



โครงสร้างองค์กร ORGANIZATION STRUCTURE

สำนักบริหารกลาง
Office of General Administration

สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ
การค้ายุคใหม่
New Economy Academy

สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
Bureau of International
Trade Promotion Strategy

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
Office of Public Relations
and Corporate Communication

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์
Office of Lifestyle Trade Promotion

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร
และอุตสาหกรรม
Office of Agricultural
and Industrial Trade Promotion

สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ
Office of Service Trade Promotion

สำนักส่งเสริมนวัตกรรม
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
Thailand Office of Innovation
and Value Creation

สำนักพัฒนาตลาด
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1
Office of Overseas Market Development 1

สำนักพัฒนาตลาด
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2
Office of Overseas Market Development 2

สำนักสารสนเทศ
และการบริการการค้าระหว่างประเทศ
Office of Information Technology
and Service Development

สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล
Office of Digital Commerce Market

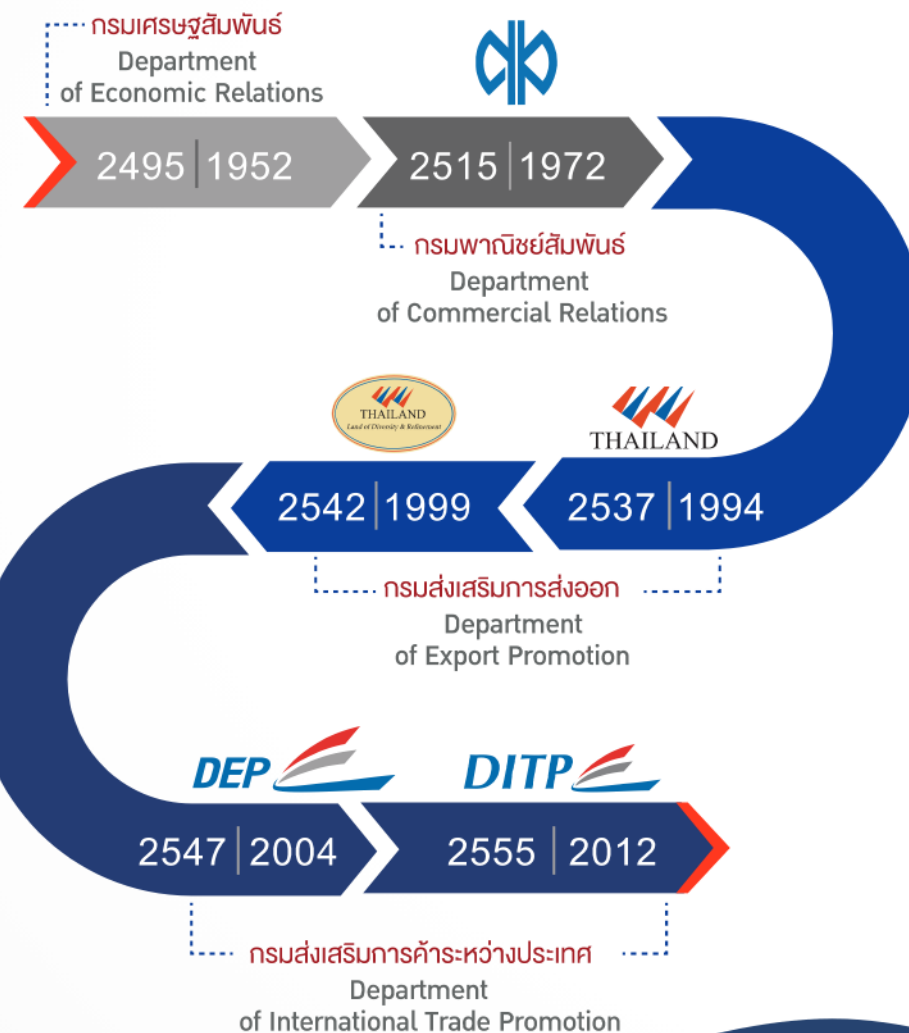
กลุ่มตรวจสอบภายใน
Internal Audit Unit

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
Office of International
Trade Promotion (Overseas Office)



TIMELINE

กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



อำนาจหน้าที่ RESPONSIBILITIES



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

2 ดำเนินการเพื่อส่งเสริม พัฒนา และสนับสนุนการส่งออกสินค้า
และบริการของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ENGAGE IN ACTIVITIES TO PROMOTE, DEVELOP, AND SUPPORT
THAILAND'S EXPORT OF GOODS, BOTH DOMESTICALLY AND
INTERNATIONALLY.

3 จัดทำและให้บริการข้อมูลการค้าและส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศในส่วนที่เกี่ยวข้อง
กับการส่งออกแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทย ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ
และผู้นำเข้าในต่างประเทศ
PRODUCE TRADE DATA AND PROVIDE TRADE INFORMATION SERVICE.
PROVIDE SUPPORT FOR EXPORT RELATED INFORMATION TECHNOLOGY
FOR THAI MANUFACTURERS, EXPORTERS, SERVICE PROVIDERS,
AS WELL AS OFFSHORE IMPORTERS.

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

5 พัฒนาความรู้ความสามารถแก่ภาคเอกชนในด้านการค้าระหว่างประเทศ
เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและสมรรถนะในการส่งออก ตลอดจน
ประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ
DEVELOP PRIVATE SECTOR KNOWLEDGE OF INTERNATIONAL
BUSINESS IN ORDER TO ADVANCE ITS COMPETITIVENESS AND
EXPORT EFFICIENCIES, AS WELL AS COORDINATE WITH LOCAL
AND OVERSEAS ORGANIZATIONS.

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

7 สนับสนุนและพัฒนาระบบโลจิสติกส์การค้า
SUPPORT THE ADVANCEMENT OF TRADE LOGISTICS SYSTEM.

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

VISION | วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2564

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



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

MISSION | พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ ในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการไทย ในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยอำนวยความสะดวก ลดต้นทุน เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการของไทย ชี้แนะสู่ทางการเข้าตลาด และรักษาตลาดการค้าในต่างประเทศ และร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนา ให้ไทยเป็นประตูการค้าสำคัญของภูมิภาคเอเชีย

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 as well as ensure close cooperation with the private sector to promote Thailand as a major gateway of Asia.



ค่านิยมองค์กร CORPORATE CULTURE

D มุ่งมั่น ขยัน อดทน
Enthusiastic, Diligent, and Endurable
EDICATED

R ผลลัพธ์ฉับไว
Prompt Results
ESPONSIVE

I ดำรงไว้ซึ่งคุณธรรม
Upholding Virtue
NTEGRITY

V สร้างสรรค์สิ่งใหม่
Creative
ALUE CREATION

E เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ
Excellence of Thai Trade
XCELLENCE

กลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ STRATEGIES FOR INTERNATIONAL TRADE PROMOTION AND DEVELOPMENT

1 ผลักดันการขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรในอาเซียน ภายใต้ AEC และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA
PROMOTE THE EXPANSION OF TRADE AND INVESTMENT IN ASEAN COUNTRIES UNDER THE AEC, AND OPTIMIZE FTA BENEFITS.

2 พัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป
DEVELOP AND PROMOTE FOOD AND AGRICULTURAL PRODUCT PROCESSING INDUSTRY.

3 ส่งเสริมการเป็น Trading Nation และพัฒนาผู้ประกอบการไทย ให้สามารถดำเนินธุรกิจในประเทศ (Internationalization)
PROMOTE THAILAND AS A TRADING NATION AND ENHANCE THE CAPABILITIES OF THAI ENTREPRENEURS IN CONDUCTING OVERSEAS BUSINESSES (INTERNATIONALIZATION).

4 พัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (Value Creation, Innovation & Branding)
DEVELOP AND PROMOTE VALUE CREATION, INNOVATION AND BRANDING.

5 พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร (Clusters) และรองรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ ของตลาดโลก
DEVELOP AND PROMOTE THE COMPLETE PRODUCT AND SERVICE CLUSTERS WHICH ARE CAPABLE OF SERVING THE TRENDS OF NEW GLOBAL DEMANDS.

6 สร้างภาพลักษณ์ประเทศในฐานะผู้ผลิตและส่งออกสินค้า และบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน 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 TRUSTWORTHINESS.

7 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลและรูปแบบการค้าสมัยใหม่อื่นๆ (Digital Commerce and New Trading Models)
PROMOTE THE UTILIZATION OF DIGITAL COMMERCE AND NEW TRADING MODELS.

8 พัฒนาบุคลากร ระบบการทำงาน ตลอดจนระบบข้อมูลการค้า เพื่อการบริการ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานอย่างต่อเนื่อง
DEVELOP HUMAN RESOURCES, WORKING SYSTEM, AS WELL AS SERVICE SYSTEM FOR TRADE INFORMATION AND EMPLOY MODERN TECHNOLOGY TO CONTINUALLY IMPROVE WORKING EFFICIENCY.

9 ส่งเสริมการลดต้นทุนและสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์ทางการค้า
PROMOTE COST REDUCTION AND BUILD LOGISTICS TRADE NETWORKS.



**NEW
ECONOMY
ACADEMY**



People



**เพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ**
Enhance competitiveness of the Thai private sector

**พัฒนาและสนับสนุน
ผู้ประกอบการท้องถิ่นสู่สากล**
Develop and support local entrepreneurs to be ready for international trade

**สร้างพันธมิตรความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย
รวมทั้งสิ้น 80 หน่วยงาน**
The forging alliances with over 80 agencies



**พัฒนาศักยภาพ
ผู้ประกอบการ**
สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ
Improve capabilities
of participating entrepreneurs

รวม 103,980 ราย
A total of 103,980 entrepreneurs



ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

20 Years National Strategy

การสร้างความสามารถในการแข่งขัน

Creating Competitiveness

 การเกษตรสร้างมูลค่า ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์
พื้นถิ่นและภูมิปัญญาของไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า
ผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร
Value-added agriculture : Promoting value
creation of agricultural products from local wisdom

 อุตสาหกรรมและบริการในอนาคต
Developing future industries and services

 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่
Driving the economy on the basis
of new-generation entrepreneurs

การปรับสมดุลและพัฒนา ระบบการบริหารภาครัฐ

Maintaining balance and developing
the management of government affairs

 การปรับเปลี่ยนภาครัฐ
ยึดหลักของประชาชน
เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม
Government reform :
citizen centric and focus
on public interest

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021)

การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการการค้าการลงทุน

Strengthening the economy and underpinning sustainable growth in order
to level up Thailand's competitiveness in service industries, trade and investment.

 ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมในการสร้างมูลค่า
To encourage innovation for value creation

 เพิ่มประสิทธิภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมและบริการ
To increase the export efficiency of industries and services

 เพิ่มศักยภาพของฐานบริการเดิม ขยายฐานบริการใหม่
To improve the capability of existing services, and expand to new services

 อำนวยความสะดวกทางการค้าการลงทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของประเทศ
To facilitate trade and investment for increased national competitiveness

ความเชื่อมโยง ภารกิจสำคัญ

ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กับนโยบายที่สำคัญ

The link between DITP's key missions
and national policies

ประเทศไทย 4.0

Thailand 4.0

 เปลี่ยนจากผลิตสินค้าโภคภัณฑ์
ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม
To transform the production of goods
to innovative products

 เปลี่ยนจากภาคการผลิตสินค้า
ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น
To transform the manufacturing-based
to embrace the service-based economy

 เปลี่ยนจากการขับเคลื่อน
ด้วยภาคอุตสาหกรรม
สู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี
ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
To transform the economy
from industry-driven to creative,
innovative and technology-driven
S-Curve + New S-Curve

ยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ 20 ปี

20-years strategy of the Ministry of Commerce

พัฒนาผู้ประกอบการแบบครบวงจร เพื่อให้มีความสามารถแข่งขัน ระดับภูมิภาคและโลก การบูรณาการกับระบบการค้าโลก

Development of entrepreneurs in full range to create competitive regional and global trader
integration with the global trader system

นโยบายรัฐบาล

Government policies

การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

Increase in national economic potential

ลดอุปสรรคในการส่งออก เพื่อให้เกิดความคล่องตัวพร้อมทั้งแสวงหาตลาดที่มีศักยภาพ
เพื่อยกระดับฐานการส่งออก ซึ่งครอบคลุมถึงการค้าชายแดน ที่มีความสำคัญมากขึ้น
The focus is on the reduction of export constraints in order to have economic flow
as well as access to new potential markets for export expansion,
including border trade which is playing greater importance in the trade landscape

การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน

Promotion of Thailand 's role and explore opportunities in the ASEAN community

พัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยทุกระดับ โดยเฉพาะ SMEs
ให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้ประกอบการในอาเซียน
Development of competitiveness for Thai entrepreneurs, especially SMEs,
so that they can effectively compete and cooperatively conduct business with other
entrepreneurs in the Asean region

หมายเหตุ : คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อสภานิติบัญญัติ เมื่อวันที่ 12 ก.ย.2557

Note : Policy statement of the council of ministers. Delivered by the prime minister
to the national legislative assembly on 12 Sept 2014

ยุทธศาสตร์ ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

International Trade Promotion Strategies

Demand-Driven Marketing Approach
เร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจต่างประเทศ
เชิงรุกทั้ง Physical และ Digital Services



Take a demand-driven marketing approach to accelerate
the export market and international business
of physical and digital services in active manner

ส่งเสริมอุตสาหกรรม
รายคลัสเตอร์



Promote industries
by cluster

พัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่ม
ในอุตสาหกรรมส่งออก



Enhance the capabilities of Thai entrepreneurs
and create value to the export industry

พัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพ
การให้บริการ



Improve the organization
and service efficiency

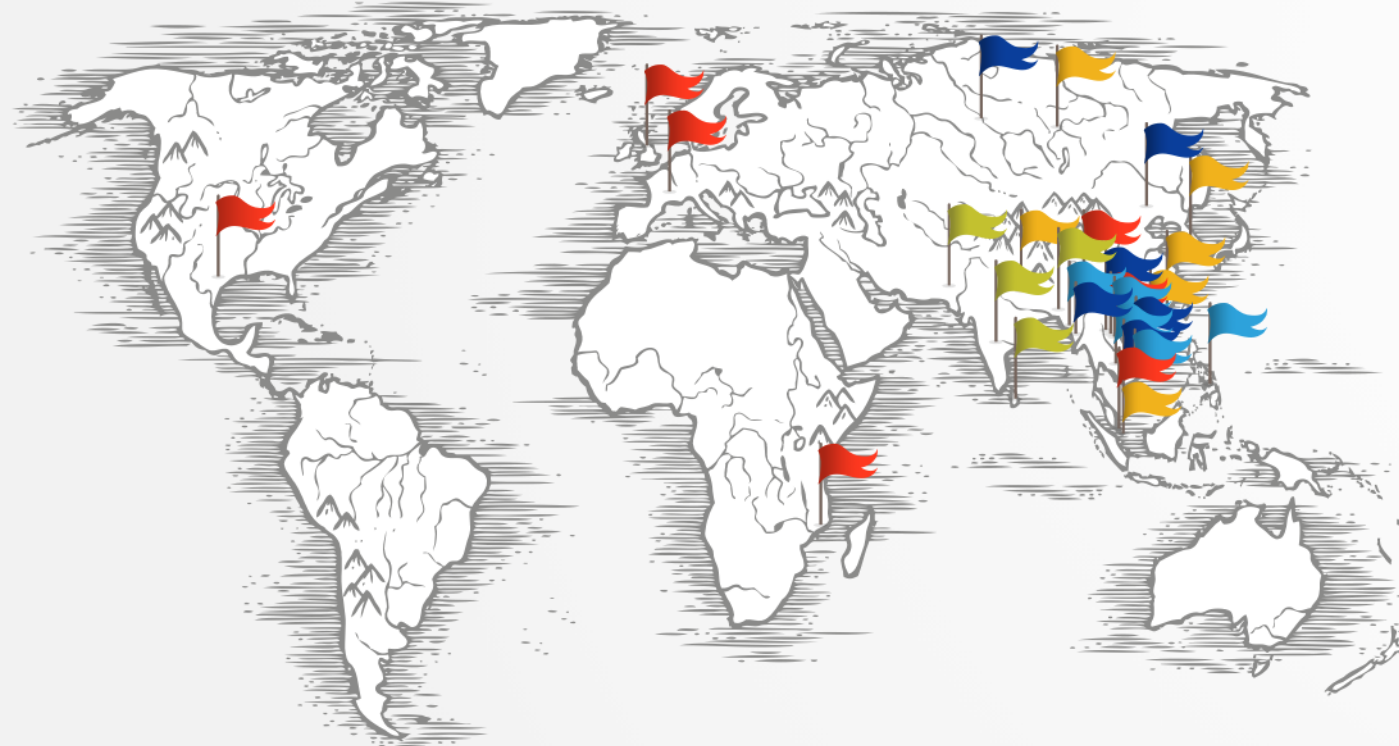
PEOPLE

การเร่งรัดตลาดเชิงรุก Proactive city focus strategy

Strategic Partnership

 คณะผู้บริหารระดับสูงเดินทางเยือนต่างประเทศ อาทิ จีน สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร โมซัมบิก ฝรั่งเศส สเปน ลาว และ สิงคโปร์
Outgoing goodwill missions of high level executives to China, the USA, the UK, Mozambique, France, Laos, and Singapore etc.

 คณะผู้แทนการค้าต่างชาติเยือนไทย อาทิ จีน รัสเซีย เกาหลี สิงคโปร์ ฮ่องกง และมาเก๊า
Incoming missions of business delegations from China, Russia, Korea, Singapore, Hong Kong, and Macao etc.



City Focus เจาะเมืองหลักและเมืองรองศักยภาพ ซึ่งมีงานใหญ่ 3 งาน ได้แก่
City focus strategy for major cities and secondary potential cities through 3 main campaigns



Top Thai Brands 2018 อาทิ ติมพูชา สเปน ลาว เวียดนาม
เมียนมา จีน และมาเลเซีย

Top Thai Brands 2018 : Cambodia, Laos, Vietnam, Myanmar, China, and Malaysia



Mini Thailand Week 2018 อาทิ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม
เมียนมา สเปน ลาว และกัมพูชา

Mini Thailand Week 2018: Philippines, Vietnam, Myanmar, Laos, and Cambodia



Thailand Week 2018 อาทิ ศรีลังกา บังคลาเทศ อินเดีย และปากีสถาน
Thailand Week 2018: Sri Lanka, Bangladesh, India, Pakistan

Digital Market

มีเครือข่ายพันธมิตรร่วมกับ



THAITRADE.COM
YOUR ULTIMATE SOURCING DESTINATION



มิติใหม่ Thaitrade.com For All

Brand new Thaitrade.com For All

THAITRADE.COM

B2B e-Marketplace ขายส่งระหว่างประเทศ
B2B e-Marketplace (international wholesaling)

THAITRADE.COM^{BOOK}

B2C Marketplace ขายปลีกระหว่างประเทศ
B2C Marketplace (international retailing)

THAITRADE^{SHOP}

ช้อปครบจบในคลิกเดียว B2C e-Marketplace ซื้อขายภายในประเทศ
domestic B2C e-Marketplace

สถิติการเข้ารับบริการ Facts and Figures:

(ตั้งแต่เริ่มโครงการเมื่อ ก.ค. 2554 - 30 ก.ย. 2561)

(June 2011-30 Sep 2018)



สมาชิกทั้งหมด กว่า **200,000 ราย**
total member number: 200,000



สมาชิกผู้ขาย **24,838 ร้านค้า**
total shop number: 24,838



สมาชิกผู้ซื้อจากทั่วโลก
170,851 ราย
total global buyer number: 170,851



ผู้ให้บริการจากทั่วโลก
กว่า **6,710,000 ราย**
total global user number: 6,710,000



จำนวนสินค้า
กว่า **260,000 รายการ**
total product number: 260,000



งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์
ประจำปี 2561

(TILOG - LOGISTIX 2018)



ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน
จำนวน **170 บริษัท/312 คูหา** จาก 25 ประเทศ
170 Exhibitors/
312 booths from 25 countries



จำนวนผู้เข้าร่วมชมงาน จำนวน **8,000 ราย**
8,000 Visitors



มูลค่าการซื้อขายภายในงาน
รวมทั้งสิ้นกว่า **1,500 ล้านบาท**
Trade value of 1,500 million baht



โครงการ SMEs Pro-active

ผลการดำเนินโครงการระยะที่ 1 - 2
(ปีงบประมาณ 2556-2561)

Project progress (phrase 1-2)
of fiscal year: 2013-2018



สนับสนุนผู้ประกอบการ **4,347 ราย**
Supported 4,347 entrepreneurs



เข้าร่วมกิจกรรมในต่างประเทศ **947 งาน**
Attended 947 activities internationally



เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ **527 ล้านเหรียญสหรัฐ**
หรือประมาณ **17,120 ล้านบาท**
Created 527 million dollar
(or 17,120 million baht)





PRODUCTS

ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าเพิ่มทางการค้า
Create country image and promote value creation

สร้างภาพลักษณ์ประเทศ และสินค้า

Enhance country and brand image of Thai products
and services through seals of excellence



ผลการดำเนินงานปี 2561

2018 Performance

ผู้ประกอบการเข้าร่วม 4,722 ราย

Participants : 4,722

มูลค่าสั่งซื้อรวม 96,853.25 ล้านบาท

Total trade value : 96,853.25 million baht

พัฒนาสินค้า

ให้ตรงกับความต้องการ
ของตลาดเฉพาะในต่างประเทศ

Develop products to meet specific
needs in the international market.

Pets Products



60+

Halal



Organics

พัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการสู่สากล

Develop and Promote Thai Service industry in the International Market



Wellness & Medical Services

บริการด้านสุขภาพและการแพทย์



Creative Economy Industry

อุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์



Institutional Services & Related

บริการด้านสถาบันและที่เกี่ยวข้อง



Logistics and Trade Supporting
Services

บริการสนับสนุนโลจิสติกส์และการค้า

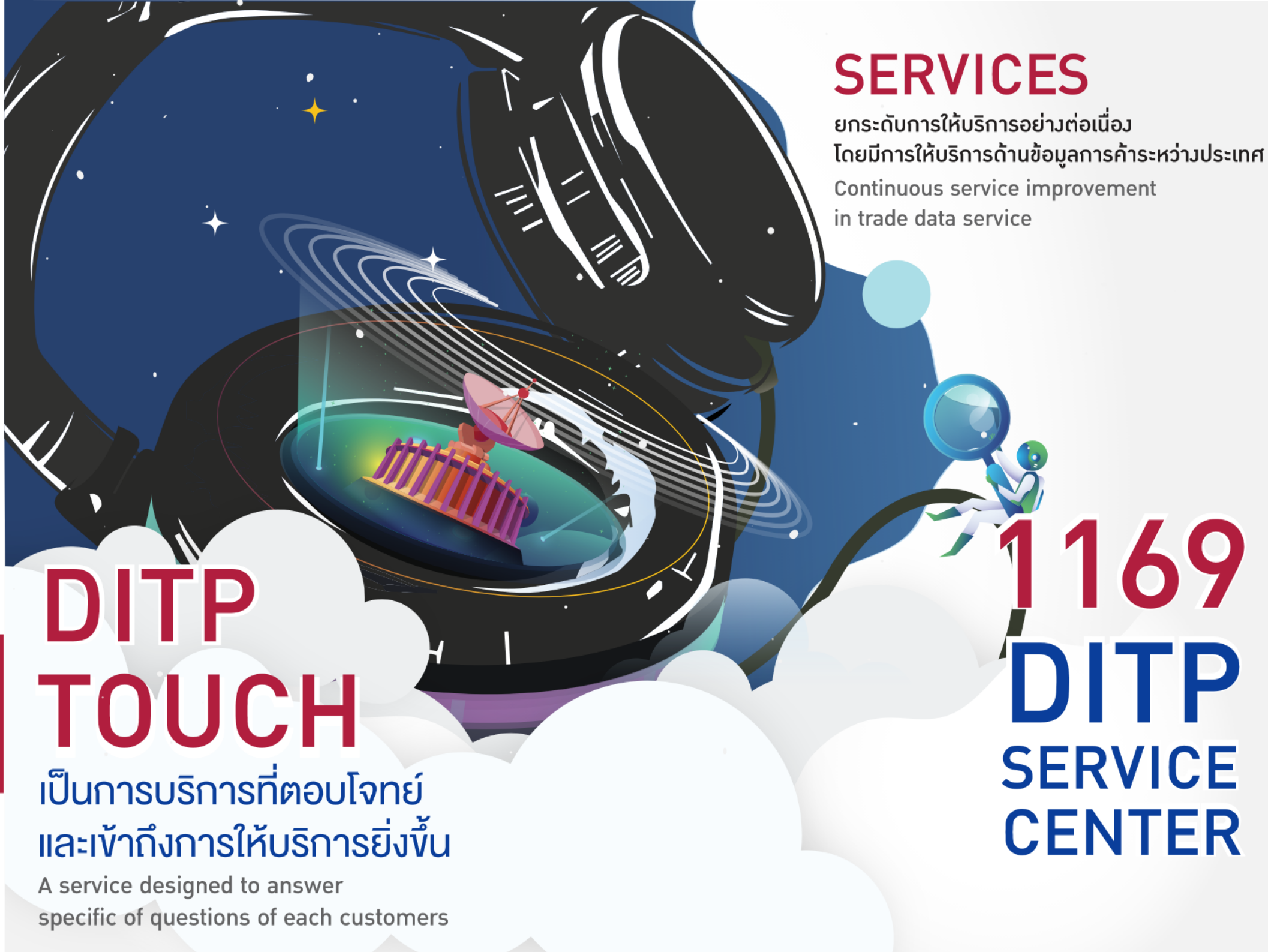
PRODUCTS &
SERVICES

ผลการดำเนินงานปี 2561

2018 Performance

ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริม 2,415 ราย
The number of supported entrepreneurs : 2,415

เกิดมูลค่าการค้าส่งออก 5,633.15 ล้านบาท
The total sales value : 5,633.15 million baht



DITP TOUCH

เป็นการบริการที่ตอบโจทย์
และเข้าถึงการให้บริการยิ่งขึ้น

A service designed to answer
specific of questions of each customers

SERVICES

ยกระดับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
โดยมีการให้บริการด้านข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ
Continuous service improvement
in trade data service

1169
DITP
SERVICE
CENTER



DITP CONNECT

เครื่องมือให้บริการข้อมูล

ด้านการค้าระหว่างประเทศส่วนบุคคลที่ทันต่อสถานการณ์

การค้าทั่วโลกแบบ **Real-Time**

A personal tool to provide the most updated and real-time information about international trade

DITP DRIVE

พัฒนาระบบอำนวยความสะดวก

Improve facilitation system



ในการสมัครสมาชิกกรม พร้อมชำระเงินแบบ **e-Payment**

ใช้เทคโนโลยี ในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชนยิ่งขึ้น

Using technology to better facilitate services such as DITP member registration and e-Payment.



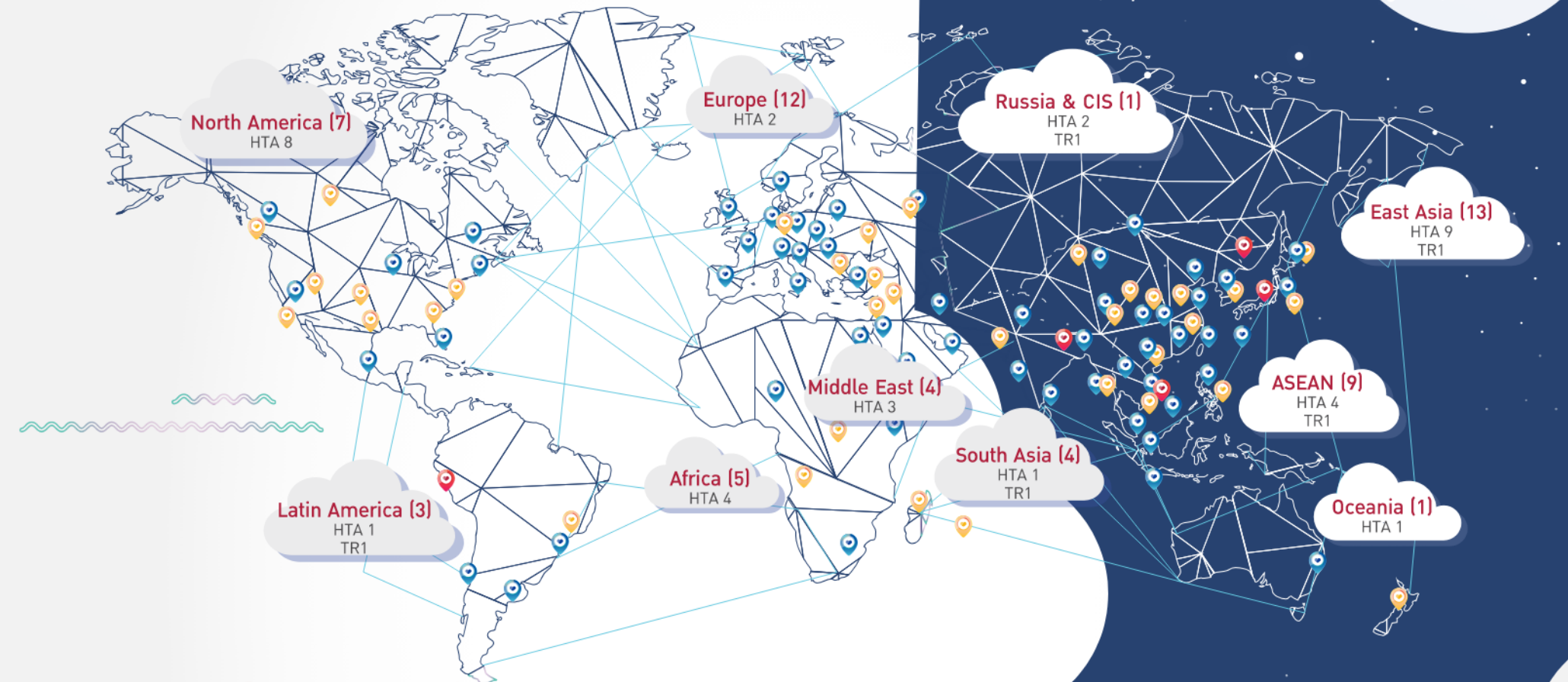
ช่วยลดขั้นตอนและประหยัดต้นทุนการดำเนินการให้กับผู้รับบริการมากขึ้น

Reducing red tapes and cutting cost for entrepreneurs

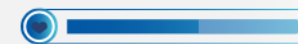
SERVICES



การประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อออนไลน์
DITP Social Media



เครือข่ายสำนักงานในต่างประเทศ OVERSEAS OFFICES



สกต. 58 แห่ง ในทั้งหมด 41 ประเทศทั่วโลก และ 2 เขตเศรษฐกิจ (ฮ่องกงและไต้หวัน)
58 Thai Trade Centers (DITP overseas office) in 41 countries worldwide and in 2 economic zones (Hong Kong and Taiwan)



ที่ปรึกษาการค้าติดต่อด้านการค้าระหว่างประเทศ 35 ราย ในทั้งหมด 23 ประเทศ
35 Honorary Trade Advisors (HTA) in 23 countries



สำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า 5 แห่ง (ลิมา-เปรู / โกลกัตตา-อินเดีย / ฮิโรชิมา-ญี่ปุ่น / วลาดิวอสต็อก-รัสเซีย / เสียมราฐ-กัมพูชา)
5 Trade Representative Offices (Lima - Peru / Kolkata - India / Hiroshima - Japan / Vladivostok - Russia / Siem Reap - Cambodia) (TR)

CONTACT