITP Director-General and members of Thailand's private sector visited Guangxi Zhuang Autonomous Region to push for the export of Thai fruits via Guangxi Zhuang's border and Qinzhou Port, both of which are strategic locations in China's Belt and Road Initiative.

(3) Former Thai Deputy Prime Minister Mr. Ormsin Chivapruck represented Thailand at the 14th China-ASEAN Expo (CAEXPO), at the invitation of the Chinese government.



• ญี่ปุ่น

(1) การประชุม High Level JC ครั้งที่ 3 ของรัฐมนตรีเศรษฐกิจของไทยและญี่ปุ่น ณ กรุงโตเกียว ระหว่างวันที่ 4 - 8 มิถุนายน พ.ศ. 2560

• JAPAN

(1) Thai and Japanese economic ministers attended the 3rd Joint Committee on Trade, Investment and Economic Cooperation, in Tokyo, between 4th and 8th June 2017.

จากการประชุมดังกล่าว ก่อให้เกิดความร่วมมือในด้าน

THE HIGH-LEVEL MEETING LED TO A COLLABORATION ON THESE FOLLOWING PROJECTS:



การมีส่วนร่วมของญี่ปุ่น

จัดทำแผน (MASTER PLAN)

พัฒนาอุตสาหกรรมร่วมมือทางเศรษฐกิจ อรังศี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS)

Japan's participation to draw up a Master Plan for the Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy



พัฒนาอุตสาหกรรมไทยสู่

THAILAND 4.0

Driving Thai industries towards the Thailand 4.0 Policy era



ผลักดันการลงทุนใน EEC ร่วมกับภาครัฐกิจรายใหญ่ของญี่ปุ่น

Propelling investment in the EEC with support from Japan's major business sector



เส้นทาง

และการพัฒนาเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ
ตะวันออก-ตะวันตก

A rail-based system and logistic development
of the Eastern-Western Economic Corridor (EEC)



นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ลงนามบันทึกความร่วมมือกับ Toyota Tsusho เพื่อส่งเสริมการขยายตลาดสินค้าไทยในภูมิภาคแอฟริกาอีกด้วย

In addition, the DITP signed a memorandum of cooperation with Toyota Tsusho with the objective to increase Thai products penetration in the African market.



3. การเดินทางเยือนประเทศไทยของผู้บริหารระดับสูงจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก

• สาธารณรัฐประชาชนจีน

คณะผู้บริหารระดับสูงของภาครัฐและภาคเอกชนจากสี่องค์กรและเชียงไฮ้ รวม 53 ราย เดินทางเยือนประเทศไทย โดยกรรมสั่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรมและองค์การสภาพัฒนาการค้าสื่อง Kong (HKTDC) จัดสัมมนา “Thailand-Hong Kong-Shanghai Strategic Partnership on One Belt One Road” ในวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เพื่อเสริมสร้างและผลักดันการค้า การลงทุน มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 500 ราย พร้อมทั้งมีการลงนาม MOU ระหว่างสำนักงานคณะกรรมการนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกกับ HKTDC เพื่อส่งเสริมการลงทุนของนักธุรกิจสื่อง Kong ในพื้นที่ EEC

3. High-level visits to Thailand by East Asia delegates

• PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

A total of 53 high-level executives, from both the private and government sectors of Hong Kong and Shanghai, visited Thailand for the Thailand-Hong Kong-Shanghai Strategic Partnership on One Belt One Road Forum that was held on 8th May 2017 and organized by the DITP in collaboration with Thailand's Ministry of Industry and the Hong Kong Trade Development Council (HKTDC). Created to boost trade and investment, the forum drew in over 500 participants and during the event, the Eastern Economic Corridor Office (EEC Office) and HKTDC signed a memorandum of understanding to promote Hong Kong investment in the EEC zone.

EAST ASIA MARKET

• ญี่ปุ่น

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ของญี่ปุ่น (METI) และคณะกรรมการเอกสารของญี่ปุ่นกว่า 500 ราย เดินทางเยือนประเทศไทยในโอกาสครบรอบ 130 ปี ความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ญี่ปุ่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม JETRO กรุงเทพฯ และภาคเอกชนไทย ร่วมกันจัดสัมมนา “Symposium on Thailand 4.0 towards Connected Industries” ในวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2560 พร้อมทั้ง จัดกิจกรรมสัมมนาเครือข่ายธุรกิจระหว่างภาคเอกชน 2 ฝ่าย ในกลุ่ม 5 อุตสาหกรรม คือ ยานยนต์ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ การเกษตร อาหารและสุขภาพ ธุรกิจการบริการ รวมทั้งมีการให้คำปรึกษาของหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อนักธุรกิจญี่ปุ่น มีผู้สนใจเข้าร่วมกว่า 1,200 ราย โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ JETRO กรุงเทพฯ ได้ลงนามความร่วมมือ (MOC) ในโอกาสดังกล่าวด้วย

• สาธารณรัฐเกาหลี

ประธานสมาคมผู้นำเข้าเกาหลี (KOIMA) และสมาชิก รวมทั้ง นักธุรกิจจำนวน 136 ราย เดินทางเยือนงาน THAIFEX-World of Food Asia 2017 พร้อมทั้งเข้าเยี่ยมมร่องนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด ชาตุศรีพิทักษ์) ทั้งนี้ มีแผนเดินทางเยือนประเทศไทยเพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยและเยี่ยมชมเขต EEC ในเดือนกรกฎาคม 2561

• JAPAN

The Japanese Minister of Economy, Trade and Industry led over 50 Japanese private sector delegates on a visit to Thailand to celebrate the 130th anniversary of Thai-Japanese diplomatic relations. They were jointly welcomed by the DITP, Thailand's Department of Industrial Promotion, Japan External Trade Organization (JETRO) Bangkok and the Thai private sector at the Symposium on Thailand 4.0 towards Connected Industries that took place on 12th September 2017 and attracted over 1,200 participants. Business-networking opportunities were presented to private sector members of both countries in the automotive, electrical and electronics, agriculture, food and health, and service industries. Thai government agencies provided advisory services to boost Japanese investors' confidence. The DITP and JETRO Bangkok also inked a memorandum of cooperation on this occasion.

• REPUBLIC OF KOREA

The President of the Korea Importers Association (KOIMA) led 136 members to attend THAIFEX-World of Food Asia 2017, held in Thailand, and to meet with Thai Deputy Prime Minister Mr. Somkid Jatusripitak. Also, they plan to visit the EEC Zone in July 2018 and to further pursue networking opportunities with Thai entrepreneurs.

บริษัท COUPANG ผู้จัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และ THE K HOLDINGS ผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่ของเกาหลี เดินทางเยือนประเทศไทย เพื่อคัดเลือกสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม

COUPANG, A SOUTH KOREAN ONLINE SERVICE PROVIDER COMPANY, THE K HOLDINGS, AND SOUTH KOREA'S LEADING IMPORTERS, VISITED THAILAND TO SURVEY AND SELECT FOOD AND BEVERAGE PRODUCT SUPPLIERS, WITH THE RESULTS AS FOLLOWS:

• เมียบริษัทไทยเข้าร่วมโครงการจำนวน

Number of Thai supplier candidates totalled

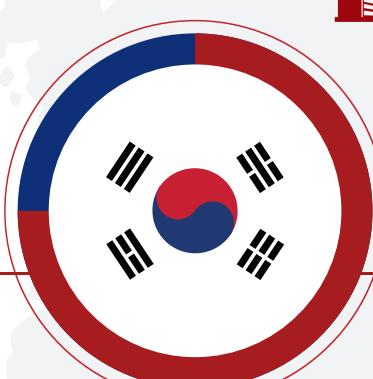
27 บริษัท
FIRMS



คิดเป็นมูลค่าประมาณ

Purchase orders were valued at around

9.6 ล้านบาท
MILLION BAHT



บริษัทจากเกาหลีสั่งซื้อสินค้าไทยจำนวน
South Korean firms ordered products

12 บริษัท
THAI FIRMS

▶▶ คาดการณ์ว่าจะมีการสั่งซื้อสินค้า
ภายใน 1 ปี ประมาณ

Purchase orders are estimated to rise to

57.6 ล้านบาท
MILLION BAHT

IN VALUE WITHIN ONE YEAR

OCEANIA MARKET

ตลาดโอเชียเนีย OCEANIA MARKET



การเข้าเยี่ยมคารวะและหารือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ของรัฐมนตรีด้านธุรกิจขนาดย่อม นวัตกรรมและการค้า รัฐวิกฤตอเรีย เครื่อวัสดุอสเตรเลีย

รัฐมนตรีด้านธุรกิจขนาดย่อม นวัตกรรมและการค้า รัฐวิกฤตอเรีย เครื่อวัสดุอสเตรเลีย (Mr. Philip Dalidakis) เดินทางเยือนประเทศไทย พร้อมทั้งเข้าพบรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ในวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2560 เพื่อหารือแนวทางความร่วมมือระหว่างกัน ในด้านต่างๆ เช่น การขยายตลาด การพัฒนา SMEs การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตสินค้าเกษตร และการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

Courtesy Call on the Thai Commerce Minister by the Minister for Trade & Investment, Innovation & the Digital Economy, Small Business from Victoria, Australia.

Mr. Philip Dalidakis, the Victorian Minister for Trade & Investment, Innovation & the Digital Economy, Small Business called on the Thai Commerce Minister on 16th August 2017 for a discussion to explore guidelines for cooperation on various fronts such as market expansion, SME development, innovation and manufacturing technology development for agricultural produce, and investments in the EEC.

ตลาดเอเชียใต้ SOUTH ASIA MARKET

ภูมิภาค เอเชียใต้

ประกอบด้วย 8 ประเทศ คือ

SOUTH ASIA COMPRSES OF
EIGHT COUNTRIES, NAMELY:

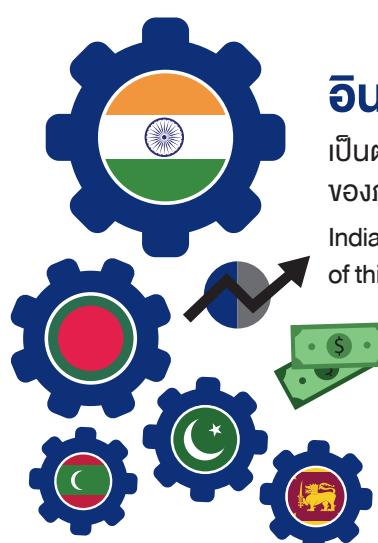
อันเดีย ปากีสถาน บังกลาเทศ ศรีลังกา มัลดีฟส์
ภูฎาน เนปาล และอัฟغانistan



1,700

ล้านคน

MILLION PEOPLE



รองลงมาคือ

**บังกลาเทศ ปากีสถาน
ศรีลังกา และมัลดีฟส์**

Other key markets are
Bangladesh, Pakistan,
Sri Lanka and Maldives

*** ทั้งนี้ เว็บไซต์คาดว่า ในปี 2560 ภูมิภาคเอเชียใต้จะมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
ประมาณร้อยละ 7

The World Bank forecasts that the region's economic growth will reach about 7 percent
by 2017.



ปัจจุบันประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียได้กำลังเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคในประเทศเพื่อยกระดับและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ รวมทั้งรองรับการค้าการลงทุนจากต่างประเทศ จึงมีความต้องการสินค้าและบริการจำนวนมาก ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ผลักดันการขยายตลาดสินค้าและบริการไทยในภูมิภาคเอเชียโดยจัดตั้งที่เน้นเฉพาะตลาดอินเดียและบังกลาเทศ ได้ขยายความสำคัญเพิ่มไปสู่ตลาดศรีลังกา มัลดีฟส์ และปากีสถาน โดยมีผลงานสำคัญคือ

โครงการคณาจารย์แทนการค้าเยือนสาธารณรัฐมัลดีฟส์ระหว่างวันที่ 12 - 14 ตุลาคม พ.ศ. 2559

ในโอกาสที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เดินทางเยือนมัลดีฟส์อย่างเป็นทางการเพื่อเข้าร่วมประชุม Joint Trade Committee (JTC) ไทย-มัลดีฟส์ ครั้งที่ 2 โดยมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมเจรจาการค้า 35 บริษัท จำนวน 50 ราย และนักธุรกิจมัลดีฟส์ 70 บริษัท จำนวน 120 ราย คิดเป็นมูลค่าสั่งซื้อทันที 3.5 ล้านบาท และมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปีกว่า 900 ล้านบาท

South Asia nations are presently developing their infrastructure and public utilities systems urgently, in the hope of raising the people's quality of life so as to accommodate growing trade and attract foreign investment. Such development, in turn, is significantly increasing their demand for products and services. In 2017, the DITP thus pushed hard to expand the market share of Thai products and services in this region. In the past, its focus had been only on India and Bangladesh, however now its focus also includes Sri Lanka, Maldives and Pakistan. The significant achievements in this region were obtained as follows:

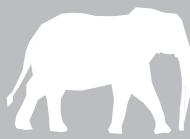
Thai trade delegation visit to the Maldives between 12th and 14th October 2016:

The Thai Commerce Minister paid an official visit to the Maldives and attended the 2nd Joint Trade Committee (JTC) meeting there, joined by 50 representatives of 35 Thai firms. Present from the Maldives side were 120 representatives from 70 firms. Immediate purchase orders totaled THB 3.5 million, however during the subsequent year purchase orders soared past THB 900 million.

SOUTH ASIA MARKET

ตลาดแอฟริกา AFRICA MARKETS

ทวีปแอฟริกา AFRICA



บังเป็นตลาดขนาดใหญ่อันดับ 2 ของโลก
IS THE WORLD'S SECOND-BIGGEST MARKET

มีประชากรกว่า  1,200
This continent is home to over

ล้านคน •
MILLION PEOPLE



ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์
อาทิ น้ำมัน แก๊สธรรมชาติ และอัญมณี



It has abundant natural resources including oil, natural gas and gems

มีการพัฒนาทางด้านการเกษตร

เพื่อการส่งออกและการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้
Africa has developed its agricultural export sector
and tourism sector to generate income



นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาสาธารณูปโภคทั้งพื้นฐาน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุนของนักลงทุน
จากต่างประเทศ ที่เป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะด้านการสร้างห่วงโซ่อุปทานและการผลิต

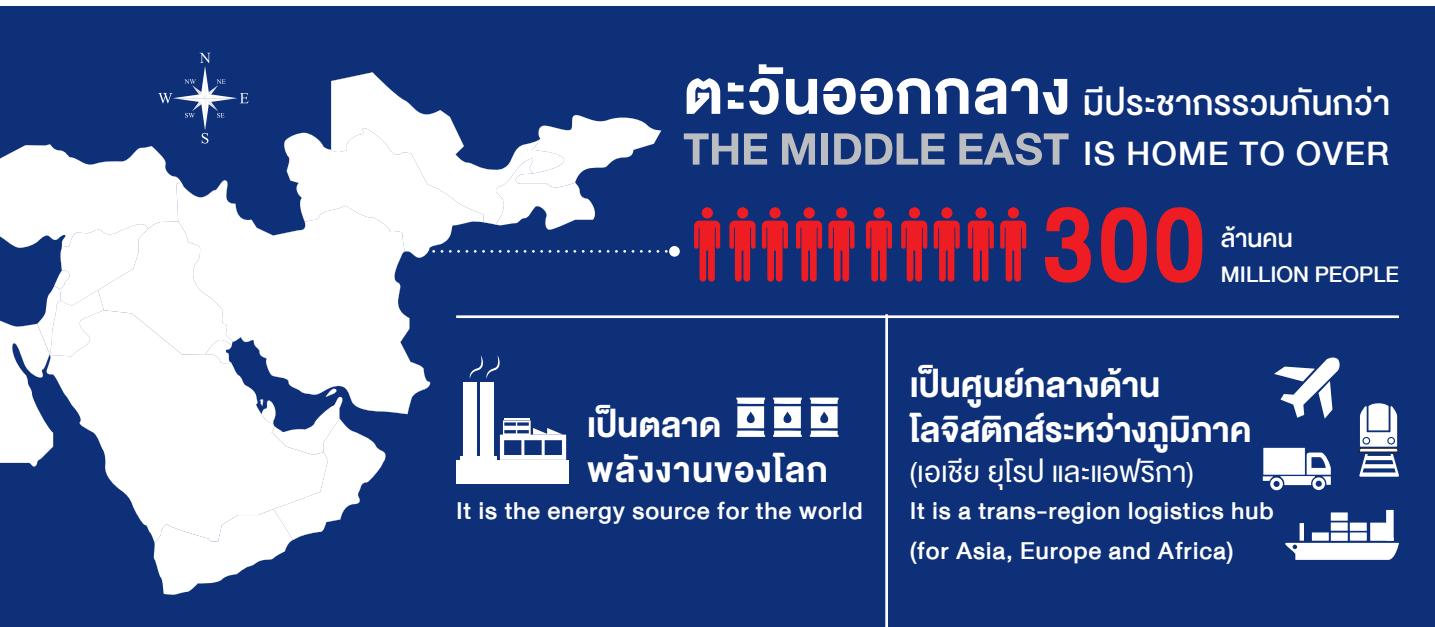
Africa has also developed its basic infrastructure to accommodate its growing economy and to attract foreign investment. In all, this continent is a new market with potential, particularly as a source of raw materials for manufacturing industry.

กิจกรรมผลักดันการขยายตลาดแอฟริกาที่สำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในปี 2560 THE DITP'S NOTABLE ACTIVITIES TO INCREASE AFRICA MARKET PENETRATION IN 2017:

โครงการ Eyes on Africa: Building Business Networking 2017
หรือการแสวงหาตัวแทนจำหน่าย การต่อยอดธุรกิจ และการแสวงหา
ผู้ร่วมลงทุนในทวีปแอฟริกา ระหว่างวันที่ 17 - 24 กันยายน พ.ศ. 2560
ณ สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรม 11 ราย
โดยเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องจักร และชิ้นส่วน
ยานยนต์ มียอดการลั่งซื้อขายใน 1 ปี มูลค่า 665,000 เหรียญสหรัฐ
หรือประมาณ 22,304,100 บาท

The Eyes on Africa: Building Business Networking 2017 Project aimed to find distributors, boost business opportunities and reach out to investors in Africa. The event took place from 17th to 24th September 2017 in South Africa, attracting 11 entrepreneurs from the food, machine and auto-parts industries. There were purchase orders totaling USD 665,000 (about THB 22,304,100) in the following year.

ตลาดตะวันออกกลาง MIDDLE EAST MARKETS



แม้ว่ามีปัจจัยเสี่ยงด้านความมั่นคงและสถานการณ์ความไม่สงบในภูมิภาค แต่ภาคร่วมเศรษฐกิจของตะวันออกกลางยังคงมีเสถียรภาพที่ดี ได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ อาทิ "Expo 2020 Dubai" และ "2022 FIFA World Cup Qatar"

กิจกรรมผลักดันการขยายตลาดตะวันออกกลางที่สำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในปี 2560 ได้แก่ โครงการ Thailand Week 2017 ณ กรุงเตหะราน จัดขึ้นครั้งแรกในอิหร่าน ระหว่างวันที่ 10 - 11 กันยายน พ.ศ. 2560 เน้นการเจรจาธุรกิจเป็นหลัก มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 22 บริษัท และผู้ซื้อชั้นนำ/เจ้าการค้า ประมาณ 200 ราย คิดเป็นมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 601,000 หรือค่ายลลารัฐ หรือประมาณ 20,434,000 บาท สำหรับลินค์ไทยที่ได้รับความสนใจ คือ ข้าว เครื่องใช้ในบ้านที่ทำจากพลาสติก เครื่องสำอาง สมุนไพร ประดับยนต์ และชั้นส่วนจักรยานยนต์



The Middle East enjoys a stable economy in spite of its security risks and political unrest. The region has been chosen to host several upcoming international events including the Expo 2020 Dubai and 2022 FIFA World Cup Qatar.

The DITP's Notable Activities to Increase the Middle East's Market Penetration in 2017: Thailand Week 2017 in Tehran: an event held in Iran between 10th and 11th September 2017. The main focus of this event is business negotiations among the event attendees consisting of Thai entrepreneurs from 22 companies and other 200 attendees/trade negotiators. As a result, there were purchase orders totaling USD 601,000 (about THB 20,434,000) in the following year. Popular Thai products in the event were rice, plastic household appliances, cosmetics, herbal products, car accessories, and motorcycle parts.

ตลาดอเมริกา US MARKET

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดค้าภายนอกที่สำคัญของไทย ในปี 2560 มีสัดส่วนการส่งออกสูงเป็นอันดับ 2 ที่ร้อยละ 11.2 คิดเป็นมูลค่าการส่งออก 26,537 ล้านเหรียญสหรัฐ

The United States of America (US) is considered a key potential market to Thailand, with the second-largest export volume from Thailand to the US standing at USD 26.537 million in 2017 (or 11.2% of Thailand's total export value).



โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินโครงการสำคัญ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ คือ โครงการคณาจารย์บัณฑิตระดับสูงกรุงเทพพานิชย์เดินทางเยือน สหรัฐอเมริกา โดยนายวินิจฉัย แจ่มแจ้ง ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์ ให้หารือกับหน่วยงานด้าน Startup & Innovation รวม 4 แห่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการขยายเครือข่ายธุรกิจและการต่อยอดธุรกิจการค้าของไทยในระดับนานาชาติ ดังนี้

The DITP took further action on a project to boost trade ties and strategic partnerships with the US, with high-level executives of Thailand's Ministry of Commerce heading to the US to meet with representatives of four US startup & innovation agencies, led by Thai Vice Minister for Commerce Mr. Winitchai Chaemchaeng. The trip's main goals were to expand Thailand's business network and strengthen foundations for the future success of Thai businesses on the international stage. The visit covered the following projects:



1. Cedars-Sinai Accelerator Powered by Techstars

เป็นศูนย์บ่มเพาะด้านสตาร์ตอัพ (Healthcare Startup) เชี่ยวชาญด้านการพัฒนา Startup ได้จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะเชิงมีระบบการจัดการตลอดจนโปรแกรมการพัฒนา Startup ให้ประสบความสำเร็จ และสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ สำหรับปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ Cedars-Sinai ประสบความสำเร็จได้แก่ การมี Mentor ชั้นนำประกอบด้วยบุคคลที่อาสาเข้าร่วมจากสาขาเช่นต่างๆ จำนวนมากกว่า 500 ราย ผลัดเปลี่ยนเข้าให้คำแนะนำกับกลุ่ม Startup จนประสบความสำเร็จโดยไทยสามารถนำมาเดลังกล่าวมาประยุกต์ใช้ได้

2. Plug and Play ศูนย์บ่มเพาะ Startup ครบวงจรอันดับ 1 ใน 5 ของโลก เพื่อหาแนวทางการสนับสนุน Startup ของไทย เข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา และการขยายความร่วมมือในการพัฒนาผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะด้านการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ Plug and Play ประสบความสำเร็จได้แก่ การมีเครือข่ายพันธมิตรแบบครบวงจร เริ่มจากศูนย์บ่มเพาะที่มีประสิทธิภาพไปจนถึงเครือข่ายนักลงทุนชั้นพรีเมียมที่เข้าร่วมกับ Startup ที่มีศักยภาพ

3. Google บริษัทเทคโนโลยียักษ์ใหญ่ที่มีมูลค่าสูงที่สุดในโลก และมีการพัฒนาการบริการที่โดดเด่น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลถึงความสำเร็จคือความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพของทีมพัฒนาบุคคลผ่านวัฒนธรรมองค์กร Google Culture โดยการหาหรือครุ่นซึ่งเพื่อต่อยอดความร่วมมือโครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยภายใต้เว็บไซต์ Thaitrade.com

4. SAP AppHaus บริษัทผลิตซอฟต์แวร์เพื่อการพัฒนาองค์กร และสินค้าโดยใช้แนวคิดด้านการดีไซน์ (Design Thinking - Design Doing) เป็นตัวนำในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการหาหรือครุ่นซึ่งเพื่อพิจารณาแนวทางความร่วมมือกับ SAP ในประเด็นการใช้แนวคิดด้านการดีไซน์ในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังได้พบประวัติอันน่าทึ่งของร้านอาหารไทยด้านการนำเข้าและค้าปลีก/ส่งสินค้าอาหารรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท Sam Lee และ LAX-C เพื่อหาแนวทางร่วมในการขยายตลาดสินค้าอาหาร และเครื่องอุปโภคบริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกาตลอดจนตลาดที่มีศักยภาพในเมืองกลาง และยังได้พบประวัติอันน่าทึ่งของร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT PREMIUM ได้แก่ ร้าน Kin Khao และ Farm House ตลอดจนพับพ่อครัวระดับเชลบริตี้ชาวเม็กซิกัน เชฟ Jaime & Ramiro ร้าน Mexicano เพื่อร่วมกันประชาสัมพันธ์การบริโภคข้าวหมูมะลิและส่วนประกอบการทำอาหารไทยในหมู่ชาวเม็กซิกันในเมริกาอีกด้วย

US MARKET

1. Cedars-Sinai Accelerator Powered by Techstars:

An incubation center for healthcare startup, Cedars-Sinai has solid expertise in developing startups – offering not just efficient management systems but also startup development programs that provide trainees with excellent chances of realizing their commercial potential and achieving success. Cedars-Sinai's key success factor is its ability to attract volunteer mentors, which number over 500 and come from various professional fields. Thailand will be able to replicate Cedars-Sinai's business model to follow its path to success.

2. Plug and Play: An efficient incubation center, Plug and Play ranks among the world's top five startup incubation centers. The Thai delegation's visit aimed to find ways for Thai startups to enter the US market and to expand cooperation on the development of Thai entrepreneurs, especially with regards to business networking. Plug and Play's success factor is its comprehensive network of numerous investors, who are willing to support new startups with solid potential.

3. Google: The world's biggest technology firm in terms of value, Google has developed its services and operations outstandingly. Its success factor lies with its creativity and Google Culture that enhances their human resource efficiency. The Thai delegates sought a discussion with the firm for the purpose of pursuing further cooperation on a joint project with Thaitrade.com to boost the competitiveness of Thai entrepreneurs.

4. SAP AppHaus: A company designing software for organizational and product development implementing the concept of "Design Thinking - Design Doing" in order to best respond to consumers' needs. The Thai delegation visited SAP AppHaus to discuss cooperation guidelines, as Thailand hopes to leverage off the same designing concept for their own consumers.

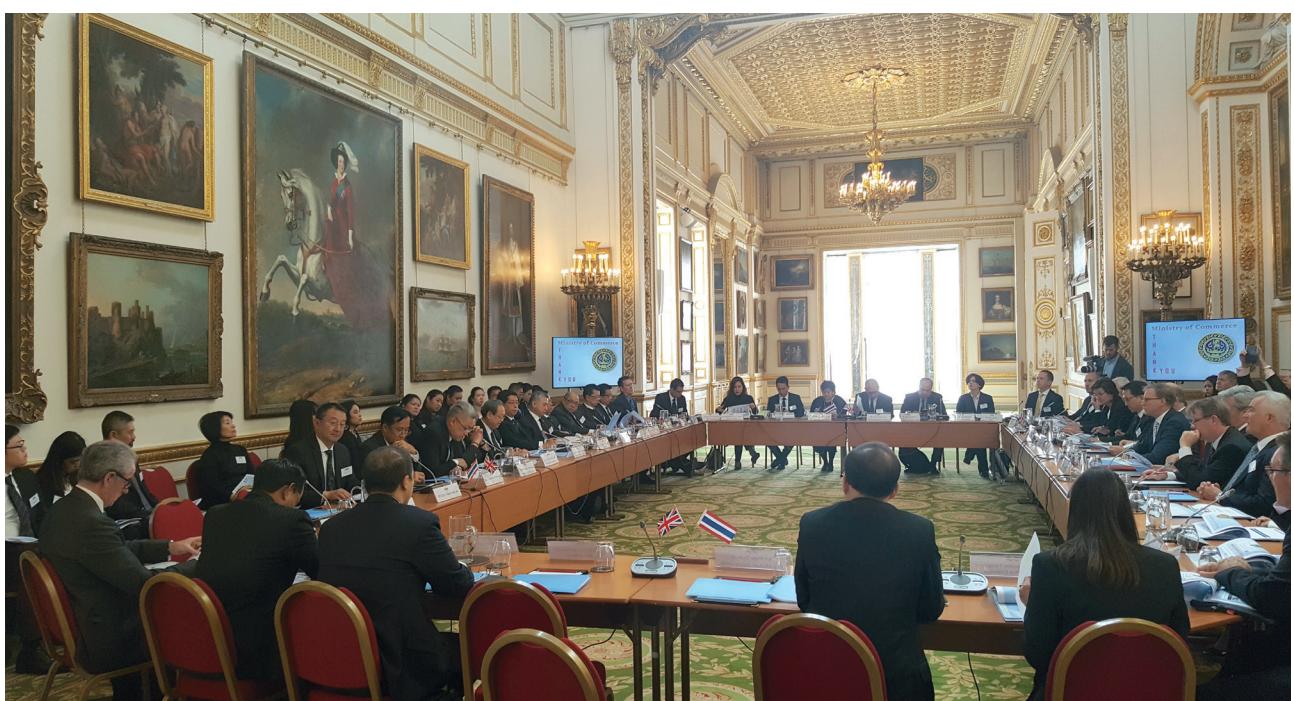
During the US visit, the Thai representatives also met with Sam Lee and LAX-C, both major Thai importers and retailers/wholesalers of food products in the United States. The meeting focused on a collaboration to expand the presence of Thai foods and commodities in the US market and Central America. The Thai delegates also held discussions with the operators of Kin Khao and Farm House, Thai restaurants granted Thai SELECT PREMIUM certification. Additionally, the Thai delegates met with Mexican celebrity Chefs Jaime Martin del Campo & Ramiro Arvizu to jointly promote fragrant jasmine rice and Thai food to the Hispanic market in the US.

ตลาดยุโรป

EUROPE MARKET

นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ขณะดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมคณบดีบริหารระดับสูงเดินทางเยือนสหราชอาณาจักรเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าและขยายโอกาสทางการค้าในสหราชอาณาจักรให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ในระดับสูง โดยสภาคุ้นนำธุรกิจไทย-สหราชอาณาจักร (Thai - UK Business Leadership Council: TUBLIC) ได้มีหนังสือเชิญให้เข้าร่วมการประชุม TUBLIC ครั้งที่ 2 ต่อเนื่องจากครั้งแรกเมื่อเดือนตุลาคม 2559 ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ โดยมีผู้แทนจากภาครัฐและเอกชนของอังกฤษเข้าประชุมร่วมกับภาครัฐและตัวแทนภาคเอกชนของไทยที่มาเข้าร่วมกว่า 65 ราย อาทิ ปตท., Rolls-Royce, การบินไทย, เทลโก้, คิงเพาเวอร์, GSK, กลุ่มไทยเบฟเวอเรจ และ HSBC เป็นต้น พร้อมกันนี้ยังมีการเปิดงานส่งเสริมสินค้า อาหาร และผลไม้ไทยร่วมกับเทลโก้ในระหว่างวันที่ 23 - 27 เมษายน พ.ศ. 2560 เพื่อผลักดันความร่วมมือทางธุรกิจของทั้งสองประเทศ ภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐ ก่อให้เกิดการขยายโอกาสทางการค้าการลงทุนในสหราชอาณาจักรให้เพิ่มมากขึ้น

H.E. Mr. Sonthirat Sonthijiravong, Minister of Commerce Thailand, while serving as Deputy Minister of Commerce, and delegation visited the UK to build up and promote trade opportunities in the UK, as well building a good relationship between Thailand and the UK. During a visit, the Minister of Commerce was invited to attend the 2nd Thai-UK Business Leadership Council (TUBLIC), by the first TUBLIC organized in October 2016 with more than 65 government and private representatives such as PTT Group, Rolls-Royce, Thai Airways, Tesco, King Power, GSK, Thai Beverage Group and HSBC joined together for a meeting. During 23rd - 27th April 2017, in collaboration with Tesco and the kind support of government sectors, an event was also launched to promote Thai foods and Thai fruits to push for enhanced economic cooperation of the two countries and to tap into trade and investment opportunities in the UK.



นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ ขณะดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ อภิปรายชี้แจงข้อมูล Thailand 4.0 และ Eastern Economic Corridor: EEC ในที่ประชุม พร้อมด้วยนายวีระศักดิ์ พุตระกูล รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศ

H.E. Mr. Sonthirat Sonthijiravong, while serving as Deputy Minister of Commerce, and H.E. Mr. Veerasak Futrakul, Deputy Minister of Foreign Affairs, led the panel discussion on Thailand 4.0 and Eastern Economic Corridor (EEC).



นายมาต์ การ์นิเยร์ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงการค้าระหว่างประเทศ และนายไบรอัน เดวิดสัน เอกอัครราชทูต อังกฤษประจำประเทศไทย

Mr. Mark Garnier, Parliamentary Under Secretary of State at the Department for International Trade and H.E. Brian Davidson, UK ambassador to Thailand



นายจอห์น คริสตี้ CEO เทสโก้ โลตัส ตัวแทนภาคเอกชนของประเทศไทยอังกฤษ

The representative of the UK private sector Mr. John Christie, CEO of Tesco Lotus Thailand.



นอกจากนี้ ในปี 2560 ยังมีการกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์เพื่อผลักดันและขยายโอกาสทางการค้าให้เติบโตในตลาดยุโรป ได้แก่

1. การเข้าพบหารือ Dr. Liam Fox, Secretary of State

for International Trade (เที่ยงเท่ารัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าระหว่างประเทศ) โดยคณะผู้แทนจากภาครัฐบาลและภาคธุรกิจได้รับฟังรายงานผลการดำเนินงานของสภาคนักธุรกิจฯ โดยรัฐบาลอังกฤษเห็นว่า ความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีมาอย่างยาวนานยังคงต้องดำเนินต่อไป พร้อมให้ความสำคัญกับตลาดเอเชียมากขึ้น ซึ่ง TUBLIC เป็นอีกกลไกหนึ่งที่สร้างให้เกิดความร่วมมือ และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งประโยชน์ที่ประเทศไทยจะได้รับคือ มีการลงทุนโดยตรงจากสหราชอาณาจักร มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการแลกเปลี่ยนบุคลากรในงานวิจัย นับเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จของรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโตต่อเนื่องและยาวนาน

2. การประชาสัมพันธ์ Taste of Thailand ที่ Tesco สาขา Kensington ณ กรุงลอนดอน

ซึ่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกล่าวเปิดงาน โดยมีรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศของไทย และเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงลอนดอน รวมทั้งนักธุรกิจของฝ่ายไทยและอังกฤษเข้าร่วมงานด้วย

3. การอภิปราย ณ สถาบัน Asia House ณ กรุงลอนดอน

รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้บรรยายสรุปสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าและการลงทุนในประเทศไทย รวมถึงแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการค้า ซึ่ง Asia House เปรียบเสมือนกลไกสำคัญในการผลักดันการค้า การลงทุน และการเนื้อระหว่างภูมิภาคยุโรปกับเอเชีย (Pan-Asian Organization) โดยเป็นเวทีแห่งการรวมตัวเพื่อพัฒนาการค้าและแลกเปลี่ยนความเห็น นโยบายและยุทธศาสตร์กับคณะกรรมการธุรกิจรายใหญ่ของสหราชอาณาจักร

In addition, in 2017, Thailand conducted other missions to build up good relationships and to promote trade opportunities in European market, including:

1. Meeting with Dr. Liam Fox, Secretary of State for International Trade:

(equivalent position of the Minister of UK Department for International Trade) TUBLIC reported on the outcome results to the delegation from government and business sectors. The UK government also paid attention toward long-term relationships on trade between Thailand and the UK, which focused on the Asian markets. In terms of another possible mechanism, TUBLIC is a mechanism for fostering economic development and cooperation between the two countries, and through it, Thailand can attract direct investment from the UK, technology transfer, and engage in research and personal exchange. This could be another achievement of the government that wants to see continuous expansion for the Thai economy.

2. Promoting, a “Taste of Thailand” festival at the

Tesco Kensington store in the heart of London: Opening Speech delivered by the Deputy Minister of Commerce Thailand, the Deputy Minister of Foreign Affairs Thailand, the Ambassador of Thailand to London and Thai and UK businesspersons also attended.

3. Discussion at Asia House, in the heart of London:

The Deputy Minister of Commerce Thailand talked about the economic situation, trade and investment in Thailand and exchanged views on business operations. Asia House also

4. พบและหารือกับผู้ประกอบการไทยในสหราชอาณาจักร กับสมาคมธุรกิจไทยในสหราชอาณาจักร (ATBUK: Association of Thai Businesses in the UK) และสมาชิกกว่า 15 รายเข้าร่วม นอกจานี้ยังมีการหารือใน Sector Services ณ Thai Square Spa

5. พบและหารือกับ Innovate UK, Department for Business, Innovation & Skills โดย Innovate UK คือหน่วยงานที่ผลักดันให้เศรษฐกิจเติบโตผ่านการลงทุนในทักษะที่จำเป็นต่อ การแข่งขัน มีการศึกษาทำงานร่วมกับสถาบันอุดมศึกษาเพื่อส่งเสริม การค้า สร้างนวัตกรรม และช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยเติบโต ด้วยธุรกิจของตนเอง ทั้งยังมีหน้าที่ช่วยเหลือและปกป้องผู้บริโภค ลดผลกระทบที่เกิดจากภัยธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ ภัยสุขภาพ ภัยอาชญากรรม และภัยทางเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้อง การเข้าพบครั้งนี้ มีการแลกเปลี่ยนเรื่องการให้ความร่วมมือในด้าน “Creative, High-Value Services” โดย Innovate UK ยินดีสนับสนุน ประเทศไทย ซึ่งที่ผ่านมาได้ให้การสนับสนุนไปแล้วหลายประเทศ ในเอเชีย จำนวนกว่า 3,200 องค์กร ใน 220 โครงการ โดยไทย จะดำเนินการผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมพัฒนาร่วมกับทาง Innovate UK ต่อไป

6. พบและหารือกับประธาน The Federation of Small Businesses (FSB) รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์และคณะ ร่วมหารือกับ Mr. Mike Cherry, National Chairman โดย FSB เป็นองค์กรธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือและสนับสนุน ให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ เป็นตัวแทนของ SMEs ในสหราชอาณาจักรที่สังกัดนักความต้องการและปัญหาของ SMEs ไปสู่ รัฐบาล เพื่อกำหนดนโยบายที่เกี่ยวกับ SMEs ในภารกิจ ฝ่ายรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์เล็งเห็นว่า FSB เป็นองค์กรตัวอย่าง ที่มีการบริหารจัดการ SMEs ที่ดี ซึ่งไทยสามารถใช้เป็นแนวทางการ ขับเคลื่อนและพัฒนา SMEs ได้

offered advice and insights into economic policies, particularly relating to trade and investment between Asia and the UK. The organization offered support to multinational companies with their government relations in Asia and offered advice on bilateral relations with the UK.

4. Meeting with Thai entrepreneurs in the UK: Association of Thai Businesses in the UK (ATBUK) and with more than 15 members of the ATBUK joined the meeting. There are also discussion on Sector Services at Thai Square Spa.

5. Meeting with the Innovate UK, Department for Business, Innovation & Skills: The Innovate UK is an agency that drives investment and economy growth, working with higher education to support trade and; supporting British business to increase productivity and compete anywhere in the world; cutting the amount of regulation and making it easy to understand and protect consumer's benefit. The agency also fostered cooperation in the Creative and High-Value Services. The Innovate UK has extended its support to Thailand through 220 projects and to over 3,200 organizations in many countries in Asia. Thailand will continue to strengthen the partnership and cooperation with Innovate UK, via the Partner Government Agencies, for further development in Thailand.

6. Meeting with the President of the Federation of Small Business (FSB): The Deputy Minister of Commerce Thailand and delegation had discussions with Mr. Mike Cherry, National Chairman of FSB. The FSB is a UK business organization representing small businesses. FSB plays a pivotal role in assisting and empowering SMEs in the UK representing the demands and problems of SMEs to the government to set the policies on SMEs. The Deputy Minister of Commerce Thailand recognized that FSB is a well-managed organization on SMEs and Thailand can apply the FSB model to support the development of Thai SMEs.

/ CITY FOCUS /

TO TAP INTO SECOND CITIES HAVING ECONOMIC POTENTIAL

เจาะตลาดเมืองรองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ

ตลาดอาเซียน ASEAN MARKET

เจาะลึกตลาดอาเซียน (Deepening ASEAN) และเจาะตลาดเมืองรองที่มีศักยภาพ (City Focus) ยกระดับตลาดในเมืองหลวงโดยผลักดันสินค้าที่มีมูลค่าสูง สินค้านวัตกรรม มีแบรนด์และการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

- **จัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brands)**
เพื่อกระดับตลาดในเมืองหลวงและเมืองเศรษฐกิจหลักของประเทศไทย CLMV จำนวน 5 แห่ง 4 ประเทศ ในช่วงเวลาต่าง ๆ คือ

Deepening ASEAN: An initiative aimed to develop markets in ASEAN capitals and big cities through the penetration of high-value, innovative and well conceived products that have been designed to meet local needs into the ASEAN city markets.

• Top Thai Brands Exhibitions

These exhibitions were held to expand markets in five capitals, or large cities, of four CLMV nations as follows:





1. กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา วันที่ 1 - 5 มีนาคม พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 174 บริษัท 238 คูหา มูลค่าการค้ารวม 1,933.47 ล้านบาท มูลค่าซื้อขายทันที 26.47 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 1,907 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ สินค้าแฟชั่น เครื่องสำอาง สินค้าสุขภาพ อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์แต่งบ้าน

2. กรุงย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา วันที่ 23 - 26 มีนาคม พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 103 บริษัท 103 คูหา มูลค่าการค้ารวม 105.43 ล้านบาท มูลค่าซื้อขายทันที 6.125 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 99.31 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหาร ขนมขบเคี้ยว ซอสปรุงรส เครื่องสำอาง กระเพา เสื้อผ้า สินค้าประเดีบยันต์ เครื่องเขียน บรรจุภัณฑ์ กล่องใส่อาหาร เครื่องปรับอากาศและเครื่องใช้ไฟฟ้า

3. นครไจมินทร์ ประเทศเวียดนาม วันที่ 11-14 พฤษภาคม พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 140 บริษัท 164 คูหา มูลค่าการค้ารวม 126.19 ล้านบาท มูลค่าซื้อขายทันที 10.68 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 115.51 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหาร และเครื่องดื่ม สุขภาพและความงาม สินค้าแฟชั่น เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์

4. กรุงเวียงจันทน์ ประเทศลาว วันที่ 7 - 11 มิถุนายน พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 119 บริษัท 132 คูหา มูลค่าการค้ารวม 137 ล้านบาท มูลค่าซื้อขายทันที 7.05 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 129.9 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหาร และเครื่องดื่ม สุขภาพและความงาม สินค้าแฟชั่น เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์

5. กรุงสาบอย ประเทศเวียดนาม วันที่ 17 - 20 สิงหาคม พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 132 บริษัท 148 คูหา มูลค่าการค้ารวม 60.31 ล้านบาท มูลค่าซื้อขายทันที 10.05 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 50.26 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหาร สุขภาพ และความงาม ดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องประดับ ของใช้ในบ้าน ผลิตภัณฑ์พลาสติก เสื้อผ้า

1. Phnom Penh, Cambodia between 1st and 5th March 2017:

The exhibition comprised 174 companies exhibiting 238 booths with the total trade value of THB 1,933.47 million, immediate transactions of THB 26.47 million, forecast for the next year of THB 1,907 million. Popular products included fashion items, cosmetics, health products, foods, beverages and home-decor items.

2. Yangon, Myanmar between 23rd and 26th March 2017:

The exhibition comprised 103 companies exhibiting 103 booths with the total trade value of THB 105.43 million, immediate transactions of THB 6.125 million, and forecast for the next year of THB 99.31 million. Popular products included foods, salty snacks, seasoning sauces, cosmetics, bags, clothes, car accessories, stationeries, packaging products, food containers, air conditioners and electrical appliances.

3. Ho Chi Minh, Vietnam between 11th and 14th May 2017:

The event comprised 140 companies exhibiting 164 booths, with total trade value of THB 126.19 million, immediate transactions of THB 10.68 million, and forecast for the next year of THB 115.51 million. Popular products included foods and beverages.

4. Vientiane, Laos between 7th and 11th June 2017:

The event comprised 119 companies exhibiting 132 booths, with the total trade value of THB 137 million, immediate transactions of THB 7.05 million, and forecast for the next year of THB 129.9 million. Popular products included foods, beverages, health and beauty products, fashion items and electrical appliances.

5. Hanoi, Vietnam between 17th and 20th August 2017:

The event comprised 132 companies exhibiting 148 booths, with the total trade value of THB 60.31 million, immediate transactions of THB 10.05 million, and forecast for the next year of THB 50.26 million. Popular products included foods, health and beauty products, artificial flowers, accessories, home appliances, plastic products and clothes.

• งานแสดงสินค้าไทย (Mini Thailand Week)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการเจาะตลาดเมืองรองที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ (City Focus) ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าไทย (Mini Thailand Week) ใน 8 เมืองรองของประเทศไทยอาเซียน ในกลุ่มอาเซียน ดังนี้

• Mini Thailand Week Exhibitions

The DITP pursued its “City Focus” strategy in order to tap into secondary markets, by staging Mini Thailand Week exhibitions in eight secondary cities of ASEAN, as follows:

1. แขวงคำเม่น ประเทศไทย

วันที่ 17 – 21 มีนาคม พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 25 บริษัท 25 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทันที 3.38 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 10.5 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม สุขภาพและความงาม เครื่องกรองน้ำ

2. แขวงเชียงหลวง ประเทศไทย

วันที่ 28 มีนาคม – 1 เมษายน พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 17 บริษัท 17 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทันที 7.0 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 36 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม สุขภาพและความงาม อะไหล่ มอเตอร์ไซค์

3. เมืองไชป่อง ประเทศไทยเวียดนาม

วันที่ 23 – 26 มีนาคม พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 55 บริษัท 70 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทันที 4 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 17 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ ผลไม้ เครื่องดื่มชูกำลัง ดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องประดับ

4. นครเกินເກອ ประเทศไทยเวียดนาม

วันที่ 7 – 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 57 บริษัท 80 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทันที 11.5 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 58.14 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ อาทิ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องใช้ในบ้าน สุขภาพและความงาม เสื้อผ้า เครื่องประดับ



1. Khammouane, Laos

between 17th and 21st March 2017:

The event comprised 25 companies exhibiting 25 booths, with immediate transactions of THB 3.38 million, and forecast for the next year of THB 10.5 million. Popular products included foods, beverages, health and beauty products and water purifiers.

2. Xiangkhouang, Laos

between 28th March and 1st April 2017:

The event comprised 17 companies exhibiting 17 booths, with immediate transactions of THB 7.0 million, and forecast for the next year of THB 36 million. Popular products included foods, beverages, health and beauty products and motorcycle parts.

3. Hai Phong, Vietnam

between 23rd and 26th March 2017:

The event comprised 55 companies exhibiting 70 booths, with immediate transactions of THB 4 million, and forecast for the next year of THB 17 million. Popular products included fruits, energy drinks, artificial flowers and accessories.

4. Can Tho, Vietnam

between 7th and 9th July 2017:

The event comprised 57 companies exhibiting 80 booths, with immediate transactions of THB 11.5 million, and forecast for the next year of THB 58.14 million. Popular products included foods, beverages, home appliances, health and beauty products, clothes and accessories.



5. เมืองมัณฑะเลย์ ประเทศไทยเมียนมา วันที่ 22 – 25 มิถุนายน พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 66 บริษัท 70 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทั้ง 1.53 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 3.91 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจคือ แฟชั่น รองเท้าแตะ เสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเปาหนัง เครื่องดื่ม สุขภาพและความงาม ขนมขบเคี้ยว

6. เมืองตองยี ประเทศไทยเมียนมา วันที่ 1 – 3 กันยายน พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 23 บริษัท 30 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทั้ง 6.56 ล้านบาท มูลค่าซื้อขายใน 1 ปี 218.7 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจคือ สินค้าแฟชั่น รองเท้า น้ำมันพิช ชุดชั้นในสตรี เครื่องจักรปิดฝาขวด น้ำทุเรียนสำเร็จรูป

7. รัฐสังข์ ประเทศไทยมาเลเซีย วันที่ 6 – 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 27 บริษัท 29 คูหา มูลค่าสั่งซื้อทั้ง 4.52 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 51.88 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจคือ อาหารสำเร็จรูป บำรุงผิว รองเท้าแฟชั่น เครื่องประดับ

8. เมืองเสียมราฐ ประเทศไทยกัมพูชา วันที่ 13 – 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 83 บริษัท 120 คูหา มูลค่าการค้ารวมกันสิ้น 67.5 ล้านบาท มูลค่าสั่งซื้อทั้ง 7.5 ล้านบาท มูลค่าซื้อขาย 1 ปี 60 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ ของใช้ในครัวเรือน อาหาร ขนมขบเคี้ยว และเครื่องสำอาง

5. Mandalay, Myanmar between 22nd and 25th June 2017:

The event comprised 66 companies exhibiting 70 booths, with immediate transactions of THB 1.53 million, and forecast for the next year of THB 3.91 million. Popular products included fashion items, sandals, clothes, accessories, leather bags, beverages, health and beauty products and salty snacks.

6. Taunggyi, Myanmar, between 1st and 3rd September 2017:

The event comprised 23 companies exhibiting 30 booths, with immediate transactions of THB 6.56 million, and forecast for the next year of THB 218.7 million. Popular products included fashion items, shoes, vegetable oils, lingeries, bottle capping machine and durian juice.

7. Selangor, Malaysia between 6th and 9th July 2017:

The event comprised 27 companies exhibiting 29 booths, with immediate transactions of THB 4.52 million, and forecast for the next year of THB 51.88 million. Popular products included instant food, skincare products, fashion shoes and accessories.

8. Siem Reap, Cambodia between 13th and 16th July 2017:

The event comprised 83 companies exhibiting 120 booths, with the total trade volume of THB 67.5 million, immediate transactions of THB 7.5 million, and forecast for the next year of THB 60 million. Popular products included home appliances, salty snacks and cosmetics.

ตลาดเอเชียตะวันออก EAST ASIA MARKET



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผู้อัตสาหกรรมฯ ได้ร่วมกับประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการไทย ให้ผู้ซื้อต่างประเทศ ร่วมลง ได้ทัวร์ ในเมืองที่มีศักยภาพ กลุ่มสินค้าป้าหนาย ได้แก่ ข้าว ผลไม้สด อาหารแปรรูป ขนมขบเคี้ยว สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม โดยในปี 2560 ได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1) โครงการเจ้าตลาดเมืองใหม่ที่มีศักยภาพในจีน

จำนวน 4 โครงการในเมืองทุ่ยจิ้งช้าน หานจิ้ง และอู่อุน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอุปโภคและบริโภคของไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียง ผลการดำเนินโครงการฯ ใน 4 เมืองมีมูลค่าการซื้อขายทั้งหมด 11.05 ล้านบาท บุคลากรที่คาดการณ์ว่าจะสั่งซื้อภายในหนึ่งปีรวมประมาณ 42.08 ล้านบาท

2) โครงการงานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2017

ณ นครคุนหมิง วันที่ 12 – 18 มิถุนายน พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมแสดงสินค้ารวม 171 บริษัท 224 คูหาบุลค่าการซื้อขายทั้งหมด 23.30 ล้านบาท บุคลากรที่คาดการณ์ว่าจะสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 270 ล้านบาท มีผู้เข้าชมงานประมาณ 200,000 คน ทั้งนี้ สินค้าอาหารแปรรูป หมอนยางพารา ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อต่างประเทศ

3) โครงการงานแสดงสินค้า The 14th China-ASEAN Expo

ณ เมืองหนานหนิง วันที่ 12 – 15 กันยายน พ.ศ. 2560

มีผู้ประกอบการเข้าร่วมแสดงสินค้ารวม 149 ราย 163 คูหาบุลค่าการซื้อขายทั้งหมด 21.5 ล้านบาท บุคลากรที่คาดการณ์ว่าจะสั่งซื้อภายใน 1 ปี 254.7 ล้านบาท

4) โครงการส่งเสริมการค้าไทยในสาธารณรัฐประชาชนจีน (Tai Le Gou)

จัดขึ้น ณ นครเชียงไฮ ระหว่างวันที่ 24 พฤศจิกายน - 24 ธันวาคม พ.ศ. 2560 และที่กรุงปักกิ่ง จัดขึ้น ระหว่างวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2560 - 7 มกราคม พ.ศ. 2561 โดยเป็นความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) และบัซเซ็กลือเชลล์ จำกัด (มหาชน) เพื่อผลักดันการส่งออกเชิงธุรกิจมีค่า เป็นสินค้าไทย 5 กลุ่ม ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ อาหารและวัตถุดูบ ปรุงอาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์สปา และขนมขบเคี้ยว โดยในปี 2560 มีสินค้าทั้งหมด 54 รายการ

The DITP aimed to further promote expansion of the market for Thai products and services, in order to establish good impression and confidence in the product standards to consumers in China, Hong Kong, and Taiwan, especially those in cities with high market potential. Highlighted products were rice, fresh fruits, processed foods, salty snacks, herbs, health and beauty products. In 2017, the DITP implemented the following projects:

1) City Focus / Demand-Driven Projects in China:

Projects were implemented in four Chinese cities, i.e. Guizhou, Xian, Hangzhou and Wuhan. Under these projects, Thai commodities were promoted and sold at popular local department stores. These projects generated immediate sales of THB 11.05 million. Forecasts estimate that future purchase orders for a full year will be THB 42.08 million.

2) Top Thai Brands 2017 Exhibition in Kunming: Held between 12th and 18th June 2017

The exhibition featured 171 companies exhibiting 224 booths. Immediate sales totaled THB 23.30 million. Forecasts estimate that this exhibition will generate THB 70 million in transactions within one year. Approximately 200,000 visitors came to the exhibition, expressing particular interest in processed food products, rubber pillows and health products.

3) The 14th China-ASEAN Expo in Nanning: Held between 12th and 15th September 2017

This expo featured 149 exhibitors and 163 booths. Sales transactions during the expo totaled THB 21.5 million. Forecasts estimate that sale transactions generated by this expo will reach THB 254.7 million over one full year.

4) Tai Le Gou, or Thai Trade Promotion in China:

Two events were held in Shanghai from 24th November to 24th December 2017, and in Beijing from 7th December 2017 to 7th January 2018 via a collaboration between the DITP, Charoen Pokphand Group, and Loxley Public Company Limited. Aiming to spur proactive exports at regional level, the events focused on five categories of Thai products namely: fragrant jasmine rice, food and cooking ingredients, beverages, spa products, and salty snacks. In 2017, the project event covered 54 products.

ตลาดเอเชียใต้ SOUTH ASIA MARKET

ขยายช่องทางการค้าในเมืองหลัก เมืองรอง ผ่านการจัดงานแสดงสินค้า Thailand Week โดยมีกิจกรรมในตลาดใหม่ ได้แก่

The DITP sought to increase distribution channels in secondary cities and major towns across South Asia via Thailand Week Expositions. The activities held in new markets were as follows:



1. Thailand Week 2017 กรุงโคลัมโบ ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 7 - 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2560

มีบริษัทไทยเข้าร่วม 37 ราย มูลค่าสั่งซื้อร่วม 839,870 เหรียญสหรัฐ แบ่งเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที 75,250 เหรียญสหรัฐ หรือ 2.4 ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 764,600 เหรียญสหรัฐ หรือ 24.46 ล้านบาท สินค้าไทยที่ได้รับความสนใจในงานคือ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว เครื่องน้ำ ชั้นวางของในห้องนอน ห้องน้ำ น้ำมันนวด และบำรุงผิว ผลิตภัณฑ์สปา น้ำหอมบาร์บีคิว อาหารพร้อมรับประทาน สำหรับโรงแรม อุปกรณ์บำรุงผิวน้ำ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารออร์แกนิก อาหารประเภทน้ำพริกและต้มยำ

2. Thailand Week 2017 เมืองการราฐ ประเทศปากีสถาน ระหว่างวันที่ 22 - 24 กันยายน พ.ศ. 2560

มีบริษัทไทยเข้าร่วม 30 บริษัท 31 คูหา มูลค่าสั่งซื้อร่วม 1.4 ล้านเหรียญสหรัฐ แบ่งเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที 207,872 เหรียญสหรัฐ หรือ 6,859 ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 1.239 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 40,887 ล้านบาท สินค้าไทยที่ได้รับความสนใจในงานคือ ชุดล็อก/กุญแจ ถาด ชุดน้ำ หมอนยางพารา อะไหล่รถจักรยานยนต์ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเส้นผม ยาหม่อง อาหารยา ชาลาล มะม่วงกึ่งสำเร็จรูป และชิงชิงพร้อมดื่ม

1. Thailand Week 2017 in Colombo, Sri Lanka between 7th - 11th July 2017

37 Thai firms Participated in the event. Total sales were USD 839,870. Immediate transactions were THB 2.4 million. Forecast for the next year will be THB 24.46 million. Popular Thai products at the expo were: furniture, kitchen utensils, bedding, bathroom shelves, massage and skincare oils, spa products, air fresheners, large towels for hotels, facial treatment items, ready-to-eat foods, organic foods, spicy paste and Tom Yam.

2. Thailand Week 2017 in Karachi, Pakistan Between 22nd - 24th September 2017

30 Thai firms operated 31 booths. Total sales were USD 1.4 million. Immediate transactions were THB 6.86 million. Forecast for the next year will be THB 40.887 million. Popular Thai products at the expo were: lock and key sets, trays, water bottles, rubber pillows, motorcycle parts, skincare and hair care products, balms, halal food, instant noodles, and instant ginger powder drinks.

/ E-COMMERCE /

STRATEGY TO ACTIVELY BOOST THAI EXPORTS

DEMAND-DRIVEN APPROACH VIA E-COMMERCE & DIGITAL PLATFORMS

เร่งรัดการส่งออกเชิงรุก ผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซและดิจิทัล

ในยุคดิจิทัล “ออนไลน์” เข้ามายึด主导 และเปลี่ยนพฤติกรรม
หลายอย่างในชีวิตประจำวัน การค้าก็เช่นกัน กรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศขานรับนโยบายกระทรวงพาณิชย์ โดยให้ความสำคัญ
กับการเร่งรัดขยายการส่งออกเชิงรุก (Demand-driven approach)
ผ่านช่องทางการค้าสมัยใหม่อย่างช่องทางดิจิทัล ซึ่งเป็นตลาดใหญ่
ที่สำคัญในการสร้างผู้ส่งออกรายใหม่ได้อย่างรวดเร็วและมี
ประสิทธิภาพที่สุด โดยดำเนินงานผ่านกรอบยุทธศาสตร์หลัก 3
ประการ คือ

In today's digital age, online tools play a critical role in peoples' lifestyles and, just as digital technologies have impacted consumer behaviors, they have also brought changes to the trade industry. The DITP, in its part, has responded to Ministry of Commerce's policies by placing strong emphasis on a strategy to boost Thai exports actively with a demand-driven approach via modern digital channels. E-marketplaces are rapidly expanding and they now constitute important platforms for fast, and the most efficient, development of new exporters' businesses. The DITP has thus carried out its work via the following three strategic frameworks:



ยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายในการขยายโอกาสแก่
ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs ให้สามารถก้าวสู่การนำร่อง
ระหว่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ได้ครบวงจร สร้าง
เม็ดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจในภาคการส่งออกของไทยอย่างยั่งยืน

These strategic frameworks have been laid down to increase international trade opportunities for Thai entrepreneurs, particularly SMEs, via comprehensive online trading platforms for the ultimate goal to attract increasing revenue for Thailand's export sector on a sustainable basis.

การพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศเพื่อส่งเสริม SMEs สู่สากล

DEVELOPING E-MARKETPLACES AND A DIGITAL ECOSYSTEM TO PAVE THE WAY FOR SMES TO ENTER GLOBAL TRADING

ตลอดระยะเวลากว่า 6 ปีที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มุ่งมั่นพัฒนาเว็บไซต์ Thaitrade.com ซึ่งเป็นตลาดกลางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นทางการของประเทศไทย เพื่อผลักดัน ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะ SMEs ให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้า จากทั่วโลก

For more than six years, the DITP has dedicated resources to developing Thaitrade.com as Thailand's official e-marketplace. This website is designed to help Thai entrepreneurs, especially SMEs, reach out to customers across the world.

ปี 2560 : 2017

THAITRADE.COM



สร้างมูลค่าให้กับภาคเศรษฐกิจ
ของไทยกว่า
ATTRACTED OVER

2,001 ล้านบาท
MILLION BAHT
to the Thai economy

.....(มูลค่าการซื้อขายที่มีหลักฐาน)
(documented trade volume)



อัตราการเติบโตร้อยละ
ACHIEVED A GROWTH RATE OF
207.06%
เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา
from the previous year



สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้สินค้า
และบริการของไทย
CREATED A GOOD IMAGE
FOR THAI PRODUCTS
AND SERVICES

DITP
THINK TRADE THINK DITP



เบื้องหลังความสำเร็จของ THAITRADE.COM KEY SUCCESS FACTORS OF THAITRADE.COM:



พัฒนาการให้บริการครบวงจร ผ่านศูนย์บริการ Thaitrade.com Center
OFFERS COMPREHENSIVE SERVICES VIA THAITRADE.COM CENTER



มีบริการ Online Support ตลอด 24 ชั่วโมง
PROVIDES 24 HOURS EVERYDAY ONLINE SUPPORT



อำนวยความสะดวกให้สมาชิกตั้งแต่เริ่มจนปิดการซื้อ-ขาย
DELIVERS CONVENIENCE TO ITS MEMBERS THROUGHOUT THE PROCESS



บริการนัดหมายเจรจาธุรกิจทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
ARRANGES ONLINE AND OFFLINE PROFESSIONAL BUSINESS MATCHING SERVICE

นอกจากนี้ยังมีโครงการ “พัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร: Smart Online SMEs (S.O.S.)” เพื่อยกระดับให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ในการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดอบรมสัมมนาเชิงลึกทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ เพิ่มความเข้มข้นของหลักสูตรและความถี่ของการจัดอบรมในปี 2560 มากถึง 31 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมกว่า 5,497 ราย

Moreover, the DITP has implemented the SMEs Empowerment for Comprehensive Online Trading: Smart Online SMEs (S.O.S.) Project to upgrade entrepreneurs' ability to use online channels efficiently for their businesses. Under this project, intensive training was conducted in Bangkok – as well as in other provinces – with experts recruited as trainers. In 2017, the DITP upgraded the training content and increased training frequency to as many as 31 training sessions, attended by a total of 5,497 participants.

การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผ่านพาณิชย์ดิจิทัล PROMOTING INTERNATIONAL TRADE VIA E-COMMERCE

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้ใช้ประโยชน์จากช่องทางดิจิทัลในการค้าที่มีศักยภาพ จึงร่วมมือกับองค์กรพันธมิตรชั้นนำระดับโลกทั้งในและต่างประเทศ โดยโครงการที่สำคัญในปีงบประมาณ 2560 ได้แก่

The DITP has recognized the importance of developing Thai entrepreneurs' business opportunities and encouraging them to use digital channels to reach out to markets with good potential. The DITP therefore joined hands with world-class partners, both in Thailand and overseas, to carry out several key projects in 2017 as follows:



• **Amazon.com:** ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้ใช้ Cross-border e-Commerce เป็นช่องทางขยายโอกาสทางการค้าไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยจัดกิจกรรมในเดือนกันยายน 2560 มีบริษัทได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ 52 บริษัท ครอบคลุมกลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม สินค้าอาหาร สินค้าเสื้อผ้า และสินค้าตกแต่งบ้าน ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและได้ขยายจริง (On board) บนเว็บไซต์ Amazon.com แล้ว 6 บริษัท โดยอยู่ระหว่างขั้นตอนการนำบริษัทที่มีศักยภาพขึ้นขายจริงต่อไป

• **eBay:** ขยายช่องทางการค้าผ่านเว็บไซต์ ebay.com ร่วมกับพาร์ตเนอร์ของอีเบย์หรือ “eBay Enabler” 3 บริษัทผ่านกิจกรรม “จับคู่ธุรกิจ จับคู่ความสำเร็จ” (eBay B2B2C Business Matching & Workshop) ดำเนินการร่วมกับบิ๊บอีเบย์มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด 2 ครั้ง ในเดือนสิงหาคมและเดือนพฤษภาคม 2560 มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 112 ราย โดยเป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารและสุขภาพและความงาม แพชั่นและเครื่องประดับ สินค้าตกแต่งบ้าน และของใช้ในครัว มีสินค้าไทยขึ้นขายออนไลน์ได้กว่า 1,004 รายการ

• **GoSoKo (เดิมคือ G-marketafrica.com):** จัดขึ้นเมื่อเดือนกันยายน 2560 ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมโครงการ Cross-border e-Commerce Solutions & Business Matching ให้คำปรึกษาและจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการไทย ให้ความรู้ด้านการใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border e-Commerce) เป็นช่องทางการค้าระหว่างประเทศไปยังตลาดแอฟริกา ปัจจุบันมีผู้ประกอบการพร้อมขึ้นขายบนเว็บไซต์แล้วในกลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม สินค้าตกแต่งบ้าน และผลไม้อบแห้ง

นอกจากนี้ยังมี e-Marketplace ชั้นนำในต่างประเทศอื่น ๆ ที่กำลังอยู่ระหว่างการร่วมมือและพัฒนา เช่น JD.com, Tmall.com (ตลาดจีน) Souq.com (ตลาดตะวันออกกลาง) และ Coupang (ตลาดเกาหลีใต้)

• **Amazon.com:** The DITP supported cross-border e-commerce for Thai entrepreneurs through Amazon.com, which makes it possible for them to connect with the US market. The DITP selected 52 Thai companies, including producers of health and beauty products, foods, clothes and home decor – to participate in the project. This cross-border e-commerce project was implemented in September 2017 and, to date, six firms have already gone on board with their products appearing on Amazon.com. More firms will follow suit in the future.

• **eBay:** The DITP sought opportunities with ebay.com by partnering with three eBay enablers. Through this partnership, eBay B2B2C Business Matching & Workshop was held twice, first in August and again in November 2017. A total of 112 entrepreneurs – manufacturers of processed foods, health and beauty products, fashion products & accessories, home decor and auto parts – joined the workshops and at least 1,004 Thai products are now available via ebay.com.

• **GoSoKo (former G-marketafrica.com):** Implemented in September 2017, Thai entrepreneurs were encouraged to participate in the “Cross-border e-Commerce Solutions & Business Matching” project with GoSoKo provided counseling and matched business with Thai entrepreneurs. Participants received knowledge about cross-border e-commerce. Also, they have posted their products in health and beauty, home decor and dried fruit categories.

The DITP has also sought e-commerce cooperation with many other leading e-marketplaces, among them are JD.com, Tmall.com (China), Souq.com (Middle East) and Coupang (South Korea).

“

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริม
ผู้ประกอบการไทยให้ใช้ประโยชน์
จากช่องทางดิจิทัลในการค้าที่มีศักยภาพ

The DITP has recognized the importance of developing Thai entrepreneurs' business opportunities and encouraging them to use digital channels to reach out to markets with good potential.

”

ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์แผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ภายใต้คณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

DRIVING THE E-COMMERCE DEVELOPMENT PLAN PHASE I (2017 - 2021) UNDER THE SUPERVISION OF THE NATIONAL E-COMMERCE COMMITTEE



ปีงบประมาณ 2560 นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจและรักษาความสงบแห่งชาติ (พลอากาศเอก ประจิน จันตอง) มอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการบูรณาการงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาประเทศไทย 4.0 กระทรวงพาณิชย์ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน บูรณาการการทำงานระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน จัดทำ “แผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564)” เป้าหมายคือ มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย เพิ่มขึ้นเท่าตัวภายใน 5 ปี ผ่านยุทธศาสตร์ 4 ด้าน คือ

In fiscal year 2017, the Deputy Prime Minister and National Council for Peace and Order's economic chief Air Chief Marshal Prajin Juntong assigned the Ministry of Commerce to integrate Thailand's e-commerce structure, with the goal of developing the country's infrastructure according to the government's Thailand 4.0 Policy. The Ministry of Commerce therefore established the National E-Commerce Committee, with the Minister of Commerce as its Chairman, and drew up the E-Commerce Development Plan Phase I (2017 - 2021). The target of this plan is to double Thailand's e-commerce value, within five years via the four following strategies:



ยุทธศาสตร์ที่ 1: เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการ
1ST STRATEGY: COMPETITIVENESS SELLER (GO ONLINE)



ยุทธศาสตร์ที่ 2: เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินการ E-COMMERCE และอำนวยความสะดวกในการค้าสู่สากล
2ND STRATEGY: ECOSYSTEM FOR E-COMMERCE & TRADE FACILITATION



ยุทธศาสตร์ที่ 3: เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพปัจจัยสนับสนุน
3RD STRATEGY: EFFECTIVENESS OF KEY SUPPORTING FACTORS



ยุทธศาสตร์ที่ 4: สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อและผู้ขาย
4TH STRATEGY: TRUST BUILDING FOR ALL

ทั้งนี้ กรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการพัฒนารัฐวิสาหกิจ ได้เสนอร่างแผนพัฒนาพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ต่อที่ประชุมคณะกรรมการ ดังที่แล้วเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีนาคมรัฐมนตรีเป็นประธาน ซึ่งที่ประชุมได้มีมติเห็นชอบร่างแผนฯ ดังกล่าวเรียบร้อยแล้วว นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ยังเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการเสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันให้ผู้ประกอบการขยายอุตสาหกรรมและโอกาสทางการค้าผ่าน ช่องทางออนไลน์ สร้างมูลค่าการค้าในรูปแบบ Cross-border e-Commerce โดยมุ่งเน้นการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อ กระตุ้นการขยายตัวของภาคการส่งออกให้เติบโตและมีเสถียรภาพ ต่อไป

เพิ่มศักยภาพผ่านหลักสูตรการค้าออนไลน์ ด้วยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีนโยบายให้สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าคุณใหม่ (สถาบัน NEA) เป็นหน่วยงานหลักในการจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการที่เป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ กลุ่มธุรกิจ Startup กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ค้าปลีกค้าส่ง และกลุ่มเกษตรกรและเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้ การส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการพัฒนาการเพื่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการไทย เป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยตามแนวทางไทยแลนด์ 4.0

“Video Marketing: วิดีโอออนไลน์ การตลาดยุคใหม่ที่ไม่ควรพลาด” คือหัวข้อนำเสนอในวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2560 เพื่อให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการใช้วิดีโอผ่านช่องทางออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ซึ่งวิทยากรได้นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีของ Video Marketing การนำเสนอวิดีโอด้วยรูปแบบที่เป็นอย่างดีและมีผู้สนใจเข้าร่วมอีกจำนวนมาก จึงเกิดการเรียนรู้ด้าน Video Marketing เป็นครั้งที่ 2 ในหัวข้อ Video Marketing #2 “คุณควรใช้ Video Marketing ให้เป็นประโยชน์” จัดขึ้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 เพื่อให้ผู้ประกอบการนำสมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดทำวิดีโอด้วย วิทยากรที่ประสบความสำเร็จและเชี่ยวชาญได้นำเสนอในรูปแบบที่เป็นกรณีศึกษาจากผู้ประกอบการจริง



The DITP, in its role as Secretary to the National E-Commerce Committee, proposed the E-Commerce Development Plan Phase I (2017 - 2021) to the Digital Economy and Society Committee for consideration. The panel, chaired by the Prime Minister, has accordingly approved the draft. The Ministry of Commerce, moreover, plays a key role in implementing the first strategy to boost entrepreneurs' competitiveness, trade opportunities via online platforms, and to create trade value via cross-border e-commerce. As the Ministry of Commerce strives to create stable growth for Thai exports, this work is achieved through the collaboration with all related sectors of the country.

Empowerment via Online Trade Training Programs

The DITP carried out a plan to assign the New Economy Academy (NEA) as the main organization responsible for handling a training program aiming to sustainably enhance Thai entrepreneurs' efficiency. The program focused on SMEs, startups, community enterprises, retailers, wholesalers, farmers' groups and local economy groups. Through this program, the expansion and promotion of knowledge base, and development of business skills, would help to boost Thai entrepreneurs' trade competitiveness in line with the government's Thailand 4.0 Policy.

“Video Marketing: Next Generation Marketing You

Should Never Miss” was the title of a workshop hosted by DITP on 21st September 2017. The workshop was designed to raise awareness among entrepreneurs of the influence of online visual media for marketing purposes. During the workshop, the trainers walked the participants through the concepts and theories of video marketing. The workshop session was so well received that the DITP decided to stage another session on video marketing on 8th November 2017 titled “Video Marketing #2: Get Insights for Video Marketing to Win a Big Wow”. At this workshop, entrepreneurs were instructed in the use of smartphones, computers and digital cameras for visual media creation. High-flying and experienced speakers were on stage to present case studies in this session.

/ THAILAND TRUST MARK FOR TRUSTED QUALITY /

ยกระดับสินค้าไทยผ่านตราสัญลักษณ์ THAILAND TRUST MARK (T MARK)



THAILAND TRUST MARK
THAILAND TRUSTED QUALITY
FAIR LABOUR • ENVIRONMENTAL CONCERN • SOCIAL RESPONSIBILITY

LOOK FOR PRODUCTS WITH THE
THAILAND TRUST MARK

HEARTMADE
QUALITY

PROUDLY MADE IN THAILAND

HEARTMADE QUALITY

FAIR LABOUR

ENVIRONMENTAL CONCERN

SOCIAL RESPONSIBILITY

ตราสัญลักษณ์ที่ตอกย้ำจุดแข็งเรื่องคุณภาพสินค้าและสื่อสารกับผู้บริโภคถึงแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) มาตรฐานการผลิตของสินค้าและบริการ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อประเทศไทย (Country Image) รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการไทย (Product & Service Image)

ตั้งแต่ปี 2555 ที่มีการเปิดตัวสัญลักษณ์ T Mark อย่างเป็นทางการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งมั่นการสร้างแบรนด์ T Mark ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศไทย และต่างประเทศผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง และในปี 2560 กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ T Mark ให้เข้มข้นขึ้น โดยเจาะตลาดเป้าหมาย เน้นกลุ่มประเทศที่ให้ความสนใจในประเทศไทย ลิ่งแวดล้อม สังคม และแรงงาน อาทิ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และจีน โดยจัดทำเอกสารซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลก เพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เน้นสื่อสารในประเทศไทย สำคัญคือ สินค้า คุณภาพกระบวนการผลิต และภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ทั้งในด้านการใช้แรงงานที่เป็นธรรมตามหลักมาตรฐานสากล การดำเนินงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อลิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าและบริการจากประเทศไทย

T Mark serves the purposes of assuring the quality of registered Thai products and services, communicating their country of origin and excellent standards to consumers, enhancing their image and thereby also enhancing Thailand's image.

Since the official launch of T Mark in 2012, the DITP has actively raised awareness of T Mark among target groups in Thailand and overseas via marketing events and PR activities, online as well as offline. In response to Ministry of Commerce policies, the DITP stepped up the publicity of T Mark label in 2017, identifying the main target countries that pay considerable attention to environmental, social and

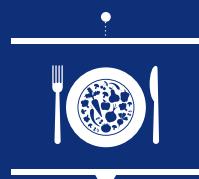
labour issues – such as the US, the European Union (EU) and China. During this campaign, the DITP hired world-class agencies to draw up and implement publicity plans, emphasizing the standards, quality and good business practices of Thai manufacturers and service providers to the target audience. Also highlighted was the fact that the T Mark is awarded only to Thai manufacturers and service providers that comply with internationally-recognized fair labor rules and that care about environmental and social impact. This had the aim to boost public trust in products and services from Thailand.



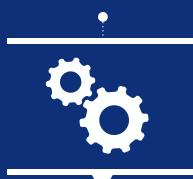
T MARK PRODUCTS AND SERVICE PROVIDERS

ปัจจุบันมีผู้ได้รับตราสัญลักษณ์ **766** ราย
แบ่งออกเป็น **6** กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

TO DATE, 766 ENTREPRENEURS FROM SIX INDUSTRIES HAVE BEEN
AWARDED THE T MARK LABEL. THE INDUSTRIES COVER



อาหาร
Food



อุตสาหกรรมหนัก
Heavy Industry



ไลฟ์สไตล์
Lifestyle



แฟชั่น
Fashion



กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ
เช่น เครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม
เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปา

The other industries include medical equipment, pharmaceutical products, cosmetics and spa products

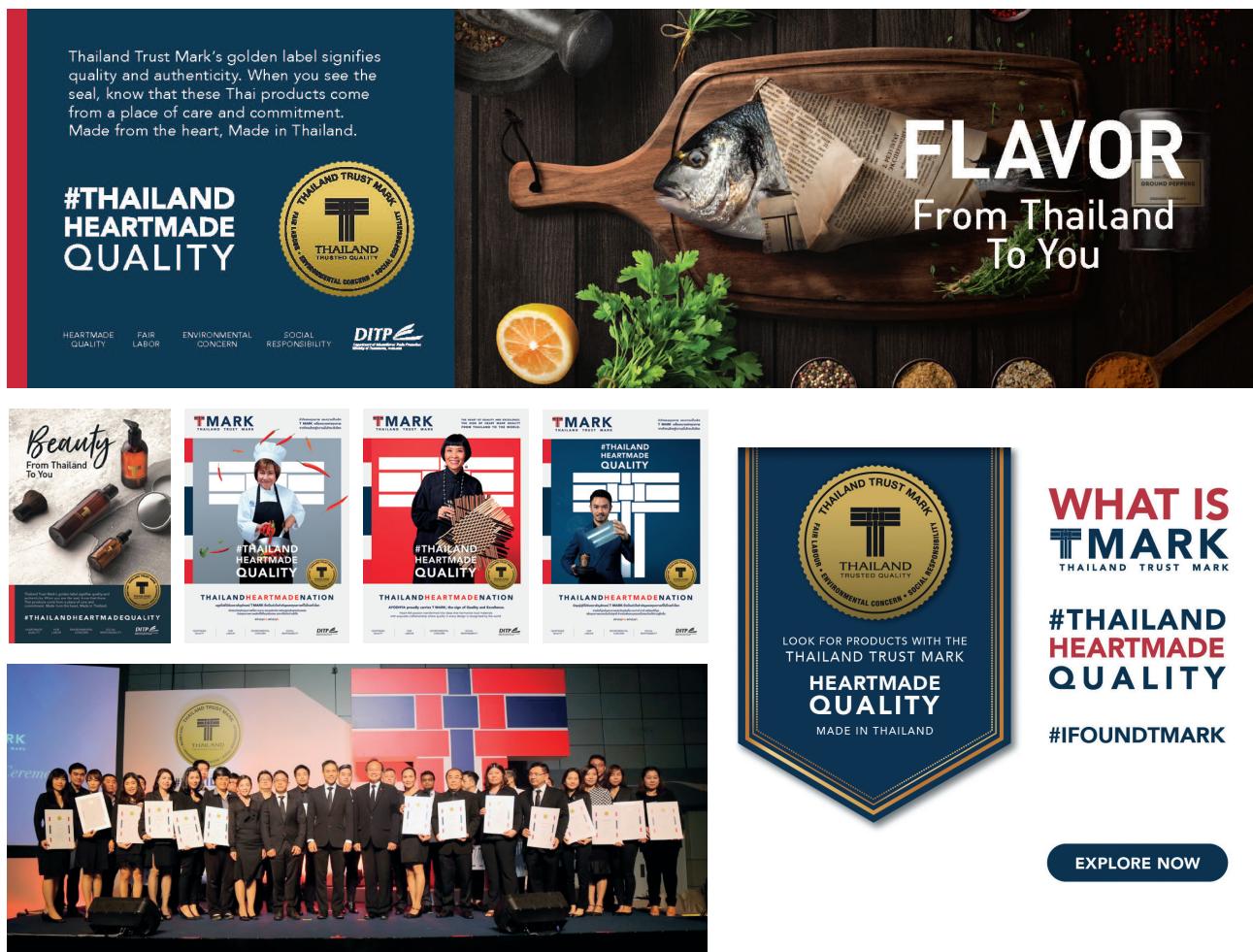


กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ
เช่น ธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ (สปา)
และธุรกิจศึกษานานาชาติ

The service industries include medical services, health promotion (spa) and international education

ประชาสัมพันธ์ภายใต้แคมเปญ

PR CAMPAIGN: "THAILAND HEARTMADE QUALITY"



นอกจากการประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ถูกภายในประเทศไทย และสร้างกระแสนิยมสินค้าไทย โดยได้จัดทำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ T Mark และแผนการสร้างแบรนด์แบบองค์รวม โดยกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ถูกใจตัวแคมเปญ “Thailand Heartmade” สำหรับใช้ในการสื่อสาร “เพราเราคิอ Heartmade Nation ไสใจ... ตั้งใจ... ทำด้วยใจ เพื่อให้ได้คุณภาพจากใจของคนไทย ในแบบฉบับ Thailand Heartmade Quality คุณภาพที่ดีที่สุด จากใจคนไทย...ถึงใจคนทั่วโลก” พร้อมกับน้ำเสียงดัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ (ภาษาอังกฤษ/ภาษาไทยตัวอ่อนออนไลน์) เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ให้เป็นเอกภาพ ในทิศทางเดียวกัน โดยดำเนินการจัดทำสื่อต่างๆ ดังนี้

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ Thai Brand Heroes จำนวน 5 แบรนด์ คือ แบรนด์ Blue Spice, PAÑPURI, NaRaYa, วิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยหิรัญฯ และ AYODHYA

(2) ภาพยนตร์สั้น ภายใต้แนวคิด

(2.1) Lost in Heart-made Nation จำนวน 1 เรื่อง 3 เวอร์ชั่น (15 วินาที / 60 วินาที / 3 นาที)

(2.2) We are Heart-Maker จำนวน 5 เรื่อง (เรื่องละ 60 วินาที)

Beside overseas publicity of the T Mark, the DITP also domestically raised awareness of the T Mark brand. On Thai soil, DITP sought to boost pride and popularity in Thai products via T Mark branding and “Thailand Heartmade” PR Campaign. The theme was **“We are Heartmade Nation...Attentive...Dedicated...and Heartfully Deliver Thailand Heartmade Quality – The Best Quality from the Hearts of Thais...to the Hearts of People all over the World”**. PR materials (still photos/online commercial) were produced in support of the campaign as follows:

- (1) Print materials for five Thai Brand Heroes: Blue Spice, PAÑPURI, NaRaYa, Mahidol University International College, and AYODHYA;
- (2) Online TVCs:
 - 2.1 Lost in Heart-made Nation: One story, three versions
(15 seconds / 60 seconds / 3 minutes)
 - 2.2 We are Heart-Maker: Five stories (60 seconds each)

ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ PR CAMPAIGNS IN FOREIGN COUNTRIES

Forbes

The New York Times



THE WALL STREET JOURNAL
WSJ



tripadvisor®

TRAVEL+
LEISURE



USA TODAY



TIME TIME
Sponsored · 0

Like Page

What began with just a handful of firms has grown to 738 companies achieving the Thailand Trust Mark. #ad



What Does It Take to Stand Out as a Company That Consumers Value and Trust?

Learn why numerous companies vie for the Thailand Trust Mark seal of approval.

(1) เจาะกลุ่มเมืองหลักทางเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกา โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก ได้จัดจ้างบริษัท FTW เอjenซี่ที่มีเชื้อเสียงในสหรัฐอเมริกา ดำเนินการประชาสัมพันธ์ T Mark เน้นการสื่อสารแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communications) โดยสร้างการรับรู้ความสำคัญของตรา T Mark บนตัวสินค้าและบริการไทยผ่านสื่อดิจิทัล (Programmatic & Digital Advertising) อาทิ CNN, Bloomberg, USA TODAY, Forbes, The New York Times, WSJ, TIME, CNBC, HGTV, Food Network, TRAVEL+LEISURE, TripAdvisor รวมทั้งประชาสัมพันธ์ในสื่อนอกบ้าน (Out of Home Media) ตามที่ทั้งสำคัญในเมืองนิวยอร์ก ชิคาโก และลอสแองเจลิส สามารถกระตุ้นเจ้าของกิจการและผู้บริโภคทั่วไปในพื้นที่ให้รับรู้ถึงสินค้าคุณภาพของไทยและมองหาได้จากสินค้าที่มีตรา T Mark

(1) Campaign for Major economic cities in the US:

The DITP New York branch commissioned FTW, a famous agency in the US, to conduct an integrated marketing communication campaign for T Mark. This campaign focused on boosting public awareness of T Mark on Thai products/services via programmatic & digital advertising. This campaign appeared in various media outlets such as CNN, Bloomberg, USA TODAY, Forbes, The New York Times, WSJ, TIME, CNBC, HGTV, Food Network, TRAVEL+LEISURE, TripAdvisor and out of home media across New York, Chicago, and Los Angeles. Through the campaign, entrepreneurs and consumers had higher awareness of T Mark and the quality of Thai products/services.

DITP
THINK TRADE THINK DITP

ผลของการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

THE OVERSEAS CAMPAIGNS ACHIEVED



สื่อถูกแสดงต่อกลุ่มเป้าหมาย
Impressions

40,484,143 ล้าน
MILLION



เกิดการมีส่วนร่วมในสื่อออนไลน์
Social media engagements were also high, with

102,341 โพสต์
POSTS

เข้าถึงผู้บริโภค
Consumer Reached



10.9 ล้านราย
MILLION CONSUMERS



เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น
Social media exposure about T Mark, as a result, soared by

27%

(2) เจ้ากลุ่มเป้าหมายในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก ได้จัดจ้าง บริษัท Time Inc International จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตนิตยสาร TIME Magazine จัดทำบทความเกี่ยวกับความสำคัญของตรา T Mark และตีพิมพ์ในนิตยสาร TIME Magazine Europe Edition เมย์เพร์ ในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป 2 ฉบับ คือ ฉบับวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2560 และ 18 กันยายน พ.ศ. 2560

(2) Campaigns for the European Union and the US:
The DITP New York branch commissioned Time Inc International, which publishes *TIME Magazine*, to write articles on T Mark and release them via two issues of *TIME Magazine* Europe Edition, published on 21 August 2017 and 18 September 2017.

TIME

พร้อมทั้งจัดทำดิจิทัลแคมเปญเผยแพร่ ลงบนสื่อดิจิทัล **TIME.COM**

The company
was also commissioned
to conduct a digital
campaign for T Mark
on Time.com



บทความดังกล่าวมีอัตรา **CIRCULATION** อยู่ที่
These articles appeared in the edition
with circulation of
334,243 MAGAZINE ต่อฉบับ
VOLUMES EACH



เน้นการรับรู้ในเขตสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา

Targeting people in the
European Union and the US

แคมเปญโปรโมทจำนวน 3 ครั้ง ได้รับจำนวนการแสดงผล

The T Mark promotion was run campaign three times. The response was

9,755,137 ครั้ง
IMPRESSIONS

สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ร้อยละ **158**
The number of impressions was

ของอัตราการคลิกต่ออัตราการเห็นโฆษณา
of Click-Thru Rate (CTR) รวมทั้งร้อยละ 0.31
was at 0.31%

ประชาสัมพันธ์ตรา T Mark ภายในประเทศ PR CAMPAIGNS IN THAILAND

(1) ประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ระดับประเทศในรายการ เดินหน้าประเทศไทย โดยนายกรัฐมนตรีได้กล่าวถึงตรา T Mark เมื่อ วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มบริโภค และผู้ประกอบการในประเทศไทยกว้างขวาง

(2) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ผลิตข่าว และประชาสัมพันธ์ร่วม บหความประชาสัมพันธ์ จัดทำบทสัมภาษณ์ ผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับตรา T Mark 3 ประเด็น คือ คุณภาพ

(1) Influencer-based publicity via the *Doen Na Prathet Thai* (Thailand Moves Forward) TV program: On 26th May 2017, the Prime Minister talked about T Mark in the program significantly raising public awareness of this certification in Thailand.

(2) Publicity via prints, radio and TV media: The DITP produced content and PR articles to highlight that T Mark stands for quality, high labor standards and environment.

แรงงาน และสิ่งแวดล้อม อาทิ จัดกิจกรรม T Mark สัญจรโรงงาน เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับพนักงานในบริษัทขนาดใหญ่ที่ได้รับตรา T Mark อาทิ



(3) ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์และการตลาดแบบดิจิทัล เจาะกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ทั้งชาวไทยและต่างชาติ เพื่อสร้างกระแส T Mark Heartmade Quality และสร้างกระแสสนิมไทย (Proudly Made in Thailand) โดยใช้การตลาดแบบปากต่อปาก (Viral Marketing) ในกลุ่มผู้บริโภค โดยจ้าง Blogger/Influencer ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ยุค milenial เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ T Mark และกิจกรรมต่างๆ ดังนี้



Also, DITP arranged factory visits to promote T Mark among staff of companies approved with T Mark certification. Among these companies were:

- บริษัทโอลีน จำกัด ผู้ผลิตน้ำมันพืชโอลีน Oleen Company Limited, manufacturer of Oleen vegetable oil
- บริษัทอแพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด ผู้ผลิตอาหารแบรนด์ร้อยไทย Ampol Food Processing Limited, which produces Roi Thai food products
- บริษัทชาบีน่า จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตชุดชั้นในแบรนด์ชาบีน่า Sabina Public Company Limited, manufacturer of Sabina lingerie
- การอุทิศ精力ส์ผู้บริหารผ่านรายการโทรทัศน์และเฟซบุ๊ก ไลฟ์ อารี

The PR activities included broadcasting relevant executives' interviews through TV programs and FB Live

- รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง และช่าวสด เฟซบุ๊ก ไลฟ์ The Phuying Theung Phuying (Women to Women) TV program and Khaosod FB Live

- ประชาสัมพันธ์สื่อโฆษณาในนิตยสารที่มีชื่อเสียง อาทิ

Print media publicity via top magazines such as

- มติชนสุดสัปดาห์, เอสเอ็มอี ไทยแลนด์, จีเอ็ม บีส, ไทยแลนด์เรสเตอรองท์นิวส์ เป็นต้น Matichon Weekly, SME Thailand, GM Biz, and Thailand Restaurant News



• ร่วมสนับสนุนงานวิ่ง BANGKOK WOMEN'S RUN 2017

(3) Online PR & Digital Marketing Campaigns: The DITP conducted these campaigns targeting new-generation Thais and foreigners. Both online PR and digital marketing campaigns supporting T Mark were implemented in 2017 to highlight T Mark Heartmade Quality and Proudly Made in Thailand sentiment. The campaigns focused on viral marketing, hiring bloggers/influencers of the Millennial segment to promote T Mark. They covered:



- แนะนำตรา T Mark (What's T Mark) ทั้งเรื่องความเป็นมา และความเข้าใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ถึงคุณภาพการกรันต์ของตราสัญลักษณ์ T MARK

- Thailand Heartmade Nation สร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับตรา T Mark ในกลุ่มผู้บริโภคและผู้ส่งออก โดยใช้ Thai Brand Heroes ปลุกกระแสแนวคิดคนไทยสนับสนุนสินค้าไทย ไล่ตั้งใจ และทำด้วยใจ เพื่อสร้างแนวทางให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เกิดแรงบันดาลใจ สนใจ และรู้จักราสัญลักษณ์ T Mark เพิ่มมากขึ้น

- จัดทำแคมเปญ “ทำด้วยใจ ทำด้วยไทย” โดยใช้ Blogger และ Influencer ร่วมถ่ายภาพลงแคมเปญ โดยมีสินค้าไทยหรือภาพความเป็นไทย พร้อมติดแฮชแท็ก #ThailandHeartMade Quality #ProudlyMadeinThailand #IFoundTmark เพื่อชักชวนผู้สนใจเข้าร่วมแคมเปญเพื่อแสดงความภูมิใจในสินค้าไทยและความเป็นไทย ลงประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่น Digital Billboard จอ LED โฆษณา และช่องทาง Google Display Network (GDN) โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ อาทิ Forbes Thailand/Brand Buffet/bangkokbiznews/Marketing Oops!/The MATTER/DOODDOT/MarketPlus / a day online / Bangkok Post

กิจกรรมส่งเสริมตรา T Mark

(1) จัดงาน T Mark Festival ร่วมกับห้างสรรพสินค้า เอ็มควอเทียร์ วันที่ 23 - 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เพื่อประชาสัมพันธ์ ตรา T Mark ในกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติและชาวไทย โดยจัดแสดงนิทรรศการและคุ้นหูกำหน่ายสินค้า 32 ร้านค้า รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ในตรา T Mark รวมทั้งแบรนด์สินค้าและบริการไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ T Mark อาทิ กิจกรรม T Mark Festival, T Mark Shop, Heartmade Workshop, T Mark Experience พร้อมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบ Shelf Talker ร่วมกับ Gourmet Market กว่า 500 รายการ

- Introduction of T Mark (What's T Mark): This sought to inform consumers of the background behind the T Mark's concept and its representation of quality.

- Thailand Heartmade Nation: This campaign promoted awareness and understanding of T Mark among consumers and exporters, using Thai Brand Heroes. In a bid to encourage Thais to support Thai products, it sought to inspire Thai entrepreneurs to do their businesses with their passion. All at the same time, the campaign aimed at ensuring that new entrepreneurs were inspired by, interested in, and more aware of the T Mark.

- “Do it With Heart, Do it By Thais”: This campaign had bloggers and influencers sharing photos of Thai products/services with hashtags #ThailandHeartMadeQuality, #ProudlyMadeinThailand, and #IFoundTmark on social media so as to encourage more people to show their pride in Thai products/services online. These photos were shown on BTS media, digital billboards, and LED screens for ads. DITP also bought space from Google Display Network (GDN) and online platforms of various media outlets including Forbes Thailand, Brand Buffet, bangkokbiznews, Marketing Oops!, The MATTER, DOODDOT, MarketPlus, a day online and Bangkok Post for further online publicity.

Activities to Promote T Mark

(1) T Mark Festival in Collaboration with Emquartier:

Held between 23rd and 28th May 2017, this festival aimed at promoting T Mark among foreign and Thai consumers. The festival featured 32 exhibition booths and activities to raise public awareness of T Mark and products issued with this certification. Among the activities are T Mark Festival, T Mark Shop, Heartmade Workshop, T Mark Experience, and Shelf Talker promotion with more than 500 product items from Gourmet Market.





(2) กิจกรรมประชาสัมพันธ์ตรา T Mark ร่วมกับห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ในโครงการ “เชิญชวนช้อปสินค้าไทยคุณภาพสากลตรา T Mark กันบี๊กซี” จัดขึ้นระหว่างวันที่ 20 สิงหาคม - 20 กันยายน พ.ศ. 2560 เปิดโอกาสให้ลูกค้าบี๊กซีเลือกซื้อสินค้า T Mark ได้มากถึง 2,500 รายการ ณ จุดขายในบี๊กซี ชูเปอร์เซ็นเตอร์ และมินิบี๊กซีกว่า 600 สาขา ทั่วประเทศ

จากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ร่วมมือกับภาครัฐส่วนต่างๆ ในปี 2560 ส่งผลให้มีผู้สนใจสมัครขอใช้ตรา T Mark ในช่วงเดือนกันยายน 2559 - กันยายน 2560 จำนวน 629 ราย และผู้มีคุณสมบัติได้รับตราประจำปี 2560 จำนวน 69 ราย โดยจัดพิธีมอบประกาศนียบัตรไปเมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2560 โดยมีนายวินิจฉัย แจ่มแจ้ง ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้มอบ

(2) T Mark Campaign in Collaboration with Big C Supercenters:

From 20th August to 20th September 2017, this campaign invited people to buy T Mark products at Big C outlet. More than 2,500 items of T Mark products were made available at over 600 Big C Supercenters and Mini Big C branches across Thailand.

With the continuous attempt to promote the T Mark of the DITP and partners, we have seen a total of 629 entrepreneurs applying for T Mark certification from September 2016 to September 2017. Of them, 69 were granted the certification. Mr. Winitchai Chamchaeng, Vice Minister for Commerce, presided over the ceremony to present the T Mark certification to qualified entrepreneurs on 18th September 2017.



โครงการพิจารณาคัดเลือกและตัดสินสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี ปี 2560
DESIGN EXCELLENCE AWARD 2017 (DEMark)



Design Excellence Award

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ดำเนินโครงการคัดเลือกและตัดสินสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี หรือรางวัล Design Excellence Award (DEMark) ขึ้นเป็นปีที่ 10 เพื่อส่งเสริมผลงานที่โดดเด่นด้านการออกแบบและยกระดับสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายในตลาดโลก โดยได้รับความร่วมมือจากองค์กรส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) และ Japan Institute of Design Promotion (JDP) ในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากรางวัล Good Design Award (G Mark) ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นรางวัลด้านการออกแบบที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลมาต่ำสิน รวมทั้งให้ความร่วมมือในด้านอื่น ๆ เพื่อให้รางวัลได้มาตรฐานในระดับสากล

The DITP, through its Office of Innovation and Value Creation organized the 10th Design Excellence Award (DEMark). This award aims to recognize products with an outstanding design, and to raise acceptance of good design Thai products in overseas markets. The Japan External Trade Organization (JETRO) and the Japan Institute of Design Promotion (JDP) support this event by offering its Good Design Award (G Mark) and with other contributions. Judges from Japan's internationally-recognized G Mark contest have joined the award's panel of judges.



รางวัล

DESIGN EXCELLENCE AWARD (DEMARK) ช่วยรับรอง
SERVES AS A MARKETING TOOL TO CERTIFY THAT:



สินค้าที่มีการออกแบบดี มีมูลค่า
A product has good design and value.



สินค้าที่มีนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่าง
สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและแข่งขัน
A product is uniquely innovative, receptive to
the changing market demand and competition.



เป็นเครื่องมือในการตลาดที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ
DEMark serves as a marketing tool.

จำนวนผู้ได้รับรางวัล ปี 2551 – 2560

NUMBER OF WINNERS BETWEEN 2008 AND 2017

DEMARK

จำนวน



688

ราย
WINNERS

G MARK

จำนวน



410

ราย
WINNERS

ประเกตรางวัล DEmark ในปี 2560 แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มสินค้า ได้แก่

IN 2017, DEMARK AWARDS WERE GRANTED IN SIX CATEGORIES:



- กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์
Furniture
(Industrial Process / Industrial Craft)



- กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์
Lifestyle Products (Gift & Decorative Items, Household Items)



- กลุ่มนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นเครื่องแต่งกาย
Innovative Fashion Items & Apparel
(Fashion, Apparel, Jewelry, Textiles, etc.)



- กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม
Industrial Products (Home Appliances / Equipment and Facilities for Office / Etc.)



- กลุ่มออกแบบบรรจุภัณฑ์
Packages (Packaging Design)



- กลุ่มสินค้ากราฟิกดีไซน์
Graphic Design Products (Fonts and Graphics on Surface, Digital Media, Identity Design)

โดยในปี 2560 ได้ดำเนินการ ดังนี้

IN 2017, THE PROJECT CARRIED OUT THE FOLLOWING ACTIVITIES:

เปิดรับสมัครเข้าร่วมโครงการผ่านทาง

Applications were accepted via www.demarkaward.net

วันที่ 4 - 9 เมษายน พ.ศ. 2560 / 4th - 9th April 2017:

จัดนิทรรศการและคุ้หาเจรจาการค้าผู้ประกอบการ
ที่ได้รับรางวัล DEmark ภายใน Milan Design Week
ณ เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี

An exhibition and business-matching session was held for
DEmark winners at Milan Design Week in Italy.

วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2560 / 30th August 2017:

พิธีมอบรางวัล Best Design ภายในงาน PM Award
(เฉพาะผู้ที่เป็นคandidates ที่สูงสุดอันดับแรกของแต่ละกลุ่มสินค้า)
ณ ตึกสันติไมตรี ทำเบียร์รัชดาลัย

The Best Design Award presentation ceremony was held
during the PM Award Event at Santi Maitree Building,
the Government House (only the highest scorer in each
category could be awarded at the event).

มีนาคม
MARCH

เมษายน
APRIL

พฤษภาคม
MAY

สิงหาคม
AUGUST

กันยายน
SEPTEMBER

ตุลาคม
OCTOBER

พฤศจิกายน
NOVEMBER

วันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2560 / 9th March 2017:

จัดงานแถลงข่าวและจัดเสวนา ได้รับการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญ
จาก G Mark ในการให้คำวินิจฉัยด้านการออกแบบ ณ ห้องจูปีเตอร์ 9
อิมแพ็ค วาร์ป เมืองทองธานี

With the support of G Mark experts, a press conference
and seminar on product design was held at
Jupiter 9 Room, IMPACT Arena, Muang Thong Thani.

วันที่ 23 - 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 / 23rd - 31st May 2017

พิธีเปิดนิทรรศการ DEmark Show ณ สยามพารากอน
“DEmark Show” exhibition opening ceremony
was held at Siam Paragon.

วันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2560 / 16th September 2017

พิธีมอบรางวัล DEmark ณ ห้องบอลรูม ชั้น 2
โซนอ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
The DEmark-award presentation ceremony
took place at the Ballroom of Queen Sirikit
National Convention Center (A zone, on 2nd Floor).

วันที่ 30 ตุลาคม - 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 / 30th October - 7th November 2017

ผู้ได้รับรางวัล DEmark / G Mark 2017 ส่งสินค้าเข้าร่วมงาน Good Design Exhibition 2017
ณ Tokyo Midtown กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

The DEmark / G Mark Award 2017 winners showcased their products at
the Good Design Exhibition 2017 held at Tokyo Midtown in Tokyo, Japan.

โครงการพิจารณาคัดเลือกและตัดสินรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2560 PRIME MINISTER'S EXPORT AWARD 2017

รางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น (Prime Minister's Export Award) หรือ PM Award จัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2535 สมัยนายกรัฐมนตรีอานันท์ ปันยารชุน มีเป้าหมายในการสนับสนุนและให้ความสำคัญแก่ผู้ส่งออกสินค้าและบริการที่มีผลงานดีเด่น มีการริเริ่มและพัฒนามาบุกเบิกตลาดต่างประเทศภายใต้ชื่อทางการค้าของตนเอง และมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการที่มีส่วนผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการของประเทศ ถือเป็นรางวัลสูงสุดของรัฐบาลที่มอบให้แก่ผู้ส่งออก เป็นรางวัลแห่งความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการทั้งสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งจากการดำเนินโครงการตั้งแต่ปี 2535 จนถึงปี 2560 รวมระยะเวลา 26 ปี มีบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกให้รับรางวัลแล้ว รวม 542 บริษัท ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการ ดังนี้



1. วันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2560 กิจกรรมเสวนาเปิดตัวโครงการรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2560 ณ ห้องบอลรูม 1 โรงแรม S31
2. เดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม พ.ศ. 2560 เปิดรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการ มีผู้สมัครกว่า 96 บริษัท
3. คณะกรรมการเดินทางตรวจเยี่ยมสถานประกอบการของผู้ที่ผ่านการคัดเลือกในรอบแรก

The Prime Minister's Export Award (PM Award) was first established in 1992 during Prime Minister Anand Panyarachun term of office. Its goals were to support and honor exporters of outstanding products and services with the initiative to penetrate overseas market, gaining global recognition for their own product brands. Today, the PM Award is the most prestigious award given by the Thai government to exporters, accepted as the highest honor to its winners. The award also serves to lift the profile of entrepreneurs that have contributed to Thailand's export sector. Between 1992 and 2017, a total of 542 companies have won a PM Award. The DITP implemented the PM Award 2017 Project as follows:

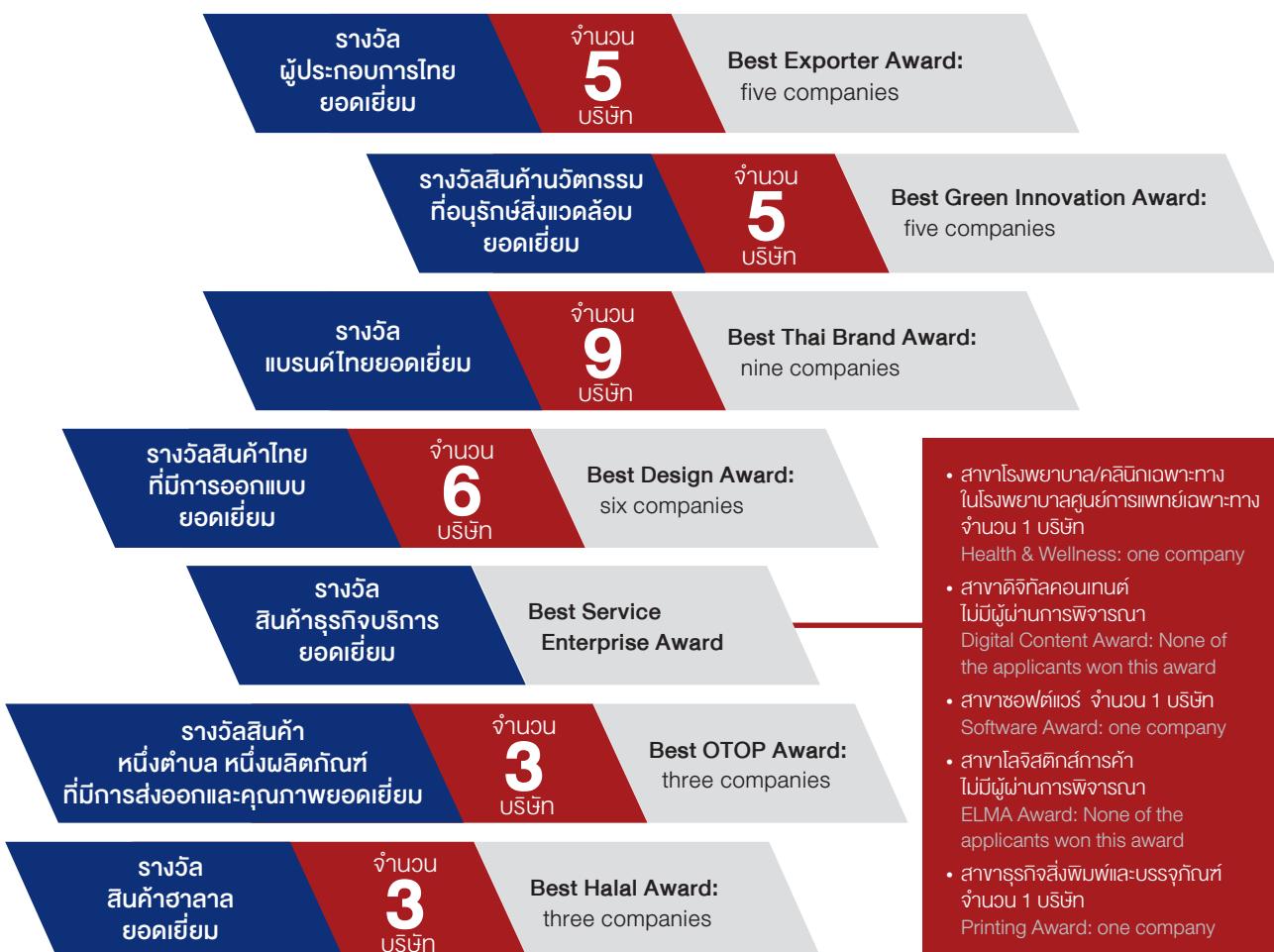
1. 24th March 2017: A seminar was held to launch the PM Award 2017 Project at Ballroom 1 at S31 Hotel.
2. February - March 2017: The DITP registered 96 applicants during the application period.
3. Sub-committees inspected the facilities of companies that passed the first round.





4. วันที่ 30 สิงหาคม 2560 จัดพิธีมอบรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ประจำปี 2560 ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล โดยนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้เกียรติเป็นประธานในพิธีฯ มีผู้ประกอบการได้รับรางวัลรวม 33 บริษัท 34 รางวัล แบ่งออกเป็น 7 ประเภทรางวัล ดังนี้

4. 30th August 2017: Prime Minister General Prayut Chan-o-cha presided over the PM Award 2017 presentation ceremony, which was hosted by the DITP at Santi Maitree Building, the Government House. A total of 33 companies won 34 awards. They were divided by category as follows:



THAI SELECT

ตราสัญลักษณ์มาตรฐานอาหารไทยคุณภาพ SYMBOL OF THAI FOOD QUALITY



ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยตั้งขึ้นในต่างประเทศจำนวนมากกว่า 15,000 ร้าน ซึ่งมีทั้งร้านอาหารไทยแท้และร้านอาหารที่แอบอ้างว่าเป็นร้านอาหารไทย รัฐบาลไทย therefore กล่าวถึงปัญหานี้ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของอาหารไทยและประเทศไทย และเพื่อเป็นการรักษา มาตรฐานของรสชาติอาหารไทยและคุณภาพของธุรกิจบริการ ร้านอาหารไทย จึงดำเนินโครงการ "Thai SELECT" โดยการมอบ ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แก่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ที่ให้บริการอาหารไทยสชาติไทยแท้ โดยมีหลักเกณฑ์การตรวจ ให้ตราบอร์งที่มีมาตรฐาน มีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบ ให้คะแนน ทั้งนี้ เพื่อแก้ไขปัญหาความเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารไทย และแก้ไขปัญหารสชาติอาหารไทยผิดเพี้ยนในร้านอาหารไทยใน ต่างประเทศ โดยในปี 2555 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้พิจารณามอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้กับผลิตภัณฑ์ อาหารไทยสำเร็จรูปด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการอาหารไทย ของผู้บริโภค รวมถึงช่วยรักษาและขยายตลาดอาหารไทยสำเร็จรูป ในตลาดโลกอย่างยั่งยืน

Nowadays, there are more than 15,000 Thai restaurants in overseas countries. Among those, many are authentic Thai restaurants, while some are merely claiming to be Thai. Recognizing that some of these so-called "Thai" restaurants may adversely impact the image of Thai cuisine, the Thai government resolved to launch the "Thai SELECT" project in a bid to maintain standards and authenticity of Thai food in Thai restaurants. Under this project, Thai SELECT certification is granted to overseas restaurants that serve good, authentic Thai food. The project has clear and stringent criteria, with qualified judges checking and scoring restaurants before approving their certification. This project provides an effective solution to correct the misunderstandings amongst the general public about Thai food and its characteristics. In 2012, the DITP decided to grant Thai SELECT to ready-to-eat food products as well, in response to consumers' modern-day needs. This move has moreover supported these products in the global market on a sustainable basis.



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ดำเนินการมอบตราสัญลักษณ์ให้ร้านอาหารไทยทั่วโลก

The DITP has already granted Thai SELECT certification to

1,103 ราย
RESTAURANTS

แบ่งประเภทเป็น

**THERE ARE TWO TYPES
OF CERTIFICATIONS**

THAI SELECT PREMIUM

218 ราย
RESTAURANTS

THAI SELECT

885 ราย
RESTAURANTS



สหรัฐอเมริกา
IN THE US
503 ราย
RESTAURANTS



ยุโรป
IN EUROPE
258 ราย
RESTAURANTS



เอเชีย
IN ASIA
203 ราย
RESTAURANTS



ตะวันออกกลาง
และแอฟริกา
IN THE MIDDLE
EAST AND AFRICA
35 ราย
RESTAURANTS



โอเชียเนีย
IN OCEANIA
33 ราย
RESTAURANTS



- ในงวดเดียว กับมีจำนวนผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่ได้รับตรา Thai SELECT จำนวน 402 ผลิตภัณฑ์ จาก 41 บริษัท (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2560)
- A total of 402 ready-to-eat food products from 41 companies have been certified by Thai SELECT as at December 2017.

ปีงบประมาณ 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศดำเนินการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT อย่างต่อเนื่องทั้งการจัดกิจกรรมโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ การจัดกิจกรรมในประเทศไทย รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางใหม่ ๆ อาทิ สื่อโซเชียลมีเดียและสื่อออนไลน์ เป้าหมายคือ ตลาดสหัสกรีเมริกา กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ เช่น ประชาสัมพันธ์อาหารไทยและตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่าน Celebrity Chef การประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer และ Food Blogger การเข้าร่วมงาน Chicago Gourmet การจัดคณ์ผู้แทน การคัดเลือกอาหารไทยสำเร็จรูปเยือนสาธารณะรัฐประชานจัน การส่งเสริมอาหารไทยใน Canteens ผ่านช่องทาง Institution ร่วมกับบริษัท Food Service ในประเทศเยอรมนี

สำหรับการจัดกิจกรรมในประเทศไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดการประกวดตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แก่ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปประจำปี 2560 มีผู้ประกอบการได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT จำนวน 125 ผลิตภัณฑ์ จาก 19 บริษัท รวมถึงการจัดคุณนิทรรศการประชาสัมพันธ์ Thai SELECT ในงาน "THAIFEX-World of Food Asia 2017" โดยเชิญผู้ลั่งอกผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ร่วมออกคุหา พร้อมจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT และกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ มากมาย



During fiscal year 2017, the DITP constantly promoted Thai SELECT certifications, both in Thailand and overseas. The promotion also expanded to new platforms such as online media and social media. The main target market is the US. Major activities were: promotion of Thai food and Thai SELECT via celebrity chefs, PR campaigns via food bloggers and influencers, participation in Chicago Gourmet, dispatching a delegation of Thai ready-to-eat food manufacturers to China, and promotion of Thai food at institutions' canteens through a collaboration with a food service company in Germany.

In Thailand, the DITP organized the Thai SELECT 2017 contest, awarding the certification to Thai ready-to-eat food products, which resulted in 125 products from 19 companies winning the certification. The DITP also staged an exhibition on Thai SELECT at THAIFEX-World of Food Asia 2017, and Thai SELECT ready-to-eat food exporters were invited to join the event.

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ผ่านช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยม โดยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม อาทิ

The DITP, moreover, has promoted Thai SELECT via social media and popular online platforms such as



รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียและการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ Thaiselect.com

ขณะเดียวกัน นอกจากการประชาสัมพันธ์ ยังมีกิจกรรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบธุรกิจบริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศที่ได้รับตรา Thai SELECT โดยการเชิญร้านอาหาร Thai SELECT จำนวน 18 ร้านจากประเทศต่าง ๆ ให้เดินทางมาร่วมกิจกรรมในประเทศไทย เช่น เยี่ยมชมโรงงานผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเยี่ยมชมสถาบันสอนทำอาหาร การเจรจาธุรกิจกับผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT วัตถุประสงค์สำคัญคือส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร Thai SELECT รักษาคุณภาพร้านอาหารไทยแท้ที่ถูกต้องและพัฒนาการให้บริการของร้านต่อไป

Thai SELECT even has its own dedicated website, Thaiselect.com.

In addition to the aforementioned publicity activities, the representatives of 18 overseas-based Thai restaurants receiving Thai SELECT certification were invited to visit Thailand in 2017. During the visit, they were brought to food and agricultural product plants, cooking schools, and business negotiation sessions with Thai SELECT food exporters. These activities aimed to help Thai SELECT restaurants to maintain their genuine Thai food characteristics and excellent service standards.



/ NICHE MARKETS /

เจาะตลาดเฉพาะ

กรมล่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งโครงสร้างประชากร (Demographic Shifts) โครงสร้างระบบเศรษฐกิจ โลพส์ไทล์ผู้บริโภค เทคนولوجีการสื่อสารและสุขภาพ กระแสกลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยง กระแสซื้อขายของท่องเที่ยวฯ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสทางการค้าใหม่ ๆ ดังนั้น เพื่อเป็นการขยายช่องทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายใหม่ แบบเจาะตลาดเฉพาะ (Niche Market) อาทิ สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ สินค้าสำหรับโรงแรม สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

ในปี 2560 กรมล่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินโครงการเพื่อรองรับกระแสการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปแบบเบ็ดเสร็จ ครอบคลุมทั้งการให้ความรู้ คำแนะนำ ปรับรูปแบบสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างช่องทางและโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ผลิตและส่งออกไทย อาทิ



1. โครงการพัฒนาตลาดผู้สูงอายุ ปีที่ 4 (60+): ดำเนินการต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2557 โดยในปีนี้มีผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสินค้าและตลาดจากฝรั่งเศสเดินทางมาให้คำปรึกษาและแนะนำรายบริษัท พร้อมทั้งนำสินค้าที่ได้รับคำแนะนำไปจัดแสดงและเจรจาการค้าในส่วนนิทรรศการสินค้าผู้สูงอายุ (60+) ในงานแสดงสินค้าโลพส์ไทล์รูปแบบใหม่ (STYLE) ระหว่างวันที่ 17 - 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา นอกจากนี้ยังดำเนินกิจกรรมสำนักัญอื่น ๆ เช่น

Recognizing demographic shifts, on-going changes in the structure of the economy, consumers' changing lifestyles with ever-growing health trends, increasing pet-lovers and frequent vacationers, the DITP has pursued new trade opportunities in niche markets targeting the elderly consumers, hotel products, pet products and many more.

In 2017, the DITP implemented several projects to equip Thai manufacturers and exporters with the knowledge, tips and insights, essential to conquering the new niche markets. Among these projects were:

1. **The 4th Elderly Market Development Project (60+ years):** as a continuity of the initiative first launched in 2014, this year, experts in product and market development from France joined the project to provide counselling to each Thai participant. Recommended products were then exhibited at STYLE Fair, exhibiting new lifestyle products, which was held for consumers aged 60+ years between 17th and 21st October 2017 at Bangkok International Trade & Exhibition Centre. This project also included:





- ประชาสัมพันธ์สินค้าผู้สูงอายุผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ 60plusthailand.com, Facebook และ YouTube มีผู้ชมเว็บไซต์กว่า 38,000 ราย

- Online campaigns for the promotion of products for the elderly generation via 60plusthailand.com, Facebook and YouTube, reaching more than 38,000 people

จัดนิทรรศการและเจรจาการค้าสินค้าผู้สูงอายุ EXHIBITIONS AND TRADE NEGOTIATIONS FOR PRODUCTS FOR THE ELDER GENERATION

วันที่ 31 พฤษภาคม - 4 มิถุนายน พ.ศ. 2560

งาน “THAIFEX-World of Food Asia 2017” ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี THAIFEX-World of Food Asia 2017: 31st May - 4th June 2017 at IMPACT Arena, Muang Thong Thani

วันที่ 14 - 17 กันยายน พ.ศ. 2560

งาน “Thailand Innovation and Design Expo 2017” (T.I.D.E) ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ Thailand Innovation and Design Expo 2017 (T.I.D.E): 14th - 17th September 2017 at Queen Sirikit National Convention Center

วันที่ 11 - 13 กันยายน พ.ศ. 2560

งาน “Diet&Beauty Fair Asia 2017” ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น สินค้าที่ได้รับความสนใจคือ อาหารเครื่องดื่ม Anti-Aging อาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สปา/บำรุงผิว Anti-Aging และของตกแต่งบ้าน Diet & Beauty Fair Asia 2017: 11th - 13th September 2017 in Tokyo, Japan. Popular products at this event were foods, beverages, anti-aging products, healthy foods, spa and skincare products, and home decor.



2. Project to Expand Markets via Institutions: Continuing for its third consecutive year, this initiative aims at tapping into the hospitality industry in Italy and in Europe. This year, the main focus is on marketing activities for promoting products specially developed for European hotels and resorts under the H&H brand. On this occasion, Italian marketing experts helped to draw up marketing strategies, coordinated with the sales network from the project, and provided individual counselling sessions to manufacturers and exporters participating in the project. The products developed during the project were then showcased at the Salone Del Mobile Milano 2017 in Milan, Italy, between 4th to 9th April 2017. The popular products at the fair were teak furniture, upholstery, bamboo furniture, painted ceramics, etc. All these activities bolstered the H&H brand image in Europe. In support of the project, pop-up stores selling H&H products also went up in Milan and a website, Hostandhome.it, was also created to promote Thai products and connect interested buyers with Thai entrepreneurs.

2. โครงการขยายช่องทางตลาดใหม่: สถาบัน (Institution) พัฒนาตลาดสินค้าและตลาดกลุ่ม Hospitality ในประเทศอิตาลี ทวีปยุโรป เป็นปีที่ 3 โดยในปี 2560 เน้นทำกิจกรรมการตลาดจากสินค้าที่ผ่านการพัฒนาให้เหมาะสมกับกลุ่มโรงแรม รีสอร์ฟในยุโรป ภายใต้แบรนด์ H&H โดยมีผู้ดำเนินการพัฒนาตลาดจากประเทศไทย คือ ลีลาวดีกรุ๊ป จำกัด ทำการขยาย ประสานงานกับเครือข่าย การขายสินค้าจากโครงการฯ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำรายบริษัท โดยนำสินค้าที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการฯ ไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Salone Del Mobile Milano 2017 ณ เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี ระหว่างวันที่ 4 - 9 เมษายน พ.ศ. 2560 สินค้าที่รับความสนใจ เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก บุหนัง เฟอร์นิเจอร์จากไม้ไผ่ เซรามิกเซย์นลาย เป็นต้น สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีภายใต้แบรนด์ H&H ให้เป็นที่รู้จักในตลาดยุโรป นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรม Pop Up Store ในเมืองมิลาน พร้อมจัดทำเว็บไซต์ Hostandhome.it เพื่อประชาสัมพันธ์และใช้เป็นช่องทางติดต่อผู้ประกอบการไทย

3. โครงการพัฒนาตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงในญี่ปุ่น: ผู้ดำเนินงานด้านการตลาดและสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นได้มาให้ความรู้และคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภคญี่ปุ่น และนำผู้ประกอบการไทยเดินทางไปเจรจาการค้า ณ นครโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 3 - 6 เมษายน พ.ศ. 2560 สินค้าที่ได้รับความสนใจ เช่น ของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง (สีปลอกสารพิษหรือทำจากวัสดุธรรมชาติ) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสำหรับสัตว์เลี้ยง และที่นอนสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมแฟชั่นโชว์ จัดคุณานิทรรศการและเจรจาการค้าสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในงานแสดงสินค้าในประเทศ ได้แก่ งาน BIG+BIH April 2017 ระหว่างวันที่ 19 - 23 เมษายน พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา และงาน Thailand Innovation and Design Expo 2017 (T.I.D.E) ระหว่างวันที่ 14 - 17 กันยายน พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยได้รับการตอบรับอย่างล้นหลามจากผู้เข้าชมทั้งชาวไทยและต่างชาติ อาทิ เกาหลี ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์

3. Project to Promote Pet Products in Japan: Under this project, marketing gurus from Japan came to Thailand to provide counselling to Thai entrepreneurs on how to boost their abilities to develop products for Japanese consumers. The project, moreover, took Thai entrepreneurs to Osaka, Japan, to participate in a business negotiation forum. The event was held from 3rd to 6th April 2017. Popular products included pet toys using toxin-free paint or natural materials, cleaning products for pets, and pet mattresses.

On top of this, the DITP arranged a fashion show, exhibition booths and business-matching opportunities for manufacturers of pet products at BIG+BIH April 2017, which ran from 19th to 23rd April 2017 at Bangkok International Trade Exhibition & Centre, and at Thailand Innovation and Design Expo 2017 (T.I.D.E) which ran from 14th to 17th September 2017 at Queen Sirikit National Convention Center. These products attracted huge interest from Thai and foreign visitors, especially Korean, Japanese, Taiwanese and Singaporean nationals.



2

TRADE IN SERVICES

การปรับโครงสร้างการค้าสู่ภาคบริการ

/ SERVICE BUSINESSES /

NEW MECHANISM FOR THE THAI ECONOMY

ธุรกิจบริการ: กลไกใหม่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการไทยของกระทรวงพาณิชย์ที่กำหนดเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจบริการของอาเซียนใน 3 - 5 ปี ลดคลังกับแนวทางประเทศไทย 4.0 ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการสู่การเป็น High Value Service และเชื่อมต่อสู่ตลาดโลก

The DITP has always played a vital role in driving the Ministry of Commerce's service sector strategy, which aims to turn Thailand into the ASEAN's service hub within the next three to five years. This role is in line with the government's Thailand 4.0 Policy, which encourages Thai service businesses to deliver high-value services and enter the global market.

FIRST S-CURVE SERVICE BUSINESSES

ต่อยอดธุรกิจเดิมที่มีศักยภาพ



สุขภาพและความงาม
Health & Beauty



การศึกษานานชาติ
International Education



ภาพยนตร์/
ภาพยนตร์สารคดี/โฆษณา
Movies/Documentaries/
Advertising



สิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์
Print & Packaging



การบริหารการจัดงาน
Events



โลจิสติกส์การค้า
Trade Logistics

NEW S-CURVE SERVICE BUSINESSES

ต่อยอดธุรกิจในอนาคต



ดิจิทัลคอนเทนต์
Digital Content



ซอฟต์แวร์
Software



ธุรกิจสุขภาพและความงาม HEALTH & BEAUTY BUSINESSES

ปัจจุบันธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงามมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพและความงามของไทย ซึ่งมีจุดแข็งทั้งด้านความหลากหลายของสินค้าและบริการ ความเชื่อมั่นในมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภค นอกเหนือจุดเด่นของธุรกิจนี้คือ ไม่เพียงสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองเท่านั้น หากแต่ยังสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องให้เติบโตควบคู่ไปด้วย เช่น เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ Personal Care รวมถึงผลิตภัณฑ์สปา

ช่วงปีที่ผ่านมา กรมฯ ได้นำผู้ประกอบการสินค้าเครื่องสำอางเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศรวม 2 งานคือ งานแสดงสินค้า Cosmoprof Asia 2017 ณ เมืองฮ่องกง สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ความงามระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก และงานแสดงสินค้า Beautyworld Middle East 2017 ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นงานแสดงสินค้าเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สุขภาพ/ความงาม และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลางและใหญ่เป็นลำดับที่ 5 ของโลก สำหรับด้านการส่งเสริมสินค้าสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกรมฯ มีบทบาทในการขยายช่องทางการตลาดในต่างประเทศโดยการนำคณาจารย์แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้า ณ ประเทศสิงคโปร์ และเชิญคณาจารย์แทนการค้าจากทั่วโลกเดินทางมาเจรจาในประเทศไทย ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน 177 ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อร่วม 17.23 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 517 ล้านบาท

Health & beauty businesses have been growing strongly as consumers across the world are paying more attention to their health and quality of life. This trend provides Thai health & beauty entrepreneurs with great business opportunities. After all, they boast several strengths – namely an impressive variety of products and services to offer, good standards, internationally-recognized quality, and constant product and service development. Health & beauty businesses do not only generate income for themselves but also support the growth of other relevant industries, including cosmetics, personal care and spa product businesses.

During the past year, the DITP brought Thai cosmetic entrepreneurs to two overseas exhibitions. The first was Cosmoprof Asia 2017 in Hong Kong, which is the Asia-Pacific region's biggest international expo of cosmetic and beauty products. The second was Beautyworld Middle East 2017 in Dubai, which is the Middle East's biggest expo for cosmetics, health & beauty products, and related items, and is the fifth biggest cosmetics expo in the world. The DITP, moreover, engaged in the promotion of Thai herbal products and related items by expanding their distribution channels overseas. With the support from the DITP, 177 Thai entrepreneurs headed to Singapore for talks with trade delegations from across the world. Correspondingly, foreign trade delegations were invited to visit Thailand for negotiations. These trade talks generated on-the-spot purchase orders worth USD 17.23 million or THB 517 million.



นอกจากนี้ กรมฯ ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทาง Modern Trade ในต่างประเทศ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รายย่อยในตลาดที่มีศักยภาพ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า Robins นครใจมิวนิค ประเทศเยอรมนี และห้างสรรพสินค้า Ito Yokado นครเชิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน 22 ราย สร้างมูลค่าทางการค้ากว่า 30 ล้านบาท ส่งผลให้สินค้าไทย มีโอกาสวางจำหน่ายกว้างขวางในห้างสรรพสินค้าดังกล่าวด้วย ในปี 2561 กรมฯ มีแผนที่จะจัดกิจกรรมดังกล่าวเพิ่มเติมในกลุ่มประเทศอาเซียน เช่น สปป.ลาว และในมณฑลต่างๆ ของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นตลาดที่สินค้าและบริการด้านความงามและสุขภาพของไทย มีศักยภาพสูงและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม

ในปี 2560 กรมฯ จัดกิจกรรม Wellness Showcase นำเสนอ "Thai Wellness" การดูแลสุขภาพองค์รวมในแบบวิถีไทยที่ได้มาตรฐานสากลภายใต้อัตลักษณ์แบบไทย และสินค้า Beauty Trend ในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศที่จัดโดยกรมฯ (BIG+BIH เดือนตุลาคม 2016 และเมษายน 2017 งาน THAIFEX-World of Food Asia 2017) ซึ่งมีผู้สนใจกว่า 1,500 คน เพื่อสร้างการรับรู้ และตระหนักรถึงคุณประโยชน์ของสินค้าและบริการด้านสุขภาพ นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในสาธารณรัฐประชาชนจีน 2 ครั้ง ได้แก่ งาน Thai Spa in Guangzhou 2017 ภายใต้ธีมงาน Thailand: The Land of Spa และ Mini Exhibition เน้นสินค้าและบริการผู้สูงอายุของไทย ณ นครคุนหมิง มีผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมงานกว่า 2,000 คน มีมูลค่าการซื้อขายรวม 4 แสนเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 12 ล้านบาท เพื่อสร้างโอกาส นำเข้าสินค้าและบริการด้านสุขภาพและ Wellness ของไทยในอนาคต

On top of this, the DITP promoted sales of Thai products and services via modern trade channels in various overseas countries, with the aim to reach their targeted potential buyers. As part of this promotion, the DITP organized fairs at Robins Department Store in Ho Chi Minh City, Vietnam, and at Ito Yokado Department Store in Chengdu, China. A total of 22 entrepreneurs joined the fairs and reached total sales of THB 30 million. Their participation in the fairs also presented them with opportunities to sell their products at those stores on a permanent basis. In 2018, the DITP will hold similar fairs in other ASEAN countries including Laos and China, both of which have high potential, with highly positive response to Thai health & beauty products among the Laos and Chinese consumers.

During fiscal year 2017, the DITP staged the Wellness Showcase highlighting a holistic Thai Wellness theme, and presented trending beauty products at its key trade exhibitions BIG+BIH October 2016, BIG+BIH April 2017, and THAIFEX-World of Food Asia 2017. Designed to promote the benefits of health products and services, these exhibitions attracted more than 1,500 entrepreneurs. In addition, the DITP arranged two promotion and business-matching events in China. The first was Thai Spa in Guangzhou 2017, which embraced a Thailand: The Land of Spa theme. The second was a Mini Exhibition to present Thai products and services for elderly consumers in Kunming, China. These two events drew in more than 2,000 visitors and generated purchase orders worth USD 400,000 or THB 12 million. Through these forums, the opportunities in the Chinese market for Thai wellness products and services in general have also soared.





ธุรกิจภาพยนตร์ไทยระหว่างปี 2558 - 2559 มีมูลค่า 61,829 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการจูงใจส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ปีที่ผ่านมา กรมฯ ได้ส่งเสริมธุรกิจบันเทิงผ่านการร่วมงานเทศบาลภาพยนตร์นานาชาติที่สำคัญของโลก 2 งานคือ American Film Market & Conferences 2017 สหรัฐอเมริกา และ Cannes Film Festival 2017 ประเทศฝรั่งเศส รวมถึงการจัดกิจกรรม Thai Night ภายในงานทั้งสอง เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพความพร้อมของธุรกิจภาพยนตร์ไทยอย่างครบรวงจร และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยนำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 17 ราย มูลค่าการสั่งซื้อ 391.86 ล้านบาท มูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 1,054 ล้านบาท เกิดการจับคู่เจ้ามาก 579 คู่ และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม Thai Night จำนวน 598 ราย ส่วนตลาดในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย จัดเทศบาลภาพยนตร์ไทยในประเทศกัมพูชา มีมูลค่าการสั่งซื้อทันที 2 ล้านบาท และมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 10 ล้านบาท และเข้าร่วมในเทศบาลภาพยนตร์ Taipei Golden Horse Film Festival ซึ่งเป็นหนึ่งในเทศบาลภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในตลาดผู้ใช้ภาษาจีน และ Taipei International Queer Film Festival โดยนำภาพยนตร์ไทยเข้าฉายและแฉลงช่วง/เสนอระหว่างผู้กำกับภาพยนตร์กับสื่อมวลชนประมาณ 41 ราย มีการรายงานข่าวมากกว่า 49 บทความ สำหรับการสั่งเสริมผู้ประกอบการในกลุ่มภาพยนตร์สารคดีได้มีการจัดคณานักแทนการค้าไทย 6 ราย เข้าร่วมงาน Sunny Side of the Doc เป็นครั้งแรก ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง โดยบริษัทไทยได้รับคัดเลือกให้นำเสนอผลงาน (Pitching) ให้กับผู้กำกับและนักลงทุนต่างชาติ มีมูลค่าการสั่งซื้อมากกว่า 20 ล้านบาท

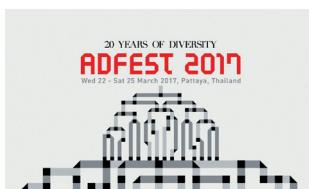
Between 2015 and 2016, the Thai movie business was worth THB 61,829 million per year. The government's incentive policy also helped to increase the growth of the business, attracting more production teams to Thailand for filmmaking. During the past year, the DITP promoted Thailand's movie business via participation in two major international film festivals, namely the American Film Market & Conferences 2017 in the US, and the Cannes Film Festival 2017 in France. At these events, the DITP staged a Thai Night to strengthen the image of Thailand's movie business and to highlight its solid potential. The Thai Nights attracted 598 entrepreneurs. The DITP headed to these two film festivals with 17 Thai entrepreneurs, and also helped them conclude immediate sales of THB 391.86 million – which then rose to THB 1,054 million in the following year. The event achieved 579 business matches.

In the Asia market, the DITP staged a Thai Film Festival in Cambodia. During this event, purchase orders worth THB 2 million were placed, which then rose to THB 10 million in the following year. Additionally, the DITP took part in the Taipei Golden Horse Film Festival – the most influential film festival for the Mandarin-speaking market – and the Taipei International Queer Film Festival. Its participation included the screening of Thai films, and press conferences and talk events, for 41 Thai filmmakers. As a result, at least 49 articles were published in connection with the Thai films and filmmakers. As for promotion of the documentary business, six Thai trade delegates attended Sunny Side of the Doc for the first time, and their participation was a big success. Thai companies were then selected to take part in a pitching event with foreign film directors and investors, attracting purchase orders of over THB 20 million.



ธุรกิจโฆษณา ADVERTISING BUSINESS

ภาพรวมธุรกิจโฆษณาในปี 2560 คาดว่ามีมูลค่ารวม 91,195 ล้านบาท ลดลงจากปี 2559 ประมาณร้อยละ 6.5 สื่อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีมูลค่าสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของตลาดสื่อโฆษณา ในขณะที่ปี 2560 นี้เป็นครั้งแรกที่สื่อดิจิทัล มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับสองแทนที่สื่อหนังสือพิมพ์ โดยมีมูลค่าประมาณ 11,780 ล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตสูง



เอเชียแปซิฟิก ADFEST ครั้งที่ 20 ที่จัดขึ้นในประเทศไทย นับเป็นปีที่ 7 ติดต่อกัน งานนี้เป็นงานที่ทั่วโลกให้ความสนใจ เนื่องจากเป็นเวทีนำเสนอผลงานการผลิตโฆษณาในรูปแบบใหม่ๆ มีผู้เข้าร่วมงานจาก 33 ประเทศ จำนวนผู้ประกอบการไทย 9 ราย มูลค่าการลั่งซื้อไม่ต่ำกว่า 141 ล้านบาท

In 2017, the advertising business was worth THB 91,195 million. It dropped by 6.5% from a year earlier. Holding the highest percentage of market share in the business, TVC segment took the hardest hit with this drop. In 2017, digital-media managed to surpass newspaper in terms of market share, with THB 11,780 million worth of value. The continuous growth in the digital-media business can be expected in the long term. In spite of the adverse changes in the market, the quality and creativity of Thai advertisement is still widely recognized. The DITP thus brought Thai entrepreneurs to the 20th ADFEST, which has been held in Thailand for seven consecutive years now, and which attracted participants from 33 countries. The festival receives global attention because it showcases new and creative advertising concepts. At the 20th ADFEST, nine Thai entrepreneurs joined as participants and recorded purchase orders totalling over THB 141 million.



ธุรกิจบริหารการจัดงาน EVENT BUSINESS

Event Business เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน จำกัดผู้ประกอบการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ประกอบกับผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานของไทยมีข้อได้เปรียบทั้งในด้านคุณภาพ ประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี จึงได้ดำเนินโครงการนำผู้ประกอบการเดินทางไปเจรจาการค้าและหาพันธมิตรทางธุรกิจ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีนจำนวน 12 ราย ณ ประเทศเนียร์มามา จำนวน 9 ราย และ ณ ประเทศลิสก์โพร์จำนวน 12 ราย เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ เช่น ตัวแทนทางธุรกิจ หุ้นส่วนการค้า ผู้ร่วมจัดงาน เป็นต้น รวมทั้งได้จัดสัมมนาโอกาสสู่ทางธุรกิจการค้าการจัดงานในตลาดเมียนมา เพื่อเผยแพร่ข้อมูลโอกาสทางการค้าและการลงทุนด้านการบริหาร การจัดงานแก่ผู้ประกอบการไทย การดำเนินโครงการของกรมล่งส่อม การค้าระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนธุรกิจบริหารการจัดงานไทย เป็นโครงการที่มุ่งพัฒนา กระตุ้นการต่อยอดธุรกิจและบริการในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อยกระดับประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานและกิจกรรมทางธุรกิจในภูมิภาค



Today, event business has dominated both Thai and global business trend. In this business, Thai entrepreneurs boast several advantages in terms of quality, experience, creativity and technologies to deliver excellent work. The DITP therefore brought 12 Thai entrepreneurs to China, nine Thai entrepreneurs to Myanmar and 12 Thai entrepreneurs to Singapore for trade talks on event deals. As a result, the Thai entrepreneurs successfully forged cooperation with foreign partners in the forms of distributorship, partnerships and co-organizing events. In addition, the DITP arranged a business seminar to help Thai entrepreneurs explore event business opportunities in Myanmar. All these DITP efforts aim to support Thai event business entrepreneurs to drive their business growth, and to support Thailand as the region's event hub.



ธุรกิจเป็นหนึ่งในธุรกิจการที่มีศักยภาพของไทย สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้มาก ไม่ใช่แค่เด่นทั้งด้านคุณภาพ มาตรฐาน ความหลากหลายของหลักสูตร ค่าใช้จ่าย รวมทั้งที่ตั้งของประเทศไทย รวมไปถึงสัมมนาการสร้างโอกาสทางธุรกิจการศึกษานานชาติของไทยสู่สากล เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านแนวโน้ม/ศึกษาดูงาน/เชิงพาณิชย์ในภูมิภาคอาเซียน ความต้องการของนักเรียนนักศึกษาต่างชาติต่อสถาบันการศึกษาไทย รวมถึงการให้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลสร้างการรับรู้การศึกษานานชาติของไทยในต่างประเทศ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 110 ราย และได้นำเสนอผู้ประกอบการสถาบันการศึกษาไทยที่มีหลักสูตรนานาชาติทั้งในระดับโรงเรียนและมหาวิทยาลัยรวมจำนวน 19 ราย เยือนสถานณ์วัฒนธรรมชาติจีน ก่อให้เกิดความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างสถาบัน 2 ประเทศ และเกิดมูลค่าจากการค้า 1 แสนหรือยุ่น สหรัฐ หรือประมาณ 3.5 ล้านบาท

Thailand's international education business has solid potential in the service sector, generating considerable income to the GDP. The business is recognized for its high standard, variety of educational courses, reasonable tuition fees, as well as strategic location. In order to boost Thai entrepreneurs' competitiveness in this business, the DITP organized seminars to update them on education trends across the world – particularly those in the ASEAN region – and of foreign students' expectations. The seminars also emphasized how digital media can help Thai education institutions to conveniently reach out to foreign target groups. In all, 110 participants attended these seminars last year. Supported by the DITP, representatives from 19 schools and universities also visited China to pursue collaborations and exchanges of knowledge. The visits have led to collaborations and business deals worth USD 100,000 or THB 3.5 million.



ธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ PRINT & PACKAGING BUSINESS

ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในด้านเทคโนโลยีการพิมพ์ขั้นสูง รวมถึงเป็นศูนย์กลางการพิมพ์บนกระดาษของอาเซียน อย่างไรก็ตี ผู้ประกอบการไทยยังคงต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้าน วัสดุ การออกแบบ และมาตรฐานความปลอดภัยให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น ในปีที่ผ่านมาได้เข้าร่วมงานแสดง สินค้า 2 งานคือ Frankfurt Book Fair 2016 ประเทศไทยมี ซึ่งเป็น งานแสดงสินค้าหนังสือสิ่งพิมพ์ บริการสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ การค้าลิขสิทธิ์สิ่งพิมพ์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และ Taipei International Book Exhibition 2017 ประเทศไทยได้หัวน งานแสดงหนังสือที่สำคัญ ระดับนานาชาติของอาเซียนและมีชื่อเสียงระดับโลก ผู้ประกอบการไทย เข้าร่วมงานจำนวน 33 ราย มูลค่าการสั่งซื้อร่วม 2 แสนเหรียญสหราชอาณาจักร หรือประมาณ 7 ล้านบาท สามารถขายคอนเทนต์ที่มีลิขสิทธิ์ได้ และได้นำเสนอผู้ประกอบการไทยเยือนประเทศไทยที่มีชื่อเสียง จำนวน 18 บริษัท มูลค่าการสั่งซื้อร่วมกว่า 9 แสนเหรียญสหราชอาณาจักร หรือประมาณ 32 ล้านบาท นอกจากนี้ได้จัดกิจกรรมเจรจาการค้าในงาน Pack Print International 2017 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์ และการพิมพ์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค เกิดมูลค่าการสั่งซื้อร่วมกว่า 4.7 แสนเหรียญสหราชอาณาจักร หรือประมาณ 16.5 ล้านบาท

Thailand has gained recognition for its advanced printing technologies and its role as ASEAN's paper printing center. However, Thai entrepreneurs cannot afford to stop pursuing constant development in terms of printing materials, designs and safety standards so as to respond better to users' new and increasing expectations. In the past year, the DITP brought 33 Thai entrepreneurs to two overseas fairs. The first was the Frankfurt Book Fair 2016, which is the world's biggest fair for books, printed materials, printing services, electronic media and copyrighted prints. The second was the world-famous Taipei International Book Exhibition 2017, one of Asia's leading book fairs. Participation in these two fairs generated purchase orders worth USD 200,000 or THB 7 million for the Thai entrepreneurs. The DITP also led representatives of 18 Thai firms to Japan in the past year. During the visit, they recorded sales of more than USD 900,000 or THB 32 million. Additionally, the DITP staged a trade negotiation session at Pack Print International 2017, the region's biggest print and packaging expo. During the session, purchase orders worth more than USD 470,000 or THB 16.5 million were placed.





กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีบทบาทในด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้สามารถแข่งขันได้โดยการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้พัฒนาศักยภาพเป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีระดับมาตรฐานสากล การส่งเสริมด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย รวมทั้งการมีศูนย์ให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการไทยที่สนใจไปลงทุนหรือประกอบธุรกิจด้านโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน กิจกรรมหลัก ได้แก่ งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ 2560 (TILOG-LOGISTIX) ซึ่งกรมฯ ได้ดำเนินการจัดงานอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2547 และนับเป็นเวทีพบปะเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์กับผู้ประกอบการจากธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากกลุ่ม ASEAN+6 และภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลก พร้อมทั้งนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับกระบวนการด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล ส่วนกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นในโอกาสเดียวกัน ได้แก่ สัมมนา Symposium นำโดยผู้เชี่ยวชาญระดับโลก ภายใต้หัวข้อ “A Roadmap to Sustainable Growth in Digital Connectivity Era” เตรียมความพร้อมสู่การประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ในยุคเครือข่าย กิจกรรมทั้งสองนี้ ชี้ให้รับความสนใจจากผู้ประกอบการไทยและต่างชาติเข้าร่วมสัมมนา 201 ราย กิจกรรมสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์กับผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ มีผู้เข้าร่วมงาน 202 ราย และการจัด Logistics Startup Pavilion ภายในงาน TILOG-LOGISTIX 2017 เพื่อให้ผู้ประกอบการกลุ่มนักธุรกิจ Startup ด้านโลจิสติกส์ อาทิ การใช้ซอฟต์แวร์องรับ e-Commerce / e-Logistics ได้แนะนำสินค้าและบริการ พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เจรจาจับคู่ธุรกิจและขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศในอนาคต



The DITP took part in improving competitiveness of logistics service providers in many ways; by encouraging Thai entrepreneurs to improve their logistics service to reach global standard, supporting business networking, and establishing a consultant center for Thai entrepreneurs looking to operate or invest in logistics business in ASEAN countries. As for the main activities, The DITP continued to organize the TILOG-LOGISTIX in 2017, which has been held since 2004. This event functions as a forum for business negotiation between logistics service providers and other related business entrepreneurs from ASEAN+6 countries as well as other parts of the world. On this occasion, the participants showcased their innovative technologies enhancing their logistics efficiency and achieving global standards. In parallel with the fair was a symposium where world-class gurus addressed the topic “A Roadmap to Sustainable Growth in Digital Connectivity Era”. A total of 201 Thai and foreign entrepreneurs attended this symposium to prepare themselves for digital age logistics. A business networking forum, meanwhile, attracted 202 participants. On top of this, the DITP staged the Logistics Startup Pavilion at the TILOG-LOGISTIX 2017. At this forum, logistic start-ups took to the stage to introduce their logistic products and services, such as e-commerce and e-logistics software. Via this forum, they could share their views with potential buyers, discuss business with potential partners, and explore opportunities to tap into the global market.

In terms of improving the efficiency of Thai logistic service providers, the DITP organized the Excellent Logistics Management Award (ELMA) in order to upgrade Thai logistic service standards and to enhance the image of the service providers internationally. In the latest contest, there are four award categories, i.e. transportation services, warehousing services, international freight-forwarding or customs brokerage



ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วยการประกวดรางวัล Excellent Logistics Management Award หรือ ELMA เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในระดับสากล จำนวน 4 สาขา ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า ผู้ให้บริการคลังสินค้า



ผู้ให้บริการตัวแทนในการจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศหรือตัวแทนพิธีการ และผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบครบวงจร ในปีนี้ บริษัท วี.คาร์โก จำกัด เป็นผู้ได้รับรางวัลในสาขานี้ให้บริการขนส่งสินค้า โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 20 บริษัท ประกอบด้วยผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ และผู้ประกอบธุรกิจบริการอื่นๆ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพรวมเฉลี่ยร้อยละ 64.57 และลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ เป็นมูลค่ารวม 169.63 ล้านบาท รวมทั้งการพัฒนาเว็บไซต์ www.tradelogistics.go.th เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมบทความและข่าวสารด้านการค้าระหว่างประเทศ/ธุรกิจบริการโลจิสติกส์การค้า รวมถึงฐานข้อมูลรายชื่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่เป็นสมาชิกของกรมฯ และสมาคมด้านโลจิสติกส์ที่เชื่อถือได้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ

การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ประกอบด้วยโครงการคณาจารย์บริหารภาครัฐและเอกชนเยือน Airport Logistics Park of Singapore ณ ประเทศไทยในครั้งนี้ เพื่อยืมชมและหารือร่วมกับผู้บริหารโครงการ Airport Logistics Park & Free Trade Zone อันจะนำแนวทางการบริหารจัดการมาพิจารณาความเป็นไปได้ในการพัฒนา Airport Logistics Park ให้เกิดขึ้น ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โครงการศูนย์ให้คำปรึกษาด้านโลจิสติกส์การค้า ในงานแสดงสินค้า 4 งาน คือ งาน BIG+BIH October 2016, งาน TIFF 2017, งาน BIG+BIH April 2017 และงาน THAIFEX-World of Food Asia 2017 เพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ โดยมีผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศเข้าใช้บริการ 463 ราย ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 67 ราย และเกิดการจับคู่เจรจาการค้ามากกว่า 450 คู่ โครงการสร้างเครือข่ายและจับคู่ธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในภูมิภาค (LSPs Meeting & Matching) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์กับผู้ประกอบการค้าอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตจังหวัดภาคตะวันออกที่มีศักยภาพและพร้อมจะร่วมมือทางการค้าหรือรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ มีจำนวนผู้เข้าร่วม 104 ราย และโครงการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ หนึ่งการสร้างความเข้าใจและสร้างเครือข่ายธุรกิจในประเทศไทยค้าสำคัญ (CLMV) โดยทีมผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านวิชาการและธุรกิจโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ มีผู้เข้าร่วม 371 ราย

services, and third-party logistics services. Emerging as the winner of the transportation services category was V.Cargo Company Limited. During the past year, 20 firms also joined the DITP's project to raise the efficiency, and lower the cost of logistics. Among the 20 firms were logistics service providers and other related service providers. The project successfully raised the participants' average overall efficiency by 64.57% and reduced totally their logistics cost by THB 169.63 million. Furthermore, the DITP has developed www.tradelogistics.go.th as an archive for articles, information and updates about international trade, service businesses and trade logistics. Also available on this website is a database of logistic service providers who have registered themselves with the DITP, and reliable logistics associations. International trade entrepreneurs will definitely find this website useful.

For business networking activities, the DITP arranged a visit for representatives from Thailand's government and private sectors to Airport Logistics Park of Singapore and consulted with Airport Logistics Park & Free Trade Zone's project director to study the feasibility of developing a similar airport logistics park at Suvarnabhumi Airport. On top of this, the DITP launched a trade logistic counselling project at four expositions, namely BIG+BIH October 2016, the Thailand International Furniture Fair 2017, BIG+BIG April 2017 and the THAIFEX-World of Food Asia 2017. This project helped to promote business networking among 463 service users and 67 service providers and as a result there were more than 450 matches for trade negotiations. Moreover, the DITP conducted a LSPs Meeting & Matching Project to strengthen relationships between logistic service providers and other entrepreneurs – particularly those in the eastern provinces with the potential to develop business clusters. This project attracted 104 participants. During the past year, the DITP also carried out a project to bolster Thai entrepreneurs' business networking opportunities with key trade partners, namely Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam (CLMV). Also, experts from academic and logistic field contributed to the project, which drew in 371 participants.



ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ DIGITAL CONTENT BUSINESS



International Digital Content Festival (BIDC) ณ กรุงเทพฯ โดยเชิญนักธุรกิจสาขาดิจิทัลคอนเทนต์ 40 บริษัท จาก 10 ประเทศทั่วโลกเข้าร่วมเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการไทย จำนวน 63 ราย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า 556 คู่ มูลค่าการสัมซื้อขาย 857.5 ล้านบาท นอกเหนือไปนี้ได้นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ 2 งานคือ MIPCOM ประเทศฝรั่งเศส และ Game Connection America 2017 สหรัฐอเมริกา ผู้ประกอบการไทย 18 ราย เกิดการจับคู่เจรจาการค้า 253 คู่ มูลค่าการสัมซื้อขาย 96.8 ล้านบาท และนำผู้ประกอบการ 3 รายเข้าร่วมเสนอผลงานในงาน Asian Animation Summit ณ ประเทศสหอสเตรเลีย มูลค่าการสัมซื้อรวมกว่า 115 ล้านบาท รวมถึงนำค่ายผู้เผยแพร่การ์ตูนดิจิทัลคอนเทนต์เยือนประเทศไทยอีก 11 บริษัท เกิดการจับคู่เจรจาการค้า 146 ครั้ง มูลค่าการสัมซื้อรวม 16.4 ล้านบาท สำหรับธุรกิจ Licensing ลิขสิทธิ์キャラต์เตอร์ กรรมฯ นำค่ายผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Hong Kong International Licensing Show 2017 สาธารณรัฐประชาชนจีน มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 8 ราย มูลค่าการสัมซื้อรวม 56 ล้านบาท

ธุรกิจหลักที่สำคัญคือ แอนิเมชั่นและเกม ปัจจุบัน การเติบโตของธุรกิจเกมในประเทศไทยปี 2560 มี มูลค่า 24,000 ล้านบาท มีมูลค่ารวมในตลาดโลกประมาณ 8.5 พันล้านบาท กรรมฯ ได้บูรณาการร่วมกับ DEPA จัดงาน Bangkok

Key businesses in the digital content business are animation and games. In 2017, the games business in Thailand was worth THB 24,000 million, with the global market worth THB 8.5 billion. The DITP then joined hands with the Digital Economy Promotion Agency to stage Bangkok International Digital Content Festival (BIDC), in Bangkok. Representatives from 40 firms and from 10 nations across the world joined the event for business discussions with 63 Thai entrepreneurs. The event successfully staged 556 matches for business negotiations and achieved sales of over THB 857.5 million. Moreover, the DITP brought 18 Thai entrepreneurs to two overseas fairs, namely MIPCOM in France and Game Connection America 2017 in the US. This participation led to 253 matches for trade negotiations and paved the way for THB 96.8 million of purchase orders. Moreover, the DITP brought three entrepreneurs to Asian Animation Summit in Australia and returned with a result of over THB 115 million in purchase orders. On top of this, the DITP led a digital content delegation to Japan including representatives from 11 Thai firms. The trip achieved 146 rounds of trade negotiations, and recorded sales of THB 16.4 million. On licensing of copyrighted characters, the DITP brought eight Thai entrepreneurs to the Hong Kong International Licensing Show 2017, in China. This participation was translated into THB 56 million of purchase orders.



ธุรกิซอฟต์แวร์ SOFTWARE BUSINESS

ธุรกิจที่ขยายตัวตามการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล ในปี 2559 มีมูลค่าตามตลาดโลก 375,000 ล้านบาท และขยายตัวต่อเนื่อง คาดว่าจะสูงถึง 1,120,000 ล้านบาทในปี 2560 ขณะที่ในปี 2559 ธุรกิซอฟต์แวร์ไทยมีมูลค่าประมาณ 62,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 12.8 การสั่งออกมูลค่ารวม 5,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 6.1 กรรมฯ นำค่ายผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า CommunicAsia 2017 ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางด้านอุตสาหกรรมเทคโนโลยีซอฟต์แวร์โทรคมนาคมและการสื่อสารที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 12 ราย มูลค่าการสัมซื้อทั้งที่รวม 22,400,000 ล้านบาท และมูลค่าที่สัมซื้อภายใน 1 ปีประมาณ 250,000,000 ล้านบาท โดยสินค้าไทยที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษคือ Mobile Solutions, Telecommunication, IT Solutions for Travel Business และระบบจัดการบริหารห้องประชุม

CommunicAsia 2017

The 28th International Communications and Information Technology Exhibition & Conference

In 2016, corresponding to the growth of global digital economy, Thailand's software business saw significant growth at THB 375 billion worth. It was estimated to continue its growth to THB 1,120 billion in 2017. As of 2016, the Thai software business was valued at THB 62 billion – up 12.8% from the previous year. The business exported THB 5 billion of services and products at an export growth rate of 6.1%. In 2017, the DITP brought 12 Thai entrepreneurs to CommunicAsia 2017 in Singapore, Asia's biggest fair for software & telecom innovations. The Thai entrepreneurs recorded immediate sales of THB 22.4 billion at the fair, which increased to THB 250 billion in the next year. Popular Thai products at the fair were mobile solutions, telecommunication, IT solutions for the travel business, and conferencing systems.

3

CLUSTER PROMOTION

การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์

/ DRIVING THAI EXPORTS WITH CLUSTER PROMOTION /

ผลักดันการส่งออกสินค้าไทยผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
ไปยังประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพ

ส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอาหาร PROMOTION OF AGRICULTURAL PRODUCE & FOODS

ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร

THAILAND HAS HIGH POTENTIAL AS A PRODUCER OF AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS DUE TO:



ก้าวะ-ฝีมือแรงงานพร้อม
Proper labor skills



วิชาการ เทคโนโลยีการผลิต
และแปรรูปอันสมัย ครบวงจร
Modern and comprehensive
manufacturing/processing
technologies



ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล
International standards



แปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์
สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
Ability to develop products in
response to market demand



▶ ไทยจึงเป็นผู้นำอันดับต้น ๆ ของโลกในการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารหลายชนิด เช่น ข้าว น้ำตาล ไก่สูตรและไก่แปรรูป อาหารทะเลและอาหารกระเพาะป้อง และผลไม้กระป้อง ปรุงรูป เป็นต้น
▶ To date, Thailand has been a top exporter of agricultural and food products including rice, sugar, fresh chicken, processed chicken, fresh seafood, canned seafood, canned fruit.

นอกจากนี้ ไทยยังเป็นแหล่งผลิตพืชผัก ผลไม้ สมุนไพร และสิ่งปลูกสร้างที่มีรสชาติ กว้าง และคุณลักษณะเฉพาะแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่นๆ ทั่วโลก ประกอบกับนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ การพัฒนาสายพันธุ์พืชและสัตว์การวางแผนการผลิต การวิจัยพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิตและแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมและการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่เข้มแข็ง ทำให้สินค้าเกษตรและการอาหารของไทยรวมถึงธุรกิจบริการอาหารไทยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในตลาดโลก และมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเล็งเห็นถึงความสำคัญของศักยภาพในอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งรวมถึงความมั่นคงทางอาหารและการเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากผู้นำเข้าและผู้บริโภคทั่วโลก โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารอันดับ 1 ใน 10 ของโลกภายในปี 2564 (ไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารลำดับที่ 15 ของโลกในปี 2558 และลำดับที่ 13 ในปี 2559) ในปีงบประมาณ 2560 มีการจัดกิจกรรมด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย 2 ส่วน คือ

Thailand, is a leading producer of vegetables, fruits, herbs and seasonings that are renowned for a distinct taste, fragrance and other unique characteristics. Both the government and private sectors have pursued supportive policies for development of plant varieties and livestock species, production planning, research and development for manufacturing and processing technologies, innovation-driven added-value creation, and international trade promotion. As a result, Thai agricultural and food products, plus catering, have enjoyed growing popularity in the global market.

The DITP has recognized the importance of the food industry, as well as food security and Thailand's status of world's key food manufacturer. It is essential that we produce high quality food, widely accepted by importers and consumers around the world. Thus, we aim to place Thailand in the world's top 10 food exporters by 2021 (Thailand ranked 15th in 2015 and 13th in 2016). During fiscal year 2017, the DITP conducted various marketing activities to strengthen this industry. These can be divided into two main parts:

กิจกรรมในต่างประเทศ ACTIVITIES IN OVERSEAS COUNTRIES

การนำผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและการอาหารเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ จำนวน 10 งาน ได้แก่

The DITP took Thai manufacturers and exporters of agricultural and food products to 10 overseas fairs as follows:

2016			
16 TH – 20 TH OCTOBER	งาน SIAL 2016		PARIS, FRANCE
7 TH – 9 TH NOVEMBER	งาน SEAFEX 2016		DUBAI, UAE
2017			
15 TH – 18 TH FEBRUARY	งาน BIOFACH 2017		NÜRNBERG, GERMANY
7 TH – 10 TH MARCH	งาน FOODEX JAPAN 2017		CHIBA, JAPAN
19 TH – 21 ST MARCH	งาน SEAFOOD EXPO NORTH AMERICA 2017		BOSTON, USA
25 TH – 27 TH APRIL	งาน SEAFOOD EXPO GLOBAL 2017		BRUSSELS, BELGIUM
16 TH – 19 TH MAY	งาน SEOUL FOOD & HOTEL 2017		SEOUL, KOREA
11 TH – 14 TH SEPTEMBER	งาน FINE FOOD AUSTRALIA 2017		SYDNEY, AUSTRALIA
18 TH – 20 TH SEPTEMBER	งาน SEAFEX 2017		DUBAI, UAE
25 TH – 26 TH SEPTEMBER	งาน THE 21 ST AMERICAS FOOD AND BEVERAGE SHOW & CONFERENCE 2017		MIAMI, USA

**บูลค่าการสั่งซื้อรวมมากกว่า 3 หมื่นล้านบาท ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานก้าวสิบ 288 ราย

A total of 288 Thai entrepreneurs participated, and purchase orders during these fairs were valued at over THB 30 billion.

การเจรจาการค้าอื่นๆ และการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างเครือข่าย
จับคู่ธุรกิจ และประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรและอาหาร

- ภูมิภาคแอฟริกา (แอฟริกาใต้/โมซัมบิก) วันที่ 24 มีนาคม - 4 เมษายน พ.ศ. 2560
- ภูมิภาคลาตินอเมริกา (โคลومเบีย/คอสตาริกา/เปรู) วันที่ 10-19 มิถุนายน พ.ศ. 2560 จำนวน 2 คณะ มีมูลค่าสั่งซื้อทั้งที่ 1.2 ล้านบาท คาดการณ์มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 100 ล้านบาท มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน 27 ราย
- จัดโครงการส่งเสริมการขายสินค้าเกษตรและอาหารร่วมกับห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ชูเปอร์มาร์เก็ต และผู้นำเข้าในต่างประเทศ (In-Store Promotion) จำนวน 16 โครงการ ช่วงเดือนตุลาคม 2559 - กันยายน 2560 ในประเทศต่างๆ อาทิ เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐเช็ก แคนาดา จีน ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ส่องกง สาธารณรัฐเชิง สาธารณรัฐเช็ก และสหราชอาณาจักร มีมูลค่าการสั่งซื้อร่วมกว่า 1,100 ล้านบาท

Trade negotiations, marketing activities, business-matching sessions and public relations for Thai agricultural and food products also took place overseas. The summary is as follows:

- Africa:** (South Africa/Mozambique) 24th March - 4th April 2017
- Latin America:** (Columbia/Costa Rica/Peru) 10th - 19th June 2017. Two delegations that included 27 Thai entrepreneurs participated here and secured immediate sales of THB 1.2 million. Purchase orders over the next year were worth THB 100 million.
- Agricultural products and food sales promotion in cooperation with hypermarkets, supermarkets, and foreign importers (In-Store Promotion):** This was conducted via 16 projects between October 2016 and September 2017 in various countries including the Netherlands, Czech Republic, Canada, China, Taiwan, South Korea, Japan, Hong Kong and the United Kingdom. These projects generated purchase orders worth over Baht 1.1 billion.

กิจกรรมภายในประเทศไทย ACTIVITIES IN THAILAND

วันที่ 14 – 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้า 14TH – 15TH NOVEMBER 2016: BUSINESS MATCHING



สินค้าเกษตร ข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์จากข้าว และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง AGRICULTURAL PRODUCTS: FRAGRANT JASMINE RICE, RICE PRODUCTS, TAPIOCA PRODUCTS



ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม **112** บริษัท
Number of participating Thai firms: 112 FIRMS

(แบ่งเป็นข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์จากข้าว 73 บริษัท และผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง 39 บริษัท)
(Of these, 73 sell fragrant jasmine rice and rice products, while the other 39 sell tapioca products.)



ผู้ประกอบการต่างประเทศเข้าร่วม **205** บริษัท **286** ราย
Number of participating foreign firms: 205 FIRMS 286 PERSONS

ภูมิภาคเอเชีย/โอเชียเนีย
Asia/Oceania
127 บริษัท **180** ราย
FIRMS PERSONS

ภูมิภาคตะวันออกกลาง
Middle East
32 บริษัท **44** ราย
FIRMS PERSONS

ภูมิภาคอเมริกา
America
11 บริษัท **20** ราย
FIRMS PERSONS

ภูมิภาคแอฟริกา
Africa
8 บริษัท **10** ราย
FIRMS PERSONS

ภูมิภาคยุโรป
Europe
24 บริษัท **32** ราย
FIRMS PERSONS

•  **ข้าว / RICE**
มูลค่าการสั่งซื้อรวมประมาณ **32,580** ล้านบาท
purchase orders of MILLION BAHT

•  **มันสำปะหลัง / TAPIOCA**
มูลค่าการสั่งซื้อรวมประมาณ **34,040** ล้านบาท
purchase orders of MILLION BAHT



วันที่ 31 พฤษภาคม - 4 มิถุนายน พ.ศ. 2560

งานแสดงสินค้าอาหาร 2560 (THAIFEX-World of Food Asia 2017) ซึ่งใหญ่และครบวงจรที่สุดในทวีปเอเชีย ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ผู้เข้าร่วมงาน 2,170 บริษัท 5,195 คูหา มูลค่าการซื้อขายรวม 10,386.10 ล้านบาท

31st May - 4th June 2017:

THAIFEX-World of Food Asia 2017 (Asia's biggest expo for the food industry) was held at IMPACT Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani. Number of exhibitors: 2,170 firms operating 5,195 booths. Purchase orders worth THB 10,386.10 million during the fair.

ส่งเสริมการค้าอุตสาหกรรมฮาลาล PROMOTION OF HALAL INDUSTRY

ตลาดสินค้าฮาลาลมีความน่าสนใจอย่างมาก เนื่องจากมีการเติบโตและขยายตัวต่อเนื่อง ปัจจุบันประชากรมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1.7 พันล้านคน คิดเป็น 1 ใน 4 ของประชากรทั้งโลก ซึ่งประชากรชาวมุสลิมจำนวนมหาศาลนี้ทำให้หลายประเทศพยายามแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด รวมถึงประเทศไทยซึ่งให้ความสำคัญกับสินค้าฮาลาล โดยรัฐบาลได้มีการผลักดันแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 - 2563) โดยตั้งเป้าให้ไทยเป็นประเทศลส่งออกติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลกภายในปี 2563 โดยในปีงบประมาณ 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการจัดทำโครงการใน 3 กิจกรรมหลักได้แก่

The Halal market has piqued investor interest with its ceaseless growth. Today, there are roughly 1.7 billion Muslims around the world, nearly one-fourth to the world's population. With that size of population and demand in the market, several countries – including Thailand – are now competing for a share of it. Having recognized the importance of Halal products, the Thai government has implemented the Work Plan for Halal Services/Product Development Strategy (2016 - 2020) in pursuit of its goal to establish Thailand as one of the world's top five halal product exporters by 2020. In 2017, the DITP carried out three main projects for this work plan.

- 1) การสร้างภาพลักษณ์สินค้าและการบริการฮาลาล
 - โครงการจัดนิทรรศการฮาลาลในงานแสดงสินค้า THAIFEX-World of Food Asia 2017 ในหัวข้อ Thailand: World Halal Best Choice ในพื้นที่ขนาด 75 ตารางเมตร บริเวณ Foyer อาคารชาเลนเจอร์ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีผู้เข้าเยี่ยมชมคุณภาพประมาณ 1,500 ราย สร้างการรับรู้ว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าฮาลาลรายสำคัญของโลกที่ได้มาตรฐาน ถูกต้องตามหลักศาสนาและได้รับการยอมรับในทวีโลก





2) การสนับสนุนข้อมูลการตลาดอุตสาหกรรมฮาลาลไทยสู่สากล และพัฒนาผู้ประกอบการ

- โครงการจัดสัมมนาเตรียมความพร้อมคณะผู้แทนการค้าสินค้าฮาลาลสู่ตลาดเป้าหมาย “เสวนา ภูรุ..รู้สึกเรื่องอิหร่าน” จัดขึ้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้ส่งออกสินค้าฮาลาลของไทย ก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมคณะผู้แทนการค้าสินค้าฮาลาลเยือนตลาดเป้าหมาย (ประเทศไทย) ทำให้การเจรจาการค้าประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น



3) การส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมาย

- โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Gulfood 2017 ระหว่างวันที่ 26 กุมภาพันธ์ - 2 มีนาคม 2560 ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับอาหารที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 143 ราย มูลค่าการสั่งซื้อห้ามที่ 132.43 ล้านเหรียญสหราช และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 770.21 ล้านเหรียญสหราช

- โครงการจัด Thailand Halal Pavilion ในประเทศไทยเป้าหมาย (MIHAS 2017) ระหว่างวันที่ 5-8 เมษายน พ.ศ. 2560 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการรับรู้แก่ผู้นำเข้าและผู้ซื้อชาวต่างประเทศถึงคุณภาพสินค้าฮาลาลไทย อันจะเป็นการช่วยขยายตลาด ส่งเสริมผู้ประกอบการ และกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสินค้าฮาลาล มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 10 ราย มูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 1 ล้านเหรียญสหราช

- โครงการจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาล เยือนประเทศไทย ณ กรุงเทพมหานคร และเมืองอิสฟราษ เพื่อเปิดตลาดกับผู้ซื้อ/ตัวแทนจำหน่ายในตลาดเป้าหมาย หลักท่องชายการส่งออก หาตัวแทนการขาย (Sales Representatives) พบปะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และหาวัตถุที่สำคัญ รวมถึงสำรวจศักยภาพของตลาด มูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 8.39 ล้านเหรียญสหราช

เขียน..ร่วมเสวนา

NEW ECONOMY ACADEMY DITP
Department of International Trade Promotion

“เสวนา ภูรุ..รู้สึกเรื่องอิหร่าน”

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ 091-885-9548
02-5078158 หรือ 02-5078141
<http://www.nea.ditp.go.th>
<http://www.ditp.go.th>

วันพุธที่ 1 มีนาคม 2560 เวลา 08.30 - 12.00 น.
ณ ญี่ปุ่นสหงส์เชฟต้าแอนด์เพรสชูร์
อิมแพ็ค เมืองทองธานี

1) Creating a Good Image for Thai Halal Products and Services

- **Halal Exhibition at THAIFEX-World of Food Asia 2017: Titled “Thailand: World Halal Best Choice”,** this exhibition covered 75 square meters at the foyer of Challenger, IMPACT Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani, and attracted 1,500 visitors. This effectively raised public awareness that Thailand is a major manufacturer and exporter of halal products that are manufactured strictly in line with Islamic practices and standards, and that Thailand-made halal products have won international acceptance.

2) Information Support for Thai Entrepreneurs to Tap into the Global Halal Market

- Seminar on “Talk to Gurus...for Iran Insights” to empower entrepreneurs tapping into the halal market overseas: Held on 1st June 2017 at IMPACT Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani, the seminar aimed to gear Thai entrepreneurs up for a trade visit to a target market i.e. Iran. The Insights from this seminar increased the entrepreneurs' chances of trade negotiation success.

3) Promotion of Halal Product Exports in Target Countries

- **Participation in Gulfood 2017:** Held between 26th February to 2nd March 2017 in Dubai, the UAE, Gulfood is the Middle East's biggest food fair. A total of 143 Thai entrepreneurs participated, and received immediate purchase orders worth USD 132.43 million. Purchase orders in the following year reached USD 770.21 million.

- **Thailand Halal Pavilion at MIHAS 2017:** Held between 5th to 8th April 2017 in Kuala Lumpur, Malaysia, MIHAS 2017 accommodated the Thailand Halal Pavilion. A total of 10 Thai entrepreneurs joined this pavilion to raise foreign buyers' confidence in Thai halal products. The event spurred purchase orders of USD 1 million for the following year.

- โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารสาลาลในห้างสรรพสินค้า / ชูเปอร์สโตร์ในตลาดตะวันออกกลาง (ชาอุตอิราเบีย) โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารร่วมกับห้างชูเปอร์สโตร์ ประกอบด้วยการจัดแสดง สาธิตและนำการปรุงอาหาร และแนะนำสินค้าสาลาลจากไทย นอกเหนือนี้ยังมีการส่งเสริมการขายสินค้าชาไทย ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้ที่สนใจเป็นอย่างมาก

- โครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าสาลาลของไทยในตลาดโลก (ตลาดชาอุตอิราเบีย) โดยจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์สาลาลไทยขนาดใหญ่ติดตั้งริมถนนไฮเวย์ เจดดาห์-เมกกะ ไปยังด้านขวาบัตรผู้เข้าร่วมพิธีอิจญ์ ระหว่างเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2560 เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้าสาลาลของไทยในตลาดตะวันออกกลาง มีผู้รับสารเป็นชาวมุสลิมที่เข้าร่วมพิธีทางศาสนาจำนวน 25 ล้านคน

- Trade Delegation to Promote Thai Halal Foods in Iran:

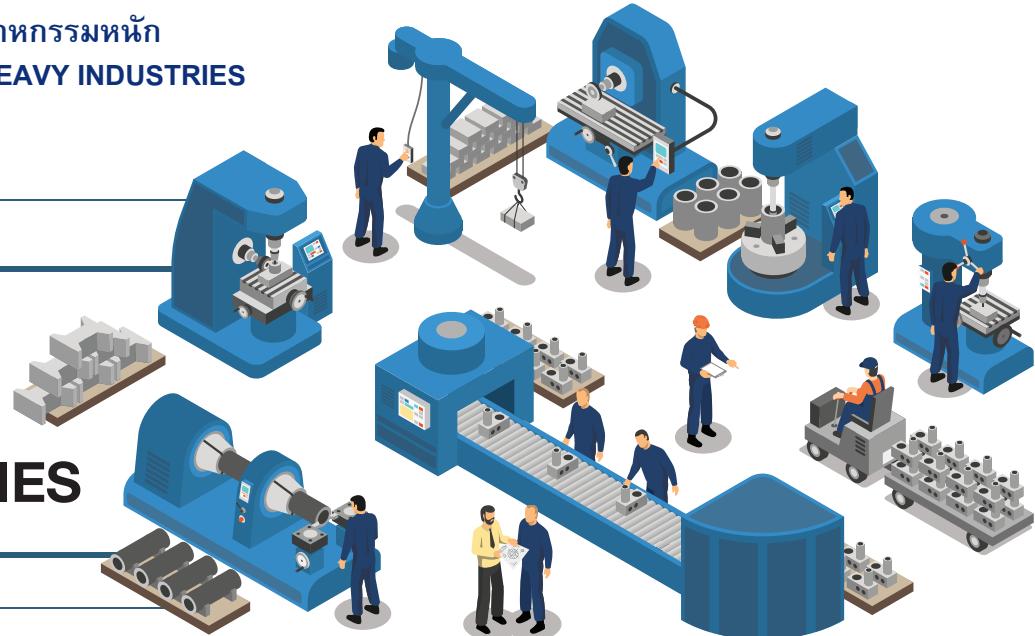
A Thai delegation visited both Tehran and Isfahan, in Iran, to negotiate with potential buyers and sales representatives in order to boost Thai exports. The trip also included efforts to help Thai entrepreneurs reach sources of important raw materials. During the trip, the Thai delegation received purchase orders worth USD 8.39 million for the following year.

- **Promotion of Thai Halal Foods at Department Stores and Superstores in Saudi Arabia:** Promotional activities were organized at Saudi Arabian department stores, including exhibitions, product launches, food demonstrations and cooking tips. These activities received very good responses. In addition to Halal foods, rice was also promoted.

- **PR and Brand-Building for Thai Halal Foods in the Global Market:** A large billboard featuring the Thai Halal Symbol was installed on the Jeddah-Mecca Highway (the route leading to the Hajj ceremonial ground in Saudi Arabia) between July and August 2017, the pilgrimage period for Muslims. Designed to bolster the image of Thai halal foods in the Middle East, the billboard reached out to 25 million Muslim pilgrims.

ส่งเสริมการค้าอุตสาหกรรมหนัก PROMOTION OF HEAVY INDUSTRIES

HEAVY INDUSTRIES



การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญต่อการส่งออกโดยรวมของประเทศไทย โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญมูลค่า 149,994 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 12.87 หรือคิดเป็นร้อยละ 63.37 ของการส่งออกโดยรวมของประเทศไทย ทั้งนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งเน้นการเร่งรัดขยายการส่งออกเชิงรุกของสินค้าในกลุ่มตั้งกล่าวตามแนวทางของนโยบายรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง

Thailand's heavy industry exports contribute significantly to the country's overall exports, accounting for 63.37% of Thailand's total exports with a value of USD 149,994 million in 2017 (marking a growth of 12.87% on the previous year). The DITP has always taken proactive measures in promoting Thailand's heavy industry exports in response to related government policies.

ส่งเสริมยางพาราไทยสู่ตลาดโลก THAI RUBBER ROARS INTO THE GLOBAL MARKET



จากการที่ประเทศไทยประสบปัญหาราคายางพาราตกต่ำอย่างมาก กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้รับมอบหมายจากรัฐบาลตาม 16 มาตรการแก้ไขปัญหาราคาทั้งระบบให้เร่งรบายนายยางพาราสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งช่วยลดดันราคายางพาราในประเทศให้ปรับตัวสูงขึ้นได้ โดยจัดกิจกรรมที่เน้นส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยพึ่งพาการส่งออกเป็นวัตถุดิบสู่ตลาดจีนมากกิ่งไป กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงเชิญผู้นำเขายางพาราและผลิตภัณฑ์ยางที่มีศักยภาพรวมทั้งสิ้น 106 บริษัท จาก 27 ประเทศทั่วโลก มาเจรจาการค้ากับผู้ส่งออกไทยกว่า 100 ราย ในวันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ณ โรงแรมแมริออท แมร์คีส์ ควินส์ปาร์ค ซึ่งมีการลั่นซื้อขายในงานรวมทั้งสิ้น 26,874.84 ล้านบาท แบ่งเป็นการลั่นซื้อยางพาราธรรมชาติรวม 442,740 ตัน คิดเป็นมูลค่าลั่นซื้อ 24,793.4 ล้านบาท และลั่นซื้อผลิตภัณฑ์ยาง (ล้อยางและถุงมือยาง) อีก 61.21 ล้านเหรียญ (คิดเป็นมูลค่า 2,081.14 ล้านบาท)

Considering the natural rubber price crisis Thailand was facing, the Ministry of Commerce, via the DITP was assigned by the government to execute the 16 comprehensive measures to solve natural rubber sector issues, by boosting rubber exports volume to decrease the domestic supply, and in turn, resulting in the price increase. Recognizing that Thailand's rubber exporters relied mainly on the Chinese market which might lead to market saturation in the future, the DITP invited rubber importers and rubber-product firms from around the world to Thailand for a business-matching session in 2017. Representatives of 106 firms from 27 nations met with more than 100 Thai exporters on 2nd August 2017 at Bangkok Marriott Marquis Queen's Park. Purchase orders placed during the session totaled THB 26,874.84 million in value, of which THB 24,793.4 million's worth were purchase orders for 442,740 tons of natural rubber, and THB 2,081.14 million's worth were for rubber products (rubber wheels and rubber gloves).

DITP
THINK TRADE THINK DITP

งานมหกรรมแทรกเตอร์และจักรกลการเกษตรไทย (THAITAM) THAILAND TRACTOR & AGRI-MACHINERY SHOW (THAITAM)

เครื่องจักรกลการเกษตรเป็นอีกหนึ่งสินค้าของไทยที่มีศักยภาพ គรุนค่าแก่การผลักดันให้เป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่ามหาศาล โดยในวันที่ 6 - 8 ธันวาคม พ.ศ. 2559 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสถาบันสหกรณ์แห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เชิญผู้นำเข้าต่างประเทศทั่วโลกจำนวน 41 บริษัท 68 ราย เข้ามาร่วมจากการค้ากับผู้ส่งออกไทยจำนวน 60 บริษัท หลังจากนั้นได้จัดคณฑ์แผนการค้าเครื่องจักรกลการเกษตรไปบุกตลาดในเวียดนาม ระหว่างวันที่ 17 - 23 กันยายน พ.ศ. 2560 ผลจากการจัดกิจกรรมทั้ง 2 ครั้ง มียอดการซื้อขายรวมทั้งสิ้น 7.18 ล้านเหรียญ สหรัฐ หรือประมาณ 240 ล้านบาท ซึ่งเป็นก้าวสำคัญของการขยายสู่ทางการส่งออกสินค้าดังกล่าวต่อไป





Thai-made agricultural machines have solid potential and they therefore should be heavily promoted for exports. The DITP, in collaboration with the Federation of Thai Industries and Kasetsart University, invited importers from 41 overseas firms to business-matching sessions with 60 Thai firms between 6th to 8th December 2016 as part of THAITAM fair. A Thai delegation also visited Nigeria and Ghana between 17th to 23th September 2017 to promote farm machines. As a result of the endeavor, Thailand received purchase orders worth THB 240 million, paving ways for Thai-made agri-machinery further into overseas markets.

งานแสดงสินค้าเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น (BANGKOK RHVAC 2017)

และงานแสดงสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (BANGKOK E&E 2017)

BANGKOK REFRIGERATION, HEATING, VENTILATION, AND AIR-CONDITIONING FAIR

(BANGKOK RHVAC 2017) AND BANGKOK ELECTRIC & ELECTRONICS 2017 (BANGKOK E&E 2017)

ทั้งสองงานจัดขึ้นเมื่อวันที่ 7 - 10 กันยายน พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา เพื่อแสดงศักยภาพของทั้งสองอุตสาหกรรมสู่ตลาดโลก โดยมุ่งพัฒนางานดังกล่าวให้เป็น “One Stop Solution” ที่สมบูรณ์แบบ สร้างโอกาสให้ผู้ซื้อต่างประเทศได้พบผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าครบถ้วนประกอบตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) มีมูลค่าซื้อขายภายในงาน รวม 2,271.76 ล้านบาท

These two fairs took place simultaneously at the Bangkok International Trade & Exhibition Centre between 7th to 10th September 2017 with the objective to demonstrate the solid potential of Thai industries. Embracing a One-Stop Solution theme, these fairs provided a forum for foreign buyers to meet Thai entrepreneurs across the supply chain of industries. Purchase orders placed during these two fairs totaled THB 2,271.76 million.

ในอันดับโลก
ประเทศไทยเป็นผู้ผลิต

THAILAND'S MANUFACTURER RANKING:

อันดับ 1st SPOT
ฮาร์ดดิสก์ ไดรฟ์
HARD DISK DRIVE SECTOR

อันดับ 2nd SPOT
เครื่องปรับอากาศ
AIR-CONDITIONER SECTOR

และผลิตตู้เย็น
เป็น อันดับ 4th SPOT
REFRIGERATOR SECTOR

Organized by

Co - Organized by

BANGKOK RHVAC 2017
BANGKOK REFRIGERATION HEATING VENTILATION AND AIR-CONDITIONING

Bangkok Electric & Electronics 2017
Smart Innovation for an Ultimate Lifestyle

Trade Days : 7-9 SEPTEMBER 2017
Public Day : 10 SEPTEMBER 2017
Time : 10 AM-6 PM

At Halls 98-100 BITEC, Bangkok, Thailand

ส่งเสริมการค้าสินค้าแฟชั่น PROMOTION OF FASHION PRODUCTS

ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 และผลักดันให้อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยมีคุณภาพด้วยการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และก้าวขึ้นสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าต่างประเทศ ของอาเซียน ทั้งลินค้าลีกทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง อัญมณี และเครื่องประดับ ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงได้ดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถห้ามขายอุปกรณ์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแฟชั่น อาทิ

1. โครงการจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าแฟชั่นไปเยือนต่างประเทศ เช่น โครงการคณะผู้แทนการค้าไปเยือนประเทศในต่างประเทศ จำนวน 4 คณะ ได้แก่ สินค้าแฟชั่น 2 คณะ ณ ประเทศญี่ปุ่น กรุงโตเกียว ช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 และนครโอซาก้า ช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 ผู้แทนการค้าสินค้าเครื่องหนังไปเยือนประเทศญี่ปุ่น ภายใต้กรอบความร่วมมือด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (MOC) ณ กรุงโตเกียว ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2560 นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรม Pop-up Store ในห้างสรรพสินค้า และ Fashion Store เพื่อเปิดช่องทางทดสอบตลาด และส่งเสริมการตลาดสินค้าแฟชั่นแบรนด์ของไทยในตลาดญี่ปุ่น ในช่วงเดือนมิถุนายน 2560

2. โครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น (Quarated Fashion Incubation Project) เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตสินค้าได้พัฒนาแบรนด์และรูปแบบสินค้าให้ทันสมัยอย่างสากล โดยพัฒนาอย่างบูรณาการตั้งแต่วิเคราะห์ สร้าง prototype ไปจนถึงการออกแบบตัดเย็บ มีผู้ประกอบการผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ 75 ราย พร้อมทั้งมีการนำผลงานการพัฒนาสินค้าตามแนวโน้มแฟชั่น 2018 มาจัดแสดงในงานแสดงสินค้าไลฟ์สโตร์รูปแบบใหม่ ระหว่างวันที่ 17 - 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560 ในชื่องานโครงการ “Quarated Fashion Incubation Project”

The government has pursued a goal to drive the Thai fashion industry into the Thailand 4.0 Policy era, for example, encouraging creativity and innovations that add value to Thai textiles, apparel, leather products, jewellery and accessories. The ultimate goal is to establish the country as ASEAN's fashion hub. In 2017, the DITP conducted several projects, in accordance with this government policy, designed to enable Thai entrepreneurs to boost their competitiveness and expand their business. These projects included:

1. Project to take Thai trade delegations to foreign countries for business matching promotion of Thai fashion products: Under this project, Thai delegates headed to Japan for trade negotiations on textiles and apparel, and also signed a memorandum of cooperation for this industry. The first delegation visited Tokyo in January 2017 and the second visited Osaka in July 2017. The DITP also arranged a trip to Italy for Thai entrepreneurs to discuss trade on leather products, in September 2017. Also, in Japan, Thai pop-up stores were set up in various department stores and fashion stores in June 2017 to test the Japanese market and promote Thai fashion products.

2. The Quarated Fashion Incubation Project: This was implemented to update Thai manufacturers on fashion business concepts and to ensure that their branding and product development could keep pace with global trends. The project focused on an integrated approach covering all stages, i.e. from the thinking process to identifying a goal, then the design and the actual cutting and sewing. A total of 75 applicants went through the project's selection process, and their participation in the project allowed them to showcase their updated fashion products at the Quarated Fashion Incubation Project exhibition between 17th to 21st October 2017.



3. การจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems & Jewelry Fair) ถือเป็นเครื่องมือการตลาดตามยุทธศาสตร์ การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย สู่การ เป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (World's jewelry hub) โดยการสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่ ผู้ประกอบการทั่วรายใหญ่และ SMEs รวมไปถึงนักออกแบบ ที่มีศักยภาพได้เผยแพร่ผลงานต่อกลุ่มลูกค้าทั่วชาติและต่างชาติ ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ ขยายธุรกิจ รวมถึงเพิ่มมูลค่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยอีกด้วย โดย ในปี 2560 ได้จัดงานขึ้น 2 ครั้ง ได้แก่ งานแสดงสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับ ครั้งที่ 59 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22 - 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ณ อาคารชาเลน杰อร์ 1 - 3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมี ผู้ประกอบการจากทั่วในและต่างประเทศกว่า 700 บริษัท 2,000 คูหา และมีผู้เข้าชมงานกว่า 17,000 ราย สร้างมูลค่าการสั่งซื้อภายในงาน ทั้งสิ้น 1,518.50 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที 104.50 ล้านบาท ขณะที่คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปีคิดเป็นมูลค่า 1,414 ล้านบาท และงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 60 ซึ่งจัดขึ้น ระหว่างวันที่ 6 - 10 กันยายน พ.ศ. 2560 ณ อาคารชาเลน杰อร์ 1 - 3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีผู้ประกอบการจากทั่วในและต่างประเทศกว่า 900 บริษัท 2,200 คูหา และมีผู้เข้าชมงานกว่า 16,000 ราย ทั้งนี้ งานในครั้งนี้สามารถสร้างมูลค่าการสั่งซื้อภายในงาน ทั้งสิ้น 1,957.92 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที 319.57 ล้านบาท ขณะที่คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปีคิดเป็นมูลค่า 1,638.35 ล้านบาท นอกเหนือจากนี้ เพื่อฉลองครบรอบการจัดงานครั้งที่ 60 คณะกรรมการ ยังได้รับพระกรุณาจากพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริวัณณวรี นารีรัตน์ เสด็จไปทรงเป็นประธานในพิธีเปิด และทรงตั้งริบบิ้น เปิดนิทรรศการแสดงพระอัจฉริยภาพด้านการออกแบบเครื่องประดับ แบรนด์ SIRIVANNAVARI พ้า้อมทอดพระเนตรนิทรรศการสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับภายในงานอีกด้วย



3. **Gems and jewelry product exhibition (Bangkok Gems & Jewelry Fair)** was one of the strategic marketing tools to drive Thailand's gems and jewelry industry to become the world's jewelry hub. At this event, Thai entrepreneurs, including SMEs and professional jewelry designers, were given a chance to showcase their ability to both domestic and overseas potential customers. This would help to expand their businesses, increase their income and, ultimately, Thailand's export volume of gems and jewelry. In 2017, the Bangkok Gems & Jewelry Fair was held twice. The 59th Bangkok Gems & Jewelry Fair ran from 22nd to 26th February 2017 at Challengers 1 - 3, IMPACT Muang Thong Thani. More than 700 Thai and foreign exhibitors operated 2,000 booths at the fair, attracting more than 17,000 visitors and achieving the sales of THB 1,518.50 million. Of the amount, immediate sales were worth THB 104.50 million. Expected sales over the next one-year period were at THB 1,414 million. The 60th Bangkok Gems & Jewelry Fair, meanwhile, was held between 6th to 10th September 2017 at Challengers 1 - 3, IMPACT Muang Thong Thani. During this fair, more than 900 foreign and Thai firms took parts as exhibitors. Featuring over 2,200 booths, this fair attracted 16,000 visitors and recorded the sales of THB 1,957.92 million. Of the amount, THB 319.57 million came from immediate sales and THB 1,638.35 million came from purchase orders over the next one-year period. HRH Princess Sirivannavari Nariratana graciously presided over the opening of the 60th Bangkok Gems & Jewelry Fair, which included an exhibition on Her Highness' SIRIVANNAVARI brand. On this occasion, she officially inaugurated the exhibition which highlights Her Highness' design talents and visited various exhibiting booths.

ส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ PROMOTION OF LIFESTYLE PRODUCTS

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้วิเคราะห์และประเมินผลการจัดงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา รวมถึงสภาพการดำเนินธุรกิจสินค้าไลฟ์สไตล์ของโลกในยุคปัจจุบัน พบว่า ธุรกิจจำหน่ายห้องน้ำของงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ได้นำเสนอสินค้าหลากหลายประเภทมากขึ้น และเพื่อเป็นการตอบสนองแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ที่ต้องการลดระยะเวลา ภาระการเดินทาง และต้องการสินค้าที่ครบถ้วนในคราวเดียว จึงได้จัดงานแสดงสินค้า "STYLE 2017: Asia's Most Stylish Fair" ขึ้น ในระหว่างวันที่ 17 - 21 ตุลาคม พ.ศ. 2560 โดยยกระดับจากการแสดงสินค้านานาชาติของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 3 งาน ได้แก่ งานแสดงสินค้าแฟชั่นและงานแสดงสินค้าเครื่องหนัง (Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair: BIFF & BIL) งานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน (Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair: BIG+BIH) และงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ (Thailand International Furniture Fair: TIFF)

วัตถุประสงค์การจัดงาน

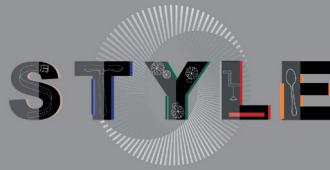
- ขยายโอกาสของผู้ผลิต ผู้ส่งออกของไทย ซึ่งกว่าร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการขนาด SMEs
- เพิ่มโอกาสการพบปะเจรจาธุรกิจกับผู้ซื้อ ผู้นำเข้าที่หลากหลาย มากขึ้น
- เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าไลฟ์สไตล์
- ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของสินค้าไลฟ์สไตล์ ดังนี้
 - การผลิต การตลาดที่ครอบคลุมของภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย
 - การจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการ และการประชุมระดับภูมิภาค
- รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยด้านงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์ของไทย



Analyses by the DITP have concluded that International Lifestyle trade shows featured a greater diversity of lifestyle products during the past five years. In response to this trend, the DITP organized "STYLE 2017: Asia's Most Stylish Fair" to be the most comprehensive forum for lifestyle products in Thailand between 17th to 21st October 2017. This fair was the upgraded and combined with Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair (BIFF & BIL), the Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair (BIG+BIH) and Thailand International Furniture Fair (TIFF). The one-stop "STYLE 2017: Asia's Most Stylish Fair" enabled buyers and importers to shop for what they wanted at a single event, thus saving them time and the hassle of attending many fairs for procurement.

Objectives of STYLE 2017: Asia's Most Stylish Fair

- To increase Thai manufacturers and exporters (of which 90% are SMEs) opportunities in the global market.
- To be an efficient lifestyle business matching platform of Thai entrepreneur and buyers from around the world.
- To increase export volume of lifestyle products.
- To establish Thailand as world's lifestyle product hub by:
 - becoming ASEAN and Asia's one-stop lifestyle product manufacturer and market.
 - staging regional-level product fairs and exhibitions.
- To strengthen competitiveness of Thailand as an International Tradeshow venue.



ผลการจัดงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

STYLE 2017: ASIA'S MOST STYLISH FAIR WAS A SUCCESS.

ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้ากั้งไทยและต่างประเทศ

Number of Thai and Foreign Exhibitors

781 ราย
Number of exhibitors

2,012 คูหา
Number of exhibition booths

51,980 ผู้เข้าชม
Number of visitors

บุลค่าการสั่งซื้อประมาน
Purchase orders: 3,490 ล้านบาท
Million Baht

- เมื่อเทียบกับการจัดงานแต่ละครั้งก่อนหน้าพบว่ามีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้เข้าชมมากขึ้น และประหยัดงบประมาณลงกว่า 42 ล้านบาท
- When compared to the previous year, STYLE 2017: Asia's Most Stylish Fair achieved greater efficiency, i.e. it attracted a higher number of visitors at a lower cost of Baht 42 million.

นอกจากนี้ยังมีนิทรรศการสินค้าไลฟ์สไตล์ที่น่าสนใจ อาทิ นิทรรศการโครงการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญตามกลุ่มตลาดเฉพาะ หรือ Niche Markets อาทิ สินค้าเกี่ยวกับแม่และเด็ก (Mom & Kid) สินค้า OTOP สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (60+) สินค้าเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง (Pet) สินค้าสำหรับบุรุษ (Metro Men) ซึ่งได้การตอบรับที่ดี มีการซื้อขายเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่มีดีไซน์สวยงาม

Moreover, there were many interesting lifestyle product exhibitions, many of them especially organized for niche markets such as: Mothers & Kids, OTOP (One Tambon, One Product), Elder Generation (60+), Pet products, and Metro Men. All these exhibitions received positive responses and generated impressive sales. Eco-friendly and organic products, in particular, proved popular and showed the potential to be developed as design products with added value.

ส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMES PRO-ACTIVE PROGRAM

โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือโครงการเอสเอ็มอี โปรแอคทีฟ (SMEs Pro-active) คือหนึ่งในโครงการสำคัญที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน ประกอบด้วยสภาหอการค้า แห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาผู้สั่งสินค้า ทางเรือแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย เพื่อเสริมสร้าง ศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ไทย ในการเจ้าของตลาดต่างประเทศ ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติในต่างประเทศที่มีศักยภาพตามแนวคิด “ประชาธิรัฐ” ที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่มุ่งสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย การดำเนินโครงการในระยะแรก (ปีงบประมาณ 2556 - 2558) เตรียมสิ้นแล้ว สนับสนุนผู้ประกอบการแล้วกว่า 2,600 ราย ได้เข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงสินค้าและเดินทางไปเจรจาธุรกิจ ในต่างประเทศกว่า 427 งาน เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการส่งออก รวมกว่า 269 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 8,600 ล้านบาท

The DITP collaborates with the Board of Trade of Thailand, the Federation of Thai Industries, the Thai National Shippers' Council, and the Thai Bankers' Association in implementing “SMEs Pro-active”, a program for the purpose of enhancing Thai SMEs' potential and boosting their competitiveness in the global market. Participating SMEs receive opportunities to take part in overseas trade exhibitions plus various forms of marketing activities. This program is in line with the government's Pracha Rath (public-private partnership) Policy, which recognizes the important role of SMEs for the Thai economy progression. First Phase of Implementation (fiscal years 2013 - 2015) had the number of participating SMEs at over 2,600 (participating in over 427 overseas trade exhibitions and business-networking events). This implementation phase generated exports of Baht 8,600 million.

ปัจจุบัน SMEs Pro-active อยู่ระหว่างดำเนินโครงการในระยะที่ 2 (ปีงบประมาณ 2559 - 2561) SECOND PHASE OF IMPLEMENTATION (FISCAL YEARS 2016 - 2018)

งบประมาณสนับสนุน 400 ล้านบาท

- เน้นสนับสนุนให้ SMEs รายใหม่มีโอกาสร่วมโครงการฯ
- พัฒนาศักยภาพการขยายตลาดในต่างประเทศ
- กำหนดกรอบการสนับสนุน SMEs ในการเข้าร่วมกิจกรรมภายในต่อไปนี้ ได้แก่ อาเซียน จีน เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง รัสเซีย CIS ยุโรปตะวันออก แอฟริกา และลัตินอเมริกา
- ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา
- กลุ่มธุรกิจบริการและสินค้าที่มีนวัตกรรม มีการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- กิจกรรมเจรจาการค้าและสร้างเครือข่ายทางการค้าในต่างประเทศ

ภาพรวมการดำเนินงานในระยะที่ 2 ปีงบประมาณ 2559 - ปัจจุบัน (31 มกราคม 2561)



คณะกรรมการโครงการล่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ได้อนุมัติการสนับสนุนกิจกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศแล้ว 466 งาน เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการจำนวน 1,553 ราย รวมวงเงิน 283.99 ล้านบาท ทั้งนี้ มีงานแสดงสินค้าที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกที่ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมงาน อาทิ งาน MAISON&OBJET ประเทศฝรั่งเศส งานแสดงสินค้าดีไซน์เกี่ยวกับของตกแต่งบ้าน เพอร์นิเชอร์ และของใช้ในครัวเรือน, งาน IDEM Singapore ประเทศสิงคโปร์ งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีทันตกรรม, งาน CPhI Worldwide งานแสดงสินค้าเภสัชภัณฑ์, งาน Spielwarenmesse International Toy Fair ประเทศเยอรมนี งานแสดงสินค้าของเล่น, งาน Cambodia Architect & Decor 2016 ประเทศกัมพูชา งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง และตกแต่งบ้าน, งาน WorldFood Moscow ประเทศรัสเซีย งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม, งาน Automechanika Shanghai สาธารณรัฐประชาชนจีน งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

Budget: THB 400 million

- This phase emphasizes granting opportunities for new SMEs to participate in the program.
- Moreover, the program continues to boost opportunities for Thai products in overseas markets.
- In this phase, participating SMEs can join the program based on their target market, or the cluster categories promoted by the DITP as follows:
 - Emerging Markets:** ASEAN, China, South Asia, the Middle East, Russia, Commonwealth of Independent States (CIS), Eastern Europe, Africa and Latin America
 - Major Markets:** Japan, South Korea, the United States, the EU-15, Australia, New Zealand and Canada
 - Innovative & Green Products/Services**
 - Marketing & Networking**

OVERVIEW OF THE SECOND-PHASE IMPLEMENTATION AS OF 31ST JANUARY 2018:

The SMEs Pro-Active Program's committee has already approved participation in 466 overseas trade exhibitions in support of 1,553 Thai entrepreneurs with a budget of THB 283.99 million. Among these exhibitions were ones featuring participating exhibitors of highly rated and internationally recognized products such as: MAISON&OBJET, held in France, an internationally-recognized fair for home decor, furniture and house appliances; IDEM Singapore, a dentistry technology fair; CPhI Worldwide, a pharmaceutical exhibition; Spielwarenmesse International Toy Fair, in Germany; Cambodia Architect & Decor 2016, Cambodia's major building materials & home decor fair; WorldFood Moscow, an international food & beverages fair; and Automechanika Shanghai, Asia's biggest automotive & auto-parts fair.



ผลการเจรจาจากการเข้าร่วมโครงการฯ ในระยะที่ 2 ปีงบประมาณ 2559 - ปัจจุบัน (31 มกราคม 2561) ก่อให้เกิด มูลค่าทางเศรษฐกิจ คือ มูลค่าการสั่งซื้อร่วม 370.98 ล้านเหรียญ สหรัฐ (ประมาณ 12,984 ล้านบาท) แบ่งเป็นมูลค่าสั่งซื้อทันที 15.37 ล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 537.95 ล้านบาท) มูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 355.60 ล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 12,446 ล้านบาท)

นอกจากนี้ จากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการฯ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจโครงการฯ เป็นอย่างมาก เนื่องจากโครงการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่เหมาะสมกับสภาพของสินค้า และได้พบบั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้นำเข้า (Importer) ได้ทราบข้อมูลการตลาดและแนวโน้มการดำเนินธุรกิจ มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างเครือข่ายทางการค้า ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย และสร้างโอกาสทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Purchase Order Results of Second-Phase Implementation from 31st January 2018 to date stood at THB 12,984 million, of which immediate purchase orders totaled THB 538 million and purchase orders for the following year totaled THB 12,446 million.

Additionally, a survey revealed that participating entrepreneurs were very satisfied with the program. They appreciated that the program had allowed them to choose the fairs most suitable for their products and target importers, to acquire updated marketing information and trends, to exchange experiences with peers, and to join business networking activities. Via this program, the entrepreneurs said, they could improve their products to better suit their target markets, increase their competitiveness and also increase their business opportunities.

พัฒนาภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านสินค้าและบริการ DEVELOPING THAILAND'S IMAGE DOMESTICALLY AND OVERSEAS

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีหน้าที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และขยายช่องทางการสื่อสารทางการตลาด เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและการบริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้า/ส่งออก และผู้บริโภค ในการเป็นหน่วยงานด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำของเอเชีย นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการให้ได้ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง โดยใช้เป็นช่องทางการสั่งข้อมูลเพื่อให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็ว ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงการส่งออกได้ง่ายขึ้น ประกอบด้วย

As an agency of the DITP, the Public Relations and Corporate Communication Office manages publication of PR communication materials and expansion of marketing communication channels, so as to increase public awareness of the DITP's work and its status as Asia's leading international trade promotion agency. With the growing confidence of business people, importers, exporters and consumers, the DITP will be able to work with more Thai product and service businesses on increasing their exports on a sustainable basis in the future.

Recognizing the increasing popularity of advanced technologies, the DITP, through its agency, the Public Relations and Corporate Communication Office, has leveraged not just traditional media but also new media platforms for expedient communication with entrepreneurs and the public in general.

ช่องทางสื่อดิจิทัลและสื่อเดิม TRADITIONAL AND DIGITAL MEDIA OF DITP



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
DITP



THINK TRADE THINK DITP
MAGAZINE



@ditp



DITP FAMILY



ditpfamily

4

CAPACITY BUILDING

การสร้างผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

/ CAPACITY BUILDING TO EMPOWER THAI ENTREPRENEURS FOR INTERNATIONAL TRADE & THE NEW ECONOMY /

สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA)
NEW ECONOMY ACADEMY (NEA)



สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy) หรือสถาบัน NEA มีภารกิจในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในทุกระดับด้วยองค์ความรู้เพื่อรับรับเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการ เกษตรกรให้เป็น Smart Entrepreneur Smart Farmer เพื่อก้าวสู่การพัฒนาประเทศตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เน้นการกระจายองค์ความรู้ไปสู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ตั้งแต่ระดับชุมชน ซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศและเชื่อมต่อไปยังเศรษฐกิจระดับภูมิภาคและเศรษฐกิจในระดับโลกอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้สามารถกระจายองค์ความรู้ไปยังทุกภูมิภาคของประเทศไทย เข้าถึงผู้ประกอบการท้องถิ่นในระดับชุมชนท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

The New Economy Academy (NEA) has the mission to enhance the capacity of Thai entrepreneurs at all levels (including farmers) with the goal of transforming them into Smart Entrepreneurs (or Smart Farmers) in response to the government's Thailand 4.0 Policy. As part of this mission the NEA has distributed related knowledge to all regions of the country through digital technologies as, when the local economy grows stronger, it will efficiently support the national economy and facilitate economic integration. Leveraging digital tools, the NEA has reached out to entrepreneurs at local level across Thailand.



ภาคีเครือข่าย NETWORKS

เป็นองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน สถาบันการศึกษา ปัจจุบันสถาบันฯ ได้สร้างพันธมิตรความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายหน่วยงานพัฒนาผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนแล้ว รวมทั้งสิ้นจำนวน 68 หน่วยงาน โดยมีการลงนามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสถาบันฯ (NEA) กับภาคีเครือข่ายพันธมิตรทั้ง 19 หน่วยงาน



รูปแบบการทำงาน WORK SCOPE

จัดหลักสูตรอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ทุกประเภทธุรกิจที่สนใจจากพัฒนาศักยภาพ โดยแบ่งการจัดอบรมออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. Face-to-Face: หลักสูตรอบรมแบบที่ผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้จากวิทยากรได้โดยตรง พร้อมท่าเวิร์คชอปในห้องปฏิบัติการ สามารถซักถามข้อสงสัยจากวิทยากรได้แบบเรียลไทม์

2. E-Learning: หลักสูตรอบรมแบบออนไลน์ เหมาะสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่สะดวกเข้าร่วมหลักสูตรในชั้นเรียน

3. Virtual Classrooms: ระบบห้องเรียนเสมือนจริงที่ผู้ประกอบการสื่อสารกับวิทยากรและเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยโครงสร้างการนำร่องแรกที่จะเปิดสอนในลักษณะนี้คือ เรื่องการทำวิดีโอมาร์เก็ตติ้ง

The NEA network covers government agencies, the private sector, the civil society and educational institutes. At present, the NEA has already inked cooperation agreements with 68 private or government organizations, for them to serve as capacity-building units. In addition, the NEA has signed cooperation agreements with 19 other agencies in support of its mission.

The NEA has provided training to Thai entrepreneurs, including SMEs, across all industries. It uses three types of training:

1. Face-to-Face: Such training allows physical attendance in a classroom, whereby entrepreneurs can learn directly from speakers and engage in workshops. They can ask questions and get real-time responses from trainers.

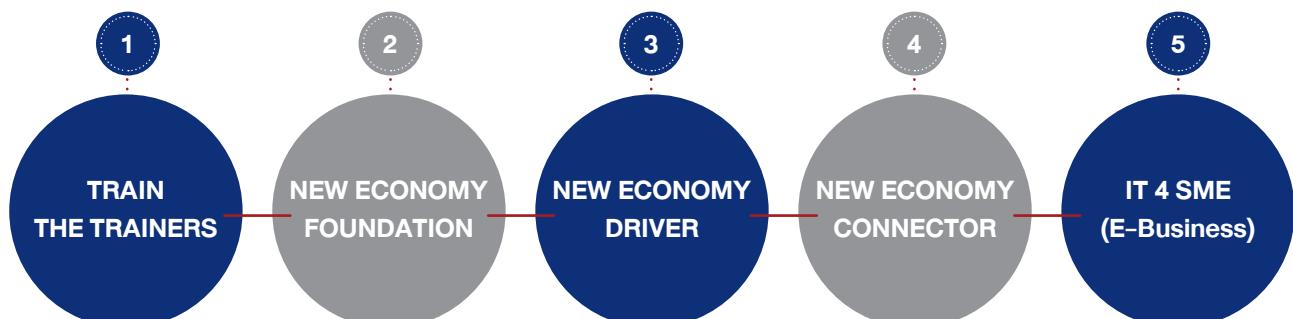
2. E-Learning: Offers online courses to support those entrepreneurs who cannot physically travel to classrooms.

3. Virtual Classrooms: Provides an internet-based virtual classroom where learning entrepreneurs can interact with trainers and classmates through computers. The pilot Virtual Classrooms course available is on video marketing.

จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมเชิงลึกในด้านต่าง ๆ 5 หลักสูตร FIVE INTENSIVE COURSES

มีการพัฒนาหลักสูตรให้เป็นมากกว่าการฝึกอบรมทั่วไป โดยปรับหลักสูตร จัดสัมมนาเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือโดยจัดกิจกรรมทั้งส่วนกลางและภูมิภาค โดยแบ่งออกเป็น 5 หลักสูตร ดังนี้

These courses are upgraded versions of the general training. Designed for entrepreneurs at all levels, they present their content via seminars and business-networking activities. These courses are conducted both in Bangkok and the provinces:



1. หลักสูตร Train the Trainers เตรียมความพร้อมเพื่อสร้างพี่เลี้ยงที่จะเป็นกำลังหลักในการพัฒนาผู้ประกอบการในด้านดำเนินธุรกิจและการค้าขุคใหม่ โดยการอบรมพัฒนา (Train the Trainers) เพื่อให้สามารถถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้ประกอบการในทุกพื้นที่ของประเทศไทยได้อย่างทั่วถึง

2. หลักสูตร New Economy Foundation: หลักสูตรสร้างคนตัวเล็ก (SIZE S) เตรียมพร้อมให้ผู้ประกอบการใหม่หรือผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจเกิดแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นทำธุรกิจ เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการฐานรากในการทำธุรกิจต่อยอดสู่การค้าแบบ e-Commerce และสร้างความเข้มแข็งระบบเศรษฐกิจชุมชนระดับฐานรากให้ยั่งยืน ได้แก่

- 2.1 โครงการพัฒนาองค์ความรู้การตลาดจากชุมชนสู่การค้าระหว่างประเทศ
- 2.2 โครงการความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก
- 2.3 โครงการเสริมสร้างความรู้พื้นฐานสู่เศรษฐกิจยุคใหม่
- 2.4 โครงการเรียนรู้ เรียนลัด มุ่งการส่งออก (Express Exporter)

3. หลักสูตร New Economy Driver: หลักสูตรขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ (SIZE M) ปูพื้นฐานและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการทำการค้าภายในประเทศ เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการ ต่อยอดสู่การค้าระหว่างประเทศ (Local to Global) พัฒนาผู้ประกอบการที่มีระดับการดำเนินธุรกิจขั้นหนึ่งแล้ว และมีความพร้อมสู่ตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในภาคธุรกิจและพัฒนาต่อยอดให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ได้แก่

- 3.1 โครงการ Passport to Global Challenge
- 3.2 โครงการตั้นกล้า ทุ โกล
- 3.3 โครงการตั้นกล้า โภ อินเตอร์
- 3.4 โครงการ SMART Exporter
- 3.5 โครงการ SMEs Genius Exporter
- 3.6 โครงการเจาะตลาดรายอุตสาหกรรม

4. หลักสูตร New Economy Connector (Executive): หลักสูตรสร้างเครือข่ายการค้าสำหรับผู้บริหาร เกิดขึ้นเพื่อสร้างเครือข่าย (Networking) สำหรับนักธุรกิจและผู้บริหารชั้นแนวหน้าทั้งภาครัฐและเอกชน และส่งเสริมการทำงานเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคม โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริหารระดับสูงจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ได้แก่ โครงการ CLMVT Executive Program on New Economy



1. Train the Trainers Course: This aims to produce trainers who can help coach and inspire entrepreneurs in their business operations, and adjust to new trade environments. This Train the Trainers course aims at comprehensively delivering practical knowledge to entrepreneurs across Thailand.

2. New Economy Foundation: This course caters to the SIZE S target group, i.e. new entrepreneurs, individuals interested in setting up a business. Offering inspiration and skill development on e-commerce to budding entrepreneurs, this course helps strengthen the grassroots economy on a sustainable basis. Under this course are four projects, as follows:

- 2.1) Project to educate local communities on marketing knowledge for international trade
- 2.2) Project to provide basic export knowledge
- 2.3) Project to enhance basic knowledge to navigate through the new economic environment
- 2.4) Express Exporter Project: a course providing tips for export

3. New Economy Driver: This course targets SIZE M entrepreneurs and provides basic knowledge and understanding of domestic trades, enhancing their potential. The program also aims to enable local entrepreneurs' trade ability to tackle global competition (Local to Global). It is recommended for entrepreneurs who have already developed their businesses to an extent and are ready to expand their market overseas. Featuring practical knowledge, it contains these following six projects:

- 3.1) Passport to Global Challenge Project
- 3.2) Ton Kla to Goal Project
- 3.3) Ton Kla Go Inter Project
- 3.4) SMART Exporter Project
- 3.5) SMEs Genius Exporter Project
- 3.6) Cluster Insight Project

4. New Economy Connector (Executive): This course aims to equip participating executives with networking opportunities, and to encourage constructive initiatives for the society. Participants are top figures from private and government sectors. The CLMVT Executive Program on New Economy is conducted under this course.

5. IT 4 SME (E-Business): Seeks to secure Thai entrepreneurs' business advantages with the help of digital technologies. To familiarize participants with modern communication tools, this course presents its content via the e-Academy concept or upgraded e-Learning. Interactive communication is possible during the course; participating entrepreneurs can meet up with trainers and experts to get advice, and can also exchange knowledge

5. หลักสูตร IT 4 SME (E-Business): สร้างความได้เปรียบแก่ผู้ประกอบการโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ปรับหลักสูตร e-Learning ระบบที่ทันสมัย เข้าถึงเครื่องมือสื่อสารสัญใหม่โดยการ Rebrand การเรียนการสอนแบบ e-Learning เป็น e-Academy สำหรับรูปแบบการเรียนการสอนจะเป็นรูปแบบใหม่ในลักษณะ Two-way Communication คือ การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถพบกับวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ระหว่างกันในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ SME การทำการค้าออนไลน์ แนะนำหลักการปฏิบัติที่ที่สุดในด้านธุรกิจ IT และกระบวนการขั้นตอนของ SME สำหรับระบบเศรษฐกิจดิจิทัลใหม่ หัวข้อต่าง ๆ ในหลักสูตรนี้จะมีทั้งการปฏิรูปเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของ SME การจัดการข้อมูลทางธุรกิจและองค์กร การขายที่มุ่งเน้นขั้นตอนทางดิจิทัล การขนส่งอิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจเทคโนโลยี SME

พัฒนาผู้ประกอบการทุกระดับความพร้อมอย่างครบวงจร COMPREHENSIVE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURS



การค้าระหว่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างมาก มีการพัฒนาและต่อยอดเทคโนโลยีในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการค้าขุคดิจิทัลได้ก่อให้เป็นการได้เปรียบและสร้างโอกาสทางการค้าที่ดีกว่าคู่แข่งขัน

ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดโครงการ “เปิดตัวหลักสูตรใหม่และความพร้อมของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าขุคใหม่ (New Economy Academy)” เพื่อเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ชั้นนำสำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลและเวทีการค้าขุคใหม่ โดยเป็นการแบ่งนำ 5 หลักสูตรใหม่ของสถาบันฯ ที่ผู้ประกอบการทุกระดับสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกอบรมนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ให้เกิดศักยภาพสูงสุดในธุรกิจการค้าขุคใหม่ มีการจัดเสวนาจากผู้ที่ผ่านการเข้าร่วมโครงการและหลักสูตรของสถาบันฯ ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์และการลงนามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสถาบันฯ (NEA) กับภาคเครือข่ายพันธมิตรทั้ง 12 หน่วยงาน ประกอบด้วยสถาบันการเงินสถาบันการศึกษา และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนผู้ประกอบการไทยสู่เวทีการค้าสากลในโลกเศรษฐกิจขุคใหม่ และในอนาคตจะมีการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาข้อมูลการค้าจำลองที่จะจัดตั้งขึ้นใน Mini MOC แต่ละจังหวัดสำหรับให้ผู้ประกอบการสามารถสืบค้นข้อมูลได้ด้วยตนเอง เป็นการกระจายความรู้ทางด้านการประกอบธุรกิจในทุกระดับ โดยจัดขึ้นในวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ณ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าขุคใหม่ (ถนนรัชดาภิเษก) มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 442 คน โดยเกิดการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบแนวทาง และเนื้อหาสาระในการพัฒนาผู้ประกอบไทยให้มีความพร้อมเข้าสู่การค้าขุคดิจิทัลมากขึ้น

and experiences with fellow entrepreneurs. Covered in the course are SME experience, e-commerce, best IT practices, and SME work processes for the digital economy. Participating entrepreneurs are taught about ICT tools, SME communications, business and organizational information management, digital channel sales, transportation, and the development of small and medium technology enterprises.

Because international trade has changed significantly in recent years, ICT technologies are now powerful tools for entrepreneurs to increase their efficiency and for enjoying business advantages. The faster they understand digital marketing, the greater advantage they have over their competitors.

In 2017, the DITP launched the NEA's new courses. Positioning itself as the knowledge hub for entrepreneurs in the Digital Age, the NEA presented five new courses to empower Thai entrepreneurs at all levels. The practical knowledge and experiences obtained from these courses are useful to businesses in the new economy. Participants from the NEA's previous training projects attended the launch event to share their experiences and success stories. The event also included the signing of cooperation agreements between the NEA and its 12 partners, which include financial institutions, educational institutes, and the Thai Association of Small and Medium Entrepreneurs. The collaborations mark united efforts to pave the way for many more Thai entrepreneurs to step into the global market with the readiness to tap into new consumer trends. In the future, a Mini MOC will go up in every province of Thailand and entrepreneurs will be able to drop into the facility to search for useful business information and knowledge. On 14th December 2017, at the NEA headquarters on Ratchadaphisek Road, a model counseling center was set up to demonstrate what a Mini MOC looks like. The establishment of Mini MOCs will support the distribution of business knowledge. In 2017, the NEA training courses covered 442 entrepreneurs who received relevant knowledge in international trade in the Digital Age, making them better prepared to conduct the export business of their products and services.

กิจกรรมส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก DESIGNERS' ROOM & TALENT THAI



การสร้างแบรนด์สินค้า/บริการ ตลอดจนให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้า รวมถึงการพัฒนาออกแบบไทย คือหนึ่งในการกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก หรือ Designers' Room & Talent Thai ซึ่งดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2545 คือผลงานที่ตอบโจทย์ภารกิจดังกล่าว เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการออกแบบและขยายมูลค่าการส่งออกผ่านสินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้าน และไลฟ์สโตร์ที่มีศักยภาพ

ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้คัดเลือกนักออกแบบรุ่นใหม่ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์จำนวน 66 แบรนด์เข้าพัฒนาศักยภาพและเติมความพร้อมกับผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับครั้งที่ 60 "Bangkok Gems and Jewelry Fair" ระหว่างวันที่ 6 - 10 กันยายน พ.ศ. 2560 และในโอกาสครบรอบ 15 ปีของการดำเนินโครงการดังกล่าว วันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายนักออกแบบแบรนด์ไทยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาออกแบบอย่างของผู้ที่ประสบความสำเร็จเป็นการขยายช่องทางการค้า เปิดโอกาสให้แสดงศักยภาพ นำไปสู่การยกระดับแบรนด์ไทยไปสู่ตลาดโลก พร้อมทั้งมีการคัดเลือกนักออกแบบแฟชั่น 10 ราย จากโครงการ Designers' Room และแสดงผลงานและเจรจาการค้า ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ในวันที่ 8 - 11 กันยายน พ.ศ. 2560 โดยความร่วมมือของสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ร่วมกับผู้จัดงานและแสดงสินค้า Who's Next นักออกแบบสินค้าไลฟ์สโตร์ 7 รายจากโครงการ Talent Thai ร่วมแสดงผลงานและเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า MAISON & OBJET ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส พร้อมด้วยการคัดเลือกนักออกแบบแฟชั่น 4 รายจากโครงการฯ ร่วมงานแฟชั่นโชว์กับ MQ Vienna Fashion Week ณ กรุง维也纳 ประเทศออสเตรีย ในวันที่ 11 - 18 กันยายน พ.ศ. 2560 โดยเพียงเท่านั้น คณะกรรมการกิจกรรมส่งเสริมนักออกแบบไทยฯ จำนวน 8 ราย ยังได้เข้าร่วมกิจกรรม Fashion Networking กับ Rasara Occupational Training Fashion College ในวันที่ 29 มิถุนายน - 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 ณ กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ยังคงดำเนินต่อไป

The DITP has, in addition to the development of Thai products and services, also placed an emphasis on Thai designers. Since 2002, it has implemented the Designers' Room & Talent Thai project, to develop the quality of Thailand's design industry – including fashion products, accessories, home-decor and lifestyle products – to increase the export volume for this industry sector.

In 2017, the DITP selected new aspiring designers from 66 brands who complied with the criteria to participate in a training course. Designed to enhance their ability and prepare them for new challenges, the course featured accredited mentors including specialists from various fields. The participants were also given a chance to attend the 60th Bangkok Gems and Jewelry Fair held between 6th to 10th September 2017. Marking the 15th anniversary of the project on 4th September 2017, the DITP organized a business-networking session for Thai designers to inspire budding entrepreneurs with the success of veteran designers, presenting the possibilities in the market. With the chance to showcase Thai designers' ability, Thai fashion brands could thrive to gain worldwide recognition. On top of this, the DITP brought 10 outstanding Thai fashion designers from the Designers' Room project on a trip to Paris, France, for trade talks between 8th to 11th September 2017. The trip was organized through the collaboration between the DITP Office of Innovation and Value Creation and the organizer of the world-famous Who's Next fashion exhibition. From 8th to 12th September 2017, seven prominent lifestyle product designers from Talent Thai project also attended the MAISON&OBJET for business negotiations in Paris, France, facilitated by the DITP. Moreover, the DITP sent four outstanding fashion designers from the project to MQ Vienna Fashion Week in Vienna, Austria, between 11th to 18th September 2017. The DITP also facilitated eight Thai designers from the Designers' Room & Talent Thai project to participate in fashion networking sessions with Rasara Occupational Training Fashion College, during 29th June to 2nd July 2017 in Seoul, South Korea.

5

OUTWARD BUSINESS DEVELOPMENT PROMOTION

การส่งเสริมการประกอบธุรกิจในต่างประเทศ

/ SUPPORTING OVERSEAS BUSINESS /

อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ

MARKETING INTELLIGENCE

การให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ

INTERNATIONAL TRADE INFORMATION/CONSULTATION SERVICES

กรมล่งเสิร์ฟการค้าระหว่างประเทศมีการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ อาทิ การเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจต่างประเทศ ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ กฎระเบียบการนำเข้า ส่งออก รายชื่อผู้ส่งออกและผู้นำเข้า สินค้าจากต่างประเทศ ข้อมูลการจัดกิจกรรมพัฒนาส่งเสริมด้านการค้าระหว่างประเทศ และการตรวจสอบมาตรฐานอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก ให้แก่ผู้ประกอบการผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งแบบออนไลน์และออนไลน์ เพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตร์ล์ของผู้ประกอบการในยุค 4.0 ดังนี้



1. ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Export Service Center: OSEC) เป็นศูนย์อำนวย

ความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออกในการเอกสารรับรองและใบอนุญาตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การนำเข้าวัตถุนิยมเพื่อการส่งออก รวมทั้งให้คำปรึกษา แนะนำด้านเอกสารส่งออกเชิงลึก โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 17 หน่วยงาน มาให้บริการรวมไว้ ณ จุดเดียว นอกจากนี้ ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จยังได้ขยายขอบเขตการดำเนินงาน

The DITP provides a comprehensive range of international trade information and consultation services, for example, guidelines on how to prepare a business for international trade, how to conduct business overseas, and how to import and export products. Moreover, rules and regulations have been provided, along with a list of exporters and importers in Thailand. The DITP has also organized activities to promote international trade and to facilitate the procurement of raw materials that Thai exporters need. These services are available via both online and offline channels in order to respond to the needs of Thailand 4.0 entrepreneurs.

1. **One Stop Export Service Center (OSEC):** This center provides convenience to exporters regarding documentation and permits they need to obtain for their exports, or the import of raw materials that will be used for production of export products. Counseling and in-depth guidance are also available, with officials from 17 relevant organizations

ให้บริการข้อมูลคำปรึกษาเชิงลึกในรูปแบบออนไลน์ โดยเป็นการบูรณาการบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศ ด้านต่างๆ ในรูปแบบ Expertise (ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน) โดยเป็นการฝึกค้ำถาม/ข้อปรึกษาแก่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งในด้านการส่งออกและการนำเข้าเพื่อแสวงหาตัดดิบ โดยเพิ่ม Expertise ลงใน Digital Platform ที่กรมฯ มีอยู่แล้ว ได้แก่ www.ditptouch.com โดยในปี 2560 มีผู้ใช้บริการจาก OSEC จำนวน 62,457 ราย และจำนวนการออกใบอนุญาต จำนวน 187,110 ฉบับ



2. บริการให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (DITP Service Center) เป็นบริการให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจระหว่างประเทศผ่านสายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169 และเคาน์เตอร์ให้บริการ ซึ่งตั้งอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดนนทบุรี และถนนรัชดาภิเษก โดยในปี 2560 มีผู้ใช้บริการสายตรงฯ 1169 จำนวน 21,408 ราย ผู้ขอรับบริการผ่านเคาน์เตอร์ (General Information) จำนวน 1,268 ราย และให้บริการข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ (IVR) จำนวน 9,433 ราย

3. หน่วยเคลื่อนที่ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (Mobile Unit) ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย งานสัมมนา งานแสดงสินค้าของภาครัฐ ที่เกี่ยวเนื่องกับ SMEs และการค้าระหว่างประเทศ มีผู้รับบริการในปี 2560 จำนวนทั้งสิ้น 1,997 ราย และมีการออกหน่วยเคลื่อนที่ในช่วงที่มีการประชุมคณะกรรมการรัฐมนตรีลัญจูรินต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา พระนครศรีอยุธยา และสสงขลา โดยได้รับเกียรติจากนายกรัฐมนตรี (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) และคณะเข้าเยี่ยมชม

4. Mobile Application: DITP Connect ให้บริการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน DITP Connect บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Device) ได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ประกอบด้วยข้อมูลรายงานตลาดต่างประเทศเชิงลึก กระแสแนวโน้มตลาดโลก ลินค์คำค้นน่าจับตามอง กิจกรรมด้านการค้าระหว่างประเทศ และข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย มีผู้เข้าใช้งานในปี 2560 จำนวน 4,804 ราย

working together at the center to provide a one-stop service. In addition, the OSEC has extended its service to providing online in-depth counseling, integrating expertise from various international expert gurus to respond to users' submitted questions relating to export and raw material import. This new function is an addition to the Department's existing digital platform: www.ditptouch.com. In 2017, the OSEC served 62,457 entrepreneurs. The number of certifications and permits issued at the OSEC totaled 187,110 for that year.

2. DITP Service Center: This center provides international trade counseling via its Hotline 1169 and its service counters, which are located at the Ministry of Commerce in Nonthaburi province and at the DITP office on Ratchadaphisek Road. The Hotline answered 21,408 calls and the service counters covered 1,268 service users in 2017. The DITP's interactive voice response (IVR) handled 9,433 calls.

3. Mobile Unit: The DITP has provided counseling services via its mobile unit at various international exhibitions, seminars and state-organized exhibitions that are related to SMEs and international trade. These mobile units served 1,997 entrepreneurs in 2017. They were also used in conjunction with mobile Cabinet meetings in Nakhon Ratchasima, Phra Nakhon Si Ayutthaya and Songkhla provinces. Prime Minister General Prayut Chan-o-cha and his delegation also visited the DITP mobile unit.

4. Mobile Application: DITP Connect: Via this app, which can be downloaded on mobile devices and is compatible with both iOS and Android systems, the DITP delivers personalized counseling services to service users. Its users can keep abreast of global trends, outstanding products, international trade activities and Thailand's international trade statistics. DITP Connect served 4,804 service users in 2017.





5. DITP Touch บริการคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบ Live Chat ซึ่งเริ่มต้นเปิดให้บริการตั้งแต่เดือนกันยายน 2559 โดยให้บริการในวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 08.30 - 16.30 น. (ไม่พักเที่ยง) นอกเหนือจากนี้ยังมีบริการฝึกอบรมเชิงลึกถึงผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศ (Expertise) สามารถดาวน์โหลดได้บริการ DITP Touch บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Device) ได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ในปี 2560 มีศูนย์บริการ Live Chat จำนวน 1,430 ราย



5. DITP Touch: Launched in September 2016, this Live Chat channel provides services offering international trade counseling between Monday and Friday from 8.30 a.m. to 4.30 p.m. (without a lunch break). Service users can even seek expertise-based counseling via this channel, by simply leaving a message. DITP Touch is accessible via a mobile device operating on either iOS or Android. By 2017, 1,430 Live Chat service centers were established.

พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในประเทศเป้าหมาย NETWORK DEVELOPMENT IN TARGET COUNTRIES

ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร บริการข้อมูลการตลาด รวมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ภาครัฐและเอกชนในการดำเนินธุรกิจ และขยายธุรกิจในอาเซียน การส่งเสริมการค้าในประเทศไทยและ ASEAN ที่ดำเนินการผ่าน AEC Business Support Center ในแต่ละประเทศอาเซียน โดยให้บริการด้านจัดทำนัดหมายธุรกิจ ให้ข้อมูลการตลาดเชิงลึก ให้คำปรึกษาในการจัดตั้งหรือดำเนินธุรกิจ แก่ไขปัญหาทางการค้าเพื่อผลักดันการขยายสู่ทางการค้าการลงทุน ของไทยในอาเซียน และจัดกิจกรรมเสริมสร้างการรวมกลุ่มพันธมิตร ระหว่างผู้ประกอบการไทยที่เป็นสมาชิก DITP AEC Club ให้ได้รับ ความรู้ ได้พบปะสร้างเครือข่าย และเปลี่ยนประสบการณ์การทำธุรกิจ ในประเทศอาเซียน

The DITP has promoted development of business networks within ASEAN, connecting both government and private sectors to expand businesses. Many activities are conducted via the AEC Business Support Centers, which operate in all ASEAN nations providing services such as arranging business meetings, providing market insights, and offering counseling services on starting or conducting businesses. Entrepreneurs can also turn to the Support Centers with regards to business solutions, and business growth. Thai members of DITP AEC Club can also attend networking sessions that the DITP organizes to acquire new knowledge, meet with potential partners, and share experiences with others about ASEAN-based businesses.

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ CLMVT Executive Program on New Economy (CLMVT-EXP)

ด้วยสภาวะเศรษฐกิจการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศ ในปัจจุบันที่ความรุนแรงมากขึ้น การรวมกลุ่มประเทศเพื่อสร้าง ความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจภายในภูมิภาค โดยเฉพาะกลุ่ม ประเทศ CLMVT โดยใช้แนวทางการสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะ Strategic Partnership กับแต่ละประเทศ เน้นสร้างเครือข่ายพันธมิตร ทางการค้าในกลุ่มประเทศ CLMVT ระหว่างผู้บริหารระดับสูง ของบริษัทชั้นนำกับผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐ และ เป็นกลุ่มผู้นำหลักของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมถึงเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อมอย่าง SMEs วิสาหกิจชุมชน และกลุ่ม ผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่การรวมกลุ่มประเทศเศรษฐกิจที่มีความเข้มแข็งในระดับภูมิภาคและเข้าสู่เวทีการค้าสากลได้อย่างยั่งยืน



ในปี 2560 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดโครงการ “CLMVT Executive Program on New Economy” ในระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ระยะเวลา 4 วัน ณ โรงแรมโซ菲เทล กรุงเทพ สุขุมวิท เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ โดยมีนักธุรกิจ ผู้แทนหน่วยงานผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างผู้ประกอบการ ผู้แทนสถาบันการศึกษาต้นแบบชั้นนำของโลกที่ประสบความสำเร็จด้านการค้าและการลงทุน เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเข้าร่วมโครงการฯ เพื่อช่วยในการกระตุ้นความลัมพันธ์ เสริมสร้างความเชื่อมั่นและขีดความสามารถให้เศรษฐกิจไทย รวมถึงแลกเปลี่ยนแนวคิดและประสบการณ์ในเนื้อหาของ New Mega Trends for the Future of New Economy สำหรับเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Policy Recommendation) และสร้างศักยภาพการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับภูมิภาคร่วมกัน มีผู้เข้าร่วมโครงการ 60 คน เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กับผู้บริหารชั้นนำทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อใจเป็นแนวทางขับเคลื่อนประเทศไทยในเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายกับผู้นำและองค์กรระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งใช้มุมมองทั้งจากด้านนโยบายและจากภาคการดำเนินธุรกิจยุคใหม่ เพื่อต่อยอดสู่แนวคิดการปรับกระบวนการการทำธุรกิจยุคใหม่



คณะกรรมการประชาชนด้านการส่งเสริมการค้า ธุรกิจบริการ และการลงทุนในต่างประเทศ (D4) PUBLIC-PRIVATE COMMITTEE ON THE PROMOTION OF TRADE, SERVICES AND OVERSEAS INVESTMENTS (D4)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ดำเนินการร่วมกับภาคเอกชนอย่างใกล้ชิดผ่านกลยุทธ์ “ปลดล็อก ส่งเสริม พัฒนา” ถือได้ว่าการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาฯ เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยส่งผลให้มูลค่าการส่งออกและการลงทุนในต่างประเทศขยายตัวได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะเห็นได้จากการส่งออกในปี 2560 มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ด้วยมูลค่า 236,694 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 9.9 ในขณะเดียวกันการลงทุนในต่างประเทศของนักลงทุนไทยมีมูลค่าขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20 หรือคิดเป็นมูลค่า 16,000 ล้านเหรียญสหราชอาณาจักร ในปีที่ผ่านมา ผลการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาฯ ได้แก่

In the face of intensifying competition on the international trade platform, regional groupings hold the key to securing advantages and the DITP has therefore pursued strategic partnerships within CLMVT (Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam and Thailand). Via the DITP, top executives of leading firms and government agencies, as well as key economic players, in the region have met up for networking and discussions. Their collaborations in turn provide guidelines for SMEs as well as for community enterprises. Economic integration can strengthen the regional economy and boost its competitiveness at the global level on a sustainable basis.

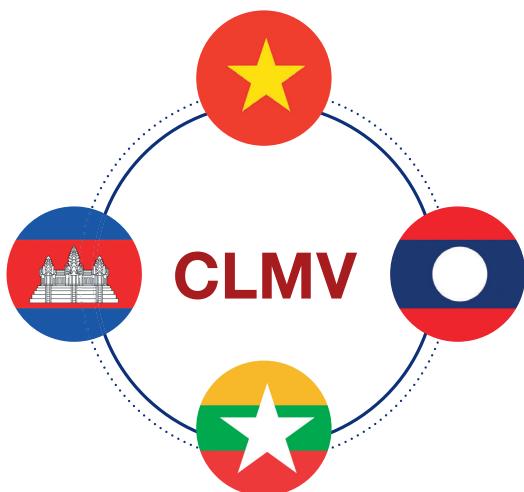
In 2017, the DITP hosted the CLMVT Executive Program on New Economy held between 30th November to 3rd December 2017 at the Sofitel Bangkok Sukhumvit. This four-day program attracted 60 businesspeople, delegates of relevant authorities, successful business mentors, and representatives of world-class educational institutes. The program's activities fostered many ties and raised the participants' confidence in the Thai economy. During the program, the participants were also represented with an opportunity to discuss the topic of “New Mega Trends for the Future of New Economy” of which the conclusions could be treated as a policy recommendation and hopefully become a driving force behind the collective growth of ASEAN's economy. The exchange of experiences and knowledge among participating top executives from the CLMVT zone were also useful for the formulation on how to drive Thailand towards the New Economy era. Thanks to the program, Thai entrepreneurs received opportunities to network with regional and business leaders, as well as top representatives of international organizations. The shared perspectives of policymakers and business experiences will lead to the development of practical, new business approaches.





1. ด้านการผลักดันการส่งออกสินค้าและส่งเสริมธุรกิจ
บริการ คงจะทำงานฯ มีการติดตามสถานการณ์ส่งออกรายยก ลุ่ม
สินค้าอย่างใกล้ชิดเป็นรายไตรมาส ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การ
ส่งออกและแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด นอกจากนี้ยังดำเนินงานร่วมกับ
ที่ปรึกษารายภูมิภาค (Regional Advisors: RA) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและ
มีประสบการณ์ด้านการค้าและการลงทุนทั้ง 7 ภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาค
อเมริกา (ไทยยูเนียน) ภูมิภาคยูโรป (เซ็นทรัล) ภูมิภาคแอฟริกา
(Toyota Tsusho และ Double A) ภูมิภาคจีน (CP และ Loxley)
ภูมิภาคอาเซียน (BJC) ภูมิภาคเอเชียใต้ (SCG) ภูมิภาคญี่ปุ่น
เกาหลีใต้ ได้ทั่วโลก (สหพัฒน์ฯ) ผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ การคัดเลือก
สินค้าไทยไปวางจำหน่ายในช่องทางการจำหน่ายของ RA ในประเทศ
ต่างๆ การจับคู่ธุรกิจกับเครือข่ายของ RA การจัดสัมมนาให้ความรู้
เป็นต้น สำหรับการส่งเสริมภาคบริการ คงจะทำงานฯ ได้พิจารณา
คัดเลือกธุรกิจโลจิสติกส์เป็นธุรกิจบริการนำร่อง โดยจัดตั้ง
คงจะทำงานย่อยเพื่อเร่งดัดแปลงการส่งเสริม พัฒนา และแก้ไขปัญหา
อุปสรรคที่จำเป็นต่อการขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศ คณทำงฯได้สนับสนุนภาคเอกชนให้สามารถเจาะตลาด CLMV เพิ่มความเชื่อมโยงในภูมิภาค โดยเฉพาะใน CLMV รวมถึงจีน อินเดีย และบังกลาเทศ นอกจักนี้ยังจัดตั้งคณทำงฯย่อยด้านการพัฒนาการค้าเมืองชายแดนแม่สอด ซึ่งภาคเอกชนอยู่ระหว่างการรวบรวมและจัดทำข้อมูลเชิงลึก รวมถึงจัดทำระบบบูรณาการฐานข้อมูลและองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน (Knowledge Tank) ในประเทศ CLMV แบบครบวงจร



สำหรับแผนดำเนินงานในปี 2561 ได้แก่ การเพิ่มความเชื่อมโยงในภูมิภาคเพื่อยกระดับการแข่งขัน กระชับความสัมพันธ์ในภูมิภาคให้เข้มแข็ง เติบโตไปด้วยกัน ส่งเสริมการพัฒนาการค้าเมืองชายแดน แม่สอดและธุรกิจโลจิสติกส์ระหว่างประเทศไทย ส่งเสริม Outbound Investment Mindset ต่อเนื่อง ตลอดจนการปลดล็อก แก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและการลงทุน

The DITP has made major contributions to the Public-Private Committee on the Promotion of Trade, Services, and Overseas Investments (D4), where the public sector has been led by the Minister of Commerce while Mr. Sanan Angubolkul and Mr. Tos Chirathivat have led the private sector. The committee has worked closely with the private sector under an "Unlocking, Unleashing and Upgrading" strategy, resulting in remarkable growth of Thailand's exports and overseas investments. In 2017, Thailand's exports reached a peak of USD 236,694 million – a 9.9% increase from the previous year. In addition, Thailand's overseas investments increased by 20%, or USD 16,000 million from the previous year. The committee has worked with particular activities as follows:

1. Promotion of Exports and Trade in Services:

The committee has monitored cluster-based export reports on a quarterly basis, leading to timely responses and solutions. Moreover, it has collaborated with regional advisors (RA) from the private sector who are trade and investment exports in seven regions, namely; US (Thai Union Group), Europe (Central Group), Africa (Toyota Tsusho and Double A Paper), China (CP Group and Loxley), ASEAN (Berli Jucker), South Asia [SCG (Thailand)] and Japan/South Korea/Taiwan (Saha Pathanapibul). They have worked to distribute selected Thai products in overseas markets via RA overseas distribution channels, to support business-matching with RA networks, and to provide seminars for Thai entrepreneurs. The committee has also promoted logistics as a pilot model for trade in services and has thus established a sub-committee to accelerate development and improve obstacles of logistics.

2. Promotion of Overseas Investments: The committee

has encouraged the private sector to penetrate the CLMV market and to enhance regional integration especially in CLMV, China, India and Bangladesh. It has also established a sub-committee to specifically develop border trade around Mae Sot. The private sector is currently in the process of preparing a proposal on this further development to the government. Additionally, the committee has compiled an integrated knowledge tank of CLMV.

In 2018, the committee will focus on regional integration in order to strengthen the region's overall competitiveness and mutual economic growth. Moreover, it will emphasize Mae Sot border trade development and international logistics, promotion of outbound investment mindsets as well as unlocking and amending legal obstacles to facilitate trade and investment for Thai entrepreneurs.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES

CSR

กิจกรรมเพื่อสังคม

CSR ACTIVITIES, ANTI-CORRUPTION EFFORTS AND HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT AT THE DITP

ผลการดำเนินงานด้าน CSR ต่อต้านทุจริต และการพัฒนาบุคลากรของกรมฯ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีการดำเนินการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาให้บุคลากรสามารถขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อตอบสนองนโยบายกระทรวงพาณิชย์และรัฐบาล โดยมุ่งพัฒนาทักษะ สมรรถนะ และขีดความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน พัฒนาบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เสริมสร้างให้บุคลากรเป็นข้าราชการที่ดี ไร้การทุจริต โดยพัฒนาเสริมสร้างและปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรยึดถือ ความพอเพียง มีวินัย ความสุจริต จิตอาสา รวมถึงเป็นข้าราชการที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม เสริมสร้างความสุข ความสามัคคี การมีคุณภาพชีวิตที่ดี และสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร มีการจัดประชุมผู้บริหารพบบุคลากรในลักษณะ Two-way Communication อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้านบุคลากร ดังนี้

The DITP has constantly developed its human resources to ensure that they remain well-qualified to carry out their respective missions in support of government policies. Human resource development at the DITP focuses on skills and abilities needed for it to attain its goals, and includes areas such as ICT knowledge. Moreover, the DITP has placed a strong emphasis on morality and ethics. Its officials are inculcated with honesty, sufficiency, discipline, public-mindedness and other virtues. All at the same time, the DITP has sought to promote good ties, satisfaction, unity and quality of life among its officials. For example, there is two-way communication at meetings to connect executives with staff. In 2017, the DITP carried out the following activities for its human resource development:

โครงการอบรมเสริมสร้างวินัย คุณธรรม จริยธรรม เพื่อเป็นข้าราชการที่ดีและไร้ทุจริต ETHICAL & MORAL TRAINING PROJECT FOR A CORRUPTION-FREE PUBLIC SECTOR

หลักสูตร “ข้าราชการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจะเป็นข้าราชการที่ดี ตามรอยพระราชนิยมราชนพราบทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช” เมื่อวันพุธที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2560 เวลา 09.30 - 14.30 น. ณ ห้องนิปกรนันติถาด้า ชั้น 12 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยได้รับเกียรติจากผู้ทรงคุณวุฒิของสำนักงาน ก.พ. คือ นางสาวชุติมา เทศศิริ นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการพิเศษ ศูนย์ส่งเสริมจริยธรรม บรรยายในหัวข้อ “การปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม ตามประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเป็นข้าราชการที่ดีตามรอยพระราชนิยมราชนพราบทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช” และนางธีรนภัส จตุรชัรธรรม นิติกร ชำนาญการพิเศษ สำนักมาตรฐานวินัย เป็นวิทยากรผู้บรรยายในหัวข้อ “เสริมสร้างวินัยข้าราชการและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน”



This project featured the course “DITP Officials Follow H.M. King Bhumibol Adulyadej’s Guidance and Serve as Good Civil Servants”, which ran on 15th March 2017 from 9.30 a.m. to 2.30 p.m. in Manopakornnitithada Room at the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce. Leading the course were two specialists from the Office of the Civil Service Commission. The first was Miss Chutima Tessiri, a specialist from the office’s Ethical Promotion Center, who delivered the lecture “Working in Line with an Ethical Code for Civil Servants: Inspirations to Follow H.M. King Bhumibol Adulyadej’s Guidance”. The second was Mrs. Thiranart Jaturadhamrong, a legal specialist at the office’s Disciplinary Standard Division, who addressed the topic “Promotion of Civil Servants’ Discipline and Laws Related to Their Works”.



โครงการเล่าสู่กันฟัง ครั้งที่ 5 THE 5TH SHARING PROJECT

กิจกรรม “สค. ทำดี ที่ป่อสอน หนังสือดี ๆ จากพี่สุ่นอุป” เนื่องจาก โรงเรียนวัดดำเนินนักใต้ (วิลากโถสถานนท์นุเคราะห์) โรงเรียนอัมมสิริ ศึกษาナンบุรี (อุปถัมภ์โดยมูลนิธิวัดน้อยนอก) โรงเรียนชุมชนวัดไทรมา และโรงเรียนวัดแจ้งศิริสัมพันธ์ (สไมสรสากลอุทิศ) ได้ขอความอนุเคราะห์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สนับสนุนหนังสือการ์ตูนชุด “สตุดีมหาราชา เทิดไท้องค์ราชัน รัชกาลที่ 9” และหนังสืออื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการอ่าน การเรียนรู้ของนักเรียน ตลอดจนส่งเสริมการเรียนการสอนของโรงเรียนมากยิ่งขึ้น ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่มีฐานะยากจน จึงขอรับการบริจาคหนังสือที่เหมาะสมเพื่อใช้ในห้องสมุดของโรงเรียนและประกอบการศึกษาเรื่องของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชในด้านต่าง ๆ โดยกลุ่มงานพัฒนาบุคลากรและคุ้มครองจริยธรรม ตั้งกล่องรับบริจาคและได้ส่งมอบหนังสือเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ณ โรงเรียนวัดดำเนินนักใต้ (วิลากโถสถานนท์นุเคราะห์) และโรงเรียนอัมมสิริศึกษาナンบุรี (อุปถัมภ์โดยมูลนิธิวัดน้อยนอก) และในวันพุธที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ณ โรงเรียนชุมชนวัดไทรมา และโรงเรียนวัดแจ้งศิริสัมพันธ์ (สไมสรสากลอุทิศ)



The DITP continued its “Follow Father’s Good Example, Give Books to Children” activities after receiving requests from Wat Tamnak Tai School (Vilas Osathanonnurog), Thammasiri Suksa Nonthaburi School (under the Patronage of Wat Noi Nok), Wat Sai Ma Community School, and Wat Chaeng Siri Samphan School (Sakon Uthit Club). These schools requested for the “Tributes to King Rama IX” cartoon book set and other reading materials in order to instill a love for reading among their students, who mostly come from cash-strapped families, and the books were made available at school libraries. These educational institutes expressed an intention to teach their students about King Rama IX’s significant contributions to the country, his Sufficiency Economy Model, and other topics of knowledge. The DITP Human Resource and Ethics Divisions set up donation boxes to collect books for these schools and then delivered books to Wat Tamnak Tai School (Vilas Osathanonnurog) and Thammasiri Suksa Nonthaburi School (under the Patronage of Wat Noi Nok) on 14th June 2017. Later, books were delivered to Wat Sai Ma Community School and Wat Chaeng Siri Samphan School on 21st June 2017.

โครงการพัฒนาและส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และจารยานำรากการที่ดี ETHICS AND MORAL PROMOTION PROJECT



อนุสัญญาติหประชากาดว่าด้วยการต่อต้านทุจริต สมมติว่าฯ ทราบดีว่าการทุจริต แลงประปามการกระทำอันเป็นการขัดกันระหว่างประปายชน์ส่วนบุคคลกับประปายชน์ส่วนรวม ขัตเจนและมีประลิทอิภพอย่างขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

หลักสูตร “การสร้างจิตสำนึกด้านการต่อต้านทุจริตเกี่ยวกับความขัดแย้งกันระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ส่วนรวม เพื่อเป็นองค์กรที่ปลดทุจริต” ในวันจันทร์ที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 เวลา 09.30 - 14.00 น. ณ ห้องมโนปกรณ์นิติธาดา ชั้น 12 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ นายอุทิศ บัวครี ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการ ป.ป.ช.

This project conducted the course “Building Anti-Corruption Mindset Against Conflicts of Interest” on 31st July 2017 from 9.30 a.m. to 2 p.m. in Manopakornnitithada Room at the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce. Mr. Utit Buasri, Assistant Secretary-General of the National Anti-Corruption Commission, served as the speaker.

โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ Workshop

“การเป็นบุคลากรตามรอยศาสตร์พระราชา นำองค์กรพัฒนาอย่างยั่งยืน” ณ ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ มูลนิธิชัยพัฒนา จังหวัดนครนายก เมื่อวันที่ 5 - 6 สิงหาคม พ.ศ. 2560 โดยวิทยากรจากศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ นายปัญญา บุลิเวคินทร์ หัวหน้าศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ

The workshop “Follow the King's Philosophies, Lead Your Organization towards Sustainability” took place at the Chaipattana Foundation's Bhumirak Dhamachart Center, in Nakhon Nayok province, between 5th to 6th August 2017 with the center's Chief Mr. Panya Pulivekin heading the workshop himself.



THAILAND PUBLIC SERVICE AWARDS

รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติที่กรมฯ ได้รับ

1. รางวัลกระบวนการที่มีความเชื่อมโยง
หลายส่วนราชการ ระดับดีเด่น ปี 2549:

Thailand Public Service Awards 2006:
Best Integrated Service

กระบวนการให้บริการด้านเอกสารการส่งออก
ณ ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ

One Stop Export Service Center (OSEC)



2. รางวัลรายการกระบวนการ ระดับดีเด่น ปี 2551:

Thailand Public Service Awards 2008:
Best Work Process

การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อมูลตลาด/
สินค้าและธุรกิจบริการ

International Market, Product and
Service Consultation



3. รางวัลนวัตกรรมการให้บริการ ระดับชั้นเชี่ย ปี 2553:

Thailand Public Service Awards 2010:
Service Innovation

กระบวนการพัฒนาเชื่อมโยงฐานข้อมูล
ของหน่วยงานต่าง ๆ ในระบบคิวบันอินเทอร์เน็ต

Queuing System



4. รางวัลนวัตกรรมการบริการที่เป็นเลิศ ระดับดีเด่น
ปี 2555:

Thailand Public Service Awards 2012:
Best Service Innovation

การยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการ
ด้านข้อมูล/คำปรึกษา SMEs เพื่อการส่งออก

Information and Consultation
Service for SMEs



5. รางวัลพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ ระดับดีเด่น
ปี 2556:

Thailand Public Service Awards 2013:
Best Service Development

บริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผ่านช่องทางพาณิชย์ดิจิทัล Thaitrade.com

THAITRADE.COM



6. รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ

ประเภทรางวัลพัฒนาคุณภาพการบริการ
อย่างต่อเนื่อง ปี 2558:

Thailand Public Service Awards 2015:
Sustainable Service Development

การยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการ
ด้านข้อมูล/คำปรึกษา SMEs เพื่อการส่งออก

Information and Consultation
Service for SMEs



7. รางวัลพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ ระดับดีเด่น
ปี 2558:

Thailand Public Service Awards 2015:
Best Service Development

การให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศส่วนบุคคล
(DITP Connect Mobile Application)

DITP Connect Mobile Application



8. รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ

ประเภทรางวัลพัฒนาคุณภาพการบริการ
อย่างต่อเนื่อง ปี 2559:

Thailand Public Service Awards 2016:
Sustainable Service Development

บริการส่งเสริมช่องทางการค้าระหว่างประเทศ Thaitrade.com

THAITRADE.COM



9. รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ

ประเภทรางวัลพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ
ระดับดีเด่น ปี 2559:

Thailand Public Service Awards 2016:
Best Service Development

โครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs
ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร

Smart Online SMEs (S.O.S.)



รางวัลระดับสากลที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้รับ
INTERNATIONAL AWARDS



**THE 'WINNER'
PROJECT OF WSIS 2016
In Capacity Building Category**



ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพ SMEs ไทยให้สามารถเข้าถึงตลาดออนไลน์อย่างแท้จริง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงได้จัดทำโครงการ “พัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร : Smart Online SMEs (S.O.S.)” ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2557 ถึงปัจจุบัน โดยในปี 2559 โครงการ Smart Online SMEs (S.O.S.) ภายใต้ Thaitrade.com สามารถคว้ารางวัลชนะเลิศ WSIS Prize 2016 (World Summit on Information Society) สาขา Capacity Building ซึ่งจัดโดยหน่วยงาน International Telecommunication Union (ITU) ภายใต้ต้องการสหประชาชาติ ณ เมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยได้รับการยอมรับว่าเป็นโครงการที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการสร้างประโยชน์คุณูปการแก่สังคม ประเทศ และมนุษยชาติ ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในการทำการค้าออนไลน์ที่ดีที่สุดในโลกแห่งปี 2559

การพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร: Smart Online SMEs (S.O.S.) เป็นการพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจออนไลน์ ไปจนถึงพัฒนาความรู้และทักษะให้สามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการสร้างมูลค่าทางการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเชิงลึก และบริการให้คำปรึกษาทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค เพื่อให้ SMEs ไทยได้รับการพัฒนาด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจรและเป็นระบบ

With a strong and genuine intention to improve Thai SMEs potential to penetrate online market, the DITP has initiated the “Comprehensive Improvement of SMEs’ Competitiveness in E-Market: Smart Online SMEs (S.O.S.)” project from fiscal year 2014 onward. In 2016, the International Telecommunication Union (ITU) under the United Nation at Geneva, Switzerland, awarded the Smart Online SMEs (S.O.S.) under Thaitrade.com with first prize at WSIS Prize 2016 (World Summit on Information Society) in the category of Capacity Building, recognizing its accomplishment in applying information and communication technologies for the betterment of the society, country, and mankind, especially in the aspect of best increasing competitiveness among online entrepreneurs in 2016.

Designed to equip SMEs with comprehensive online marketing knowledge, S.O.S. taught entrepreneurs the spectrum from basics to international trade. Via this initiative, participants learnt about how to start an online business and after they received the basic knowledge and skills for online trade, they were able to attend advanced workshops and receive counseling services. Available both in Bangkok and the provinces, this initiative enabled Thai SMEs to develop their e-commerce in a comprehensive and efficient manner.

FINANCIAL

จดหมาย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงฐานะการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2560

หน่วย : บาท

สินทรัพย์	2560	2559
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	71,233,428.98	184,753,469.92
ลูกหนี้ระยะสั้น	9,547,341.98	22,714,424.80
วัสดุคงเหลือ	3,275,572.34	3,943,712.64
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	84,056,343.30	211,411,607.36
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (สุทธิ)	163,646,008.11	123,340,551.42
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สุทธิ)	2,761,194.50	9,224,314.92
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	166,407,202.61	132,564,866.34
รวมสินทรัพย์	250,463,545.91	343,976,473.70
หนี้สิน		
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้ระยะสั้น	91,731,043.35	59,141,407.47
เงินรับฝากระยะสั้น	58,258,457.96	176,354,360.95
รวมหนี้สินหมุนเวียน	149,989,501.31	235,495,768.42
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
เงินทุดวงราชการรับจากคลังระยะยาว	5,800,000.00	5,800,000.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	708,498.67	1,196,926.72
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	6,508,498.67	6,996,926.72
รวมหนี้สิน	156,497,999.98	242,492,695.14
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	187,478,473.72	101,483,778.56
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		
ทุน	9,944,145.57	9,944,145.57
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	84,021,400.36	91,539,632.99
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	93,965,545.93	101,483,778.56

**FINANCIAL STATEMENT
AS OF THE 30 SEPTEMBER 2017**

Unit : Baht

ASSETS	2017	2016
Current assets		
Cash and cash equivalents	71,233,428.98	184,753,469.92
Short-term account receivable	9,547,341.98	22,714,424.80
Inventory	3,275,572.34	3,943,712.64
Total current assets	84,056,343.30	211,411,607.36
Fixed assets		
Property, plant, and equipment (net)	163,646,008.11	123,340,551.42
Intangible assets (net)	2,761,194.50	9,224,314.92
Total fixed assets	166,407,202.61	132,564,866.34
Total assets	250,463,545.91	343,976,473.70
LIABILITIES		
Current liabilities		
Accounts payable	91,731,043.35	59,141,407.47
Short-term deposit	58,258,457.96	176,354,360.95
Total current liabilities	149,989,501.31	235,495,768.42
Non-current liabilities		
Receipt of government advanced payment	5,800,000.00	5,800,000.00
Other non-current liabilities	708,498.67	1,196,926.72
Total non-current liabilities	6,508,498.67	6,996,926.72
Total liabilities	156,497,999.98	242,492,695.14
Net Assets/Equity	187,478,473.72	101,483,778.56
NET ASSETS/EQUITY		
Fund	9,944,145.57	9,944,145.57
Income higher than accrued expense	84,021,400.36	91,539,632.99
Total Net Assets/Equity	93,965,545.93	101,483,778.56

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2560

(หน่วย : บาท)

รายได้	2560	2559
รายได้จากการดำเนินงาน	2,212,755,570.36	2,443,147,760.17
รายได้จากการรับอุดหนุนและบริจาค	488,428.05	618,858.27
รายได้อื่น	(613,268.00)	885,994.00
รวมรายได้	2,212,630,730.41	2,444,652,612.44
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	685,756,826.71	478,769,182.80
ค่าบำเหน็จบำนาญ	91,241,259.65	88,022,071.11
ค่าตอบแทน	37,362,419.42	26,733,375.99
ค่าใช้สอย	1,306,745,556.85	1,725,636,682.37
ค่าวัสดุ	17,743,910.51	11,586,681.45
ค่าสาธารณูปโภค	38,978,686.57	37,040,069.28
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	38,681,062.49	52,392,740.51
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนและบริจาค	2,286,984.28	2,364,906.50
ค่าใช้จ่ายอื่น	1,359,109.80	1,155,481.99
รวมค่าใช้จ่าย	2,220,155,816.28	2,423,701,192.00
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	(7,525,085.87)	20,951,420.44

INCOME STATEMENT FOR THE YEAR ENDED 30 SEPTEMBER 2017

(Unit : Baht)

INCOME	2017	2016
Income from annual and central budget	2,212,755,570.36	2,443,147,760.17
Income from subsidization and donation	488,428.05	618,858.27
Other incomes	(613,268.00)	885,994.00
Total income	2,212,630,730.41	2,444,652,612.44
EXPENSES		
Personal expense	685,756,826.71	478,769,182.80
Pension	91,241,259.65	88,022,071.11
Remuneration	37,362,419.42	26,733,375.99
Administrative	1,306,745,556.85	1,725,636,682.37
Supplies	17,743,910.51	11,586,681.45
Utilities	38,978,686.57	37,040,069.28
Depreciation and amortization	38,681,062.49	52,392,740.51
Subsidization expense and donation	2,286,984.28	2,364,906.50
Other expenses	1,359,109.80	1,155,481.99
Total expenses	2,220,155,816.28	2,423,701,192.00
Income higher (lower) than net expense	(7,525,085.87)	20,951,420.44

HONORARY TRADE ADVISORY TO THE MINISTRY OF COMMERCE: HTAs

รายชื่อที่ปรึกษาอุตสาหกรรมค้าต่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ

อเมริกา: AMERICA



MR. RALPH P. MCMURRAY

Address:

10343 Oakmont Street, Shawnee Mission, Kansas 66215, USA

Tel: 913-269-9959

10635 E. Becker Lane Scottsdale, Arizona 85259

Tel: 480-409-1313

E-mail: ralph@phillipworth.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Autoparts, airport, drone radar systems, wind farms

Country USA

HTAs Chicago



MR. PRAMOOK JIRDONGSON

Address:

3583 Investment Blvd., Hayward, CA94545, USA

Tel: 510-931-5030

E-mail: Pramook@pjusgroup.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Import and distribute goods to institutions (e.g., prisons), discount stores. For example, rice products, canned food, beverages, organic products and other non-food items.

Country USA

HTAs LA



MRS. PAT S. CHARNVEJA

Address:

9602 Farrell Drive, Houston, Texas 77070, USA

Tel: 832-607-2857

E-mail: prapatip2493@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Food, fashion items, medical equipment, fuel industry

Country USA

HTAs LA



MR. JOHN SAMMONS, JR.

Address:

Mid State Services Inc. 580 North Beach St., Forth Worth, Texas 76111, USA

Tel: 817-838-8600

E-mail: midstatesservices.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Products and services for institutions (e.g., prisons). For example, health and beauty products, clothes and electronics.

Country USA

HTAs LA



MR. MARK TOWERY

Address:

7840 Roswell Rd. Building 300, Suite 350 Atlanta, Georgia 30350, USA

Tel: (770) 650-8495

Mobile: (404) 372-3686

Fax: (678) 441-9417

E-mail: mark@geostrategypartners.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Gifts, souvenirs, home decoration, houseware and gardenware

Country USA

HTAs Miami



MR. MARK PHILLIPS

Address:

916 Finch Avenue, Hight Point, NC 27263, USA

E-mail: mark@phillipscollection.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Furniture and home decorative items

Country USA

HTAs New York



MR. SOMCHAI ANSUJ Address: Rua dos Andradas 917, Apt.1001, Centro, Porto Alegre, 90020-005, BRAZIL E-mail: ansuj.s@gmail.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Electrical appliances, instant food and autoparts Country Brazil HTAs Sao Paulo
--	---



MR. KENNETH K. E. ZIEGLER Address: 673 University Drive, Saskatoon SK S7N 0J1, CANADA Tel: +1-306-244-5415, +1-306-612-1569 Fax: +1-306-652-2445 E-mail: kzee@gpconline.ca	SPECIALIZATION/OCCUPATION Legal and trade advisor at the immigration office Country Canada HTAs Vancouver
--	---



MR. DAVID K. WONG Address: DK Wong & Associates Inc. Suite 408-55 Water Street, Vancouver, B.C. V6B 1A1, CANADA Tel: +1-604-828-6818 E-mail: d.wong@dkwongassociates.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Managing Director at DK Wong & Association, Business Advisor Country Canada HTAs Vancouver
--	---

โอเชียเนีย: OCEANIA



MR. BARRY HELLBERG Address: 58 Bridge Street, Mirimar, Wellington, NEW ZEALAND E-mail: bhellbergassociates@xtra.co.nz	SPECIALIZATION/OCCUPATION Trade and investment advisory company Country New Zealand HTAs Sydney
---	---

ยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS: EUROPE AND THE COMMONWEALTH OF INDEPENDENT STATES (CIS)



MR. EBERHARD J. TREMPPEL Address: Burggrafenstr. 3, 10787, Berlin, GERMANY E-mail: berlin@germanglobaltrade.de	SPECIALIZATION/OCCUPATION Legal counselor of international trade with experience in trade and investment in Asian countries and good relations with high-level officials in different organizations in Germany Country Germany HTAs Berlin
--	--



MR. VICTOR PAPAZOV Address: 1 Macedonia Square, 1000 Sofia, BULGARIA E-mail: vpapazov@creativebg.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Advanced management advisor Country Bulgaria HTAs Budapest
--	--



MR. ANDREI CHISTOV Address: 10 Gorodetsky str., Kiev, UKRAINE E-mail: apveonline@ukr.net	SPECIALIZATION/OCCUPATION Food, garments, natural rubber and Thai boxing Country Ukraine HTAs Warsaw
--	--



MR. KEERACHAI KITTIYADISAI (KIM) Address: Nejin 6, Kaya Sir, 8/2, #40, Moscow 119517, RUSSIA E-mail: kim@fennel.ru kimkitiyadisai@yahoo.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Importer and distributor. Organized the Thai-Russian businesspeople groups to resolve trade issues between Thai and Russian businesspeople. Country Russia HTAs Moscow
--	--

ຕະວັນອອກການ: MIDDLE EAST



MR. ALBERT G. AOUN

Address:

P.O. Box 55576-Beirut, LEBANON

E-mail: aaoun@ifpexpo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

International trade fairs in the Middle East

Country Lebanon

HTAs Istanbul



MR. NAJIB R. KALPAKJI

Address:

Parliament St., Thai Consulate Bldg., P.O. Box 7836
Damascus, SYRIA

E-mail: nkalpakji@yahoo.com,
thailux@net.sy

SPECIALIZATION/OCCUPATION

President of Rimco International Co., Ltd. with
specialization in confectionery, factory textile
and factory trading

Country Syria

HTAs Istanbul



MR. CEMİL ÇAKAR

Address:

Kopru Sokak Tunc Sitesi 6, Blok D8, Tarabya, Istanbul,
TURKEY

E-mail: cemil@karex.com.tr

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Petrochemical business. Vice President of
the Thai-Turkish Business Council

Country Turkey

HTAs Istanbul

ໄລວົກາ: AFRICA



MRS. TANYA SEKSUM

Address:

5, Duke of Edinburgh Ave, Port Louis, MAURITIUS

E-mail: pmsl@intnet.mu

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Management services and logistics

Country Mauritius

HTAs Pretoria



MR. TIAGO JOAO PIRES ANTUNES

Address:

Rua Albano Machado n 6, 2 Andar, Porta n 5, ANGOLA

E-mail: tiago_antunes@ymail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Financial management services and logistics

Country Angola

HTAs Pretoria

จีน: CHINA



MR. LIN SUN MO, WILLY Address: 11/F Milo's Industrial Bldg, 2-10 Tai Yuen Street, Kwai Chung, NT, HONG KONG E-mail: willy_lin@milos.com.hk	SPECIALIZATION/OCCUPATION Sea freight, ready-to-wear garments and international trade Country China HTAs Hong Kong
--	--



MR. LINO WENG CHEONG HO Address: Avenida de praia Grand No. 815, 1-andar, Edf, Centro Com. Talento, Macau, CHINA E-mail: lino@ho-chun-kei.com.mo	SPECIALIZATION/OCCUPATION Food import and export, investment and construction Country China HTAs Hong Kong
--	--



MR. XIE MING QIANG Address: No. 8 Tongguling Road, Qingxiu District, Nanning, Guangxi, CHINA E-mail: thainanning@126.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Property Country China HTAs Nanning
--	---



DR. CHAINARONG ITTIPANUVAT Address: 88-58-29 Chengbai Rd., Chengdu, Sichuan, 610211, CHINA E-mail: cnrthailand@163.com cnrthailand@hotmail.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Distribution center for food and construction material in Chengdu Country China HTAs Chengdu
---	--



MR. THONG SAE-TERN Address: No. 469 Meihe San Rd., Light Industrial Food Park, Tong'an District, Xiamen, Fujian, CHINA E-mail: chokchai@day-bright.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Food import and export Country China HTAs Xiamen
--	--



MR. GAO HANG Address: No. 2302 Building 3, Shijiaxiuxian Residence, Qingxiu District, Nanning, Guangxi Zhuang Autonomous Region E-mail: capanorama@126.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION SMEs trade promotion, Multi-media Country China HTAs Nanning
--	--

เอเชียตะวันออก: EAST ASIA



MR. NORIHITO TANAKA Address: 35-20 Matsugaoka, Kanagawa-ku, Yokohama 221-0843, JAPAN E-mail: notanaka@aol.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Professor of economics and international business, Advisor of international trade Country Japan HTAs Tokyo
---	--



MRS. PIMJAI MATSUMOTO Address: 4-9-6 Kinshi, Sumida-ku, Tokyo 130-0013, JAPAN Tel: 813-5608-3694 E-mail: pimjai@pk-siam.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Importer of Thai products and Thai restaurant in Japan Country Japan HTAs Tokyo
---	---

ເອົ້າເຊີຍຕະວັນອອກ: EAST ASIA



MR. STANLEY PARK

Address:

104-406, SK M city 195, Bangmaro, Ilsandong-gu, Goyang city, Gyeonggi Province, SOUTH KOREA
ZIP Code: 410-839

E-mail: stanpark@coman.or.kr

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Food services, kitchenware and food franchise business advisor in South Korea

Country South Korea

HTAs Seoul

ເອົ້າເຊີຍໃຕ້: SOUTH ASIA



MR. ARIF SULEMAN

Address:

304 Progressive Centre, Shahrah-e-faisal, Karachi 75400, PAKISTAN
E-mail: arif.suleman@hotmail.com
arif.suleman@thaicarkopk.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Air freight business

Country Pakistan

HTAs Dhaka

ອາເຊີຍປະ: ASEAN



MR. JOSE T. NG

Address:

C-30, H. Cortes Street, Cabancalan, Mandaue City, THE PHILIPPINES
E-mail: josepng@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Construction business and trading company

Country The Philippines

HTAs Manila



MR. ADISAI PRASERTSRI

Address:

60/26 Yen The Street, Ward 2, Tan Binh Dist., HCMC, VIETNAM
E-mail: adisaipra@yahoo.com
management@cacvietnam.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Import and product distribution of Thailand in Vietnam, International trade advisory business

Country Vietnam

HTAs Ho Chi Minh



MR. OKNHA THAI TINO

Address:

No. 5, Steet International School, Toek Thla, Phnom Penh, CAMBODIA
E-mail: infokth@kth.com.kh

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Wholesale trading firm to distribute Thai consumer goods in Cambodia

Country Cambodia

HTAs Phnom Penh



MR. NATTAWIN PHONGSPHETRARAT

Address:

22 (A), Kaba Aye Pagoda Rd., Bahan Township, Yangon, MYANMAR
E-mail: awasuwat@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Thai investor in Myanmar, running several businesses including wood, construction, IT and telecommunication, logistics, health and beauty

Country Myanmar

HTAs Yangon

MAIN OFFICE

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สำนักบินน้ำ)

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์: 0 2507 7999

โทรสาร: 0 2547 5657

อีเมล: tiditp@ditp.go.th

NONTHABURI OFFICE

563 Nonthaburi Rd., Bangkrasor,
Muang Nonthaburi, Nonthaburi 11000

Tel: +66 (0) 2507 7999

Fax: +66 (0) 2547 5657

E-mail: tiditp@ditp.go.th



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดาภิเษก)

22/77 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์: 0 2513 1909

โทรสาร: 0 2511 5200

อีเมล: tiditp@ditp.go.th

RATCHADAPHISEK OFFICE

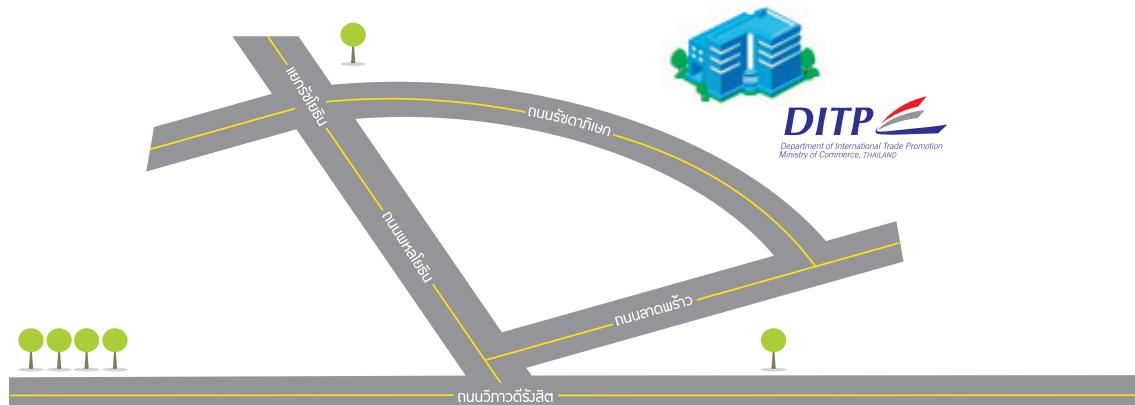
22/77 Ratchadaphisek Rd.,

Chatuchak, Bangkok 10900

Tel: +66 (0) 2513 1909

Fax: +66 (0) 2511 5200

E-mail: tiditp@ditp.go.th



OFFICE OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION **(OVERSEAS OFFICE)**

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ



ADDRESS OF OVERSEAS OFFICES

สำนักงานเครือข่ายในต่างประเทศ





สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

OFFICE OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION (OVERSEAS OFFICE)

EUROPE



POLAND

| WARSAW

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Warsaw ul.
Grzybowska 12/14 apt, 2800-132
Warsaw, POLAND
Tel: +48-22-620-1508
Fax: +48-22-890-0931
E-mail: info@ttcw.pl
Director: Mr. Pisai Piriayastit

CZECH REPUBLIC

| PRAGUE

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, (Thai Trade Center)
Holeckova 29, 150 95 Praha 5,
Smichov, Prague, CZECH REPUBLIC
Tel: +420-2-5732-3030, 5732-5867,
5732-5882
Fax: +420-2-5732-7555
E-mail: thaicom@iol.cz
Director: Ms. Yossawadee Kaevatana

HUNGARY

| BUDAPEST

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Budapest
Vend Utca 26, 1st Floor Budapest
1025, HUNGARY
Tel: +36-1-212-2738, 225-1369
Fax: +36-1-212-2736
E-mail: thaitradebudapest@thaicomm.hu
Director: Mrs. Prapa Vijaykadga

DENMARK

| COPENHAGEN

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy Hellerupvej 76,
2900 Hellerup, DENMARK
Tel: +45-3962-6999
Fax: +45-3962-6099
E-mail: ditp@thaicom.dk
Director: Miss Tapanee Pharnusopon

THE NETHERLANDS

| HAGUE

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, WTC The Hague,
Tower C, Unit 11.01-B Prinses
Beatrixlaan 582, 2595 BM The Hague,
NETHERLANDS
Tel: +31-70-345-5444
Fax: +31-70-346-1005
E-mail: info@thaitradehague.com
Director: Mr. Nissana Thaveepanit

FRANCE

| PARIS

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 8 Rue Greuze,
75116 Paris, FRANCE
Tel: +33-1-5690-1212
Fax: +33-1-5690-1213
E-mail: thaitradeparis@orange.fr
Director: Mrs. Ponpimon Petcharakul

GERMANY

| BERLIN

Commercial Affairs Division,
Royal Thai Embassy, Berlin Petzower
Street 1, 14109 Berlin, GERMANY
Tel: +49-30-8050-040
Fax: +49-30-8050-0451
E-mail: thaicom.berlin@t-online.de
Director: Mr. Virajit Suwanpradith

FRANKFURT

Royal Thai Consulate-General,
Commercial Section, Bethmannstr. 58
(3rd floor), 60311 Frankfurt am Main,
GERMANY
Tel: +49-69-2549-4640
Fax: +49-69-2549-4642
E-mail: info@thaitradefrankfurt.de
Director: Miss Pitinun Samanvorawong

SPAIN

| MADRID

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Calle de Segre 29,
2A 28002 Madrid, SPAIN
Tel: +34-91-563-0190, 563-0196
Fax: +34-91-563-8090
E-mail: info@thaitradespain.com
Director: Miss Triyaporn Boonsiriya

UNITED KINGDOM

| LONDON

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, London
11 Hertford Street, Mayfair, London,
W1J 7RN, UNITED KINGDOM
Tel: +44-20-7493-5749
Fax: +44-20-7493-7416
E-mail: info@thaitradelondon.com
Director: Ms. Supawadee Yamgamol

ITALY

| MILAN

Thai Trade Center, Milano Via A.
Albricci, 8 20122 Milano, ITALY
Tel: +39-02-8901-1467
Fax: +39-02-8901-1478
E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com
Director: Mrs. Kornkamol Anekamai

AUSTRIA

| VIENNA

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Kopalgasse 47, A-1110, Wien, AUSTRIA
Tel: +43-1-748-5020
Fax: +43-1-748-5020-12
E-mail: viennaoffice@tradewiththailand.com
Director: Mrs. Natama Koonpol

ASIA

SOUTH KOREA

| SEOUL

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy (Thailand Trade Office), 304-305 Namsan Lotte Castle Iris, 35 Sogong-Ro, Jung-Gu, Seoul 04632, SOUTH KOREA
Tel: +822-795-2431, 795-4446
Fax: +822-795-2998
E-mail: thaitcseoul@hotmail.com
info@thaitrade.kr
Director: Miss Vilasinee Nonsrichai

JAPAN

| HIROSHIMA

Office of Thai Trade Representative Hiroshima, 5th Floor, Hiroshima Information Plaza, 3-7-47 Sendamachi, Naka-ku, Hiroshima 730-0052, JAPAN
Tel: +81-82-249-9911
Fax: +81-82-249-9921
E-mail: ottrhiro@enjoy.ne.jp
Director: Miss Pannee Suwantupinton

| OSAKA

Royal Thai Consulate-General, Osaka (Commercial) Bangkok Bank Building 8F, 1-9-16 Kyutaramachi, Chuo-ku, Osaka 541-0056, JAPAN
Tel: 001-81-6-6262-4418
Fax: 001-81-6-6271-1053
E-mail: ttcosaka@thaitrade.jp
Director: Mrs. Chitvipa Sukpitaksakul

| TOKYO

Office Of Commercial Affairs Royal Thai Embassy, Tokyo Setani Building, 6th Floor, 5-4 Kojimachi Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083, JAPAN
Tel: 001-81-3-32219482, 32219483, 32219463
Fax: 001-81-3-32219484
E-mail: thaitctokyo@thaitrade.jp
Director: Miss Natiya Suchinda

CHINA

| CHENGDU

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General in Chengdu 12/F, Building No.3, Fund International Plaza, No.6, Hongkong Road., Chengdu, Sichuan 610041, CHINA
Tel: 001-86-28-6689-7861 # 3 (Thai) # 1 ext. 8011, 8013, 8014
Fax: 001-86-28-6687-7904
E-mail: thaitccchengdu@ditp.go.th
Director: Mrs. Jitnipa Wangcherdchuwong

| GUANGZHOU

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, 36 Youhe Road, Haizhu District, Guangzhou 510310, CHINA
Tel: 001-8620-83849453, 83858988 ext. 203-205
Fax: 001-8620-83849760
E-mail: thaitcguangzhou@ditp.go.th
thaitcgz@gmail.com
Director: Miss Suppara Seakacharn

| KUNMING

Thailand Trade Office, 6th Floor, Crowne Plaza Kunming City Centre, No.399 Qingnian Road, Kunming, Yunnan 650011, CHINA
Tel: 001-86-871-6316-5006, 5011, 5019
Fax: 001-86-871-6316-5026
E-mail: thaitckunming@ditp.go.th
Director: Mrs. Natchathorn Monopanjasiri

| NANNING

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, Nanning 52-1 Jinhu Road, Orient Manhattan, Nanning, Guangxi 530022, CHINA
Tel: 001-86-771-556-7359, 5581-637 ext. 601-605
Fax: 001-86-771-558-1797
E-mail: thaitcnanning@hotmail.com
Director: Mr. Sakarn Saensopa

| SHANGHAI

Commercial Section of Royal Thai Consulate-General in Shanghai No.18 Wanshan Road, Changning District, Shanghai, 200336, CHINA
Tel: 001-86-21-5260-9881
001-86-21-5260-9882
Fax: 001-86-21-5260-9880
E-mail: ttcsanghai@thaitradechina.cn
Director: -

| XIAMEN

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General (Thai Trade Center) Bldg.3, Xiamen City Hotel No.16 Huyuan Road, Siming District, Xiamen 361003, Fujian, CHINA
Tel: 001-86-592-2663064-68
Fax: 001-86-592-2663060
001-86-592-2663061
E-mail: thaitcxiamen@ditp.go.th
wichudaa@ditp.go.th
Director: Mrs. Wichuda Akaramethathip

| QINGDAO

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, Qingdao Unit 2504 Shangri-la Centre, No. 9 Xinag Gang Zhong Road, Shi Nan District, Qingdao 266071, CHINA
Tel: 001-86-532-686-21207-9
Fax: 001-86-532-8388-6868
E-mail: qingdao@ditp.com
Director: Miss Ketsuree Vijaranakorn

HONG KONG

Office of Trade Commissioner,
Royal Thai Consulate-General
8th Floor, Fairmont House,
8 Cotton Tree Drive, HONG KONG
Tel: 001-852-25259716
Fax: 001-852-28684927
E-mail: thaicomm@netvigator.com
Director: Mr. Wittayakorn Maneenetr

TAIWAN

| TAIPAI
Thailand Trade Office
Rm.7E10, No.5, Xinyi Road, Sec. 5
Xinyi District, Taipei 11011, TAIWAN
(R.O.C.)
Tel: 001-886-2-2723-1800 to 2
Fax: 001-886-2-2723-1821
E-mail: thaitctaipei@ditp.go.th
thaicom.taipei@msa.hinet.net
Director: Mrs. Nanatee Wiboonchutikula

BANGLADESH

| DHAKA
Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy 17, Mohakhali C/A
3rd Floor, Red Crescent Concord Tower
Dhaka-1212, BANGLADESH
Tel: 001-88-02-985-0056-7
Mobile: 001-88-01-819262123
001-88-01-819262124
Fax: 001-88-02-985-0059
E-mail: thaitcdhaka@gmail.com
thaitcdhaka@ditp.go.th
Director: Mr. Suebsak Dangboonrueng

INDIA

| CHENNAI
Thai Trade Center,
Chennai Commercial Section
Royal Thai Consulate-General New
No. 3, (Old No: 2), First Main Road,
Vidyodaya Colony, T. Nagar,
Chennai 600 017, INDIA
Tel: 001-9144-6533-0790
001-9144-4218-8514
001-9144-2834-4619
Fax: 001-9144-2834-4617
E-mail: thaitcchennai@gmail.com
thaitradechennai@gmail.com
ttcmailbkk@gmail.com
Director: Miss Jittima Nakamano

| MUMBAI

Thai Trade Center, Mumbai Express
Towers, 3rd Floor, Nariman Point,
Mumbai 400021, INDIA
Tel: 001-91-222-2830242-3
Fax: 001-91-222-2846859
E-mail: thaithademumbai@gmail.com
Director: Miss Suwimol Tilokruangchai

| NEW DELHI

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 78 Ground Floor,
Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi
110057, INDIA
Tel: 001-91-11-4326-8888
Fax: 001-91-11-4601-0405
E-mail: thaitcnewdelhi@gmail.com
Director: Mr. Tharadol Thongruang

ASEAN

CAMBODIA

| PHNOM PENH
Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 196 M.V. Preah
Norodom Boulevard, Sangkat Tonle
Bassac, Khan Chamkar Mon
Phnom Penh, CAMBODIA
Tel: (007 or etc.) (855-23) 726304
Satellite: (02) 3546191-3 ext. 208
Fax: (007 or etc.) (855-23) 726305
E-mail: thaicomphn@gmail.com
Director: Mr. Jirawuth Suwann-arj

MYANMAR

| YANGON
Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 86 (A) Shin Saw Pu
Road, Sang Chaung Township, Yangon,
MYANMAR
Tel: (95-1) 510-731
Fax: (95-1) 510-731
E-mail: ditpthailand9@gmail.com
Director: Mr. Pakainay Leng-ee

PHILIPPINES

| MANILA
Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 107 Rada Street,
Legaspi Village, Makati City 1229,
Metro Manila, PHILIPPINES
Tel: 001-63-2-8940403, 8940406
Fax: 001-63-2-8160698
E-mail: thaicommln@ymail.com
thaicommln@pltdsl.net
Director: Miss Khankhanit Amphuprapa

MALAYSIA

| KUALA LUMPUR
Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 206 Jalan Ampang,
50450 Kuala Lumpur, MALAYSIA
Tel: 007-603-21424601, 21458545
Fax: 007-603-21489818
E-mail: enquiry@thaitrade.my
Director: Miss Patcha Wutipan

LAOS

| VIENTIANE
Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 028 Ban Phonsay,
Kaysone Phomvihane Avenue, Saysettha
District, Vientiane Capital, LAOS
P.O.Box 128 (P.O. Box 7 Muang,
Nong Khai 43000)
Tel: +856-21-413704, 413706
Fax: +856-21-412089
E-mail: vtditp@hotmail.com
vtditplaos@gmail.com
Director: Miss Yanee Srimeechai

VIETNAM

| HO CHI MINH CITY
Royal Thai Consulate-General in
Ho Chi Minh City Commercial Office -
Thai Trade Center HCMC 8th Floor, Unit 4,
Saigon Centre Building, 65 Le Loi
Boulevard, District 1, Ho Chi Minh City,
VIETNAM
Tel: +8428-3914-1838-9
Fax: +8428-3914-1864
E-mail: ttc_hcmc@vnn.vn
Director: -

| HANOI

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy No.905, 9th Floor,
HCO Building, 44B Ly Thuong Kiet Str.,
Hanoi, VIETNAM
Tel: 001-84-24-39365226,
39365227
Fax: 001-84-24-39365228
E-mail: thaichanoi@dtip.go.th
Director: Miss Pannakarn Jiamsuchon

SINGAPORE

Office of Commercial Affairs (Thai Trade Center Singapore), 370 Orchard Road, Royal Thai Embassy Singapore 238870
Tel: 001-65-6737-3060, 6732-7769
Fax: 001-65-6732-2458
E-mail: enquiry@thaitrade.sg
Director: Miss Thitinuntana Tonsrisakul

INDONESIA

| JAKARTA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. E 3.3 No.3, Lot 8.8, Kawasan Mega Kuningan, Jakarta 12950, INDONESIA
Tel: 001-62-21-2932-8217-18
Fax: 001-62-21-2932-8219
E-mail: enquiry@thaitrade.co.id
thaitradejkt@gmail.com
Director: -

MIDDLE EAST

SAUDI ARABIA

| JEDDAH

Thailand Trade Office, Jeddah
Al Dras Tower, 7th Floor, King Abdullah Road, P.O. Box 8014, Jeddah 21482, SAUDI ARABIA
Tel: +966-2-6533280, 6533132
Fax: +966-2-6504544
E-mail: thaitsjeddah@gmail.com
thaitcjeddah@dtip.go.th
Director: Mr. Athikhom Tuntiwong

UNITED ARAB EMIRATES

| DUBAI

Thailand Trade Center, Unit 264
The Galleria, Hyatt Regency, Al Khaleej Road, Deira P.O. Box 1083 Dubai, UAE
Tel: +971-4-228-4553
Fax: +971-4-222-0934
E-mail: ttcdubai@emirates.net.ae
Director: Mr. Panot Punyahotra

TURKEY

| ISTANBUL

Thai Trade Center, Royal Thai Consulate-General, Istanbul Mete Cad. Ayanoglu Han No.14 Kat.3 Taksim 34437-Istanbul, TURKEY

Tel: +90-212-292-0910-11

Fax: +90-212-292-0912

E-mail: ttcistanbul@gmail.com

Director: Mr. Niwat Hansaward

ISRAEL

| TEL AVIV

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, 144 Hayarkon Street, Tel Aviv 63451, ISRAEL

Tel: +972-3-524-4277-8

Fax: +972-3-524-4270

E-mail: thaicomt@internet-zahav.net
nawapatnoppakun@gmail.com
nawapatn@dtip.go.th

thaitctelaviv@dtip.go.th

Director: Mr. Nawapat Noppakun

IRAN

| TEHRAN

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Tehran
No. 3, 2nd Floor, Gol Afshane, Shomali Street, 6th Phase, Shahrak Gharb Area, Tehran, IRAN

Tel: +98-21-88591290, 88591299

Fax: +98-21-88591255, 88079614

E-mail: ttctehran.ir@gmail.com
thaicteharn@dtip.go.th
info@thaitrade.ir

Director: Mr. Tawee Rachaphakdee

OCEANIA

AUSTRALIA

| SYDNEY

Royal Thai Consulate-General,
Commercial Office Level 21 Suite 21.02,
The Royal Exchange Building, 56 Pitt Street, Sydney, NSW 2000, AUSTRALIA
Tel: 001-61-2-9241-1075
Fax: 001-61-2-9251-5981
E-mail: thaitrade@ozemail.com.au
Director: Mrs. Salila Tepkasetkul

AMERICA

CANADA

| VANCOUVER

Thai Trade Centre, Royal Thai Consulate-General, 1009-1166 Alberni Street, Vancouver, BC. V6E 3Z3, CANADA

Tel: +1-604-687-6400

Fax: +1-604-683-6775

E-mail: ttctvan@telus.net

Director: Mr. Suttichat Nilkuha

| TORONTO

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, 31 Gloucester Street, Toronto, Ontario M4Y 1L8, CANADA

Tel: +1-416-921-5400

Fax: +1-416-921-7545

E-mail: toronto@thaitrade.ca

toronto.ditp@gmail.com

Director: Mr. Thanakrit Luangasnathip

MEXICO

| MEXICO CITY

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Gauss No.9, 102-B, 1st Floor, Col. Anzures, Miguel Hidalgo, Mexico, D.F. 11590, MEXICO
Tel: +52-55-5557-5418, 5557-9960
Fax: +52-55-5580-4214

E-mail: thaitcmexico@gmail.com

Director: Miss Kanjana Pongpanich

USA

| NEW YORK

Thai Trade Center, New York
Commercial Office of the Royal Thai
Consulate-General, The Rockefeller
Center, 630 Fifth Avenue, Suite 1960
New York, NY 10111, USA
Tel: +1-212-482-0077
Fax: +1-212-482-1177
E-mail: info@thaitradeny.com
Director: Mr. Napadol Thongmee

| MIAMI

Thai Trade Center, Miami
6100 Blue Lagoon Drive, Suite 100,
Miami, FL 33126, USA
Tel: +1-786-388-7888
Fax: +1-786-388-7999
E-mail: ttcmiami@gmail.com
Director: Miss Nithima Siriphokakij

| LOS ANGELES

Thai Trade Center, Los Angeles
Commercial Office of the Royal Thai
Consulate-General, 611 North
Larchmont Blvd., 3rd Floor, Los Angeles,
CA 90004, USA
Tel: +1-323-466-9645
Fax: +1-323-466-1559
E-mail: ttcla@live.com
Director: Mrs. Kwanapa Phivnil

| CHICAGO

Thai Trade Center - Chicago
The Royal Thai Consulate-General,
Chicago 700 North Rush St. 2nd Floor
Chicago, IL 60611, USA
Tel: +1-312-787-3388
Fax: +1-312-787-9733
E-mail: ttcc@thaitradechicago.com
thaitradechicago@yahoo.com
Director: Miss Usasri Kheorayab

CHILE

| SANTIAGO

Thai Trade Center, Santiago
Office of Commercial Affairs, Royal
Thai Embassy Av. Andres Bello 2777,
Of.2802 Las Condes, Santiago, CHILE
Tel: +562-2203-3386-7
Fax: +562-2203-3391
E-mail: thaitrade@ttcsantiago.cl
Director: Miss Chulalak Khemthong

BRAZIL

| SAO PAULO

Thai Trade Center, Sao Paulo
Rua Gomes de Carvalho 1356
Sala Cj 112, Vila Olimpia 04547-005,
Sao Paulo-SP, BRAZIL
Tel: +55-11-3044-7301, 3044, 7347
Fax: +55-11-3045-1913
E-mail: thaitcsp@terra.com.br
Director: Mr. Siwalak Nacabdee

ARGENTINA

| BUENOS AIRES

Thailand Trade Office, Buenos Aires
Office of Commercial Affairs, Royal
Thai Embassy 323 Manuela Saenz Av.,
Buenos Aires Plaza # 507-8,
(C1107 BPA) Buenos Aires Cap. Fed.,
ARGENTINA
Tel: +54-11-5272-0572-3
Fax: +54-11-5272-0574
E-mail: thaiexba@hotmail.com
Director: Mrs. Kaewta Booncharoen

AFRICA

KENYA

| NAIROBI

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy,
P.O. Box 58349-00200 Rose Avenue
(off Lenana Rd), Nairobi, KENYA
Tel: +254-20-2919133, 2919131
Fax: -
E-mail: info@ocanairobi.co.ke
Director: Mr. Thanit Ngansampantrit

NIGERIA

| ABUJA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 3 Osun Close,
Off Osun Crescent, Maitama, Abuja,
NIGERIA
Tel: +(234) 703-905-2313
Fax: -
E-mail: ditpabuja@gmail.com
tniemskul@gmail.com
Director: Mr. Thum Niemskul

EGYPT

| CAIRO

Thailand Trade Office, 59 Mosadak
Street, 4th Floor,
Apartment No.10 Dokki, Giza, Greater
Cairo, EGYPT
Tel: +20-2-376-20901, 333-87292,
376-20419
Fax: +20-2-333-63062
E-mail: ditpcairo@gmail.com
Director: Mr. Thalerngsak Vongsamsorn

SOUTH AFRICA

| PRETORIA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 248 Hill Street,
Arcadia, Pretoria, SOUTH AFRICA
Mailing Address: P.O. Box 95459,
Waterkloof 0145, Pretoria,
SOUTH AFRICA
Tel: +27-12-342-0835, 342-0850
Fax: +27-12-342-0855
E-mail: ttcpretoria@telkom.co.za
trade@thaiembassy.co.za
Director: Mr. Aphirak Paepueng



Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND

Nonthaburi Office (Head Office)
563 Nonthaburi Rd., Bangkrasor,
Muang Nonthaburi, Nonthaburi 11000, THAILAND
Tel: +66 (0) 2507 7999
Fax: +66 (0) 2547 5657
E-mail: tidtp@ditp.go.th

Ratchadaphisek Office
22/77 Ratchadaphisek Rd., Chatuchak,
Bangkok 10900, THAILAND
Tel: +66 (0) 2513 1909
Fax: +66 (0) 2511 5200

DITP Call Center 1169 (Thailand only)

Website
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com
www.thaitradefair.com



VISIT OUR FAIRS



B2B ONLINE

Find your potential partners and more information
on our upcoming trade fairs, please scan QR codes above.