

DEPARTMENT OF
INTERNATIONAL
TRADE PROMOTION

รายงานประจำปี 2564 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ANNUAL REPORT
2021

THE NEXT
NORMAL



**THE NEXT
NORMAL**

CONTENTS

สารบัญ

004

สารจากรองนายกรัฐมนตรี
และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM DEPUTY PRIME MINISTER
AND 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

วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมองค์กร
VISION, MISSION, CORPORATE CULTURE, CORE VALUES

015

แนวทางการดำเนินงาน
UNDERTAKINGS

016

โครงสร้างองค์กร
ORGANIZATION STRUCTURE

018

คณะผู้บริหารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
EXECUTIVES

024

ผลงานสำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ตามการกิจยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
หลังวิกฤติโควิด-19 และการปรับสู่วิถี Next Normal
KEY ACTIVITIES TO PROMOTE INTERNATIONAL TRADE
TOWARDS THE NEXT NORMAL IN THE POST COVID-19 ERA

026

การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศ
เชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital market (city focus)
Accelerating Proactive Market Expansion of Exports
and Businesses Abroad in the Physical
and Digital Markets (city focus)

034

การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์
Cluster Promotion

062

การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่ม¹
ในอุตสาหกรรมส่งออก
Capacity-Building for Entrepreneurs
and Value Creation for the Export Industry

077

การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
การสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้า
ระหว่างประเทศสู่สากล
Organizational Development and Enhancing Service
Efficiency Building and Elevating International
Trade Service to Meet International Standards

080

องค์กรสร้างเสริมจิตอาสาด้วยกิจกรรม CSR
DITP'S CSR ACTIVITIES

084

งบการเงิน
FINANCIAL REPORT

089

รายชื่อที่ปรึกษากิตติมศักดิ์²
ของกระทรวงพาณิชย์
ด้านการค้าระหว่างประเทศ
HONORARY TRADE ADVISORY
TO THE MINISTRY OF COMMERCE

094

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ADDRESS OF OVERSEAS OFFICES



MESSAGE FROM DEPUTY PRIME MINISTER AND MINISTER OF COMMERCE

สารจากรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ปี 2564 เป็นอีกปีของความท้าทายในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยท่ามกติกาการสานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยังคงอยู่ ซึ่งส่งผลกระทบเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ ทำให้รัฐบาลต้องเดินหน้าปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในภาคให้บริการประชาชนโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานตามนโยบายภายใต้ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ปี 2564 ที่มุ่งให้มอบหมายไว้เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทการค้าโลก ซึ่งมุ่งเน้น 4 เรื่องสำคัญ คือ 1) การเดินหน้ายุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” เพื่อให้การส่งออกสอดรับกับความต้องการของตลาดโลก 2) การเร่งดันรายได้เข้าประเทศโดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมภาคบริการมูลค่าสูง 3) การทำงานกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บูรณาการการทำงานร่วมกับภาคเอกชน ในรูปแบบกลไกคณะกรรมการวิ่งภาครัฐและเอกชน ด้านการพาณิชย์ (กรอ.พาณิชย์) เพื่อการแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าอย่างรวดเร็วและตรงประเด็น และ 4) การเชื่อมโยงการทำงานระหว่างทุกพาณิชย์ซึ่งทำหน้าที่เป็นเซลล์แมนประจำตัว ที่มีอำนาจตัดสินใจ จัดการห่วงโซ่อุปทาน ทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นเซลล์แมนจังหวัด เพื่อส่งเสริมการต่อยอดสินค้าห้องถัง จากเศรษฐกิจฐานรากสู่ตลาดโลก

ภายใต้ทิศทางของกระทรวงพาณิชย์ แผนงาน “อาหารไทยอาหารโลก” เป็น 1 ใน 14 แผนงานสำคัญที่มีส่วนช่วยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก โดยมุ่งเน้นการส่งออกสินค้าอาหารยานาด อาหารมังสวิรัติ และอาหารแนวใหม่ (Future Food) ที่เป็นเทรนด์สำคัญของโลกอีกด้วย ทั้งยังมีการเร่งพัฒนาผู้ประกอบการให้มีองค์ความรู้ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีควบคู่ไปกับนวัตกรรมทางการตลาดใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการส่งออกในยุค New Normal ให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับภาคบริการ หรือ “Soft Power” โดยเฉพาะธุรกิจดูแลสุขภาพ การเจ้าตลาดเมืองรอง ดิจิทัลคอนเนนต์ และธุรกิจดูแลสุขภาพ การเจ้าตลาดเมืองรอง

The year 2021 marked another challenging year in driving and developing the country's economy amidst the ongoing COVID-19 pandemic. It has continued to be a hindrance to economic activities both domestically and internationally. To this end, the Government has had to apply digital technology to our range of services.

In terms of international trade, the Ministry of Commerce has implemented the policy that I had emphasized, with the intention to catch up with the changing landscape of global trade. There are four key areas. First is to advance the strategy of “Market leads Production”, ensuring that our exports correspond to the needs of the global market. Second is to prioritize high-value services to help increase the country's revenue. Third is to work with all stakeholders, especially the private sector in the form of a Public-Private Joint Committee on Commerce to help overcome trade obstacles in a quick and straightforward manner. Fourth is to connect the works of Thai commercial affairs representatives abroad, the country's salesmen, and provincial trade officers, the provincial salesmen, to export local products to the world.

Under the Ministry of Commerce, the “Thai Food, World Food” is one of the fourteen flagship plans that seek to help drive Thailand to become the world's hub for quality agricultural and food products. Thailand prioritizes the export of halal food, vegetarian food and future food which is leading the global trend. Entrepreneurs are being trained to be knowledgeable and able to apply technology to new market innovations, thus making their exports in the new normal even more efficient. Marketing for service sector or

ที่มีศักยภาพด้วย Mini FTA เพื่อย้ายส่วนแบ่งตลาดของไทยในประเทศขนาดใหญ่ รวมถึงการปรับปรุงการให้บริการของกระทรวงพาณิชย์โดยนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการเชิงรุก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบการกิจของกระทรวงพาณิชย์ด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และมีเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศด้วย ในทุกภูมิภาคของโลก มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการส่งออก ซึ่งเป็นเครื่องยนต์หลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นเครื่องยนต์ตัวเดียวที่ยังสามารถทำงานได้ท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 โดยกรมฯ ได้ดำเนินการปรับกลยุทธ์และกระบวนการการทำงาน ทั้งการพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนาสินค้าและบริการ และการเสริมสร้างช่องทางการตลาด เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ โดยเน้นการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะเดิม (Upskill) การสร้างทักษะใหม่ (Reskill) และการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อปรับตัวให้กับการทำงาน (New Skill) ให้กับผู้ประกอบการทุกระดับ และในทุกภูมิภาคของประเทศไทย

นอกจากนี้ การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ทุนน้ำดีสำคัญของโลก อาทิ กระเจ้าป่าเล็ก ภาวะสังคมผู้สูงอายุ รวมถึง พฤติกรรมการทำงานที่บ้านและความใส่ใจในสุขภาพ ได้กลายเป็นตัวแปรสำคัญทำให้การเดินหน้านำเทคโนโลยีออนไลน์มาใช้ทำการตลาด และการส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนได้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs เข้าถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศได้โดยตรง

ในโภคานี้ ผู้นำของคุณผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้มุ่งมั่น ทุ่มเทในการปฏิรูปตัวเอง เพื่อผลประโยชน์ของประเทศไทยและประชาชน ถึงแม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 จะคงความไม่แน่นอน แต่ในปี 2564 มูลค่าการส่งออกของไทยยังสามารถขยายตัวสูงด้วยตัวเลข 2 หลักได้นั้น ซึ่งให้เห็นว่า ท่ามกลางวิกฤติยังมีโอกาส ซึ่งการบริหารการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ทำให้สามารถผลักดันประเทศที่เกิดขึ้น เกิดการปรับตัว พร้อมทั้งสร้างศักยภาพใหม่ ๆ ได้ สุดท้ายนี้ ผู้ของอวยพร และส่งกำลังใจให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเดินหน้าพัฒนาการให้บริการ ที่สอดคล้องกับยุคสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ ทุกระดับในทุกภูมิภาคของประเทศไทย

“soft power”, in particular, digital content and health businesses are enhanced. Thailand is also looking at penetrating potential secondary cities with Mini FTA policy to further expand Thailand’s market share in large countries. Digital systems have also been used in the Ministry of Commerce to provide proactive services for the public.

The Department of International Trade Promotion (DITP), Ministry of Commerce, is the main government agency responsible for Thailand’s international trade promotion. Together with its network of offices of commercial affairs around the world, the DITP has been instrumental in driving Thailand’s exports which constitute the main engine of growth that still functions amidst the COVID-19 pandemic. The Department has adjusted its strategies and work processes, including enhancing capabilities of entrepreneurs, development of products and services, and market expansion. Upskilling and reskilling have been emphasized along with learning new skills to further elevate the capabilities of entrepreneurs at all levels across the country.

At the same time, the Department has also prioritized adding value to products with innovation to respond to global major trends including protection of the environment, ageing society, work from home, and healthy living. These developments have become major factors that have enabled the use of online technology in marketing and the promotion of electronic commerce across borders, thus allowing entrepreneurs, especially SMEs, to access consumers in foreign markets directly.

I wish to thank every executive, official and staff of the DITP for their devotion and commitment to further the interests of the nation and the people of Thailand. COVID-19 has brought with it a lot of uncertainties. However in 2021, Thailand’s exports could still expand by two digits. This is a testament that every crisis has a silver lining. Managing changes is the most important undertaking that can alleviate the impact, resulting in adjustments and even emergence of new potentials. I wish the DITP be blessed and be encouraged to continue developing services that fit well with the current context, with a view to open up trade opportunities and enhancing competitiveness for all levels of entrepreneurs in every corner of the nation.

(นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฐ์)
รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

(Mr. Jurin Laksanawisit)
Deputy Prime Minister and Minister of Commerce



MESSAGE FROM DEPUTY MINISTER OF COMMERCE

สารจากรัฐมนตรีช่วยว่าการ กระทรวงพาณิชย์

ในปี 2564 เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นความท้าทายครั้งใหญ่ที่ทุกประเทศทั่วโลกต้องเผชิญร่วมกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักในการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศผ่านการขับเคลื่อนการส่งออก จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการเพื่อไม่ให้สถานการณ์ดังกล่าวสร้างอุปสรรคต่อการส่งออก ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานขององค์กรให้สอดรับกับสถานการณ์เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงเดินหน้าต่อไปได้

ภาคการส่งออกถือเป็นเครื่องจักรที่สำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในปีนี้ เนื่องจากเครื่องจักรตื่น ๆ ไม่สามารถทำหน้าที่ได้โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่สร้างข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ โดยตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้เร่งดำเนินการในเชิงรุก ตามนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยและฐานรากในท้องถิ่นต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็งเพื่อสามารถยืนหยัดท่ามกลางวิกฤติ รวมถึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการของกรมฯ ให้อยู่ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ไม่พลาดโอกาสในพื้นที่ได้ยังสามารถเข้าถึงความรู้และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนมีทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรม การสร้างแบรนด์ และการอุปกรณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นการยกระดับสินค้าในท้องถิ่นไทยสู่สากลได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยในปี 2564 กลับมามีอัตราการขยายตัวที่สูงได้หลังจากที่หดตัวในปี 2563

In 2021, the Thai and global economies were still affected by the uncertainties resulting from the COVID-19 pandemic which was the biggest challenge that every country around the world have had to face. The Ministry of Commerce, as a key agency tasked with driving the country's economy, was prompted to accelerate its efforts to safeguard the country's exports. The organization became agile and prepared to work in accordance with changing situations, with the aim of advancing the country's economy.

The export sector is considered a crucial engine in the advancement of the Thai economy in 2021 as the other engines have become incapacitated, especially the tourism sector which has been affected by the measures to control the spread of COVID-19, resulting in restrictions imposed on international travel. Over the past year, the Ministry of Commerce, through the Department of International Trade Promotion has complied with the guidance of the Deputy Prime Minister and Minister of Commerce in being proactive and emphasizing the enhancement of entrepreneurs' capabilities at every level, including agriculturalists, micro and local enterprises to withstand the crisis. The Department's services have turned to online channels, so that entrepreneurs, especially SMEs can still access knowledge and necessary information to conduct international trade. Entrepreneurs need to have skills to increase their product value with innovation, branding, and design that correspond to the needs of foreign markets. In other words, this is a way to elevate local products to the international market. Due to these developments, the figure for Thailand's international trade expansion in 2021 became positive again after a contraction in 2020.

ขณะเดียวกัน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งหน่วยงาน ส่วนกลาง และเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ยังได้เร่งดำเนินการขยายช่องทางตลาด ต่างประเทศ ทั้งเมืองหลักและเมืองรองที่มีศักยภาพ รวมถึงยังได้ให้ความ สำคัญกับการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ การขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ตลาดกลางพานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com และการสร้าง พัฒนาต่อยอดแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงในหลายประเทศ เพื่อเป็นการ เพิ่มช่องทางการขายสินค้าให้มากขึ้น มากขึ้น เพื่อให้ภาคการส่งออกไทย ยังคงเดินหน้าต่อไปได้ท่ามกลางวิกฤติในครั้งนี้

จากการได้มีโอกาสร่วมทำงานกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผู้มีชื่อและเป็นกำลังใจให้กับผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ในการทำงานด้วย ความเสียสละ อดทน และมุ่งมั่นเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประเทศไทย ตลอดจนผู้ประกอบธุรกิจและผู้ส่งออกไทย ขอให้ประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพพลานามัยและกำลังใจที่เข้มแข็ง ประกอบกิจการ น้อยใหญ่ได้สัมฤทธิ์ผล สมปรารถนาทุกประการ พร้อมที่จะเป็นกำลังสำคัญ เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของประเทศไทยต่อไป

At the same time, the Department of International Trade Promotion, the headquarters and its network of commercial affairs offices abroad, has accelerated efforts to expand overseas marketing opportunities. The focus has been on primary and high-potential secondary cities. Online market promotion, sales of products through platforms, e-commerce markets, Thaitrade.com, and building alliances with various reputable platforms in many countries, have facilitated more channels to distribute Thai products. This has allowed Thailand's export sector to continue amidst this crisis.

Having worked with the Department of International Trade Promotion, I wish to commend and encourage the executives, officials, and staff of DITP for their devotion, perseverance, and commitment to safeguard the interests of the nation. I wish the DITP, and Thai entrepreneurs and exports be blessed with happiness, prosperity, good health, and strong spirit to continue being the drivers of the nation's prosperity.

(นายสินิธย์ เลิศไกร)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

(Mr. Sinit Lertkrai)
Deputy Minister of Commerce



MESSAGE FROM PERMANENT SECRETARY, MINISTRY OF COMMERCE

สารจากปลัดกระทรวงพาณิชย์

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ในช่วงกว่า ๒ ปี ที่ผ่านมา นับเป็นเหตุการณ์ครั้งประวัติศาสตร์ของโลกที่ก่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงอย่างยิ่งใหญ่ในทุกมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนทั่วโลก ส่งผลให้ผู้ประกอบการ ต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจและการค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ได้พัฒนาเข้าสู่ดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด ธุรกิจต่าง ๆ หันมาพึ่งพาและ ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแพร่หลายและจริงจัง เพื่อให้ สามารถอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้ เช่นเดียวกับกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่องค์กรดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เป็นพาณิชย์ทันสมัย ตามนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี ว่าการกระทรวงพาณิชย์ เพื่อสามารถให้บริการแก่ผู้ประกอบการ และประชาชนได้อย่างราบรื่น

ในส่วนของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงาน ที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย ได้มีการ ปรับตัวในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งานในทุกภารกิจของกรมฯ รวมถึงได้มีการทำางานร่วมกันระหว่างทุกหน่วยงาน ทั่วโลกกับพาณิชย์ จังหวัดทั่วประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงโอกาสทางการค้า ให้กับผู้ประกอบการส่งออกจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งรวมขอ ชื่นชมการประสานงานระหว่างเซลล์แม่นประเทศไทยและเซลล์แม่นจังหวัด ที่เข้มแข็ง และเกิดผลเป็นรูปธรรมชัดเจนในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs และเศรษฐกิจฐานรากของไทยให้สามารถอยู่รอดและเติบโต ต่อไปได้ ภายใต้ข้อจำกัดของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ยังได้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์ เมกะเทรนด์ของโลก โดยเฉพาะเมกะเทรนด์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยการ พัฒนาผู้ประกอบการและเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยแนวคิด BCG และส่งเสริม ช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงสู่ตลาดโลก อันเป็นการเตรียม ความพร้อมและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งเป็นวาระแห่งชาติ ตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

The COVID-19 pandemic over the last two years constitutes a historic moment that caused major changes in all aspects, be it the economy, society, politics, and ways of life of the people all over the world. Entrepreneurs have had to adjust themselves to the changing circumstances and consumer behaviors. Business and trade, both domestic and international, have leaped into the digital era. Many businesses have relied on and utilized digital technology extensively and intensively to survive and grow. Likewise, the Ministry of Commerce has also undergone digital transformation towards modern commercial practices, adhering to the policy of Deputy Prime Minister and Minister of Commerce, in order to provide smooth and efficient services to entrepreneurs and the general public.

The Department of International Trade Promotion which is the main agency in the promotion of Thailand's international trade, has applied digital technology in all aspects. The Department has worked closely with Thai commercial affairs representatives abroad and provincial commercial affairs officers in Thailand. I commend their strong and harmonious coordination which has resulted in practical support for Thai SMEs and local economy to continue to grow despite the limitations caused by the COVID-19 pandemic. Moreover, the Department of International Trade Promotion has also initiated projects in response to the global megatrends, especially those pertaining to the environment. Such projects include enhancing entrepreneurs' capabilities and increase product values through the BCG Model and promote online marketing channels to connect Thai entrepreneurs to the

ผมเชื่อว่า ความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ แนวคิด และวิธีการในการดำเนินงานที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ จะสานต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลก และเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทยให้ขยายตัวต่อไป แม้จะต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และความท้าทายอีกมากมายในอนาคต ผ่านของขบคุณบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อก้าวสู่ความเป็นองค์กรชั้นเลิศ เป็นพันเพื่อสำคัญในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ได้โปรดลับบันดาลประทานพรให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ตลอดจนผู้ประกอบธุรกิจและผู้ส่งออกไทย ประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง มีแรงใจที่แข็งแกร่ง เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์คุณประโยชน์ นำพาเศรษฐกิจไทยให้เดิบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

global market. This is to prepare and support the nation's economic growth by the BCG Economy Model which has become a national agenda as per the policy of the Deputy Prime Minister and Minister of Commerce.

I believe that the success in practical changes in strategies, mindsets and working methods of the Department of International Trade Promotion, as guided by the Deputy Prime Minister and Minister of Commerce, will further our success in driving Thailand's international trade, enhance competitiveness in the global stage, and increase values of Thai exports despite the uncertainties and a myriad of challenges in the future. I thank every official and staff member at the Department of International Trade Promotion for your devotion in executing your assignments to the best of your abilities, and self-development which has propelled the Department to become an excellent organization, constituting an integral part in the efforts to build strong economic foundation for Thailand.

I wish for all officials and staff members, as well as Thai entrepreneurs and exporters to be blessed with happiness, prosperity, and well-being, and to be able to work together towards sustainable economic development of the nation.



(นายบุณยรัตน์ กัลยานมิตร)
ปลัดกระทรวงพาณิชย์



(Mr. Boonyarat Kalayanamit)
Permanent Secretary, Ministry of Commerce



MESSAGE FROM DIRECTOR-GENERAL, DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

สารจากอธิบดี
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ตลอดระยะเวลา 70 ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้มุ่งมั่น ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ผ่านภารกิจหลัก 4 ด้านที่ครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการ ประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม แก่สินค้าและบริการไทยด้วยแบรนด์ การออกแบบและนวัตกรรม การขยาย ช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย ตลอดจนการยกระดับคุณภาพ การให้บริการสู่ความเป็นเลิศ เพื่อสนับสนุนการติบโตทางเศรษฐกิจ ของประเทศไทย และภาคการค้าระหว่างประเทศของไทยให้สามารถแข่งขัน ได้ในเวทีโลก ท่ามกลางปัจจัยต่างๆ จากความเปลี่ยนแปลงของ บริบทเศรษฐกิจการค้าโลก

ปี 2564 ถือเป็นอีกหนึ่งปีที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคง ต้องปรับตัวในการทำงาน เพื่อขับเคลื่อนการส่งออกของประเทศไทยให้ก้าวเดิน ต่อไป ท่ามกลางสถานการณ์การดำเนินไปของโควิด-19 ที่มีการ กลับมาพัฒนา และยังคงมีการระบาดระลอกใหม่ ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยร่วมกับ ยังคงเดินหน้าก้าวสู่ “ตั้งรับ ปรับตัว หาโอกาส” และใช้ ยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ใน การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เชิงรุก ตามแนวโน้มการเปลี่ยนผ่านของร่องน้ำกรีนนิวโน้มต์และรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงพาณิชย์ โดยเน้นการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการ ยกระดับองค์กรสู่องค์กรดิจิทัลด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ ใช้งานภายใต้มาตรการ ในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการและประชาชน และการผลักดันผู้ประกอบการในทุกระดับให้เร่งพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะการดำเนินธุรกิจทางออนไลน์ เพื่อปรับตัวเข้ากับยุคสมัย ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และพัฒนาช่องทาง ตลาดใหม่ ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้ามายังสู่ตลาดโลก เพื่อให้ผู้ประกอบการ สามารถฝ่าวิกฤติและคว้าโอกาสในยุค New Normal รวมถึงสามารถ กลับมาดำเนินธุรกิจได้ในทันทีที่สถานการณ์ดีขึ้น ฯ คล้ามาย

ตลอดปี 2564 กรมฯ เน้นการทำงานเชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นหลัก และดำเนินกิจกรรมการตลาดรูปแบบใหม่ ๆ ต่อเนื่องจาก ปี 2563 ซึ่งทำให้กรมฯ ยังสามารถดำเนินการกิจทั้ง 4 ด้านดังกล่าวได้ ภายใต้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยังเป็นอุปสรรค ต่อการเดินทางและการขนส่งสินค้าทั้งในและระหว่างประเทศ โดยเดินหน้า การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยในรูปแบบเสมือนจริง และในรูปแบบผสมผสาน (ไฮบริด) ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศและการจัดงานแสดง สินค้าไทย (TOP Thai Brands) ในต่างประเทศในรูปแบบ Mirror-Mirror ที่ผู้ประกอบการไม่ต้องเดินทางไปร่วมออกคูหา แต่ยังสามารถเจรจา

Over the past 70 years, the Department of International Trade Promotion has been committed to steering Thailand's international trade towards growth and greater competitiveness amidst the challenges caused by the ever-changing global economic and social landscape. This has been done through four core missions, namely; enhancing the competitiveness of Thai entrepreneurs in the global context; promoting value creation for Thai products and services with branding, design and innovation; developing and expanding overseas market access for Thai products and services; and enhancing excellence in services.

2021 was another year that the Department of International Trade Promotion has had to adjust its work to advance the country's exports in the middle of the COVID-19 pandemic which has continued to mutate, causing new waves of infection both in Thailand and abroad. The Department has advanced its strategy of preparing, adapting, and looking for opportunities and adopted the “market leads production” strategy to promote proactive international trade in accordance with the policy set out by the Deputy Prime Minister and Minister of Commerce. Continued adjustment was emphasized both in terms of digital transformation of the organization and enhancing knowledge and skills related to online business for entrepreneurs of all levels. Entrepreneurs are also encouraged to add value to their products and services with innovation. New markets are explored and developed, providing opportunities for entrepreneurs to connect to the wider world. Thus, entrepreneurs will be able to overcome the crisis and seize the opportunities in the New Normal, allowing them to resume their businesses again once the situation improves.

Throughout 2021, the Department concentrated on carrying out proactive work online with new forms of marketing activities, building on what had been done in 2020. These have allowed the Department to continue its four core missions while adhering to measures to control the spread of COVID-19 which hindered travel and shipping of products both in Thailand and abroad.

The Department continued to hold virtual and hybrid trade exhibitions in Thailand as appropriate. It also attended international trade exhibitions and TOP Thai Brands exhibitions in the “mirror-mirror”

การค้าผ่านช่องทางออนไลน์และส่งสินค้าตัวอย่างไปจัดแสดงเพื่อให้คู่เจรจาในต่างประเทศสามารถสัมผัสถึงค่าในระดับเจ้าได้ การจัดเจรจาจับคู่ธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ ในทุกสินค้าที่มีความต้องการในตลาดต่างประเทศ โดยมีทุกพานิชย์ทำหน้าที่เป็นเซลล์ส์แมนประเทศไทยในการประสานเชื่อมโยงผู้นำเข้าในต่างประเทศให้กับผู้ส่งออกไทยในทุกภูมิภาค รวมถึงการจัดตั้งร้านขายสินค้าไทยบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ชชั้นนำของต่างประเทศเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำพรมแดน เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคในต่างประเทศโดยตรง

นอกจากนี้ กรมฯ ได้ดำเนินการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ผู้ประกอบการผ่านทางออนไลน์ รวมถึงพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร E-Learning ของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าคุณใหม่ (NEA) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกระดับ รวมถึงเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนทั่วทุกภูมิภาค สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอดจนจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาด้านการตลาดเชิงลึกโดยทุกพานิชย์ (Export Clinic) เพื่อยกระดับความพร้อมในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งได้ดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าด้วยแนวคิด BCG และพัฒนาช่องทางการตลาดให้สินค้ากลุ่มดังกล่าว รวมถึงได้ริเริ่มโครงการ “เศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่” และยกระดับขึ้นเป็นโครงการระดับกระทรวงพาณิชย์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยปรับตัวสู่การเป็นผู้ประกอบการ BCG ซึ่งได้มีการต่อยอดผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนาโดยหน่วยงานต่าง ๆ ภายในกระทรวงพาณิชย์ด้วย และใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้า BCG ไทยเข้าสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ กรมฯ ได้ยกระดับการให้บริการของกรมฯ ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน DITP ONE ที่รวมบริการออนไลน์ต่าง ๆ ของกรมฯ ไว้ในแอปเดียว และพัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อแสวงหาโอกาสและประเมินความเสี่ยงทางการค้าระหว่างประเทศ

รายงานประจำปี 2564 ฉบับนี้ ถือเป็นรายงานที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจและปณิธานที่ตั้งมั่นของเหล่าข้าราชการและบุคลากร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ได้ร่วมเป็นหนึ่งในพื้นที่ของขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เกิดผลอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมอย่างเต็มกำลังความสามารถ ท่านกล่างความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19

ในโอกาสนี้ กรมฯ ขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้ความร่วมมืออย่างดีตลอดมา รวมทั้งข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้ทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถจนเกิดผลเป็นที่ประจักษ์ พร้อมทั้งขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสังคัดศิริรัตน์สากลโลก โปรดลับบันดาลให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน หน่วยงานและองค์กรพันธมิตร จากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทย ทุกท่าน ประสบแต่ความสุข ความเจริญ สมปรารถนาทุกประการ มีสุขภาพร่างกายและกำลังใจให้เข้มแข็ง พร้อมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของไทยได้อย่างมีความมั่นคง มั่นคง และยั่งยืนต่อไป


 (นายภูสิต รัตนกุล เสรีริงคุธี)
 อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

format abroad. With this format, entrepreneurs did not have to travel physically yet they could still conduct trade negotiations through online channels and send products to be displayed at the exhibitions to allow trade partners who attended the exhibitions physically to access the actual products during the negotiations. Online business matching sessions were also conducted for products that were in demand in foreign markets, with Thai commercial affairs representatives being the nation's salesmen in coordinating and connecting foreign importers and Thai exporters in all regions. Online stores selling Thai products have also been set up on leading foreign e-commerce platforms to promote cross-border e-commerce for entrepreneurs, allowing them to directly access customers abroad.

Moreover, the Department held online trainings and seminars for entrepreneurs. It has constantly developed and improved E-learning courses of the New Economy Academy (NEA) to ensure that entrepreneurs of all levels, including agriculturalists, and community enterprises from all regions were able to learn anywhere and at anytime. Export Clinic sessions were regularly held to enhance the preparedness of entrepreneurs in conducting international trade businesses. Entrepreneurs have been encouraged to create value for their products through the BCG Model and develop market access for those product groups. The Department initiated the project “Platform Economy: Driving Thailand towards the leading role in BCG”. The project was later elevated to become a project at the level of the Ministry of Commerce. The purpose was to advance and develop capabilities of Thai entrepreneurs to prepare them for BCG enterprises. These entrepreneurs were further developed and trained by various agencies in the Ministry of Commerce. Digital platform was used to introduce Thai BCG-related products to markets both in Thailand and abroad. Moreover, the Department has elevated the service of the Department itself through modern technology. DITP ONE application was developed, with all online services of the Department incorporated. An information system was also developed utilizing artificial intelligence (AI) to explore opportunities and assess risks of international trade.

The 2021 Annual Report is a report that reflects the pride and aspiration of all officials and staff at the Department of International Trade Promotion who have done their best as part and parcel of the engine of growth that drives the Thai economy and trade towards clear and tangible outcomes amidst the economic uncertainties caused by COVID-19.

I would like to take this opportunity to extend my deep gratitude to our partners both in the public and private sectors for their excellent cooperation. An appreciation also goes to all officials and members of staff at the Department of International Trade Promotion for their devotion, resulting in concrete outcomes. I wish for all officials and staff, agencies, partners, Thai entrepreneurs, and exporters be blessed with happiness, wealth, and well-being. Together we can contribute to steering Thailand's economy and trade towards stability, prosperity, and sustainability.


 (Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit)
 Director-General
 Department of International Trade Promotion

DITP

TIMELINE

กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



2495/1952

2515/1972



2537/1994

กรมเศรษฐกิจสัมพันธ์

Department of
Economic Relations

กรมพาณิชย์สัมพันธ์

Department of
Commercial Relations

กรมส่งเสริมการส่งออก

Department of
Export Promotion

DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION



2542/1999

2547/2004

2555/2012

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Department of International Trade Promotion
(DITP)

THINK TRADE



VISION

วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียในปี 2570
Thailand's trade competitiveness becoming one of the Asia's top 5 in 2070



MISSION

พันธกิจ

- พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
- ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
- ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

- Enhancing the competitiveness of Thai entrepreneurs in the global context
- Promoting sustainable value creation for Thai products and services delivered internationally
- Developing and expanding overseas market access for Thai products and services
- Continuously ensuring excellence in service for all stakeholders



CORPORATE CULTURE

วัฒนธรรมองค์กร

ความพร้อมในการปรับตัวเพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร
Be prepared to adapt in response to the organization's missions and assignments.

CORE VALUES

ค่านิยมขององค์กร



DEDICATED

มุ่งมั่น ขยัน อดทน
Enthusiastic,
Diligent and
Endurable



RESPONSIVE

ผลลัพธ์ดีไว
Prompt Results



INTEGRITY

ธำรงไว้ซึ่งคุณธรรม
Uphold Virtues



VALUE CREATION

สร้างสรรค์สิ่งใหม่
Innovative



EXCELLENT

เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ
Bringing Thai Trade towards Excellence

THINK DITP



UNDERTAKINGS

แนวทางการดำเนินงาน

มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย พัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ سانตต่อนโยบายเกษตรผลิต-พาณิชย์ตลาด มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก ตลอดจนอุตสาหกรรมเป้าหมายแห่งอนาคต (New S-Curve) รวมถึงแผนพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการส่งออก (New business development) โดยการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด มุ่งเน้นการนำแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ ตามแนวคิด BCG economy model เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง การปรับรูปเพื่อสร้างมูลค่าและตรงกับความต้องการของตลาดและขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ มุ่งเน้นที่การเจาะตลาดใหม่ อันได้แก่ กลุ่มตลาดใหม่ในตลาดเก่า ตลาดเมืองรองและตลาดเกิดใหม่ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ การสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น

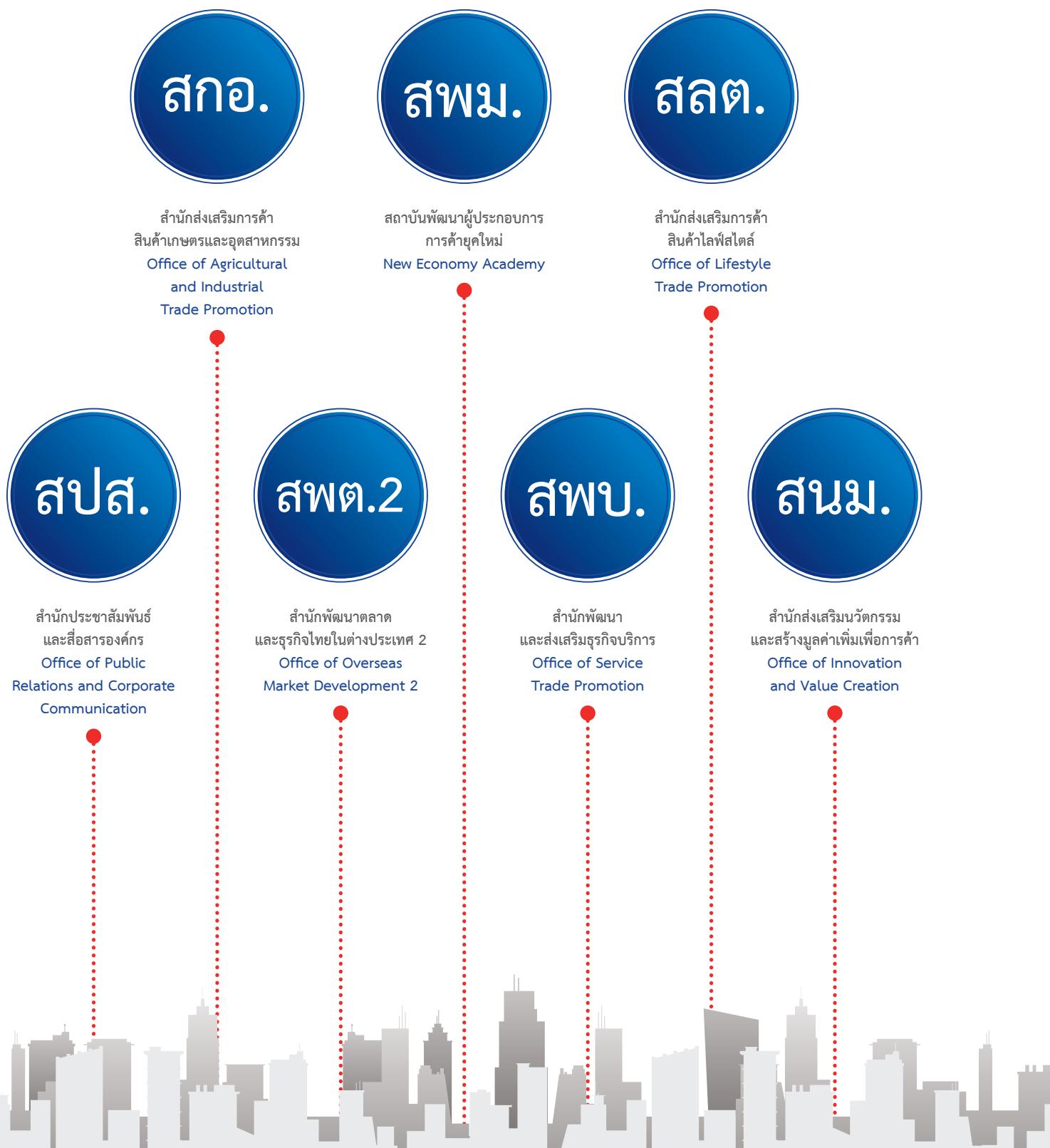
The Department of International Trade Promotion is committed to enhance the capabilities of Thai entrepreneurs, continue the “Kaset Palid, Panich Talad” or “Market-led Agricultural Production” policy, work towards the goal of Thailand becoming the world’s hub for agricultural products and quality food and the New S-Curve industries, as well as develop and promote businesses and industries that have the potential for exports. In light of these commitments, the Department supports innovation and efforts to add value to products and services in line with market demand. The Department also emphasizes the application of new economic and social development approaches based on the BCG economy model to produce high quality products and services, product processing to create value and respond to market needs, as well as expansion into foreign markets. New market penetration includes finding new markets in existing ones, expanding to markets in secondary cities and emerging markets, making Thai products well-known in foreign markets, and preparing entrepreneurs for investment abroad. At the same time, it is important to utilize existing international agreements and cooperation on trade and investment to add further value to Thai products in international trade.

มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก ตลอดจนอุตสาหกรรมเป้าหมายแห่งอนาคต (New S-Curve)

Work towards the goal of Thailand becoming the world’s hub for agricultural products and quality food and the New S-Curve industries

ORGANIZATION STRUCTURE

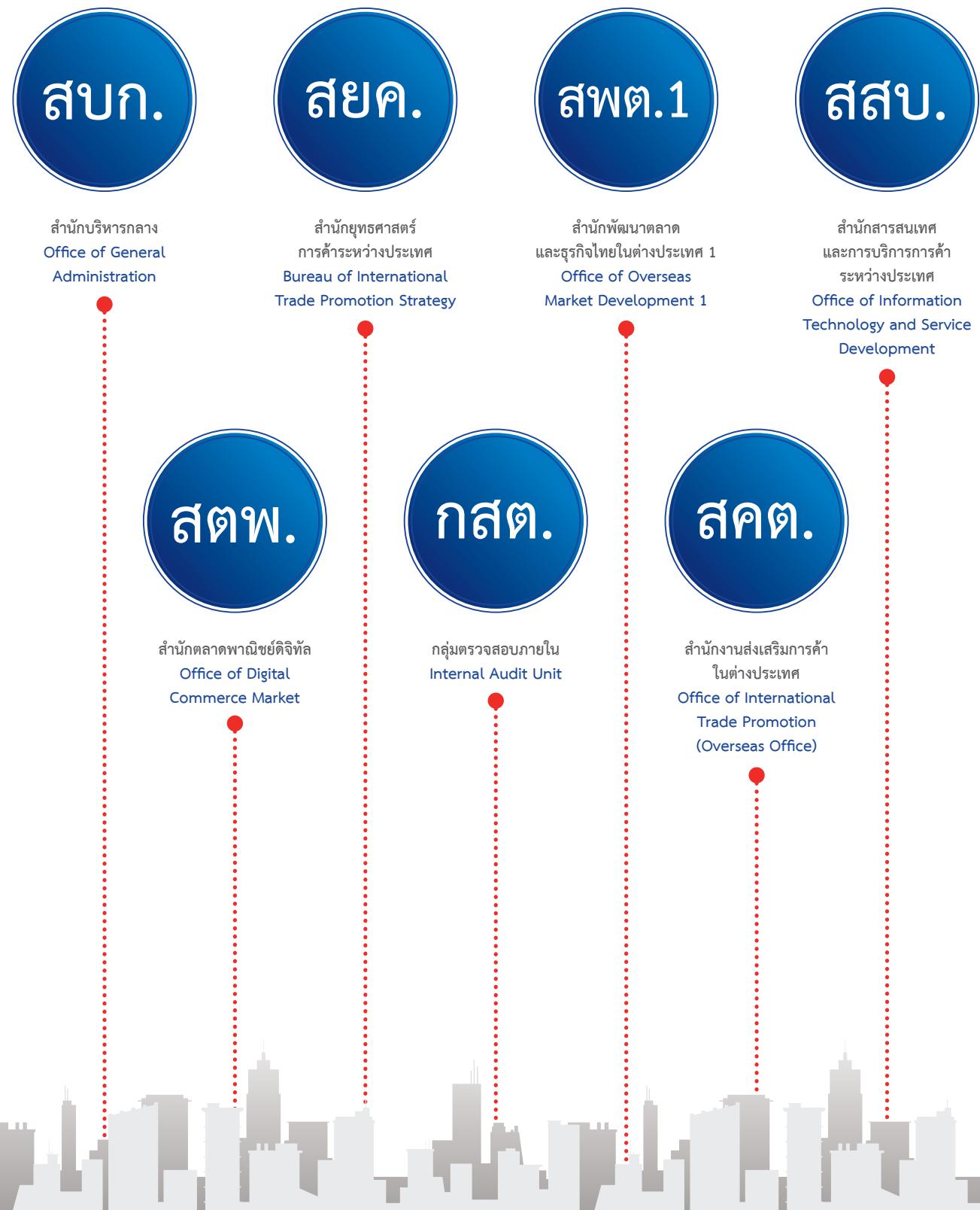
โครงสร้างองค์กร





DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



EXECUTIVES

คณะผู้บริหาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

EXECUTIVES

คณะผู้บริหารระดับสูง



นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
อธิบดี

Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit
Director-General



นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์
รองอธิบดี

Mr. Nantapong Chiralerspong
Deputy Director-General



นายเอกฉัตร ศีตัวรัตน์
รองอธิบดี

Mr. Ekachat Seetavorarat
Deputy Director-General



นางอารดา เพื่องทอง
รองอธิบดี

Mrs. Arada Fuangtong
Deputy Director-General

ASSISTANT DIRECTOR-GENERAL

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ



นายพิลิษฐ์ กิจวิริยะ
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Posit Kijviriya
Assistant Director-General



หมวดหลวงคทาทอง ทองใจหมู่
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

M.L. Kathathong Thongyai
Assistant Director-General



นางพรพิมล เพชรภูด
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mrs. Ponnimon Petcharakul
Assistant Director-General



นางสมรัตน์ สนิทวงศ์ ณ อุยรยา
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mrs. Samornrat Snidvongs Na Ayudhya
Assistant Director-General



นางสาวฐาปนี ภานุสสกุล
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Miss Tapanee Pharnusopon
Assistant Director-General



นายชัพพล โรจนเสน
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Chappon Rochanasena
Assistant Director-General



นางสาวกานดา อนันตกุล
รักษาการในตำแหน่งนักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Miss Kanda Anuntakul
Acting Assistant Director-General

DIRECTORS

ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน



นางสาวณัฐยา สุจินดา
ผู้อำนวยการ
สำนักส่งเสริมการค้าสินค้า
เกษตรและอุตสาหกรรม

Miss Natiya Suchinda
Director
Office of Agricultural and
Industrial Trade Promotion



ผู้อำนวยการ
สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ
การค้ายุคใหม่

Director
New Economy Academy



นางนิศาบุญป์ วีรบุตร
ผู้อำนวยการ
สำนักส่งเสริมการค้า
สินค้าไลฟ์สไตล์

Mrs. Nisabudh Virabutr
Director
Office Lifestyle Trade Promotion



นางสาวประจงพร ตันมนี
ผู้อำนวยการ
สำนักประชาสัมพันธ์
และสื่อสารองค์กร

Miss Prajongporn Tanmanee
Director
Office of Public Relations and
Corporate Communication



นายจิรakanต์ เพชรชาติ
ผู้อำนวยการ
สำนักพัฒนาตลาดและ
ธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2

Mr. Jirakarn Bejrjati
Director
Office of Overseas Market
Development 2



นางปรียากร ศักขวนิช
ผู้อำนวยการ
สำนักพัฒนาและส่งเสริม
ธุรกิจบริการ

Mrs. Preeyakorn Sankhavanija
Director
Office of Service
Trade Promotion



นางสาวปราวรุษ ประนุช
ผู้อำนวยการ
สำนักส่งเสริมนวัตกรรม
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

Miss Pra-onnuch Pranuch
Director
Office of Innovation
and Value Creation



นางสาวอร์ไช เล็กสกุลชัย
ผู้อำนวยการ
สำนักบริหารกลาง

Miss Orathai Leksakulchai
Director
Office of General
Administration



นายพรวิช ศิลาอ่อน
ผู้อำนวยการ
สำนักยุทธศาสตร์การค้า
ระหว่างประเทศ

Mr. Pornvit Sila-on
Director
Bureau of International
Trade Promotion Policy



นางสาวสุภารดี แย้มกมล
ผู้อำนวยการ
สำนักพัฒนาตลาดและ
ธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1

Miss Supawadee Yamgamol
Director
Office of Overseas Market
Development 1



นางสาวพัชชา วุฒิพันธุ์
ผู้อำนวยการ
สำนักสารสนเทศและการ
บริการการค้าระหว่างประเทศ

Miss Patcha Wutipan
Director
Office of Information Technology
and Service Development



นายฉันทพัทธ์ ปัญจามันท์
ผู้อำนวยการ
สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

Mr. Chanthapat Panjamanond
Director
Office of Digital Commerce
Market



นางสาวอัญชลี มีผุดุง
รักษาการแทน
หัวหน้ากลุ่มตรวจสอบภายใน

Miss Anchalee Meepadung
Acting Head of Internal
Audit Group

**KEY ACTIVITIES TO PROMOTE
INTERNATIONAL TRADE
TOWARDS THE NEXT NORMAL
IN THE POST COVID-19 ERA**

ผลงานสำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ตามการกิจยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
หลังวิกฤติโควิด-19 และการปรับสู่วิถี Next Normal



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการไทย ดำเนินการค้าระหว่างประเทศก้าวในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

**The Department of International Trade Promotion (DITP)
is determined to support Thai entrepreneurs in their use of digital
technology to participate in international trade both offline and online.**

รูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปหลังวิกฤติโควิด-19 แสดงให้เห็น พฤติกรรมและทัศนคติในการดำรงชีวิตใหม่ โดยเฉพาะการเปิดรับเทคโนโลยี บริการดิจิทัลใหม่ ๆ รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อตอบสนองเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และผลกระทบ กับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นำไปสู่การใช้ชีวิตแบบ Next Normal ที่มีบทบาท สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคต ได้แก่ รูปแบบเศรษฐกิจที่เรียกว่า stay-at-home economy โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยดำเนินการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

The changing ways of life after the COVID-19 pandemic reflect new attitude and behaviour in everyday life, in particular the open mindset on technology and new digital services. Online platforms have also been used to respond to health and environment issues. The Next Normal living will thus play an important role in the economic system in the future, which undeniably involves the stay-at-home economy. The Department of International Trade Promotion (DITP) is determined to support Thai entrepreneurs in their use of digital technology to participate in international trade both offline and online.



การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศเชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital market (city focus)

Accelerating Proactive Market Expansion of Exports and Businesses
Abroad in the Physical and Digital Markets (city focus)



1. การส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการตลาดและ การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยังคงยืดเยื้อเป็นระยะเวลาเกิน 2 ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคงมุ่งมั่นปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจากรูปแบบอффไลน์สู่ออนไลน์ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยยังคงรักษาระยะห่างทางสังคมส่วนตัวและบริการในยุคชีวิตริสก์ใหม่ (New Normal) ตลอดจนเตรียมพร้อมรับมือกับการดำเนินธุรกิจในยุคชีวิตริสก์ใหม่ สำหรับสินค้าและบริการในต่างประเทศ ทั้งในเชิงกายภาพและดิจิทัล ที่มีความต้องการสูง อาทิ

1. Promoting and Developing New Channels of International Marketing and Business

Amidst the COVID-19 pandemic which has been prolonged for more than 2 years, the Department of International Trade Promotion (DITP) remains committed to adapt our strategies in promoting international trade by moving offline events to online, applying digital technology, to ensure that Thai entrepreneurs can still continue to have their opportunities to export products and services in the New Normal, and be prepared to accommodate new ways of doing business in the Next New Normal following the alleviation of COVID-19's impact. In the fiscal year 2021, the Department conducted projects/activities to proactively expand exports in key markets around the world. They can be summarized as follows:

1.1 ภูมิภาคจีน Top Thai Brands Virtual Trade Show in Kunming 2021 ระหว่างวันที่ 16-19 กันยายน 2564 งานแสดงสินค้าไทยออนไลน์รูปแบบคุหาเสมือนจริงผ่านช่องทางออนไลน์ <https://topthaibrands.eventx.link> ควบคู่กับการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเช่น “ร้าน ThaiOneLove (泰玩乐)” และการไลฟ์สด (Live Streaming) แนะนำสินค้าไทย โดย Key Opinion Leaders (KOLs) จีนที่มีชื่อเสียงผ่านแพลตฟอร์ม Taobao และ Yizhibo รวมถึงจัดกิจกรรมเจรจาการค้าออนไลน์ มีผู้ประกอบการไทยและจีนเข้าร่วม 85 บริษัท 4 กลุ่มสินค้า ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม สุขภาพและความงาม แฟชั่นและเครื่องประดับ และของใช้ของตกแต่งบ้าน ผู้เข้าชมงานทั้งสิ้น 358,619 ราย ไลฟ์สด 14 ครั้ง ยอดผู้เข้าชมรวม 42,552 ล้านวิว และยอดกดไลค์ 16.7 ล้าน คาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 41 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ ผลไม้สดและแปรรูป สินค้าสปาและเครื่องสำอาง และหมอนยางพารา

1.1 China Top Thai Brands Virtual Trade Show in Kunming 2021 was held during 16-19 September 2021 at <https://topthaibrands.eventx.link>. The virtual booths were held in conjunction with the sales on Tao Pao platform under the store called “Thai One Love (泰玩乐)”, and live streaming to introduce Thai products by Chinese Key Opinion Leaders (KOLs) on Taobao and Yizhibo platforms. Online trade negotiations were conducted with 85 Thai and Chinese entrepreneurs from 4 product groups, namely food and beverage, health and beauty, fashion and jewelry, and home decorations. There was a total of 358,619 visitors. The livestream was carried out 14 times with 42,552 million views and 16.7 million likes. The amount of one-year forecast transactions amounted to 41 million Baht. The most popular products were fresh and processed fruit, spa and make-up products, and rubber pillows.

ผู้ประกอบการไทยและจีนเข้าร่วม Thai and Chinese entrepreneurs attended



85 บริษัท
Companies



4 กลุ่มสินค้า
Product groups



ผู้เข้าชมงาน
Visitors

358,619 ราย
Numbers



ไลฟ์สด
Livestream

14 ครั้ง
Times



มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี Amount of one-year forecast transactions amounted to



41 ล้านบาท
Million Baht

ผู้เข้าชม
Viewers

42.552 ล้านวิว
Million Views

1.2 ภูมิภาคอาเซียน โครงการเซลล์แมนจังหวัด เชื่อมเซลล์แมนประเทศไทยรุกเจาะตลาดประเทศไทยเพื่อนบ้าน 16-17 กันยายน 2564 เพื่อมุ่งขับเคลื่อนนโยบายของ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฐ์) ในการบูรณาการการทำงาน ระหว่างสำนักงานพาณิชย์จังหวัดและสำนักงานส่งเสริมการค้า ในต่างประเทศประจำภูมิภาคอาเซียน ผู้ประกอบการไทย เข้าร่วม 60 ราย จาก 40 จังหวัด ผู้นำเข้าเข้าร่วม 19 ราย จาก 4 ประเทศ (กัมพูชา มาเลเซีย เมียนมา และ สปป.ลาว) เกิดการเจรจาการค้ารวม 103 คู่ มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 41.93 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ อาหารทะเล แปรรูป ขนมขบเคี้ยว ข้าวกล่องอินทรีย์ และข้าวแปรรูป เป็นต้น

1.2 The ASEAN Region The project to develop “Provincial Salespersons” to penetrate Neighbouring Markets was held during 16-17 September 2021 to implement the policy of the Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) in integrating the work between offices of provincial commercial affairs and offices of commercial affairs in ASEAN member states. There were 60 Thai entrepreneurs from 40 provinces attending together with 19 importers from 4 countries (Cambodia, Malaysia, Myanmar, and Laos). Business matching yielded 103 matches and one-year forecast transactions amounted to 41.93 million Baht. The most popular products were processed seafood, snacks, organic brown rice, processed rice, etc.



ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมจาก 40 จังหวัด
Thai entrepreneurs attended
from 40 provinces

60 ລາຍ Numbers



ผู้นำเข้าจาก 4 ประเทศ Importers from 4 countries

19 ດາວ
Numbers



เกิดการเจรจาการค้า Business Matching

103 ຄ
Matches



มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี
Amount of one-year forecast
transactions amounted to

41.93 ล้านบาท
Million Baht

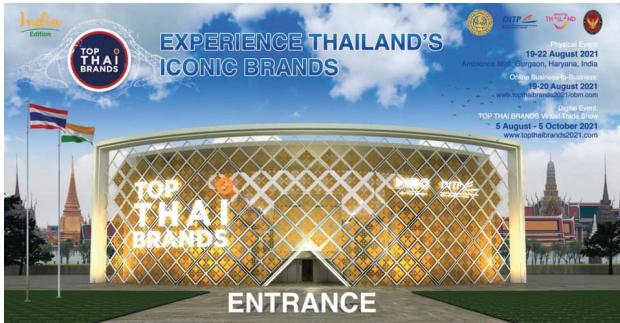


ปรับบทบาททุตพานิชย์เป็นเซลล์แม่ประเทศไทย

เพื่อย้ายการค้าไทย สำงเสริมการขายสินค้า ผลักดัน การส่งออก และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า ทำให้เราที่ได้รับประโยชน์แลกเปลี่ยนสนับสนุนค่า



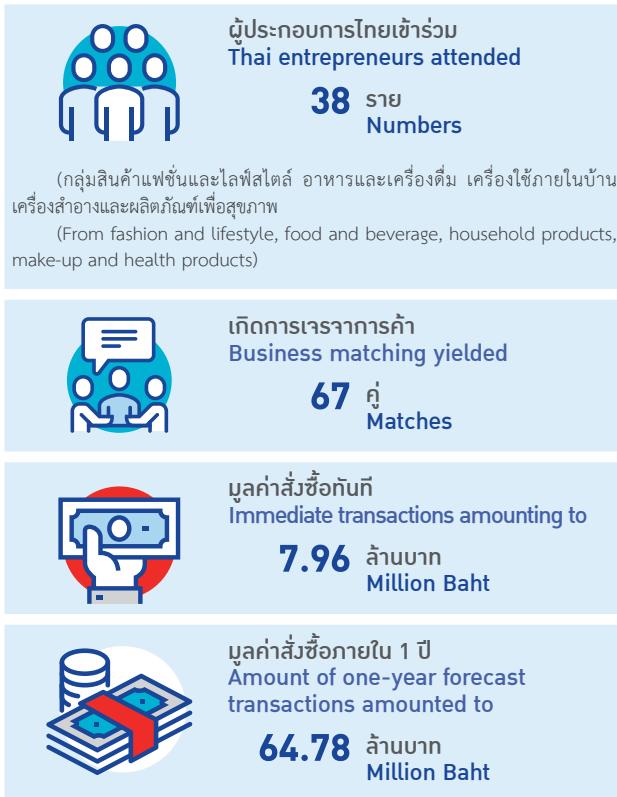
1.3 ภูมิภาคเอเชียใต้ / South Asia



1.3.1 Top Thai Brands 2021

ณ กรุงนิวเดลี (วันที่ 5 สิงหาคม - 5 กันยายน 2564) โดยจัดในรูปแบบนิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition) ครั้งแรกของกรมฯ ในภูมิภาคเอเชียใต้

In New Delhi (5 August - 5 September 2021) This was the first Top Thai Brands virtual exhibition in the South Asia region.



นอกจากนี้ยังจัดแสดงคุณภาพสินค้าและจำหน่ายบล็อก ณ ห้างสรรพสินค้า Ambience Mall มีผู้นำเข้าสินค้าไทยในอินเดีย เข้าร่วม 9 ราย ผู้เข้าชมงานรวมทั้งสิ้น 9,300 ราย มูลค่าสั่งซื้อทันที 2.71 ล้านบาท และมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 99.54 ล้านบาท

Moreover, a physical exhibition was held at Ambience Mall where 9 importers of Thai products in India participated. There were 9,300 visitors, yielding immediate transactions to the value of 2.71 million Baht and one-year forecast transactions amounting to 99.54 million Baht.

1.3.2 Thailand Week Online

ในอินเดียตั้งแต่วันที่ 20-22 และ 23 กรกฎาคม 2564 กิจกรรมเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) ระหว่างผู้ประกอบการไทย 35 ราย และผู้นำเข้าอินเดีย 110 ราย

35 Thai entrepreneurs and 110 Indian importers engaged in the Online Business Matching (OBM) Talk on 20, 22 and 23 July 2021 in Western India.



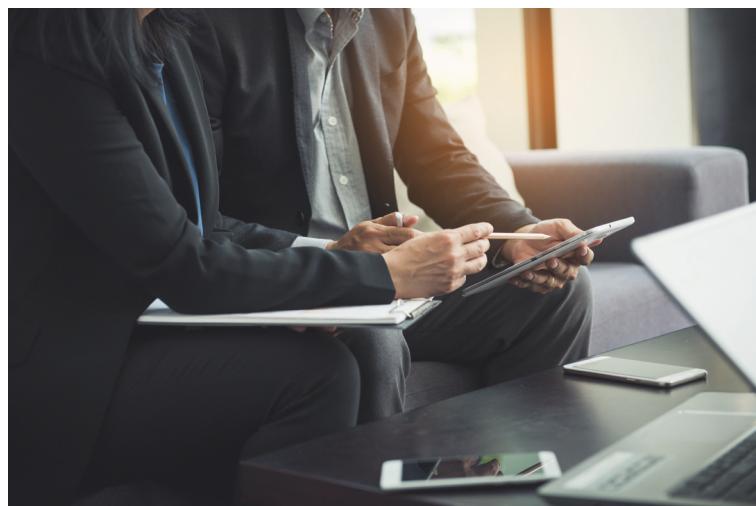
1.4 ภูมิภาคอื่น ๆ ได้แก่ อเมริกา ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้ ยุโรป และ CIS มีการปรับการดำเนินงานให้สอดรับกับภาวะวิกฤติของการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งไม่สามารถจัดกิจกรรมคณะผู้แทนการค้าได้ อาทิ

1.4.1 การจัดทำเว็บไซต์ ditp-overseas.com เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการค้า โอกาส สถานการณ์และแนวโน้มการค้าพัฒนาระบบทั่วโลก และอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทย โดยเป็นการคัดกรองข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและจัดการให้เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมเผยแพร่ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2564 จนถึงปัจจุบัน มีผู้เข้าชมข้อมูลแล้วประมาณกว่า 200,000 ราย

1.4.2 การจัดทำรายการวิทยุออนไลน์ Podcast เผยแพร่บนสื่อออนไลน์ หลากหลายช่องทาง เป็นการเผยแพร่ข้อมูลการค้าและสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ ผู้นำหน่วยงาน สั่งเสริมการค้าในต่างประเทศทั้ง 32 สำนักงาน นำเสนอด้วยภาษาไทย โดยได้ดำเนินการครั้งละ 60 ตอน ความยาวตอนละ 5-15 นาที เพียงร่วมถึง 2 กันยายน 2564 และได้มีการจัดทำเป็นระยะที่ 2 อีก 60 ตอน ซึ่งจะเผยแพร่จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ผู้สนใจสามารถเข้าไปรับฟังได้ที่ ditp-overseas.com/podcast/ และนับผู้เข้ารับฟังข้อมูลแล้วประมาณกว่า 10,000 ครั้ง

ปรับการดำเนินงานให้สอดรับกับภาวะวิกฤติของการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งไม่สามารถจัดกิจกรรมคณะผู้แทนการค้าได้

the Department adjusted its work in response to the COVID-19 pandemic which had prevented a number of activities involving trade delegations



1.4 Other Regions namely America, Latin America, Middle East, South Africa, Europe and CIS - the Department adjusted its work in response to the COVID-19 pandemic which had prevented a number of activities involving trade delegations.

1.4.1 Launching of the Website “ditp-overseas.com” to disseminate information on trade, opportunities, circumstances, trading trends, consumer behaviors and other information that is beneficial for Thai entrepreneurs. Information is selected, summarized, and properly managed, taking into consideration the target groups. The website was launched on 1 July 2021. Until today, there have been more than 200,000 visitors.

1.4.2 Producing Podcasts which would be publicized on various online media trade information and interviews of 32 directors of office of commercial affairs abroad. There have been 60 episodes at 5-15 minutes each. The series was broadcasted until 2 September 2021. The second round with 60 episodes was also filmed and would be publicized until February 2022. Interested parties may listen in at “ditp-overseas.com/podcast”. Until now, there have been more than 10,000 listeners.

1.4.3 การจัดกิจกรรมเจรจาการค้าผ่านระบบออนไลน์

Online Business Matching: OBM



(1) จัด OBM ระหว่างวันที่ 3-17 พฤษภาคม 2564 กับกลุ่มประเทศในภูมิภาคเมริกาและยุโรป กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์รักษ์โลก ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม

(1) OBM with countries in America and Europe was held between 3-17 May 2021 featuring eco-friendly and environmentally friendly products, and health and beauty products.

	ผู้ประกอบการเข้าร่วม Entrepreneurs attended 21 บริษัท / Companies
	ผู้นำเข้าเข้าร่วม Importers attended 13 ราย / Numbers
	จับคู่เจรจาการค้า Business Matching 63 คู่ / Matches
	เจราฯผ่านอีเมล Business matching through email 39 คู่ / Matches
	เจราฯผ่านชุมชนตัวต่อตัว Business matching through Zoom Meeting 24 คู่ / Matches
	เกิดมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ประมาณ One-year forecast transactions amounted to approximately 10.5 ล้านบาท / Million Baht

(2) จัด OBM เจ้ากลุ่มภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกา และลาตินอเมริกา เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2564

(2) OBM for markets in the Middle East, Africa and Latin America was held on 3 August 2021.

	ผู้ส่งออกเข้าร่วม Exporters attended 48 ราย / Numbers
	ผู้นำเข้าเข้าร่วม Importers attended 39 บริษัท / Companies

จับคู่เจรจาการค้า Business Matching **123 คู่ / Matches**

(กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ชั้นส่วนยานยนต์ เครื่องจักรกลการเกษตร เครื่องมือแพทย์ และสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์)

Products including food and beverage, health and beauty products, automobile parts, agricultural machines, medical equipment, and fashion and lifestyle products.)



เกิดมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ประมาณ
One-year forecast transactions amounted to approximately

52 ล้านบาท / Million Baht

(3) จัด OBM ระหว่างวันที่ 7-8 กันยายน 2564 ทั้ง 6 ภูมิภาค ได้แก่ อเมริกา ลาตินอเมริกา ตะวันออกกลาง แอฟริกา ยุโรปและ CIS เป็นกลุ่ม สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอะไหล่รถยนต์ และสินค้าไลฟ์สไตล์

(3) OBM was held during 7-8 September 2021 for all 6 regions namely America, Latin America, Middle East, Africa, Europe, and CIS. The event featured products including food and beverage, automobile spare parts, and lifestyle products.



ผู้ส่งออกเข้าร่วม
Exporters attended

48 ราย / Numbers



ผู้นำเข้าเข้าร่วม
Importers attended

28 ราย / Numbers



จับคู่เจรจาการค้า
Business Matching

77 คู่ / Matches



เกิดมูลค่าการค้าทันที
Immediate transactions

3.9 ล้านบาท / Million Baht



เกิดมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ประมาณ / One-year forecast transactions amounted to approximately

**366,998,503.60 ล้านบาท
Million Baht
(more than USD 11 Million)**

1.4.4 การจัดสัมมนาออนไลน์ “เปิดโอกาสตลาดใหม่ และสร้างความมั่นใจตลาดเดิม” ระหว่างวันที่ 17-19 สิงหาคม 2564 เป็นการนำเสนอข้อมูลจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด และ พอ. สคต. ร่วมกันให้ข้อมูล มีผู้เข้าฟังกว่า 266 ราย

1.4.4 Online Seminar entitled “Opening Up New Markets and Building Confidence in the Existing Ones” was held during 17-19 August 2021. It was a very good opportunity to learn from marketing experts and directors of offices of commercial affairs. More than 266 people joined the event.



2. การเพิ่มขีดความสามารถในการทำการตลาด

การจัดทำโครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน มุ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ส่งออกไทยและแพลตฟอร์ม e-Commerce ชั้นนำในประเทศเป้าหมาย และส่งเสริมพัฒนิยาริสก์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย โดยแบ่งกิจกรรมออกเป็น 4 กิจกรรม ในปีงบประมาณ 2564 ดังนี้

2.1 กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจการค้าออนไลน์ ช่องทางใหม่ในการพัฒนาการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้นำเข้าคุณภาพ ที่ผ่านการคัดกรองจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ และผลักดันกลุ่มสินค้าเป้าหมายตามนโยบาย โดยรวมฯ ได้ปรับรูปแบบการจัดกิจกรรม Business Matching แบบเดิม เป็นการเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์

2. Enhancing Marketing Capabilities

The Department conducted activities to promote cross-border online trade, emphasizing collaboration between Thai exports and leading e-commerce platforms in targeted countries, as well as promoting e-commerce domestically. In fiscal year 2021, there were 4 activities namely:

2.1 Online Business Matching (OBM) this became a new channel for Thai entrepreneurs to meet and discuss with quality importers who had been selected by the offices of commercial affairs abroad. It was a way to promote targeted products determined by relevant policies. The Department has adjusted the format of the traditional business matching events to an online format.

ผลการจัดกิจกรรมตั้งแต่ ตุลาคม 2563 - กันยายน 2564
ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมการเจรจาการค้าแบ่งเป็น
The events, which were held from October 2020 to September 2021, Entrepreneurs attended



ผู้ส่งออกเข้าร่วม
Exporters attended

2,752 ราย / Numbers



ผู้นำเข้าเข้าร่วม
Importers attended

1,542 ราย / Numbers



จับคู่เจรจาการค้า
Business Matching

5,948 คู่ / Matches



เกิดมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ประมาณ /
One-year forecast transactions amounted to approximately

16,245.57 ล้านบาท
Million Baht



2.2 โครงการ TOPTHAI เป็นร้านค้าออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศนแพลตฟอร์ม e-Commerce ชั้นนำในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำ 6 แพลตฟอร์มใน 5 ประเทศ ได้แก่

 ตลาดจีน / Chinese Market Tmall China & Tmall Global
 ตลาดอินเดีย / Indian Market Bigbasket.com
 ตลาดอเมริกา / US Market Amazon.com
 ตลาดกัมพูชา / Cambodian Market Klangthai.com
 ตลาดอินโดนีเซีย / Indonesian Market Blibli.com

2.2 TOPTHAI Project was an online store of the Department of International Trade Promotion (DITP) on leading e-commerce platforms abroad. This online store aimed to stimulate sales and differentiate Thai products from others on 6 leading online platforms in 5 countries

 ยอดค่าการซื้อขายรวม Forecast transactions amounted
491.9 ล้านบาท Million Baht
 ผู้ประกอบการเข้าร่วม Entrepreneurs/brands Attended
120 ราย Numbers
 จำนวนสินค้ารวม Products in total
1,675 ราย Numbers



2.3 โครงการ Online In-Store Promotion เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายและสร้างการรับรู้สินค้าไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ e-Commerce ชั้นนำของห้างสรรพสินค้า ชูเปอร์มาร์เก็ต e-Marketplace ในตลาดเป้าหมาย โดยการทำแคมเปญสินค้าระหว่างประเทศร่วมกับการใช้ Key Opinion Leaders / Influencer ร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีของสินค้าไทยผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ความรู้และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทยในตลาดเป้าหมาย ดำเนินการส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในประเทศเป้าหมาย ได้แก่

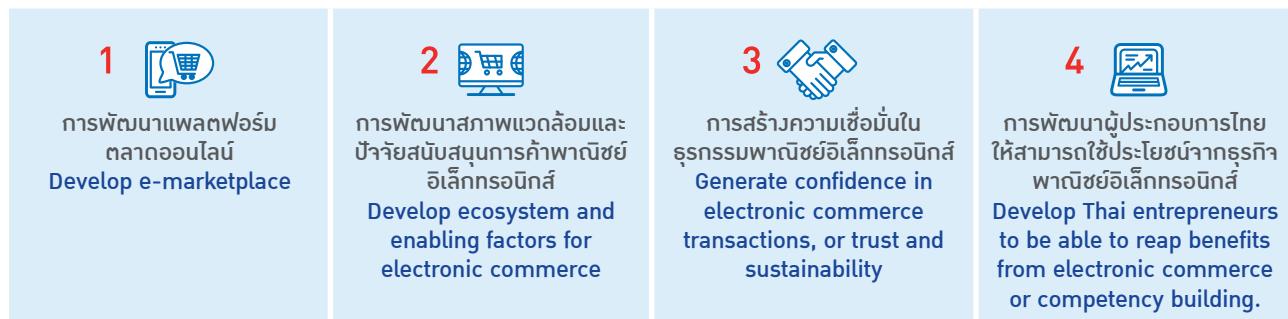
- สหรัฐอเมริกา (Amazon)
- จีน [แพลตฟอร์ม / แอปพลิเคชัน GESO ของชูเปอร์มาร์เก็ต ECOOR นครเชิงตุ แพลตฟอร์ม / Application ของห้างสรรพสินค้า Ito Yokado นครเชิงตุ และแพลตฟอร์ม Douyin (TikTok)]
- อินเดีย (แพลตฟอร์ม Berrika Online Grocery)

2.3 Online In-Store Promotion was a marketing activity to promote sales and awareness of Thai products on leading e-commerce platforms of malls, supermarkets and e-marketplace in targeted markets. Short-term campaigns were carried out in conjunction with the use of Key Opinion Leaders/Influencers to communicate good experience of using Thai products through online platforms. These activities were intended to raise awareness and confidence in the quality of Thai products in targeted markets. Marketing activities on online platforms in targeted markets, namely

- **the US** (Amazon),
- **China** platform/application GESO of ECOOR supermarket in Cheng Du, platform/application of Ito Yokado Mall in Cheng Du, and platform Douyin (TikTok),
- **India** (platform Berrika Online Grocery) were also held.

2.4 แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2564-2565) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นผู้ดำเนินการ หลักในการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ในการรวบรวมความคิดเห็น แนวทาง และข้อเสนอแนะ เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2564-2565) เป็นที่สำเร็จ ซึ่งคณะกรรมการรัฐมนตรีเห็นชอบแผนฯ ดังกล่าว ในวันที่ 30 สิงหาคม 2564 โดยเป้าหมายหลัก คือ มุ่งค่าพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 5.35 ล้านล้านบาท ในปี 2565 ขับเคลื่อนภายใต้ 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

2.4 Action Plan on the Development of Electronic Commerce Phase 1 (B.E. 2564-2565 / 2021-2022)-The Department of International Trade Promotion (DITP), as the secretariat of the Committee of Electronic Commerce, has been assigned with an important task of coordinating with various agencies, both in public and private sectors, to gather opinions, directions, and recommendations to successfully produce the Action Plan on the Development of Electronic Commerce Phase 1 (B.E. 2564-2565 / 2021-2022). The Cabinet approved the Plan on 30 August 2021. The main objective of the Plan is to increase the value of domestic electronic commerce to 5.35 trillion Baht in 2022. The Plan is being driven by 4 strategies, namely



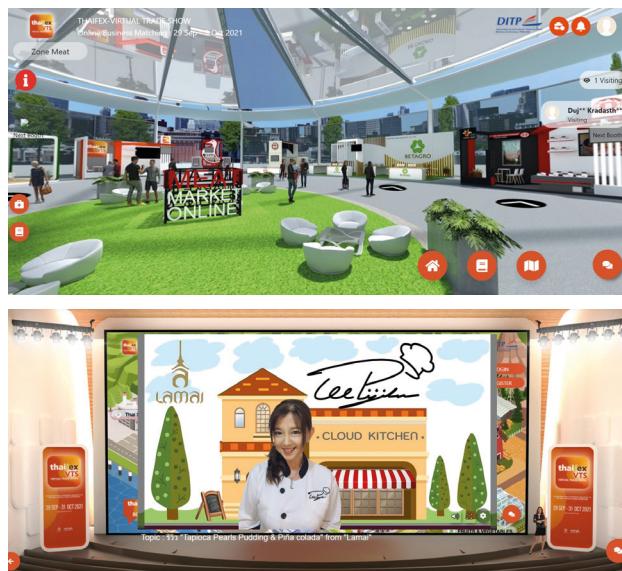
การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์

Cluster Promotion

1. การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าเกษตร อาหาร และธุรกิจบริการอาหาร
Developing and Promoting Agriculture and Food Products, and Food Services

1.1 งานแสดงสินค้าอาหารเสริมจังหวัด THAIFEX - Virtual Trade Show (THAIFEX-VTS) ผ่านแพลตฟอร์ม www.thaifex-vts.com ระหว่างวันที่ 29 กันยายน - 3 ตุลาคม 2564 สามารถสร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มของไทยในช่วงที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 โดยมีมูลค่าการซื้อขายสูงถึง 2,362 ล้านบาท โดย THAIFEX - VTS มุ่งเน้นการขยายโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้แสดงสินค้าให้ผู้ซื้อจากทั่วโลกเข้าชมตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน www.thaifex-vts.com ที่ให้ความรู้สึกเสมือนได้เดินชมงานจริง สามารถดูรายละเอียดสินค้าได้แบบ 360 องศา และเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยผ่าน VDO Call ในช่วงวันจัดงาน รวมถึงพูดคุยผ่าน Chat และการ Call บนแพลตฟอร์ม ตลอด 24 ชั่วโมง

1.1 **THAIFEX - Virtual Trade Show (THAIFEX-VTS)** was held on www.thaifex-vts.com between 29 September - 3 October 2021. This was a great trade opportunity for Thai food and beverage entrepreneurs during the COVID-19 pandemic as it allowed Thai entrepreneurs to exhibit their products for



potential buyers from around the world 24 hours a day on the website. Total transactions were valued at 2,362 million baht. Visitors attending THAIFEX-VTS would feel as though they were navigating through a physical trade show. They could examine the products in 3 dimensions (with 360 degrees rotation) and negotiated with Thai entrepreneurs through VDO calls. They were also able to access Chat and Call functions on the platform 24 hours a day.



ผู้ร่วมแสดงสินค้า / Exhibitors



386 ราย
Numbers

ผู้ส่งออกไทย
Thai exporters 338 ราย / Numbers
หน่วยงานภาครัฐ
Government agencies 18 ราย / Numbers
ผู้ประกอบการอาหารแห่งอนาคต
Future food entrepreneurs 30 ราย / Numbers

ผู้ลงทะเบียนเข้าชมงาน / Visitors



2,906 ราย
Numbers
2,533 บริษัท
Companies

104 ประเทศ
Countries

ประเทศที่ลงทะเบียนเข้าชมมากที่สุด 5 อันดับแรก (บริษัท)
The top five participants (Companies)



990



142



123



94



86

การจับคู่เจ้าร้านกิจการออนไลน์ The Virtual-Online Business Matching (V-OBM)



620 คู่
Matches

เจ้าร้านสำเร็จ / Matches successes



334 คู่
Matches

ภูมิภาคอเมริกา 31 คู่
America region Matches successful



ภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง
และแอฟริกา 89 คู่
Europe, Middle East and Africa region Matches successful

ภูมิภาคเอเชีย 224 คู่
Asia region Matches successful

มูลค่าการซื้อขายรวม The total amount of purchase value stood at



2,362 ล้านบาท
Million Baht

มูลค่าการซื้อขายทั้งหมด 108 ล้านบาท
Transactions amounted to Million Baht

มูลค่าการซื้อขายใน 1 ปี
with one-year forecast
transactions amounting to 2,254 ล้านบาท
Million Baht

กลุ่มสินค้าที่ได้รับความสนใจในการจับคู่เจ้าร้านกิจการ

Products that were of high interest in the business matching event

อาหารสำเร็จรูป 158 คู่ ขนมและของขบเคี้ยว 103 คู่ ผักและผลไม้ 83 คู่ เครื่องดื่ม 71 คู่ อาหารแปรรูป 57 คู่ เนื้อสัตว์ 38 คู่ อาหารแห่งอนาคต 30 คู่ ข้าว 23 คู่ อาหารทะเล 21 คู่ กาแฟและชา 18 คู่ อาหารออร์แกนิก 13 คู่ และบริการด้านอาหาร 5 คู่

Ready-made food with 158 matches, Snacks with 103 matches, Fruit and Vegetables with 83 matches, Beverage with 71 matches, Frozen food with 57 matches, Meat with 38 matches, Future food with 30 matches, Rice with 23 matches, Seafood with 21 matches, Coffee and Tea with 18 matches, Organic food with 13 matches, and Food services with 5 matches.



1.2 กิจกรรมจับคู่จากการค้าออนไลน์ กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์สำหรับสินค้าผลไม้สดและแปรรูป เป็นส่วนหนึ่งของ 16 แผนงานด้านการส่งเสริมสินค้าเกษตรคุณภาพภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พัฒน์ยั่งยืน” โดยใช้ชูทธิศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ประกอบด้วย ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 24-25 มีนาคม 2564 เพื่อรับถุงผลไม้จากภาคตะวันออก และครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 22-23 กรกฎาคม 2564 รองรับถุงผลไม้ภาคใต้และภาคเหนือ และจัดพิธีประกาศความตกลงซื้อขายผลไม้ (Memorandum of Purchasing: MOP) มูลค่าการซื้อขายรวมกว่า 41.92 ล้านบาท



1.3 การดำเนินโครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรไปยังตลาดต่างประเทศ ระหว่างวันที่ 28 เมษายน 2564 มีผู้ส่งออกไทย 4 บริษัท (สินค้ากระเทียมดำ ซอสปรุงอาหาร น้ำมันรำข้าว ไอศครีม莫โนจิ) และผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย ชูเปอร์มาร์เก็ตแพลตฟอร์มออนไลน์ B2B B2C และผู้บริโภค 350 ราย จาก 20 ประเทศทั่วโลกเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า เป้าหมาย จากกัมพูชา สปป.ลาว เวียดนาม มาเลเซีย ญี่ปุ่น อิตาลี สหรัฐอาณาจักร เม็กซิโก อาร์เจนตินา และสิงคโปร์ มีมูลค่าซื้อขายทั้งนี้ 2.5 ล้านบาท

1.3 Online Live Streaming: World International Direct Export (W.I.D.E.) was an activity to promote the sales of food and agricultural products abroad on 28 April 2021. There were 4 Thai exporters (black garlic, seasoning sauce, rice bran oil, and mochi ice cream), and purchasers/importers, dealers, representatives from supermarkets, online platforms, B2B and B2C, and consumers totaling 350 participants from 20 countries. The target purchasers/importers from Cambodia, Lao PDR, Vietnam, Malaysia, Japan, Italy, the UK, Mexico, Argentina, and Singapore made immediate transactions of 2.5 million baht.



1.2 Online Business Matching: OBM Online Business Matching for fresh and processed fruit was part of the 16 planned activities on promoting quality agricultural products under the vision “Kaset Palid, Panich Talad” or “Market-led Agricultural Production”, with the strategy “market leads production”. The event was held in two sessions. The first was held during 24-25 March 2021 to coincide with the fruit season of the Eastern region of Thailand. The second session was held during 22-23 July 2021 to coincide with the fruit season from the South and the North. It also featured a ceremony to announce the Memorandum of Purchasing (MOP) with the transactions value of more than 41.92 million baht.



1.4 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ รูปแบบ Mirror - Mirror

1.4 Participation in Overseas Trade Expos in the Mirror-Mirror Format



(1) งานแสดงสินค้า Foodex Japan 2021 ณ เมืองชิบะ ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 9-12 มีนาคม 2564 มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน 6 บริษัท โดยการเจรจาการค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom คาดว่า จะมีมูลค่าการสั่งซื้อประมาณ 81 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ได้แก่ ผลไม้สด ผลิตภัณฑ์อาหารมังสวิรัติ และผลิตภัณฑ์อาหารไทยพร้อมทานจากทูน่า

(1) Foodex Japan 2021 was held in Chiba, Japan between 9-12 March 2021. There were 6 entrepreneurs from Thailand attending the event. Online trade negotiations through Zoom application were expected to yield purchase orders of approximately 81 million baht. Thai products that received a lot of attention were fresh fruit, vegetarian food products, and Thai ready-made food products made from Tuna.



คาดว่ามีมูลค่าการสั่งซื้อ
Purchase orders of approximately
81 ล้านบาท
Million Baht



(2) งานแสดงสินค้า Seoul Food 2021 ณ กรุงโซล เกาหลีใต้ ระหว่างวันที่ 27-30 กรกฎาคม 2564 มีผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน 11 บริษัท โดยการเจรจาการค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom คาดว่า จะมีมูลค่าการสั่งซื้อใน 1 ปี ประมาณ 17.41 ล้านบาท สำหรับสินค้าไทยที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เครื่องดื่มไส่บุก ผลไม้แปรรูป ข้าวเหนียวมะม่วง พรีซ์ดราย ซอสพิริก เครื่องปูรังส เช่น ซอสผัดไทย หนังปลาปูรังส และยำได้รับแจ้งจากผู้นำเข้า ซึ่งมีความสนใจในสินค้าอีก ๗ แห่ง ผลไม้สด น้ำมันมะพร้าว

(2) Seoul Food 2021 was held in Seoul, South Korea between 27-30 July 2021. There were 11 entrepreneurs from Thailand attending the event. Online trade negotiations through Zoom application resulted in one-year forecast transactions amounting to 17.41 million baht. Thai products that received a lot of attention were Konjac drinks, processed fruit, freeze-dried mango and sticky rice, chili sauce, seasonings including Pad Thai paste, and seasoned fish skins. Importers also reported that there were interests in fresh fruit and coconut oil as well.



คาดว่ามีมูลค่าการสั่งซื้อใน 1 ปี
One-year forecast transactions
amounting to
17.41 ล้านบาท
Million Baht

1.5 การส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป สู่ตลาดโลกผ่านการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Training & Workshop) และการให้คำปรึกษาในเชิงลึก (Coaching) โดยได้พัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป จำนวน 7 ราย (จากผู้สมัครทั้งสิ้น 52 ราย) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปได้รับการส่งเสริม และพัฒนาให้มีความพัฒนาในการขยายธุรกิจสู่การค้าระหว่างประเทศ เกิดแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ต่อยอดแนวคิดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะ การพัฒนาอาหารไทยสู่อุตสาหกรรมอาหารที่สามารถส่งออกและยังคงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของความเป็นไทย รวมถึงได้แผนกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปสู่ตลาดโลก ซึ่งผู้ประกอบการจะได้นำไปใช้เป็น Roadmap ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการสินค้าอาหารไทยสำเร็จรูป ด้านการตลาดต่างประเทศ และสามารถขยายมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

1.5 Promotion of Entrepreneurs of Thai Ready-made Food Products Abroad was carried out through trainings and workshops, as well as coaching activities. The program developed 7 entrepreneurs of Thai ready-made food products (from 52 applicants). They were supported and developed to be prepared for overseas business expansion. This provided incentives for SMEs to build on their work and create new products, in particular the development of export-quality Thai food while staying true to the Thai identity and uniqueness. Entrepreneurs also received strategic plans on how to promote Thai ready-made food products in the global market. They may use them as their business roadmaps to increase potential and competitiveness in terms of overseas marketing and increase value of international trade in a sustainable manner.

2. การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าอุตสาหกรรม

Developing and Promoting Thai Industrial Products

 <p>การจับคู่เจ้าธุรกิจสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรในงาน ThaiTAM Business Matching Session for Agricultural Machineries at Thailand Tractor & Agri-Machinery Show (ThaiTAM)</p>	 <p>โครงการจับคู่เจ้าธุรกิจสินค้าเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ Business Matching Session for air-conditioners, freezers, and electronic appliances</p>
 <p>คู่เจ้าธุรกิจ / Business Negotiation Matches</p> <p>169 คู่ / Matches</p> <p>ผู้นำเข้า / Importers 41 ราย / Numbers 10 ประเทศ / Countries ผู้ส่งออก / Exporters 41 ราย / Numbers</p>	 <p>คู่เจ้าธุรกิจ / Business Negotiation Matches</p> <p>119 คู่ / Matches</p> <p>ผู้นำเข้า / Importers 26 ราย / Numbers 17 ประเทศ / Countries ผู้ส่งออก / Exporters 35 ราย / Numbers</p>
 <p>มูลค่าสั่งซื้อกันที่ Yielded immediate transactions at the value</p> <p>4.5 ล้านบาท / Million Baht</p>	 <p>มูลค่าสั่งซื้อกันที่ Yielded immediate transactions at the value</p> <p>0.16 ล้านบาท / Million Baht</p>
 <p>คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี One-year forecast transactions amounted to approximately</p> <p>350 ล้านบาท / Million Baht</p>	 <p>คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี One-year forecast transactions amounted to approximately</p> <p>78.4 ล้านบาท / Million Baht</p>
 <p>รวมมูลค่าสั่งซื้อขายในงาน The total value of transactions during the event</p> <p>354.5 ล้านบาท / Million Baht</p>	 <p>รวมมูลค่าสั่งซื้อขายในงาน The total value of transactions during the event</p> <p>78.56 ล้านบาท / Million Baht</p>
 <p>โครงการจับคู่เจ้าธุรกิจสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ อะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ติดตั้ง Business Matching Session for auto parts, spare parts, and automotive accessories accessories</p>	 <p>โครงการจับคู่เจ้าธุรกิจสินค้า เครื่องจักรกลเกษตรและวัสดุก่อสร้าง Business Matching Session for agricultural machineries and construction materials</p>
 <p>คู่เจ้าธุรกิจ / Business Negotiation Matches</p> <p>121 คู่ / Matches</p> <p>ผู้นำเข้า / Importers 38 ราย / Numbers 20 ประเทศ / Countries ผู้ส่งออก / Exporters 45 ราย / Numbers</p>	 <p>คู่เจ้าธุรกิจ / Business Negotiation Matches</p> <p>66 คู่ / Matches</p> <p>ผู้นำเข้า / Importers 12 ราย / Numbers 9 ประเทศ / Countries ผู้ส่งออก / Exporters 25 ราย / Numbers</p>
 <p>มูลค่าสั่งซื้อกันที่ Yielded immediate transactions at the value</p> <p>11.04 ล้านบาท / Million Baht</p>	 <p>คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี One-year forecast transactions amounted to approximately</p> <p>73.85 ล้านบาท / Million Baht</p>
 <p>คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี One-year forecast transactions amounted to approximately</p> <p>85.11 ล้านบาท / Million Baht</p>	
 <p>รวมมูลค่าสั่งซื้อขายในงาน The total value of transactions during the event</p> <p>96.15 ล้านบาท / Million Baht</p>	

2.2 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศในรูปแบบ Mirror - Mirror

2.2 Participation in Overseas Trade Expos in the Mirror-Mirror Format

(1) งานแสดงสินค้า The Big 5 show 2021 ณ นครดูไบ ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 12-15 กันยายน 2564 มีจำนวนการเจรจาออนไลน์ 163 ครั้ง และมีผู้ส่งออกเข้าร่วมงาน 9 ราย

(1) **The Big 5 Show 2021 was held in Dubai, the UAE between 12-15 September 2021. There were 163 online negotiations with 9 exporters participating.**



(2) งานแสดงสินค้า Medica 2021 ณ เมืองดุสเซลดอร์ฟ ประเทศเยอรมนี มีผู้ส่งออกเข้าร่วมงาน 6 ราย มีผู้เข้าเยี่ยมชมคุกค่า 250 ราย และมีจำนวนการเจรจาค้าผ่านออนไลน์ 19 นัดหมาย

(2) **Medica 2021 was held in Düsseldorf, Germany. There were 6 exporters participating in the event. There were 250 visitors at the Thai booths. The event yielded 19 appointments of online negotiations.**



3. การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น

Developing and Promoting Lifestyle and Fashion Products

3.1 สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อการผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลกโดยรวมฯ มีการดำเนินการดังนี้

3.1 Jewelry and Accessories constitute one of the crucial industries for the Thai economy. The objective of the development is for Thailand to become a global hub for jewelry and accessories. In light of this, the Department undertook the following activities in 2021.

(1) การสร้างพันธมิตรการค้า เชื่อมโยงธุรกิจสู่เมืองรองด้วย MOU ระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กับเมืองโคฟุ เมืองเดือนกรกฎาคม 2564 เพื่อเพิ่มโอกาสการส่งออก

(1) Created trade alliances by connecting businesses to secondary cities overseas through an MOU between the DITP and Kofu in Japan in July 2021 to expand the market.

(2) การพัฒนาช่องทางการตลาด นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ด้วยการจัดงานแสดงสินค้าเสมือนจริง “BGJF Virtual Fair” (The 66th Special Edition) ระหว่างวันที่ 22-24 มิถุนายน 2564

(2) Conducted marketing development activities by applying technology and organizing “BGJF Virtual Fair” (The 66th Special Edition) between 22-24 June 2021.



สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม
ที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของไทย

**Jewelry and Accessories constitute
one of the crucial industries
for the Thai economy**



ผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานในแพลตฟอร์ม
Registered to attend the event

1,076 บริษัท
Companies
(จาก 79 ประเทศ / From 79 Countries)

นัดหมายเจรจาธุรกิจ
business negotiation matches

250 คู่
Matches
(จากบริษัทผู้นำเข้า 112 บริษัท 34 ประเทศ)
112 importers from 34 countries

เจรจาสำเร็จ
successful in their negotiations

184 คู่
Matches (74%)

มูลค่าการซื้อขาย
The total value of transactions

57.6 ล้านบาท
Million Baht

(3) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการระดับ SMEs และ Micro-SMEs ให้สามารถรู้จัก รู้ใจ และดีไซน์ตอบโจทย์ตลาดจีน ผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ สู่ตลาดจีน (BLING) ระหว่างเดือนสิงหาคม 2564 - มีนาคม 2565

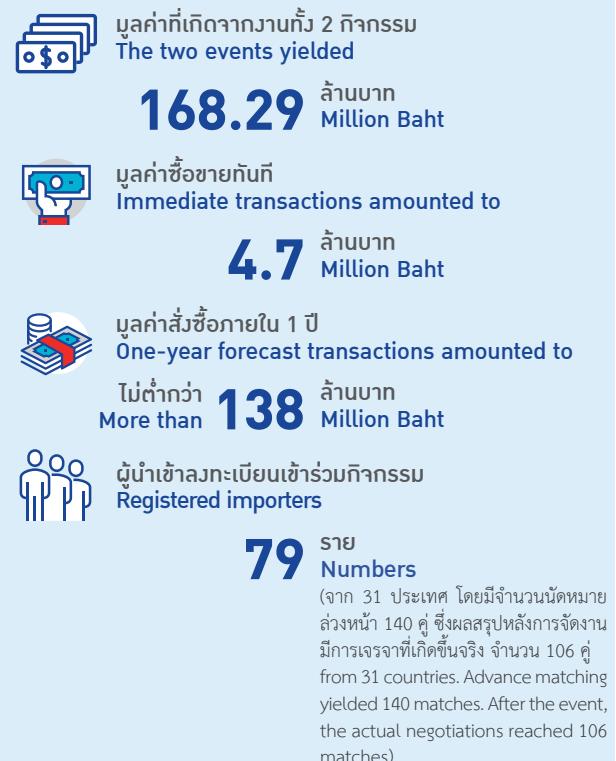
(3) Launched a project titled BLING, to enhance capabilities of jewelry and accessories SMEs and Micro-SMEs in the Chinese market. The project's timeline is between August 2021 - March 2022. The intention is for entrepreneurs to understand, perceive and design products for the Chinese market.



(4) การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อทั่วโลก ควบคู่ไปกับการเปิดประเทศของรัฐบาล ด้วยการจัดงาน Phuket Gems & Jewelry Fest ณ จังหวัดภูเก็ต งานครั้งนี้แบ่งเป็นการรับคู่เจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) ระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน - 5 ธันวาคม 2564 คู่คุ้นเคยกับการจัดกิจกรรมงาน Mini Exhibition ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล ภูเก็ต เฟสติวัล ระหว่างวันที่ 8-12 ธันวาคม 2564

(4) Built confidence for buyers around the world together with the Government's policy on reopening Thailand by organizing Phuket Gems & Jewelry Fest in Phuket. It featured Online Business Matching event between 29 November - 5 December 2021 which was held in parallel with the Mini Exhibition at the Central Festival Phuket Mall between 8-12 December 2021

ผลลัพธ์จากการจัดงาน / Result



3.2 ศินค้าแฟชั่น กรมฯ ดำเนินการพัฒนาอย่างระดับศักยภาพเชิงลึก ผู้ประกอบการแฟชั่นไทย ทั้งในระดับ SME และ Micro SME ผ่านโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการแฟชั่น “Qurated Fashion Incubation Project” เพื่อมุ่งเน้นและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกิดการตีนตัว และปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ ในตลาดโลก ผ่านกระบวนการสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านแฟชั่นในเชิงลึก ตั้งแต่การศึกษาแนวโน้มแฟชั่นโลก และพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ เพื่อถ่ายทอดถึงการออกแนวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแบรนด์ สามารถขายได้จริง รวมถึงการให้ความรู้ด้านการตลาด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น การตลาด และนักออกแบบชั้นนำของไทย โดยดำเนินโครงการมาแล้ว 11 ปี สามารถพัฒนาผู้ประกอบการจากอุตสาหกรรมแฟชั่น กลุ่ม SMEs และ OTOP จากการเข้าร่วมโครงการรวมทุกปีกว่า 600 ราย สร้างสรรค์สินค้าใหม่ให้กับผู้ประกอบการ รวมกว่า 5,000 SKU



3.2 Fashion Products the Department has pursued in-depth development of Thai fashion entrepreneurs both at the SME and Micro SME levels through the Qurated Fashion Incubation Project. This was to emphasize and stimulate entrepreneurs in the Thai fashion industry to adapt and become more competitive in the global market through in-depth fashion workshops. The workshops featured studies on global fashion trends and modern consumers' behaviour. This would lead to designs that go hand in hand with the brand's identity and can be sold. The project invited fashion and marketing gurus, and Thailand's leading designers as speakers. With 11 years in operation, the project has developed more than 600 entrepreneurs in the fashion industry including SMEs, and One Tambon One Product (OTOP) entrepreneurs. New products worth more than 5,000 SKU have been created.

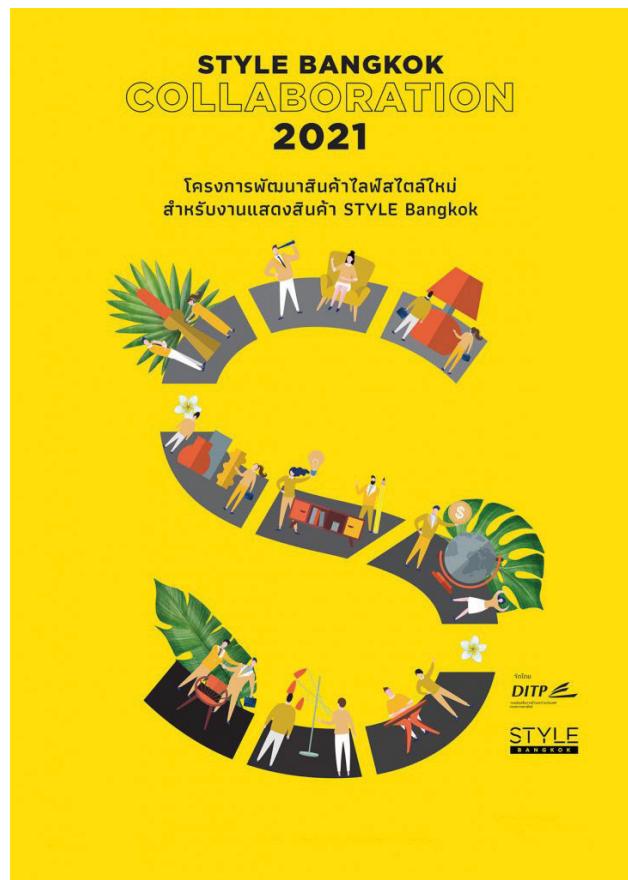
3.3 ศินค้าไลฟ์สไตล์ ดำเนินการร่วมรัฐการส่งออกในยุค New Normal รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรม ศินค้าไลฟ์สไตล์ไทย โดยจัดงาน The Marché by STYLE Bangkok เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติโควิด-19 ให้ยังคงสามารถเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบออนไลน์และอฟไลน์ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ระหว่างวันที่ 6-10 ตุลาคม 2564 โดยสามารถสร้างมูลค่าเชื่อข่ายภายในงาน ประมาณ 2.9 ล้านบาท อีกทั้งมูลค่าจากการเจรจาการค้าออนไลน์อีกกว่า 57.4 ล้านบาท รวมถึงกรมฯ ได้จัดทำเว็บไซต์ www.stayinstylebangkok.com จำลองงานแสดงสินค้าในรูปแบบ Virtual Trade Show เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้นำเข้าที่ไม่สามารถเดินทางมาเยี่ยมชมสินค้า ให้สามารถเข้าชมสินค้าไลฟ์สไตล์ไทยและเจรจาการค้าได้ 24 ชั่วโมง



3.3 Lifestyle Products the Department has been accelerating exports during the 'New Normal' and building image and confidence for Thai lifestyle product industry. It held "The Marché by STYLE Bangkok" to help SMEs who have been affected by the COVID-19 pandemic to still be able to enter markets both domestic and overseas. In this endeavor, marketing promotion activities were held both online and offline at Central World Shopping Centre during 6-10 October 2021. The transactions during the event amounted to approximately 2.9 million baht. Online trade negotiations yielded a further 57.4 million baht. The Department has created a website www.stayinstylebangkok.com to conduct a virtual trade show, facilitating purchasers and importers who could not attend the event to still visit, experience Thai lifestyle products, and negotiate at any time.

นอกจากนี้เพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาศาสตร์ภาพผู้ประกอบการ เชิงลึกและตลาดนำการผลิต กรมฯ ได้จัดกิจกรรมพัฒนาสินค้า ไลฟ์สไตล์ใหม่ (Collaboration) โดยนำจุดแข็งและอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการแต่ละรายมาพัฒนาร่วมกัน ก่อให้เกิดสินค้าใหม่ เพื่อตอบโจทย์ผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น รวมถึงกิจกรรมต่อยอดสินค้าไลฟ์สไตล์ ประเภท Material (Material Thai to Japan) เพื่อพัฒนาสินค้า วัสดุดีไปทั่วโลก ภายใต้การสนับสนุนโดยมีผู้เชี่ยวชาญจากประเทศไทย นำโดย ดร. วิวัฒน์ ภู่ว่องไว ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจพอเพียง ที่ได้รับการพัฒนา นัยยังสอดคล้องกับนโยบายสนับสนุน Bio-Circular-Green Economy Model (BCG Model) อีกด้วย

Moreover, to implement the policy on in-depth development of entrepreneurs and the strategy of market leads production, the Department has conducted activities to develop new lifestyle products (collaboration) by combining strengths and identities of entrepreneurs together to invent new products that better respond to buyers' demand. The Department also supported building on material lifestyle products (Material Thai to Japan) to develop material products to serve the needs of the Japanese market. Experts from Japan were invited to closely provide advice to entrepreneurs. Products that are developed are also in line with the policy to promote the Bio-Circular-Green Economy (BCG) Model.

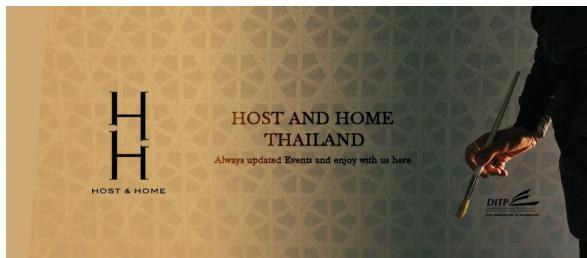


3.4 สินค้าตลาดเฉพาะ ออาทิ ส่งเสริมการตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (60+) ผ่านกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ และการให้คำปรึกษา เชิงลึกรายบุริษทั่วโลกแบบออนไลน์ ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดและสินค้า (Aging Market Access: AMA) การจัดนิทรรศการ และคุณ化เจ้าการค้าในงานแสดงสินค้า THAIFEX Virtual Trade Show การจัดกิจกรรมจับคู่เจ้าการค้าออนไลน์ (Online Business Matching: OBM) พร้อมการจัดแสดงสินค้าต้นแบบในประเทศไทยปั้น ซึ่งได้รับคำสั่งซื้อกว่า 2.6 ล้านบาท และการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อผ่านสื่อออนไลน์

3.4 Niche Markets the Department promotes marketing for niche products. Products made for the elderly (60+) - the Department organized trainings and workshops and provided in-depth advice online for individual companies under the Aging Market Access (AMA) project. Furthermore, there were exhibitions, and negotiating booths in the THAIFEX Virtual Trade Show, as well as Online Business Matching (OBM). Prototypes were displayed in Japan. There have already been purchase orders of more than 2.6 million baht. Advertisements through online media in order to stimulate demand were also carried out.

สินค้าตลาดเฉพาะ

Niche Markets



สินค้าสำหรับแม่และเด็ก

Products for Mothers and Children

ดำเนินกิจกรรมพัฒนาศักยภาพสู่ระดับสากลในรูปแบบผสมผสาน (ออนไลน์และอฟไลน์) ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ และการให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบุรุษ การจัดนิทรรศการ และคุหาเจ้าการค้า ในงานแสดงสินค้า THAIFEX Virtual Trade Show และการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อผ่านสื่อออนไลน์

The Department conducted activities to enhance potentials of entrepreneurs in a hybrid format (online and offline) through workshops and in-depth advice provided online individually for each company and online negotiating booths for THAIFEX Virtual Trade Show. Advertisements through online media were carried out.



กลุ่มสินค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม และที่พักอาศัย

Products for Homes and Hotels

ได้รับการพัฒนาภายใต้โครงการ Host & Home กับผู้นำเข้าในประเทศไทยหลักได้ โดยมีมูลค่าการซื้อขายกว่า 10 ล้านบาท

They have been developed under the Host & Home project with importers in South Korea. The total amount of transactions was more than 10 million baht



สินค้ากลุ่มตลาด Hospitality

Hospitality Market

จัดกิจกรรมจับคู่เจ้าธุรกิจออนไลน์

The Department held Online Business Matching sessions



สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง

Pet Products

จัดกิจกรรมจับคู่เจ้าธุรกิจออนไลน์กับผู้นำเข้าในตลาดศักยภาพอาทิ ออสเตรเลีย และอิตาลี ซึ่งได้รับคำสั่งซื้อมากกว่า 6 ตู้คอนเทนเนอร์ ต่อปี

The Department held Online Business Matching sessions with importers in potential markets such as Australia and Italy. The events yielded purchase orders of more than 6 containers annually.

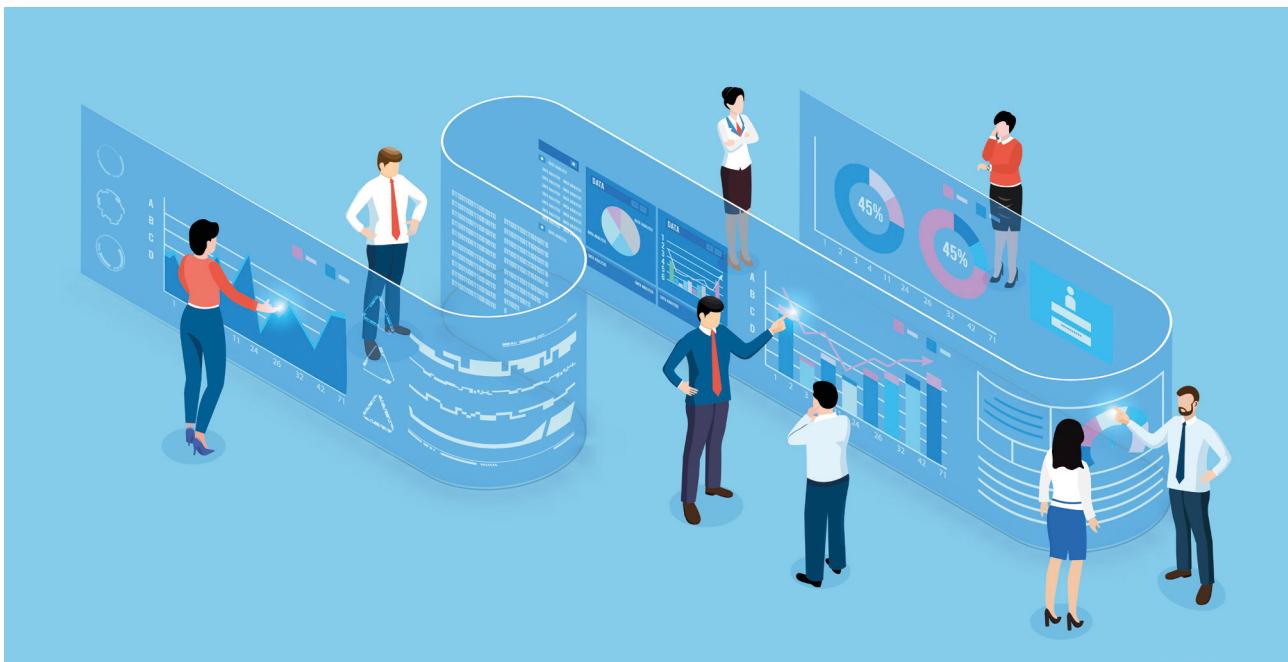


การพัฒนาและส่งเสริมสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล ผ่านกิจกรรม OTOP Premium Go Inter 2021

Development and Promotion of OTOP Products in the International Market

มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างครบวงจร และสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในมิติด้านการพัฒนาสินค้า เชิงพาณิชย์ และการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 400 ราย และผลิตสินค้าต้นแบบเพื่อเตรียมนำไปจัดแสดงในแพลตฟอร์มระดับสากล กว่า 200 ชิ้น

This was done through OTOP Premium Go Inter 2021 which focused on comprehensive development and sustainable enhancement of entrepreneurs' potentials, especially on the development of products for commercial endeavors, and business management. There were 400 participants and more than 200 of prototypes have been produced. These will be exhibited at the international platforms



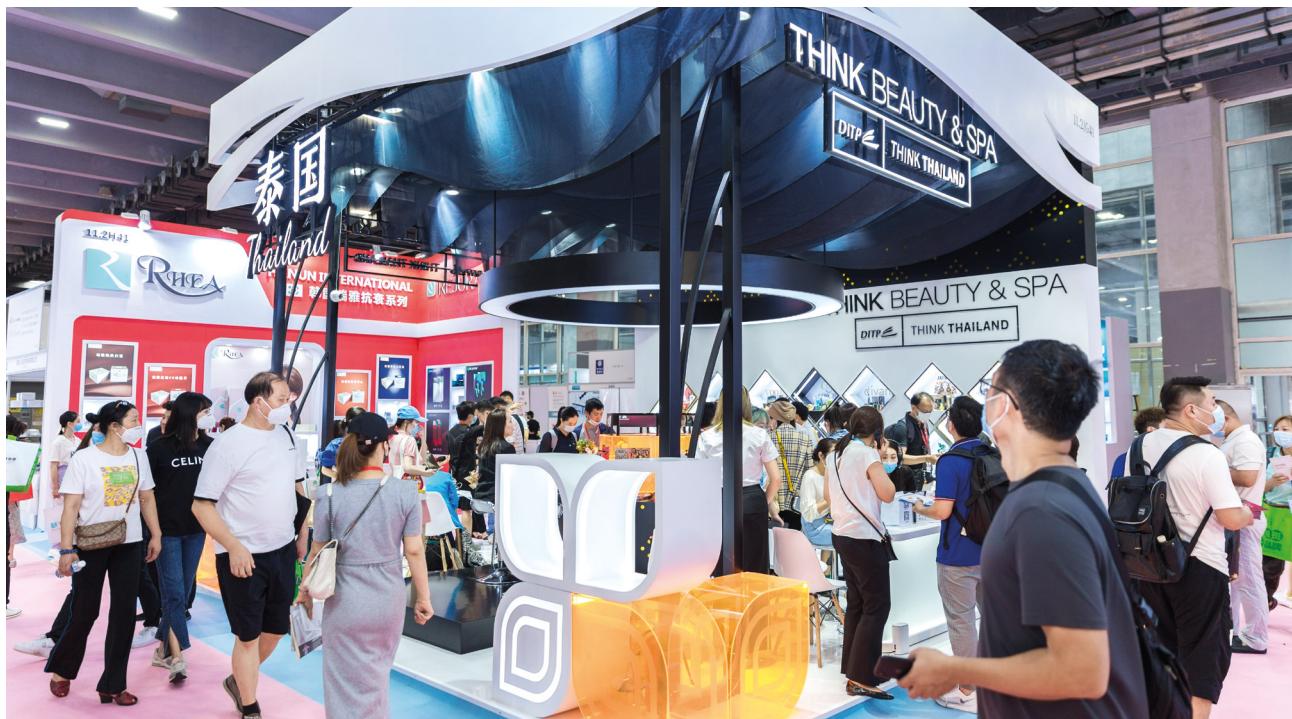
4. การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ ศักยภาพสู่สากล

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดำเนินการตามแผนงานพัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับภาคบริการ มุ่งเน้น 4 คลัสเตอร์หลัก ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพและความงาม ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ธุรกิจบริการสนับสนุน และธุรกิจโลจิสติกส์การค้า ซึ่งในปี 2564 ได้พัฒนาศักยภาพ และส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและเจรจาการค้ากับคู่ค้าในต่างประเทศ จำนวน 4,360 ราย สร้างรายได้เข้าประเทศมากกว่า 5 พันล้านบาท ผ่านกิจกรรมหลากหลายประเภท อาทิ

4. Developing and Promoting the Service Business at the International Level

The Department of International Trade Promotion (DITP) implements the plan to develop marketing potential to the service sector by focusing on 4 main clusters, namely health and beauty, digital content, auxiliary services, and logistics. In 2021, the Department developed 4,360 entrepreneurs to build networks and negotiate with trade partners abroad. All these created incomes of more than 5 billion baht. Activities include:





4.1 ธุรกิจสุขภาพและความงาม ผลักดันประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางด้านสุขภาพ (Wellness Hub) โดยกรุงฯ ได้ดำเนินการรวม 5 โครงการ ประกอบด้วย (1) โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่ตลาดต่างประเทศ (2) โครงการเจรจาการค้าออนไลน์กับผู้นำเข้าเวียดนาม (3) งานแสดงสินค้า China International Beauty Expo (4) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าความงามและสุขภาพผ่านสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศไทยและ (5) โครงการขยายธุรกิจบริการด้านสุขภาพ และบริการระยะยาวแก่ผู้สูงอายุในตลาดห้อง Kong มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมทั้งสิ้นกว่า 70 ราย เกิดมูลค่าการเจรจาการค้ามากกว่า 97 ล้านบาท

4.1 Health and Beauty For Thailand to become a wellness hub, the Department has conducted 5 projects, namely; (1) Project to Enhance Potential of Herbal Products for Overseas Markets; (2) Online Trade Negotiations with Importers from Vietnam; (3) China International Beauty Expo; (4) Marketing Promotion Activities for Health and Beauty Products through Modern Social Media in Russia; and (5) Expansion of Health Service Businesses and Long-term Elderly Health Service in Hong Kong. There were more than 70 Thai entrepreneurs participating, yielding a value of more than 97 million baht.

ผลักดันประเทศไทย ไปสู่ศูนย์กลางด้านสุขภาพ For Thailand to become a wellness hub





ผลักดันให้ดิจิทัลคอนเทนต์
เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม
การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

Promoting digital content
as one of the industries
to drive the economy

4.2 ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ จากนโยบายของรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฐ์) ในการผลักดันให้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามแนวคิด “Creative Economy” และส่งเสริมให้ไทยเป็น Hub ของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ กรมฯ จึงได้ดำเนินการรวม 8 โครงการในปี 2564 ประกอบด้วย การพัฒนาผู้ประกอบการ ทั้งด้านการสร้างองค์ความรู้ การสร้างแรงบันดาลใจ และการพัฒนาทักษะ การนำเสนอขายผลงาน หรือ Pitching การส่งเสริมผู้ประกอบการในการขยายตลาดต่างประเทศ และการส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรม มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมกว่า 180 ราย เกิดมูลค่าการเจรจาการค้ามากกว่า 3,300 ล้านบาท โดยมีโครงการสำคัญ เช่น โครงการ Multimedia Online Virtual Exhibition 2021 และโครงการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2021 เป็นต้น

4.2 Digital Content The Department seeks to implement the policy of Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) in promoting digital content as one of the industries to drive the economy under the “Creative Economy” concept and promoting Thailand to become a hub of digital content industry. Given this background, the Department conducted 8 projects in 2021 including projects to develop entrepreneurs in the aspects of knowledge building, inspiration building, and development of pitching skills, support entrepreneurs in expanding to overseas markets, and promoting the industry’s image. There were 180 Thai entrepreneurs participating, yielding more than 3.3 billion baht. Important projects were, for instance, the Multimedia Online Virtual Exhibition 2021, and Bangkok International Digital Content Festival 2021.



มีความเชื่อมโยงกับภาคการผลิต
ช่วยเพิ่มมูลค่าและต่อยอด
ธุรกิจบริการอื่น

Connects with the
production sector,
increases value, and builds
on other service businesses

4.3 ธุรกิจบริการสนับสนุน เป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับภาคการผลิต ช่วยเพิ่มมูลค่าและต่อยอดธุรกิจบริการอื่น ๆ โดยในปี 2564 กรมฯ ได้ดำเนินการ 4 โครงการ ประกอบด้วย (1) โครงการ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของไทย ในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดโลก (2) งานแสดงสินค้า Consumer Electronics Show (CES) (3) การจัดเจรจาการค้าออนไลน์กับคู่ค้าต่างประเทศ และ (4) โครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อท่องเที่ยวอ่าวน้ำในตลาดห้อง Kong มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 62 ราย เกิดมูลค่าการเจรจาการค้ามากกว่า 169 ล้านบาท

4.3 Auxiliary Service It is a business that connects with the production sector, increases value, and builds on other service businesses. In 2021, the Department conducted 4 projects, namely (1) Project to Develop Potentials of Entrepreneurs on Printing and Packaging for Overseas Markets; (2) Consumer Electronics Show (CES); (3) Online Business Matching with overseas trade partners; and (4) Real Estate Projects in Hong Kong. There were 62 Thai entrepreneurs participating, yielding trade value of more than 169 million baht.



โครงการพัฒนาศักยภาพ
ผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์
และบรรจุภัณฑ์ของไทย
ในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดโลก (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

กิจกรรม

- นิทรรศการเมืองนิบุญศูนย์การค้าการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์
- โซนที่ค้าใช้เทคโนโลยีเชื่อมต่อค้าสัมภาระ เช่นแพทฟอร์ม บรรจุภัณฑ์ และเครื่องจักรการผลิต
- กิจกรรมลูกค้าเชื่อมต่อผู้ประกอบการ OTOP/SMEs กับผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าระหว่างประเทศ

รับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ

- ผู้ประกอบการค้าสัมภาระที่ต้องการเข้าร่วม จำนวน 20 ราย
- ผู้ประกอบการ OTOP/ SMEs จำนวน 30 ราย
(ทั่วภาคเหนือ, ภาคตะวันออก, ภาคใต้)

20 กุมภาพันธ์ 2564

เวลา 09.00 น. ที่ห้อง
สถาบันนวัตกรรมฯ

ค่าใช้จ่ายไม่เสีย



4.4 ธุรกิจโลจิสติกส์การค้า การบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสให้กับสินค้าและบริการของไทย กรมฯ ได้ดำเนินการส่งเสริมธุรกิจโลจิสติกส์การค้า จำนวน 8 โครงการ ครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพและยกระดับการบริหารจัดการ การซื้อขายและการสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSPs) รวมถึงกิจกรรมเจรจาการค้าระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยกับผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต่างประเทศ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมกว่า 4,000 ราย เกิดมูลค่าการเจรจาการค้ามากกว่า 1,500 ล้านบาท โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ โครงการประชุมนานาชาติ (Symposium) โครงการสัมมนาขั้นส่งสินค้าปลไม้ไทยไปจีน โครงการซื้อขายโลจิสติกส์เกษตรสู่การส่งออก งานแสดงสินค้า Virtual Exhibition & Online Business Matching การเจรจาการค้ากับคู่ค้าต่างประเทศ และการมอบรางวัล Excellence Logistics Management Award (ELMA) เป็นต้น

4.4 Logistics Efficient management of logistics helps reduce costs and increase opportunities for Thai products and services. The Department conducted 8 projects to promote logistics business, covering the development of potentials and enhancement of management, connectivity of networks between agriculturalists and logistics service providers (LSPs), as well as trade negotiation activities among Thai LSPs, international trade entrepreneurs, and international logistic service providers. More than 4,000 Thai entrepreneurs participated. These yielded trade value of more than 1.5 billion baht. Important projects conducted include an international symposium, a seminar on transporting Thai fruit to China, logistics connectivity Project that links agriculture and exports, Virtual Exhibitions and Online Business Matching sessions, and Excellence Logistics Management Award (ELMA) ceremony.



การบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสให้กับสินค้าและบริการของไทย

Efficient management of logistics helps reduce costs and increase opportunities for Thai products and services

5. การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าฮาลาล

5.1 งานแสดงสินค้า Gulfood 2021 ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ครั้งที่ 26 (กรกฎาคม) เข้าร่วมงานเป็นปีที่ 19) ระหว่างวันที่ 21-25 กุมภาพันธ์ 2564 เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในตะวันออกกลาง เป็นช่องทางในการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลไปยังตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียใต้ มีผู้เข้าร่วมงาน 20 บริษัท ซึ่งกรุํฯ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าร่วมงาน เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) ผู้ประกอบการเดินทางเข้าร่วมงานด้วยตนเอง 5 ราย 2) ให้ตัวแทนท้องถิ่นมาประจำ คุกหา 4 ราย และ 3) จัดส่งสินค้าไปร่วมแสดงภายในงาน หรือเรียกว่า Mirror-Mirror 11 ราย จากเดิมที่ผู้ประกอบการไทยเดินทางเข้าร่วมงานด้วยตนเอง มีผลการเจรจา 365.00 ล้านบาท แบ่งเป็น สั่งซื้อทันที 21.67 ล้านบาท และภายใน 1 ปี 343.33 ล้านบาท

5. Developing and Promoting International Trade of Halal Products

5.1 The 26th Gulfood 2021 was held in Dubai, the UAE. This was the 19th time that the Department attended. The event was held during 21-25 February 2021. Gulfood is the largest trade show for food and beverages in the Middle East. It represents a gateway to expand exports of Halal food and beverages to the Middle East, Africa, and South Asia. There were 20 Exhibitors. The Department altered the format of the event in 3 ways, namely (1) entrepreneurs travel to the event in person (5 Companies); (2) assign local representatives to be at the booths (4 Companies) and (3) provide products goods to be exhibited or mirror-mirror method (11 Companies). Previously when Thai entrepreneurs had to attend the trade show physically, the yield was 365 million baht. Of this, 21.67 million baht was the value of the immediate transactions, while the one-year forecast transactions amounted to 343.33 million baht.



สินค้าที่ได้รับความสนใจ
Products that gained interest and had potential

ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว ข้าว针 ผลไม้อบแห้ง ผักและผลไม้กระปอง น้ำขามและผลิตภัณฑ์ทุนภัณฑ์ ชาร์ตีนีกรีปัง ซอสครีรacha ซอสต้มยำ ขนມจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ เยลลี่รีสผลไม้ และเครื่องดื่มสม่วันทางจะระเช เป็นต้น

Horn Mali (Jasmine) rice, white rice, sticky rice, dried fruit, canned vegetables and fruit, tamarind and canned tuna, canned sardines, Sri Racha sauce, Tom Yum sauce, Riceberry-made snacks, fruit jelly, and Aloe Vera drinks.

Gulfood *live in-person*

21-25 FEB 2021
DUBAI WORLD TRADE CENTRE
GULFOOD.COM #GULFOOD2021

Co-located with
gulfhost
A Gulfood Hospitality
Equipment and Food Service Expo



เป็นช่องทางในการขยายตลาด
การส่งออกสินค้าอาหาร
และเครื่องดื่มฮาลาล

**It represents a gateway
to expand exports of
Halal food and beverages**





5.2 การพัฒนาผู้ประกอบการอาหารฮาลาล 5 จังหวัดชายแดนใต้ เพื่อการค้าระหว่างประเทศ จังหวัดสงขลา สตูล ยะลา ปัตตานี และราชอาวส์ จัดกิจกรรมอบรมสัมมนาให้ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก และให้ความรู้เชิงปฏิบัติการ (Workshop) มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 90 ราย และดำเนินการคัดเลือกให้เหลือ 20 ราย เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารต่อไป โดยให้คำแนะนำผู้ประกอบการ ในลักษณะการ Coaching เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าอาหารเสมือนจริง (THAIFEX - Virtual Trade Show) และกิจกรรมเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM)

5.2 Development of Halal Food Entrepreneurs in the 5 Southernmost provinces for overseas trades Trainings, seminars and workshops were held in Songkhla, Satun, Yala, Pattani, and Narathiwat to provide basic knowledge on exports businesses. There were 90 participants at the start. Later, they were shortlisted to 20 participants who would have the opportunity to present their products at the exhibitions. Coaching was provided to entrepreneurs to prepare them for the participation in THAIFEX - Virtual Trade Show and Online Business Matching (OBM) sessions.



ให้ความรู้เบื้องต้นในการ
ประกอบธุรกิจส่งออก
และให้ความรู้เชิงปฏิบัติการ

**Provide basic knowledge
on exports businesses**



6. การสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการค้าและบริการ

เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยและสินค้าไทย ทั้งในด้านการผลิตตามมาตรฐานระดับสากล รวมทั้งภาพลักษณ์สินค้าและบริการที่ดี ที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้แรงงานที่เป็นธรรม และการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมผ่านตรา Thailand Trust Mark (T Mark) และรางวัล PM Export Award โดยการตอกย้ำจุดแข็งในเรื่องคุณภาพของสินค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดูน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น พร้อมกับสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบที่ดีผ่านตรา Design Excellence (DEmark) โดยการตอกย้ำจุดแข็งในเรื่องความสามารถและทักษะภาพในด้านการออกแบบของประเทศไทย และ T-Style ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทย ซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดูน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

6.1 โครงการพิธีมอบใบประกาศนียบัตรให้แก่ผู้ได้รับตรา T Mark ประจำปี 2564 โดยผ่านโปรแกรม Zoom ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเชิดชูเกียรติผู้ประกอบการไทยที่มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการในด้านกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ ซึ่งในปี 2564 มีผู้ที่ขอต่ออายุใช้ตราสัญลักษณ์ T Mark 212 ราย ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจำนวนทั้งสิ้น 50 ราย ผู้สมัครขอรับตราสัญลักษณ์ T Mark รายใหม่ 321 ราย ผ่านเกณฑ์การพิจารณาจำนวนทั้งสิ้น 17 ราย

6.1 2021 T Mark Award Ceremony was done through the Zoom application. Its objective was to honor Thai entrepreneurs who were determined to improve the quality of their products and services in the area of quality manufacturing. In 2021, there were 212 applicants seeking renewal of their T Mark, of these, 50 were qualified. At the same time, there were 321 new applicants. Of these, 17 were qualified.

6. National Branding in Trades and Services

The Department strives to bolster the image of Thailand and Thai products. Thailand's manufacturing meets international standards, while Thai products and services have good reputation as they have taken the environment, fair treatment of labor and society into account. Thailand Trust Mark (T Mark) and PM Export Award reiterate the strengths of quality of Thai products, enhancing the reputation of Thailand to become even more trustworthy. Thailand's branding is also carried out in products and services that are creative and with good design through Design Excellence (DEmark) award. This suggests that Thailand has strength and potential in design. In this light, T-Style helps improve the image of Thai innovation and identity. Details are as follows:



6.2 โครงการกิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นยอดขายสินค้า Thailand Trust Mark (#IFoundTMark) เพื่อเจาะตลาดออนไลน์ ในประเทศไทยและกลุ่มประเทศไทยเชิง ได้แก่ พลิกปินส์ เว็บดาม และกัมพูชา มีผู้ประกอบการสนใจสมัครรับตรา T Mark จำนวน 75 ราย และมีผู้ต่อการคัดเลือก 30 ราย ทั้งนี้ ได้จัดการແຄลงช่วงงานเปิดตัว กิจกรรมในรูปแบบ Virtual Studio และให้สัมภาษณ์แก่ผู้สื่อข่าว จำนวน 21 สื่อ ผลการประชาสัมพันธ์ การเปิดตัวกิจกรรมในรูปแบบ Virtual Event มีผู้ชมรับรู้ข่าว/ชมไลฟ์ 19,941 Impressions และจากการเผยแพร่ข่าว กิจกรรมในรูปแบบออนไลน์และอพฟ์ไลน์ 2,058,717 Impressions ในกิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านการไลฟ์สด โดยกลุ่มผู้มีอิทธิพล บนโลกออนไลน์ Key Opinion Leaders หรือ KOLs ชั้นนำ 7 ราย จาก 4 ประเทศ มียอดจำนวนผู้เข้าชมรวมการ Live Streaming 291,565 คน และยอดสั่งซื้อทันทีรวมทั้งสิ้นประมาณ 75,965.19 บาท

6.2 Thailand Trust Mark (#IFoundTMark) Event was carried out to penetrate online markets in China and ASEAN Member States such as the Philippines, Vietnam, and Cambodia. There were 75 entrepreneurs applying for T Mark. Among these, 30 were qualified. A press conference was held to launch the event in a virtual studio. Interviews were conducted by 21 journalists. This launch, in the form of a virtual event, gained 19,941 impressions in terms of live viewers, and 2,058,717 impressions from the publicization of the event both online and offline. The promotional activities through live sales by 7 key opinion leaders or KOLs from 4 countries garnered live streaming audience of 291,565 and the immediate transactions amounting to 75,965.19 Baht.



ผลการประชาสัมพันธ์ การเปิดตัวกิจกรรมในรูปแบบเสมือนจริง This launch, in the form of a virtual event

A blue icon of a television screen with the number 888 displayed on its screen.

19,941 Impressions

A blue circular icon with a white user silhouette in the center, surrounded by a network of lines and dots.

เผยแพร่ข่าวกิจกรรมแบบออนไลน์และออฟไลน์ The publicization of the event both online and offline

2,058,717 Impressions

ใช้ KOLs ชั้นนำ

7 ສາຍ
Numbers 4 ປະເທດ
Countries

A blue icon of a computer monitor displaying a video player interface with a play button and a progress bar.

ยอดเข้าชมรวมการไลฟ์สตรีมมิ่ง Live streaming audience

291,565 Impressions

ยอดสั่งซื้อกันที่ Immediate transactions amounting to

75,965.19 บาท



6.3 โครงการรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2564 (Prime Minister's Export Award 2021) จัดขึ้นเป็นปีที่ 30 โดยในปีนี้ มีผู้สนใจสมัครจากทั่วประเทศ 216 ราย มีผู้ได้รับรางวัล PM Export Award 2021 ทั้ง 7 สาขา รวมทั้งสิ้น 34 บริษัท 42 รางวัล ทั้งนี้ ได้ดำเนินการจัดพิธีมอบรางวัล PM Export Award 2021 ในรูปแบบ Virtual Live โดยมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ และอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกล่าวแสดงความยินดีกับผู้ได้รับรางวัลฯ ซึ่งมีการถ่ายทอดสดพิธีมอบรางวัลฯ ทางช่อง 9 (MCOT HD หมายเลข 30) และผ่าน Facebook LIVE กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP โดยมีผู้เข้าชมพิธีมอบรางวัลฯ (ผ่าน FB Live สำนักข่าว และผ่านระบบ Zoom) รวมกว่า 12,640 คน

6.3 Prime Minister's Export Award 2021 was organized for the 30th year. This year, 216 candidates applied. There were 34 companies given 42 awards at the PM Export Award 2021 across 7 categories. The PM Export Award 2021 was organized in a virtual live streaming service with the Prime Minister as the chair, the Deputy-Prime Minister and Minister of Commerce, Permanent Secretary of the Ministry of Commerce, and the Director-General of the Department of International Trade Promotion gave congratulatory remarks to winners of the awards which was broadcast live on MCOT HD (No.30) and Facebook LIVE through a DITP account. There were more than 12,640 people attending the event online through both FB Live and Zoom).



6.4 โครงการประชาสัมพันธ์ PM's Export Award ในวาระครบ周年 30 ปี โดยได้คัดเลือกผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น (Prime Minister's Export Award 2021) อย่างต่อเนื่องมาหลายปี มาทำการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบคลิปวิดีโอ บทความ ภาพ Infographic ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเผยแพร่ทางออนไลน์ในช่องทางเฟซบุ๊ก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP Think Thailand (อังกฤษ) รวมทั้งเพจและสื่อสังคมออนไลน์ของ The Standard, Bangkok Post และเพจ Weibo โดยมีผู้เข้าถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

6.4 Public Relations Campaign of PM's Export Award on the occasion of its 30th anniversary - Prime Minister's Export Award winners who had won several times were selected to take part in public relations videos, articles, infographics both in Thai and English, disseminated online on Facebook accounts of DITP, and Think Thailand (English), as well as social media pages of the Standard, Bangkok Post, and Weibo. Views based on social media platforms are as follows:



สแกนเพื่อรับชม
เว็บไซต์และวิดีโอ
Scan here for website & watching VDO



6.5 การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีที่สุด หรือรางวัล Design Excellence Award (DEmark) โดยจัดขึ้นเป็นปีที่ 14 เพื่อส่งเสริมผลงานที่ได้เด่นด้านการออกแบบ และยกระดับสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายในตลาดโลก ซึ่งรางวัล DEMark ที่ได้เป็นความร่วมมือจากองค์กรส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) และ Japan Institute of Design Promotion (JDP) ในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากรางวัล Good Design Award (G-mark) ประเทศญี่ปุ่น เป็นกรรมการตัดสิน โดยรางวัล Design Excellence Award (DEmark) ปี 2564 มีแนวคิด “REGENERATIVE DESIGN FOR THE NEXT สะท้อนดีไซน์ เข้มวิถีใหม่” เพื่อสื่อสารถึงคุณค่าและความสำคัญของการปรับตัว อันนำมาซึ่งแนวความคิดของการออกแบบ เพื่อตอบโจทย์และเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คนในโลกที่ทุกคนต้องปรับตัว (Next Normal)

“ ปฏิรูปกระบวนการออกแบบโดยให้คุณค่า และความสำคัญกับความต้องการในการใช้ชีวิต และไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป ตอบโจทย์วิถีใหม่ของผู้คน ในโลกที่ทุกคนต้องปรับตัว (Next normal) ”

Organized by :  Design Excellence Award 2021
Supported by :  DITP  JDP  SIAM PIWAT



6.5 Selection of winners of the Design Excellence Awards (DEmark) The event has been held for 14 years to promote outstanding design products and elevate Thai products to be widely accepted abroad. The DEMark project has received support from JETRO and Japan Institute of Design Promotion (JDP) in providing experts from Japan's Good Design Award (G-mark) to be the judges. The Design Excellence Award (DEmark) in 2021 had a theme of “Regenerative Design for the NEXT, Reflecting Design, Connecting the New Normal”. This was to illustrate values and the importance of adaptation which has brought about design thinking to respond to and be part of everyday life, in a world where everyone needs to adapt to the Next Normal.



ยกระดับสินค้าไทย
ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก
**Elevate Thai products
to be widely accepted abroad**

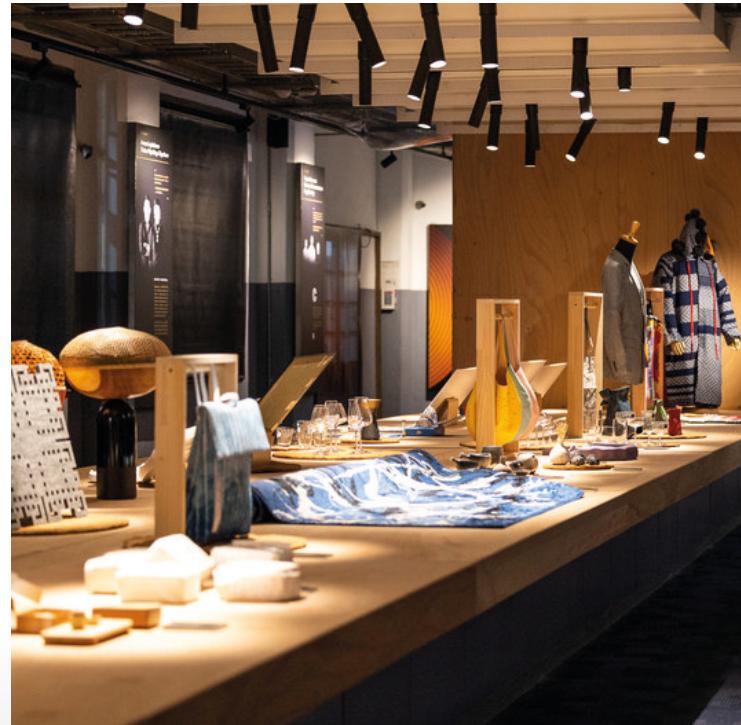


สำหรับในปีนี้ ได้มีความร่วมมือกับรางวัล Hong Kong Smart Design Award และ รางวัล Golden Pin Design Award มาร่วมเป็นคณะกรรมการตัดสินในสาขาไลฟ์สไตล์ และจาก Japan Institute of Design Promotion (รางวัล G Mark) ที่ร่วมเป็นคณะกรรมการ เป็นประจำทุกปีในทุก 7 สาขา โดยในปีนี้ได้มีการปรับรูปแบบการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ยุค New Normal โดยได้ดำเนินการ จัดประชุมพิจารณาคัดเลือกและมอบรางวัลในรูปแบบ Virtual โดยผลการ ดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551 - 2564 มีสินค้าไทยได้รับรางวัล DEmark ทั้งสิ้น 991 รายการ (ปี 2564 มีผู้ได้รางวัล DEmark 98 รายการ) มีสินค้าได้รับรางวัล G-mark 485 รายการ (ปี 2564 ได้รับรางวัล G-mark 21 รายการ)

This year, the Department collaborated with organizers of Hong Kong Smart Design Award and Golden Pin Design Award to have judges for lifestyle products. Experts from Japan Institute of Design Promotion (G Mark) have participated in the panel of judges for all 7 product categories every year. In 2021, the format of the event was modified to be in line with the new normal situation where the selection and presentation of the awards were done virtually. Between 2008 and 2021, a total of 991 Thai products received the DEmark awards (in 2021 alone, 98 products were awarded with DEmark). The G-mark awards also went to 485 products (in 2021 alone, 21 products were awarded with G-mark).

6.6 นิทรรศการแสดงผลงานรางวัล Demark และรางวัล Golden Pin Design Award ณ นครไหเป่ ไต้หวัน โดยดำเนินการนำ 45 ผลงานนักออกแบบไทยที่ได้รับรางวัล Demark และรางวัล Golden Pin Award 2020 ร่วมจัดนิทรรศการ “Sustainable Power of Thai Design” (S.P.O.T. Exhibition) ระหว่างวันที่ 20 เมษายน - 23 พฤษภาคม 2564 ณ Taiwan Design Museum (Songshan Cultural and Creative Park) ณ นครไหเป่ ไต้หวัน พร้อมกับจัดกิจกรรม Design Talk ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการออกแบบ และการพัฒนาธุรกิจระหว่างกัน

6.6 DEmark Exhibition and Golden Pin Design Award in Taipei, Taiwan - the event brought together 45 products from Thai designers who won DEmark and Golden Pin Award 2020 to participate in the exhibition “Sustainable Power of Thai Design” (S.P.O.T. Exhibition) during 20 April - 23 May 2021 at Taiwan Design Museum (Songshan Cultural and Creative Park), Taipei, Taiwan. At the same time, a design talk was held online to exchange knowledge on design and promote business development.



6.7 โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์นักออกแบบเพื่อชุมชนสู่สากล (T-style for life) มีเป้าหมายเพื่อนำการออกแบบมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าไทย โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ที่มีรายได้พิ่งพังการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ที่มีอันดับสูงเป็นธุรกิจที่เปราะบาง ควรได้รับการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาศักยภาพสินค้าอย่างดี ด้วยนำนักออกแบบมืออาชีพที่เคยเข้าร่วมโครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลกในอดีตของกรมฯ จำนวน 3 แบรนด์ 3 กลุ่มสินค้า (สินค้าแฟชั่น ไลฟ์สไตล์ และเครื่องประดับ) ทำงานร่วมกับผู้ผลิตสินค้าชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ อันดับหนึ่ง (ภูเก็ต และกระบี่) จำนวน 6 ราย โดยเกิดเป็นผลงานออกแบบตามแนวคิด Local to Global จำนวน 10 คอลเลกชัน 21 ผลงาน

6.7 T-style for Life Project - The objective was to utilize design to create value for Thai products, focusing on producers of community products who have been affected by the COVID-19 pandemic. They relied on tourism in the southern provinces along the Andaman coast. These were vulnerable businesses that should receive assistance to improve their products' potential to meet international standards. Professional designers who had participated in the previous editions of the project from 3 brands, 3 product types (fashion, lifestyle, and jewelry), worked with 6 community product producers from the southern provinces along the Andaman coast (Phuket and Krabi). The project yielded 10 collections and 21 works of design products under the theme Local to Global.



3 แบรนด์ /Brands กลุ่มสินค้า / Product types					
	สินค้าแฟชั่น Fashion product		สินค้าไลฟ์สไตล์ Lifestyle product		สินค้าเครื่องประดับ Jewelry product
	ทำงานร่วมกับผู้ผลิตสินค้าชุมชน จ.ภูเก็ต และ จ. กระบี่ Worked with community product producers From Phuket and Krabi provinces				
	6 ราย Numbers				
10 คอลเลกชัน Collections					
21 ผลงาน Works					
ผลงานออกแบบตามแนวคิด Design products under the theme Local to Global					

นำการออกแบบมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าไทย โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการณ์โควิด-19

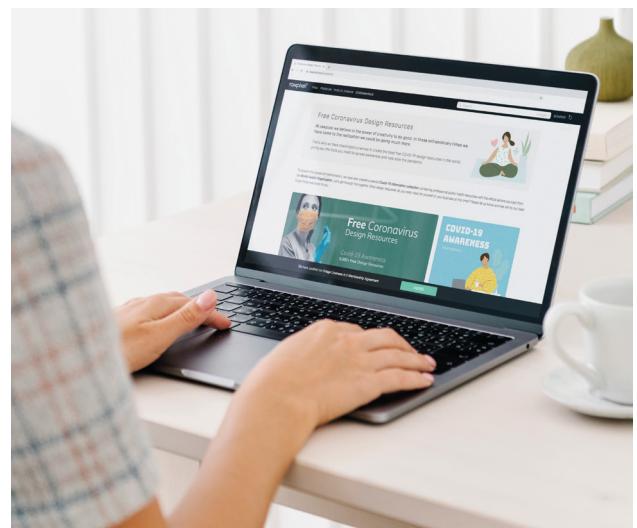
**Focusing on producers of community products
who have been affected by the COVID-19 pandemic**

6.8 ขยายช่องทางเข้าถึงข้อมูลการค้าและกิจกรรมในรูปแบบใหม่ ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลงไปในการเผยแพร่ข้อมูลโครงการ กิจกรรมของกรมฯ ที่ปรับรูปแบบให้รองรับสถานการณ์โควิด-19 เพื่อช่วยเหลือ ผู้ประกอบการให้สามารถขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้ท่ามกลาง ข้อจำกัดต่าง ๆ โดยครอบคลุมสื่อตั้งต้นเดิม (Traditional Media) สื่อใหม่ (New Media) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ จัดทำเพจชี้ช่องการค้า Think Trade Think DITP บนแพลตฟอร์ม Blockdit เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ทั่วโลก ตลอดจนภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์
ให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
ในการเผยแพร่ข้อมูลโครงการ
กิจกรรมของกรมฯ ที่ปรับรูปแบบ
ให้รองรับสถานการณ์โควิด-19

The Department's activities
have also been modified
to accommodate the COVID-19

6.8 Expansion of Access to Trade Information and New Forms of Marketing Activities Efforts to publicize project information have been changed to be in line with the changing situations. The Department's activities have also been modified to accommodate the COVID-19 pandemic, while continuing to assist entrepreneurs in expanding their markets abroad amidst various limitations and restrictions. The Department has utilized traditional media, new media as well as social media in its implementation. A good example of the use of new media is the "Think Trade Think DITP" Blockdit page. It was created to open up opportunities for Thai entrepreneurs to access information and data related to international trade, marketing trends, and relevant rules and regulations in a more timely and efficient manner.




THINK TRADE
 THINK DITP ชี้ช่องการค้า



www.blockdit.com/ditp

ตามติดสถานการณ์การค้าโลก
 ช่องทางการค้าระหว่างประเทศ
 ในช่องทางใหม่ๆ ได้

B blockdit
 แพลตฟอร์มคุณภาพสูง



6.9 การสร้างภาพลักษณ์ทางการค้าของประเทศไทยทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ มีการวางแผนงาน บริหารจัดการและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (Country Image) และภาพลักษณ์ของกรมฯ (Corporate Image) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ จำนวน 14 แห่ง การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการของไทย และสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้า รวมทั้งสร้างโอกาสทางการค้าเพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการได้ท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19

6.9 Enhancing Thailand's Image on International Trades and Strengthening Confidence for Thai Products and Services to Raise Awareness and Acceptance Abroad, The efforts in planning, managing and producing public relations materials were carried out with a view to bolster the country's image, and build confidence of trade partners, as well as create trade opportunities which would lead to an increase in the value of exported products and services during the pandemic. The Department undertook these efforts jointly with 14 offices of international trade promotion overseas.



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ จำนวน 14 แห่ง
14 offices of international trade promotion overseas

 สคต. ณ เมืองกว่างโจว สคต. ณ นครเจิงตุ Guangzhou, Chengdu Office	 สคต. ณ กรุงโซล Seoul Office	 สคต. ณ กรุงมะนิลา Manila Office
 สคต. ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ Kuala Lumpur Office	 สคต. ณ กรุงย่างกุ้ง Yangon Office	 สคต. ณ กรุงเวียงจันทน์ Vientiane Office
 สคต. ณ นครโฮจิมินห์ Ho Chi Minh City Office	 สคต. ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต Frankfurt Office	 สคต. ณ เมืองดูไบ Dubai Office
 สคต. ณ กรุงไคโร Cairo Office	 สคต. ณ เมืองเจดดาห์ Jeddah Office	 สคต. ณ เมืองชิคาโก Chicago Office
 สคต. ณ เมืองมุมไบ Mumbai Office		

เน้นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่เหมาะสมกับตลาดในแต่ละประเทศ ได้แก่

The focus of the public relations campaigns was on publicizing products and services that were appropriate to markets in respective countries. These included



อาหารแห่งอนาคต / อาหารไทยในฐานะครัวโลก
Thailand Kitchen of the world / ผลไม้
Future food Thailand Kitchen of the world fruit



ความปลอดภัยในกระบวนการผลิตอาหารของไทย
Thailand's food safety



สินค้าอัญมณี ไลฟ์สไตล์ เกรียงสำอาง
Jewelry, lifestyle and make-up products



ธุรกิจบริการ / อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์
Service industry digital content

โดยรูปแบบ ใช้สื่อ Digital หรือ Social Media ที่ได้รับความนิยมในท้องถิ่นเป็นหลัก ใช้ภาษาท้องถิ่น มีเป้าหมายเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง โดยเฉพาะ Social Media ที่ได้รับความนิยมในท้องถิ่น ถือเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากในการเผยแพร่ภาพลักษณ์สินค้า และบริการของไทยเนื่องจากเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมากภายใต้งบประมาณจำกัด หรือใช้หลายช่องทางพร้อมกัน (Omni Channel) โดยมีสื่อด้วยกันที่ยังคงใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์นิตยสาร ป้ายโฆษณา (LED) แผ่นพับ เป็นต้น

The department using mainly digital or social media that were popular in the area with the use of local dialects to penetrate certain consumer groups. Locally popular social media has proved to be a very effective way to publicize Thai products and services as it could reach a great number of targeted groups within a limited budget. Omni-channel advertisement was also carried out with traditional media such as newspapers, magazines, brochures, and LED screens playing a role.

ผลการรับรู้ / Awareness

30,334,388 ครั้ง / Times

ออนไลน์



92.4% 28,024,693 ครั้ง / Times

อффไลน์



7.6% 2,309,695 ครั้ง / Times

แบ่งตามภูมิภาค / By region



เอเชีย
Asia region

14,535,494 ครั้ง / Times

ตะวันออกกลาง
Middle East region

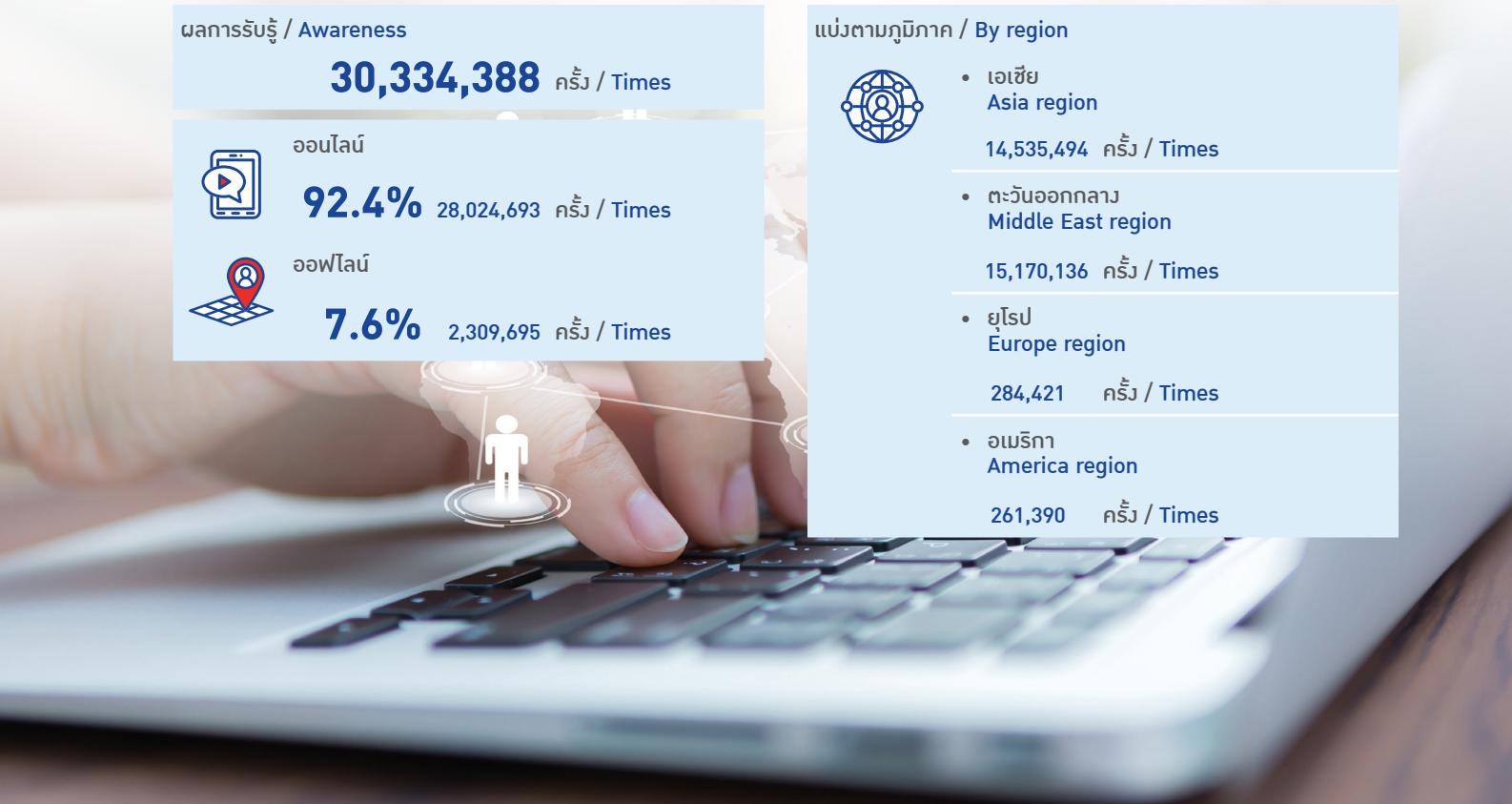
15,170,136 ครั้ง / Times

ยุโรป
Europe region

284,421 ครั้ง / Times

อเมริกา
America region

261,390 ครั้ง / Times





การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก Capacity-Building for Entrepreneurs and Value Creation for the Export Industry

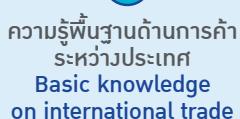


1. การพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจใหม่

โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าโลกใหม่ (NEA) มุ่งเน้นพัฒนา 4 ด้าน จากต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ คือ

1. Development of Entrepreneurs to the New Economy

This is done through the New Economy Academy (NEA) which aims to equip entrepreneurs with 4 skills and knowledge namely:



ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ
Basic knowledge on international trade



การสร้างความแข็งแกร่ง
ให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย
Enhance strengths for exporters and their networks



การสร้างช่องทางตลาด
Expanding markets



เศรษฐกิจกระแสใหม่
New economy





(1) ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ เป็นการให้ความรู้เบื้องต้นในทุกเรื่องของการส่งออก ซึ่งเป็นหลักสูตรที่สร้างผู้ส่งออกมาแล้วกว่า 14,000 ราย ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี และสถาบัน NEA ที่ทำการพัฒนาองค์ความรู้ให้ทันต่อสถานการณ์การค้าโลกอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแนวคิดการดำเนินธุรกิจ การเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการก่อนเข้าสู่กระบวนการ การค้าระหว่างประเทศ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์เพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดต่างประเทศและเทคโนโลยีที่ควรนำมาประยุกต์ใช้ในการทำการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ โครงการสร้าง SMEs ไทย สู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล) โครงการการพัฒนาผู้ส่งออกรุ่นใหม่: Young Exporter from local to Global (YELG)

(1) **Basic Knowledge on International Trade** is a training program that provides basic knowledge in all aspects of exports. It has nurtured more than 14,000 exporters over 40 years. NEA regularly updates the contents of the program, be it in line business operations, preparedness for international trade, and branding identity. The program also increases the opportunity of entrepreneurs to enter international markets and adopt technology related to international trade. Somenotable activities include Ton Kla to Goal (Preparing SMEs for the World) and Young Exporter from Local to Global (YELG).

(2) การสร้างช่องทางการตลาด เป็นการสร้างช่องทางเจาะตลาดต่างประเทศให้กับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพของไทยไปสู่ผู้บริโภคทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการเจาะตลาดผ่านช่องทางแบบดั้งเดิม หรือการค้ายุคใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยองค์ความรู้ และข้อมูลการตลาดพุทธิกรรมผู้บริโภคในประเทศเป้าหมาย และข้อมูลการเจาะกับผู้นำเข้าที่สำคัญจากกรุ๊ปผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศตัวจริงจากทั่วทุกมุมโลก ประกอบด้วย ทูตพาณิชย์ที่ประจำอยู่ใน 58 เมืองเศรษฐกิจในทุกประเทศคู่ข้างของไทย และพันธมิตรด้านการค้าออนไลน์จากทั่วโลก ได้แก่ โครงการเกษตรทันสมัย พานิชย์ขายให้ ออนไลน์ทั่วโลก ภายใต้นโยบาย “เกษตรผลิต พานิชย์ตลาด”

(2) **Expanding Markets** is a process of penetrating international markets for quality Thai products and services. This includes conventional market penetration and modern online trade. Knowledge and information on marketing, consumer behavior in targeted countries, and negotiations with key importers are gathered from experts on international trades across the globe. These include the Thai commercial affairs representatives in 58 economic cities, and online trade partners from across the world. Notable activities include the online sales of modern agricultural products to implement the policy “Kaset Palid, Panich Talad” or “Market-led Agricultural Production”.



(3) การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย นอกจากการได้เรียนรู้ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่งที่ผู้เข้าอบรมในโครงการของสถาบัน NEA จะได้รับ คือมิตรภาพและพัฒนาธุรกิจที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับผู้ส่งออกไทย ตัวอย่างโครงการที่สถาบัน NEA ออกแบบมาเพื่อให้เกิดเครือข่ายทางการค้าและสร้างสิทธิประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้เข้าร่วมอบรม ได้แก่ โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “ผู้ส่งออกอัจฉริยะ Smart Exporter” เป็นโครงการสร้างนักบริหารการค้าและผู้ส่งออก ด้วยองค์ความรู้เรื่องเศรษฐกิจกระแสใหม่ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ Salesman จังหวัด Go-Inter เป็นโครงการเสริมสร้างองค์ความรู้ ให้กับพานิชย์จังหวัด (เซลล์สเม่นจังหวัด) ในการทำ Online Business Matching (OBM) จับคู่เจ้าของธุรกิจออนไลน์เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาภาคเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเชื่อมโยงตลาดต่างประเทศผ่านทุกแพลตฟอร์มในฐานะเซลล์สเม่นประเทศไทย

(3) Enhance Strengths for Exporters and their Networks - Apart from obtaining new knowledge to further develop their businesses, one of the most important things that the participants of the NEA training programs get is friendship and business alliance that will strengthen Thai exporters in a sustainable manner. Examples of training programs designed by NEA to foster trade network and benefits to participants are; workshop titled “Smart Exporters”, where the so-called trade warriors and exporters are groomed with new economic trends amidst the COVID-19 pandemic; and workshop titled “Provincial Salesmen Go-Inter”, where commercial representatives at the provincial level (provincial salesmen) are trained to conduct Online Business Matching (OBM) to drive and develop economic activities in each region efficiently, and connect domestic and international markets through Thai commercial affairs representatives abroad.



สร้างนักบริหารการค้าและผู้ส่งออก ด้วยองค์ความรู้เรื่องเศรษฐกิจกระแสใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

**The so-called trade warriors
and exporters are groomed with
new economic trends amidst
the COVID-19 pandemic**





สรุปผลโครงการกระจายความรู้
สู่ผู้ประกอบการยุคใหม่

FROM GEN Z TO BE CEO



(4) เศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการยกระดับการพัฒนาประเทศจากการเป็นประเทศ “รับจ้างผลิตสินค้า” สู่ประเทศที่ “มีความสามารถในการพัฒนาประเทศ” โดยใช้จุดแข็งของประเทศ เช่น ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างขีดความสามารถ สามารถของระบบเศรษฐกิจผ่านการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ โครงการกระจายความรู้สู่ผู้ประกอบการยุคใหม่ (From Gen Z to be CEO) มุ่งพัฒนาผู้ประกอบการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้เท่าทันโลก โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยร่วมมือกับ 93 สถาบันชั้นนำทั่วประเทศ ทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษา ให้เป็นแม่ทัพบุกตลาดโลก ในอนาคต ให้ความรู้ในการทำธุรกิจส่งออกพร้อมมุ่งการเป็น CEO Gen Z โดยตั้งเป้าไว้ที่จำนวนกว่า 12,000 ราย ด้วยหลักสูตรที่เตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อาทิ การบริหารจัดการยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลัก การทำการตลาดยุคใหม่ เจาะลึกแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ และภาษาอังกฤษเบื้องต้นเพื่อการเจรจาธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งได้รับความสนใจอย่างล้นหลาม ปัจจุบันมีผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการ Gen Z to be CEO แล้วกว่า 16,500 รายจากทั่วประเทศ

(4) **New Economy** - New economy is defined as an economic system that is driven by innovation, technology and creativity while taking into account social and environmental sustainability. It aims at elevating the country from a “contract manufacturer” to a country with “capabilities to develop innovation”, by utilizing strengths in the aspects of society and culture, natural resources and local wisdoms. They are the key tools to enhance competitiveness of the economic system through economic reforms. Notable activities include From Gen Z to be CEO Project, which seeks to develop entrepreneurs with innovation and technology in order to groom new generations of entrepreneurs. The Department collaborates with 93 leading institutions across the country both universities and vocational colleges to provide knowledge on export businesses. The target number of Gen Z CEOs is at 12,000 persons. The project is equipped with courses to prepare them to become new generations of entrepreneurs such as modern management that mainly uses digital technology, modern marketing, international online platforms, and business English. The project garnered a lot of interests whereby there have been more than 16,500 candidates for the project.

มุ่งพัฒนาผู้ประกอบการ ด้วยนวัตกรรม
และเทคโนโลยีให้เท่าทันโลก
โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ¹
สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่

To develop entrepreneurs with
innovation and technology
in order to groom new generations
of entrepreneurs





สร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ ด้านนวัตกรรม และด้านการสร้างแบรนด์

Thai product's value is added through design, innovation and branding

2. การขยายการค้าการลงทุนสู่สากล

เพื่อให้เกิดการพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างแบรนด์สินค้าและบริการ (Value Creation, Innovation & Branding) ที่มุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมและพัฒนาด้านการค้าและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยการออกแบบสู่เวทีการค้าทั่วโลกและต่างประเทศ ผ่านโครงการ Designers' Room & Talent Thai Promotion ส่งเสริมผู้ประกอบการในภาคธุรกิจบริการออกแบบทำงานร่วมกันกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมการออกแบบและสินค้าใหม่ ผ่านโครงการ Design Services Society บ่มเพาะแบรนด์ผู้ประกอบการไทยในภูมิภาค โดยการสร้างคุณค่าของแบรนด์และสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจผ่านโครงการ IDEA LAB สร้างโอกาสทางการค้าให้แก่แบรนด์ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ผ่านโครงการ IDEA LAB FESTIVAL โครงการ Over the Great Wall และโครงการ Thaigroove ส่งเสริมผลงานวิจัยและสินค้านวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ระหว่างประเทศ ผ่านกิจกรรม Smart Value Creation ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาด้านนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าสินค้า ผ่านกิจกรรม DEWA & DEWI และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทย ที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ ด้านนวัตกรรม และด้านการสร้างแบรนด์ ผ่านโครงการ Podcast

2. Expansion of Trade and Investment Abroad

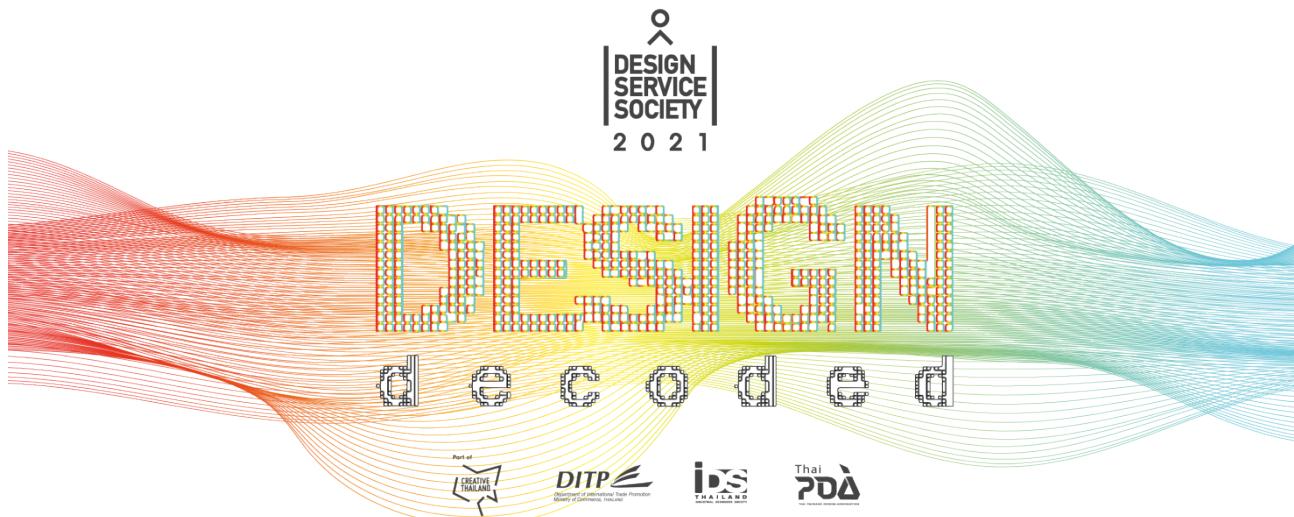
In order to develop and promote value creation, innovation, and branding towards creative economy. In 2021, the Department spearheaded several initiatives as follows: Designers' Room & Talent Thai Promotion promotes and develops trading and marketing skills for new generations of entrepreneurs in the field of design. Design Services Society facilitates cooperation between design service entrepreneurs and the industry to create design innovations and new products. Idea Lab fosters branding of Thai entrepreneurs in the region through the creation of brand values and differences in the conduct of business. Idea Lab Festival, Over the Great Wall, and Thaigroove all provide trade opportunities for potential brands. Smart Value Creation Activity seeks to promote research and innovation to be developed into commercially viable products that can be sold to other countries. DEWA & DEWI is a project that facilitates entrepreneurs to develop innovation and increase product values. Podcasts talk about Thai products that have their value added through design, innovation and branding.



2.1 โครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก (Designers' Room & Talent Thai Promotion) โครงการ Designers' Room & Talent Thai เป็นเวทีสำคัญที่เปิดโอกาสให้นักออกแบบรุ่นใหม่ ทั่วประเทศ ทั้งกลุ่ม Creative Entrepreneur ที่ผลิตสินค้าแฟชั่น ไลฟ์สไตล์ และกลุ่ม Creative Studio ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้บริการด้านการออกแบบได้พัฒนาศักยภาพและได้รับโอกาสในการค้าในระดับสากล โดยมีนักออกแบบที่เข้าร่วมโครงการ 73 แบรนด์ แบ่งเป็น แฟชั่น Designers' Room 30 แบรนด์ / ไลฟ์สไตล์ Talent Thai 32 แบรนด์ และบริการออกแบบ Creative Studio 11 แบรนด์ โดยกรมฯ ได้ดำเนินกิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้า ผลักดันการทำงานร่วมกัน ในรูปแบบ CO-BRAND โดยได้ Partners ขึ้นนำมาร่วมมือพัฒนา สินค้ากับนักออกแบบรุ่นใหม่ ได้แก่ DEESAWAT PASAYA และ SCG โดยเกิดเป็นผลงานภายใต้แนวคิด Local to Global และ Circular Economy จำนวน 20 ผลงาน + Shopee Livestreaming

2.1 Designers' Room & Talent Thai Promotion was a key platform that provided opportunities for new generations of designers across the country, be it creative entrepreneurs who were focused on fashion and lifestyle products, or creative studio who offered design services, to develop their potentials and to have trade opportunities at the international level. In 2021, there were 73 brands of designers participating in the project. Among them, 30 were fashion brands categorized into Designers' Room group, 32 were lifestyle brands categorized into Talent Thai group, and 11 were design service brands classified into Creative Studio group. The Department conducted activities to increase trade opportunities and drive collaboration in the form of Co-Branding. Leading partners such as DEESAWAT, PASAYA and SCG came together to help new generations of designers develop their products. Towards the end of the project, 20 products were developed under the themes Local to Global and Circular Economy. Shopee Livestreaming was also conducted.





ส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้ประกอบการและ กลุ่มนักออกแบบ

To promote collaboration between entrepreneurs and designers/design



2.2 โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Services Society) ปี 2564 กิจกรรมให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ แก่ผู้ประกอบการผ่านระบบสื่อสารออนไลน์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ และกลุ่มนักออกแบบ/กลุ่มบริการออกแบบ เน้นการให้กระบวนการคิด เชิงออกแบบ ทักษะของนักออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และบริการของผู้ส่งออก (Product/Market Differentiation) สร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมการออกแบบและสินค้าใหม่เพื่อหา New S-Curve เพื่อขยายตลาดในกลุ่มผู้บริโภคใหม่ (New Market Penetration) ผลการดำเนินงาน มีผู้ประกอบการเข้ารับบริการ ให้คำปรึกษาด้านการออกแบบประเทศต่าง ๆ 214 ราย

2.2 Design Services Society 2021, an activity to provided design advice to entrepreneurs online. The objective was to promote collaboration between entrepreneurs and designers/design service operators by focusing on design thinking and designing skills to increase values to products and services or product/market differentiation. This would lead to new innovations and products. New S-Curve would be developed and markets can expand further among new generations of consumers. There were 214 entrepreneurs asking for design advice.



2.3 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและพัฒนาผลงาน Design Service Sandbox รุ่น 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและส่งเสริมผู้ให้บริการออกแบบยุคดิจิทัลในรูปแบบ Design-based Startups เพื่อระดมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลงานต้นแบบ ระหว่างนักออกแบบ (Designer) นักพัฒนาเทคโนโลยี (Developer) และผู้ประกอบการ SMEs เน้นการระดมสมองเพื่อพัฒนา Business Model Innovation / รูปแบบธุรกิจ ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมปั้นหมายของประเทศไทย ได้แก่ นวัตกรรมอาหาร เกษตรอัจฉริยะ และนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยมีผู้ผ่านคัดเลือก ผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 44 ราย จากผู้สมัคร 235 ราย เกิดผลลัพธ์เป็นแนวคิดธุรกิจ ที่มีศักยภาพในการขยายตลาดและการระดมทุน (Startup Fundraising) จำนวน 10 แนวคิด ซึ่งได้จัดกิจกรรม Demo Day ในวันเสาร์ที่ 25 กันยายน 2564 รูปแบบออนไลน์ โดย Live Streaming ผ่านทาง Facebook ของสำนักส่งเสริมนวัตกรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มจากการค้า มีผู้เข้ารับชมผ่านสูงสุดกว่า 300 คน

2.3 First batch of Design Service Sandbox Workshop. The objective was to create and promote design service providers in the digital era in the form of design-based startups, to brainstorm creativity in creating prototypes among designers, developers, and SMEs. In 2021, the discussion focused on business model innovation, new businesses that respond to the needs of the nation's target industries namely, agricultural innovation, smart agriculture and innovation. There were 44 shortlisted candidates from 235 submissions. Then there were 10 potential business ideas with the potential to expand markets and raise funds. Demo Day was held on Saturday 25 September 2021 online, with live streaming on Facebook page of Thailand Office of Innovation and Value Creation. There were 300 participants joining through Zoom.

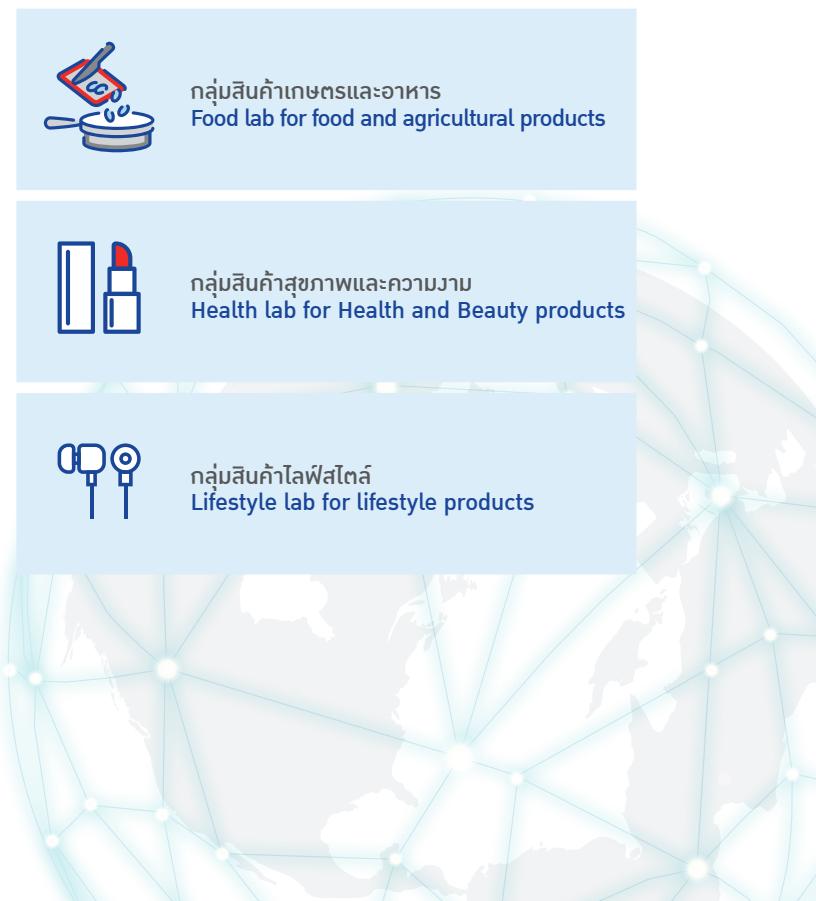


	ผู้สมัคร Submissions
235 ราย Numbers	
	ผู้ผ่านคัดเลือก Shortlisted Candidates
44 ราย Numbers	
	เกิดผลลัพธ์เป็นแนวคิด ธุรกิจที่มีศักยภาพ Potential Business Ideas
10 แนวคิด Ideas	



2.4 โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ 4: IDEA Lab 4 “From the New Normal to a New Future” ผู้ประกอบการสมัครเข้าร่วมโครงการ 127 ราย โดยแบ่งเป็น จากรัฐบาลนคร 35 ราย ภูมิภาค 92 ราย จัดกิจกรรมสัมมนาออนไลน์ 5 ครั้ง หัวข้อเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ในโลกยุคใหม่ คัดเลือกผู้ประกอบการ 30 แบรนด์ การนำเสนอกลยุทธ์ออนไลน์ Pitch Deck และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้คำแนะนำ และประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม 15 แบรนด์ และกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการในเชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ โดยมีผู้ผ่านการคัดเลือก 15 แบรนด์ แบ่งเป็น 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ Food lab กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร กลุ่มสินค้าสุขภาพ และความงาม และ Lifestyle lab กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ได้รับการจัดทำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ เป็นแบรนด์ในเบิล (Brand Bible) หรือเข็มทิศนำทางด้านการสร้างแบรนด์แบบยั่งยืน พร้อมก้าวสู่สากลต่อไป

2.4 IDEA Lab 4 “From the New Normal to a New Future”. In 2021, there were 127 entrepreneurs participating in the program, 35 were from Bangkok and 92 were from other regions. The program held 5 webinars covering topics including modern branding. Then 30 brands were selected to present their strategies at the Pitch Deck. They had in-depth interviews to receive advice and assessment. The brands were divided into 3 groups of 15 brands. In-depth workshops were held with branding experts. The shortlisted 15 brands were divided into three product groups, namely food lab for food and agricultural products, health and beauty, and lifestyle lab for lifestyle products. They have had their unique branding and product strategies were summarized in a Brand Bible which acts as their compass towards sustainable branding, ready to compete on the international stage.





2.5 โครงการ IDEA LAB FESTIVAL 2021 การพัฒนาศักยภาพสู่การค้าข้ามประเทศในระดับสากล มีผู้เข้าร่วม 22 ราย และสร้างโอกาสทางการค้าในรูปแบบออนไลน์ สืบเนื่องจากการบ่มเพาะแบรนด์ไทย ในโครงการ Idealab: Thai brand incubation program รุ่นที่ 1-3 (ปี 2561 - 2563) และในปีนี้ ได้จัดทำเป็นรุ่นที่ 4 ซึ่งที่ผ่านมา ได้มีกิจกรรมพัฒนาประกอบการขายใหม่จากโครงการไปทดลองตลาด และเจรจาการค้าในงาน Top Thai Brand ในเมียนมา เวียดนาม กัมพูชา และจีน ด้วยสถานการณ์ โควิด-19 ปัจจุบันเป็นรูปแบบส่งเสริมการขายทางออนไลน์เต็มรูปแบบ ได้เปิดรับสมัครผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ 1-4 และ IDEA LAB: Thai Agricultural Innovation โดยการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.5 IDEA LAB FESTIVAL 2021. This was a platform to develop potential towards international modern trading with opportunities for online trade. The IDEA LAB FESTIVAL 2021 had 22 attendees. This was the fourth edition of the Idealab: Thai brand incubation program series which has run three editions during 2018-2020. In the past, new entrepreneurs from the program were brought to try out new markets and engage in trade negotiations at the Top Thai Brand event in Myanmar, Vietnam, Cambodia, and China. Due to the COVID-19 pandemic, the format was changed into a full online event. IDEA LAB Batches 1-4 and IDEA LAB: Thai Agricultural Innovation were open for participation. The conduct of this project was divided into three parts namely:

(1) การเตรียมความพร้อมเพื่อนำเสนอสินค้า การเจรจาการค้า โดยการอบรมและฝึกปฏิบัติการเจรจาการค้าในรูปแบบ Role Play เน้นฝึกทักษะการแนะนำตัว เจรจาธุรกิจ โดยจำลองรูปแบบการเจรจาธุรกิจผ่านออนไลน์ทั้งในรูปแบบ Live ผ่าน ช่อง YouTube และโปรแกรม Zoom Meeting

(1) Preparation for product pitching and trade negotiations through trainings and practices in the form of role playing. The focus was on developing skills of self-introduction and trade negotiations. Mock live online trade negotiations were held through YouTube and Zoom Meetings.

(2) กิจกรรม Idealab Festival ในรูปแบบออนไลน์ โดยนำเสนอสินค้าของแต่ละแบรนด์ที่เข้าร่วมในรูปแบบ Elevator Pitch ในช่องไทยรัฐออนไลน์ โดยผู้ประกอบการจะได้นำเสนอแผนธุรกิจและสินค้า และมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ

(2) Online Idealab Festival presented products of each brand that participated in the form of an Elevator Pitch through Thairath Online channel. Entrepreneurs would be given opportunities to present their business plans and products with experts ready to provide advice and comments.

(3) การเจรจาธุรกิจทางออนไลน์ ร่วมกับสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล และ 16 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ซึ่งมีภาพรวมผลการเจรจาการค้าโดยมีบริษัทผู้ซื้อผู้ขายเข้าร่วม 51 ราย จำนวนคู่เจรจาทั้งหมด 112 คู่ และมีผลการสัมมนาออนไลน์ 24,292,000 บาท



(3) Online Business Matching (OBM) sessions were held in collaboration with Office of Digital Commerce Market and 16 Offices of International Trade Promotion abroad. Overall, trade negotiations had 51 importers attending with 112 matches, resulting in predicted transactions value of 24,292,000 baht.



เสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการ แบรนด์ไทยได้เข้าถึงองค์ความรู้ ทางการตลาดในจีน

**The objective was to enhance
potentials to Thai entrepreneurs
to have access to knowledge
on Chinese marketing**



2.6 โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการแบรนด์ไทยสู่ตลาดจีน Over the Great Wall จัดขึ้นเป็นปีที่ 4 ในรูปแบบออนไลน์ ระหว่างวันที่ 14 กรกฎาคม - 31 สิงหาคม 2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยได้เข้าถึงองค์ความรู้ทางการตลาดในจีนและการใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อส่งเสริมแบรนด์ในตลาดจีน อาทิ E-catalog บนแพลตฟอร์ม E-commerce โดยร่วมมือกับศูนย์สร้างโอกาสธุรกิจไทยสู่จีน (Thailand Smart Trade Center: TSTC) มีผู้สนใจสมัครจำนวน 130 ราย จาก 42 จังหวัด แบ่งเป็น 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ สินค้าเกษตรแปรรูปและอาหาร สินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าสุขภาพและความงาม ทั้งนี้ ได้มีการคัดเลือกแบรนด์ที่มีคุณสมบัติครบถ้วน สินค้าเหมาะสมในการทำ cross border e-commerce และมีความพร้อมในตลาดจีน 20 แบรนด์ เพื่อเข้าร่วมอบรมและหลังจากอบรมเสร็จผู้ประกอบการจะได้รับเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบ E-Catalog 3 ภาษา ไทย จีน อังกฤษ (ทั้งนี้จะคัดเลือกเหลือเพียง 10 แบรนด์ เพื่อไปทดลองตลาดบนแพลตฟอร์ม Taobao 30 วัน) ระยะเวลา 1 เดือน

2.6 Over the Great Wall Project was carried out for the fourth year online during 14 July - 31 August 2021. The objective was to enhance potentials to Thai entrepreneurs to have access to knowledge on Chinese marketing and the use of marketing tools for branding in China such as E-catalog on an E-commerce platform. This was done in collaboration with Thailand Smart Trade Center (TSTC). There were 130 interested persons from 42 provinces. The products were divided into 3 groups, namely processed agricultural products and food, lifestyle products, and health and beauty products. 20 brands with proper qualifications and appropriate products for cross border e-commerce and ready for the Chinese market were shortlisted for one-month of trainings. After training entrepreneurs would receive marketing tools in the form of a 3-language E-catalogue (Thai, Chinese and English). It was understood that 10 brands would be further selected to try out on the Taobao platform for 30 days.

3 กลุ่มสินค้าหลัก 3 Groups products



สินค้าเกษตรแปรรูปและอาหาร
Agricultural products and food



สินค้าไลฟ์สไตล์
Lifestyle products



สินค้าสุขภาพและความงาม
Health and beauty products



Artfully



Beautifully



Joyfully



Mindfully



Purposefully



Tastefully

สร้างโอกาสทางการค้าให้กับสินค้าไทย
ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในตลาดต่างประเทศ

Provide trade opportunities
for Thai products with high added-value
in international markets marketing



2.8 กิจกรรมการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า BCG เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านเครือข่ายแพลตฟอร์ม (BCG Next Gen) รวบรวมรายชื่อและแนวคิดของผู้ประกอบการ BCG กลุ่มสินค้าอาหาร โดยเน้นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางถึงเล็กในส่วนภูมิภาคที่มีการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มาจากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ (Biodiversity) และเป็นรายใหม่ในด้านการส่งออก พร้อมเตรียมข้อมูลสินค้าและผู้ประกอบการในการเข้าร่วมเจรจาการค้าออนไลน์ในโครงการ “เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม” ในปี 2565 และใช้เผยแพร่ต่อตลอดปี 2565 ในวาระที่ไทยเป็นเจ้าภาพการประชุม APEC

2.8 Publicization of BCG products to promote entrepreneurs under the platform BCG Next Gen. Names and ideas of BCG food entrepreneurs were gathered. The focus was on medium and small entrepreneurs in areas where biodiversity were their strengths and newcomers in the export business. Information of products and entrepreneurs were prepared in order to enter into online trade negotiations under the “Platform Economy” project in 2022. Such publications were meant to be disseminated throughout 2022, the year Thailand is the host of APEC.



2.9 กิจกรรมส่งเสริมและต่อยอดนวัตกรรมสู่การค้าระหว่างประเทศ Smart Value Creation จับคู่นวัตกรรม โดยจัดเวทีให้ผู้ประกอบการพบนักวิจัยในเครือข่ายของพันธมิตรภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สถาบันวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันวิจัยและนวัตกรรม สถาบันวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ) เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และมีคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น พร้อมให้คำปรึกษาผู้ประกอบการทางออนไลน์ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 43 บริษัท ได้จับคู่และรับคำปรึกษาแนวทางการยกระดับธุรกิจด้วยงานวิจัย เกิดการนัดหมายจำนวน 50 นัดหมาย

2.9 Smart Value Creation was an activity used to promote and build on innovation towards international trade by matching innovations. It provides a platform for entrepreneurs to meet with researchers in the partner network under the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation (MHESI), Thailand Science Research and Innovation (TSRI) and Program Management Unit for National Competitiveness (PMUC) to develop products that meet the standards, quality, and specifications corresponding to market demands. Advice was given to entrepreneurs online. There were 43 entrepreneurs participating in the matching exercise and receiving advice on how to enhance their businesses with researchs. The event yielded 50 appointments.



เพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจไทยตามแนวท向 Circular economy

To add value to Thai businesses
in line with the circular
economy model

2.10 กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผลผลิต
เหลือใช้ทางการเกษตรและขยะคุณภาพดีจากอุตสาหกรรม
สู่ตลาดสากล (Design from Waste of Agriculture and Industry: DEWA & DEWI) เพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจไทยตามแนวท向 Circular
โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่ต้องการเปลี่ยนขยะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่
มาทำงานร่วมกับนักออกแบบด้าน Sustainable design โดยผู้ประกอบการ
ที่ได้รับคัดเลือก 15 ราย ได้รับองค์ความรู้และได้แนวทางการ
เพิ่มมูลค่าให้เชิงวัสดุเหลือใช้ กิดต้นแบบสินค้าใหม่ที่มีการออกแบบดี
และใช้ได้จริง 15 ผลงาน

2.10 Design from Waste of Agriculture and Industry (DEWA & DEWI) sought to add value to Thai businesses in line with the circular economy model. Entrepreneurs who wanted to change waste into new products were selected to work with sustainable designers. The 15 selected entrepreneurs obtained new knowledge and ways to increase value from waste, leading to the design of 15 new products that were both practical and aesthetic.



2.11 กิจกรรมการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์สินค้านวัตกรรม BCG
ไทยสู่สากล รวบรวมรายชื่อและแนวคิดของแบรนด์ผู้ประกอบการไทย
มีสินค้า BCG กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ภายใต้แนวคิด “Be the Change
เราเปลี่ยนโลกได้จริงหรือ ? ได้สิ... ได้แน่นอน” ผ่านการจัดทำแคมเปญ
ประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศไทย
เพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการไทยที่มีความสนใจในแนวคิด
โนมเดลเชรชช์กิจ BCG สร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นการมีส่วน
ร่วม และสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า BCG จาก
50 ผู้ประกอบการ BCG Heroes เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าใน
ต่างประเทศ

2.11 Production of public relations materials for BCG inspired innovations. A collection of names and ideas of Thai brands that possess BCG-inspired lifestyle products under the theme “Be the ChanGe. Can you really change the world? Yes, of course” was gathered. This was processed into 2-language public relations campaigns (Thai-English) and disseminated through online media both in Thailand and abroad to inspire Thai entrepreneurs, raise awareness, and stimulate participation, as well as publicize BCG products from 50 BCG Heroes entrepreneurs abroad.



2.12 โครงการส่งเสริมและสร้างการรับรู้ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่าน Podcast เป็นการดำเนินโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมสร้างการรับรู้ แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดต่างประเทศ และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ ด้านนวัตกรรม และด้านการสร้างแบรนด์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ผลิตบทความเสียงเพื่อเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ ผ่าน 6 ช่องทางคือ Soundcloud, Spotify, Apple Podcasts, Anchor, YouTube, Google Podcasts ในรูปแบบของเสียงบรรยาย จำนวนผลิตและเผยแพร่ทั้งหมด 80 ตอน โดยเริ่มเผยแพร่วันที่ 29 มีนาคม - 2 กันยายน 2564 ทุกวันจันทร์- พฤหัสบดี โดยมียอดผู้เข้าฟังรวมทั้งสิ้น 6,146 ครั้ง

2.12 Podcasts to promote and raise awareness on value creation. This podcast project has entered its second year with the objective of promoting and raising awareness on value creation in foreign markets and publicize Thai products with added value on design, innovation and branding. This was to further enhance competitiveness for new entrepreneurs. The Department of International Trade Promotion (DITP) has produced audio articles to be disseminated in 6 channels namely, SoundCloud, Spotify, Apple Podcasts, Anchor, YouTube, and Google Podcasts. The total number of episodes were 80. It was broadcast between 29 March - 2 September 2021, Monday to Thursday. The total of number of listeners was 6,146.

**มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริม
สร้างการรับรู้ แนวคิดการสร้าง
มูลค่าเพิ่มในตลาดต่างประเทศ**
**The objective of promoting
and raising awareness
on value creation
in foreign markets**





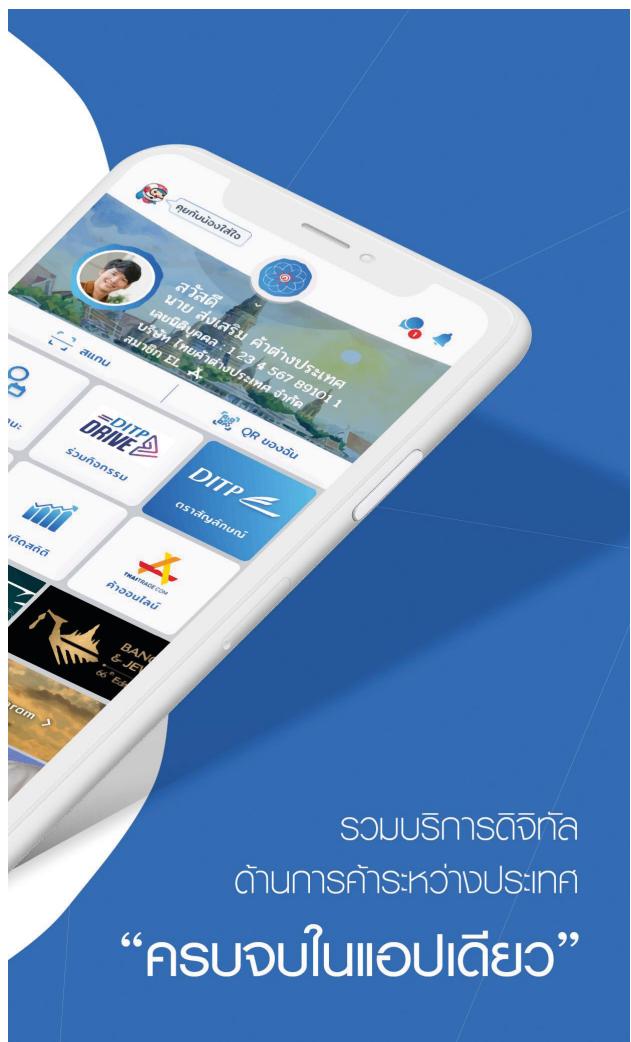
การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
และการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล
Organizational Development and Enhancing Service
Efficiency Building and Elevating International
Trade Service to Meet International Standards



นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับหลายบริการ
Applied modern digital technology in a number of services

ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับการยกระดับการให้บริการแก่ผู้ประกอบการและประชาชนมาอย่างต่อเนื่อง สอดรับนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ในการให้บริการภาครัฐกิจและประชาชน เชิงรุก โดยมุ่งเน้นการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามวิสัยทัศน์ ของรัฐบาลในการก้าวไปสู่ E-Government ซึ่งในปีงบประมาณ 2564 กรมฯ ได้นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับหลายบริการ อาทิ การเพิ่มช่องทางการให้บริการแบบเดิมที่เป็นบริการออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์มาสู่โมบายแอปพลิเคชัน เพื่อตอบโจทย์ผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการสมัคร เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ นอกเหนือไปนี้ กรมฯ ยังได้พัฒนาแชทบอต (Chatbot) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลคำแนะนำด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน ถือเป็นการทลายข้อจำกัดในการให้บริการ ในเวลาราชการ และถือเป็นหนึ่งในส่วนราชการผู้นำที่ริเริ่มใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์หรือ AI ในภารกิจด้านการบริการ

Elevate the quality of service to excellence with digital technology- The Department of International Trade Promotion has continued to emphasize the elevation of services for entrepreneurs and the general public. This is in line with the Ministry of Commerce's policy to be proactive in offering services to businesses and the general public through the electronic system, corresponding to the Government's vision of moving towards E-Government. In the fiscal year 2021, the Department applied modern digital technology in a number of services. These include adding mobile application as another channel to receive services. Moreover, the Department has also developed a chatbot to provide information and advice on international trade 24/7. This broke the barrier of providing services only during working hours. The Department was considered one of the government agencies using technology with Artificial Intelligence to elevate their services.



แอปพลิเคชัน DITP ONE

“ตอบโจทย์ผู้ส่งออกไทย บริการทันสมัย...แค่ปลายนิ้ว”

DITP ONE เป็นแอปพลิเคชันมือถือที่บูรณาการการให้บริการดิจิทัลของกรมฯ กว่า 13 บริการไว้ในที่เดียว อาทิ การสมัครเข้าร่วมกิจกรรมของกรมฯ พร้อมระบบแจ้งเตือน (Notification) อัปเดตความคืบหน้าการพิจารณาเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน การตรวจสอบประวัติการเข้าร่วมกิจกรรม การขอรับรางวัล และตราสัญลักษณ์กรมฯ รวมถึงสิทธิคงเหลือโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) การค้นหาผลิตภัณฑ์การค้า เลือกรับข่าวสารได้ตามความสนใจ เกาะติดแนวโน้มสินค้าและ trens ต์ตลาดโลกจากทุกพื้นที่ รวมทั้งยังสามารถเช็คหนทาง ขอรับคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศได้ตลอด 24 ชั่วโมงด้วย Chatbot เพียงพิมพ์ทักไปหา “น้องไส้ใจคุ้งผู้ส่งออก”

DITP ONE Application

“Responding to Thai Exporters, Modern Services...”

At the Tip of Your Finger” - DITP ONE is a mobile application that integrates more than 13 digital services of the department in one place. Such digital services include the application to join the Department's activities, notification system, updates related to participation in activities, history of participation, prize claims, requests for the use of DITP's marks as well as the remaining eligibilities in the project to promote and enhance potential of SMEs (SMEs Pro-active), trade statistics, news where product and marketing trends from trade representatives abroad are on offer. Users may also chat with the chatbot to seek advice on international trade 24 hours a day. Simply type “Hello Sajai, my export buddy”.

สามารถเช็คสินค้า
ขอรับคำปรึกษาด้านการค้า
ระหว่างประเทศได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ด้วย Chatbot



Users may also chat with
the chatbot to seek advice on
international trade 24 hours a day

ยิ่งไปกว่านั้น แอปพลิเคชัน DITP ONE ยังสามารถแนะนำกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับศักยภาพและธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละราย รวมทั้งยังมีระบบ AI ที่ช่วยให้ข้อมูลถึงโอกาสทางการค้าในต่างประเทศ ทำให้สามารถวางแผนการบุกตลาดได้ก่อนใคร โดยในระยะแรกนี้มุ่งเน้นสินค้าเกษตรและผลไม้ นอกจากนี้ ยังสามารถรับบริการทั้งหมดบนแอปพลิเคชัน DITP ONE ด้วยการเข้าใช้งานที่ผ่านการใส่รหัสผ่านเพียงครั้งเดียว (Single Sign-on: SSO) ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ภายใต้แนวคิด “ตอบโจทย์ผู้ส่งออกไทย บริการทันสมัย...แค่ปลายนิ้ว”

Moreover, DITP ONE can also provide recommendations on new activities to promote international trade that are appropriate to the potentials and business of each entrepreneur. It is equipped with an AI system that provides information on trade opportunities abroad, thus allowing entrepreneurs to plan their market penetration in advance. In this first phase, the focus is on agricultural products and fruit. Users can use Single Sign-on (SSO) to receive all services offered by DITP ONE. This corresponds to the needs of new generations of entrepreneurs under the theme “Answering to your needs, modern service...at your fingertips.”



“น้องไสใจ” แซตบอตให้บริการข้อมูลคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ กรรมฯ ได้พัฒนาบริการดิจิทัลรูปแบบใหม่ที่คุยกัน ช่วยเหลือตอบคำถามด้านการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว โดยออกแบบมาให้ตอบสนองพฤติกรรมคนรุ่นใหม่ และสอดคล้องกับชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ผู้ประกอบการสามารถเลือกสนทนากับแซตบอต “น้องไสใจ” ได้ตลอด 24 ชั่วโมง บนหลากหลายแพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์กรมฯ www.ditp.go.th ผ่าน Facebook Messenger ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ 1169 DITP Service Center รวมถึง Line Official: @ditp และแอป DITP One

“Saijai” a chatbot that provides information and advice on international trade - The Department has developed a new form of digital service that helps provide information to answers regarding international trade outside working hours. It has been designed to deal with behaviour of the new generations, and in line with the ‘New Normal’. Entrepreneurs may choose to chat with “Saijai” chatbot at all times on a number of platforms, be it the Department’s website www.ditp.go.th, Facebook Messenger of the Department of International Trade Promotion, and 1169 DITP Service Center as well as Line Official: @ditp and DITP One application.

DITP'S CSR ACTIVITIES

องค์กรสร้างเสริมจิตอาสา
ด้วยกิจกรรม CSR

กิจกรรม “พาณิชย์จิตอาสา سانฝันเป็นสุขให้น้อง”
“Panich CSR - Making the Dreams Come True”



กิจกรรม “พาณิชย์จิตอาสา سانฝันเป็นสุขให้น้อง” โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ บูรณาการร่วมกับสำนักงานปลัด กระทรวงพาณิชย์ จัดทำสมุดทำมือจากกระดาษ A4 หน้าเดียว และ รวบรวมสมุดทำมือจากสำนักต่างๆ ภายในกรมฯ ยอดรวมทั้งหมด จำนวน 179 เล่ม และจัดส่งตัวแทนเข้าร่วมทำสมุดทำมือเพิ่มเติมในวันที่ 4 มีนาคม 2564 ณ ห้องบูรฉัตรไชยการ อาคารสำนักงานปลัดกระทรวง พาณิชย์ เพื่อส่งมอบให้แก่บ้านจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบท แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมป์ ในวันที่ 5 มีนาคม 2564

“Panich CSR - Making the Dreams Come True” - The Department of International Trade Promotion, together with the Office of Permanent Secretary, Ministry of Commerce, produced hand-made notebooks from one-sided A4 papers, and collected hand-made notebooks from various bureaus in the department, yielding a total of 179 notebooks. The Department sent representatives to help out with the production of hand-made products on 4 March 2021 at the Burachat Chaiyakorn Room, Permanent Secretary Office, Ministry of Commerce. The notebooks were given to the Foundation for Rural Areas of Thailand (under the Royal Patronage) on 5 March 2021.



กิจกรรม “สค. ทำดีเพื่อสังคม” เนื่องในวันสถาปนา
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ครบรอบ 69 ปี

“DITP for Good Society” This activity was held on
the 69th anniversary of the establishment of DITP.



กิจกรรม “สค. ทำดีเพื่อสังคม” เนื่องในวันสถาปนากรมส่งเสริม
การค้าระหว่างประเทศ ครบรอบ 69 ปี เพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคม
โดยการเปิดรับบริจาคจากบุคลากรroma ตั้งแต่วันที่ 16 กุมภาพันธ์-
วันที่ 5 มีนาคม 2564 และนำเงินบริจาคมาใช้ในการสนับสนุนสิ่งของ
เครื่องใช้ ยา และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับเด็ก จำนวน 149,936 บาท
รวมถึงเงินช่วยเหลือให้แก่สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนและพิการทางสมอง
และปัญญาบ้านเพื่องฟ้า จำนวน 37,817 บาท เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2564
โดยอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นผู้ส่งมอบสิ่งของ
บริจาคและเงินช่วยเหลือ

“DITP for Good Society” - This activity was held on the
69th anniversary of the establishment of DITP. The Department
invited donations from the Department's personnel from
16 February-5 March 2021. The donation was to be used to
procure consumables, medicines, and equipment needed
for children totaling 149,936 Baht. The donation was also used
to help Baan Fuengfah Orphanage for Disabled children to the
amount of 37,817 Baht on 7 March 2021. The Director-General
of the Department of International Trade Promotion attended
the event to give the gifts and the donation.

กิจกรรม สค.ทำดีเพื่อสังคม: “สค. ปันน้ำใจ ต้านโควิด”

“DITP Alleviates Effects from COVID-19”



กิจกรรม สค.ทำดีเพื่อสังคม: “สค. ปันน้ำใจ ต้านโควิด” ระหว่างวันที่ 3 - 4 สิงหาคม 2564 เวลา 08.30-10.40 น. ณ สถาบันบำราศนราดูร ทัณฑสถานโรงพยาบาลราชทัณฑ์ โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า และสถาบันโรคทราย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เปิดรับบริจาค อุปกรณ์สิ่งของที่ต้องใช้ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้แก่ ถุงมือแพทย์ แอลกอฮอล์เจล หมากคลุมผม หน้ากากอนามัย รวมทั้งรับเงินบริจาค จากบุคลากรกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน - 23 กรกฎาคม 2564 เพื่อจัดซื้อสิ่งของสำหรับการบริจาค โดยได้ยอดเงินบริจาคทั้งสิ้น 76,446 บาท และนำมารวบรวมสิ่งของ บริจาค ได้แก่ Face shield หมากคลุมผม แอลกอฮอล์เจล ถุงมือแพทย์ อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล ชุด PPE (แบบซักได้ และแบบใช้แล้วทิ้ง) ถุงคลุมรองเท้า น้ำดื่ม สวัสดิการกรมฯ โดยมีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นผู้ส่งมอบสิ่งของบริจาค

“DITP Alleviates Effects from COVID-19” - Between 3-4 August 2021 during 08.30-10.40 at Bamrasnaradura Infectious Diseases Institute, Department of Corrections Hospital, Pranangkla Hospital, and Central Chest Institute of Thailand invited the public to make donations of necessary goods needed during the COVID-19 pandemic such as medical gloves, alcohol gel, hair nets, face masks as well as money raised by personnel of the Department of International Trade Promotion between 23 June - 23 July 2021 to buy goods totaling THB 76,446. This was used to purchase face shields, hair nets, alcohol gel, medical gloves, Personal Protective Equipment (PPE) (reusable and disposable), shoe covers, and water.

FINANCIAL REPORT

งบการเงิน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์	หมายเลข	2564	2563
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการที่ยืดเท่าเงินสด	5	56,266,721.26	45,807,545.11
เงินจ่ายให้หน่วยงานในต่างประเทศ	6	157,616,539.32	172,116,480.22
ลูกหนี้อื่นระยะสั้น	7	7,585,953.36	4,279,509.88
วัสดุคงเหลือ		2,820,813.18	3,803,399.24
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		224,290,027.12	226,006,934.45
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	8	147,807,535.83	152,138,499.20
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	9	6,999,550.06	4,188,423.87
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		154,807,085.89	156,326,923.07
รวมสินทรัพย์		379,097,113.01	382,333,857.52
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น	10	29,514,636.51	24,416,960.40
เงินรับฝากระยะสั้น	11	36,103,545.98	37,985,587.45
รวมหนี้สินหมุนเวียน		65,618,182.49	62,402,547.85
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินทึกรองราชการรับจากคลังระยะยาว		5,800,000.00	5,800,000.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	12	1,156,147.05	442,611.87
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		6,956,147.05	6,242,611.87
รวมหนี้สิน		72,574,329.54	68,645,159.72
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน			
ทุน		9,199,571.81	9,199,571.81
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม		297,323,211.66	304,489,125.99
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		306,522,783.47	313,688,697.80
รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		379,097,113.01	382,333,857.052

FINANCIAL STATEMENT

AS OF THE 30 SEPTEMBER 2021

ASSETS	Note	(Unit: Baht)	
		2021	2020
Current assets			
Cash and cash equivalents	5	56,266,721.26	45,807,545.11
Payments to overseas office	6	157,616,539.32	172,116,480.22
Short-term account receivable	7	7,585,953.36	4,279,509.88
Inventory		2,820,813.18	3,803,399.24
Total Current assets		224,290,027.12	226,006,934.45
Fixed assets			
Property, plant, and equipment (net)	8	147,807,535.83	152,138,499.20
Intangible assets (net)	9	6,999,550.06	4,188,423.87
Total fixed assets		154,807,085.89	156,326,923.07
Total assets		379,097,113.01	382,333,857.52
LIABILITIES			
Current liabilities			
Accounts payable	10	29,514,636.51	24,416,960.40
Short-term deposit	11	36,103,545.98	37,985,587.45
Total current liabilities		65,618,182.49	62,402,547.85
Non-current liabilities			
Receipt of government advanced payment		5,800,000.00	5,800,000.00
Other non-current liabilities	12	1,156,147.05	442,611.87
Total Non-current liabilities		6,956,147.05	6,242,611.87
Total liabilities		72,574,329.54	68,645,159.72
Net Assets / Equity			
Fund		9,199,571.81	9,199,571.81
Income higher than accrued expense		297,323,211.66	304,489,125.99
Total Net Assets / Equity		306,522,783.47	313,688,697.80
Total Net liabilities and Assets / Equity		379,097,113.01	382,333,857.052

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการค้า

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564

(หน่วย : บาท)

รายได้	หมายเหตุ	2564	2563
รายได้จากการค้าระหว่างประเทศ	15	1,716,061,724.82	2,413,356,786.52
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค		681,094.82	306,708.30
รายได้อื่น	16	8,789,341.16	11,257,077.57
รวมรายได้		1,725,532,160.80	2,424,920,572.39
ค่าใช้จ่าย			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	17	669,040,767.33	649,079,232.70
ค่าบำรุงรักษาบ้าน眷	18	114,073,653.51	110,698,379.09
ค่าตอบแทน	19	30,091,892.32	29,331,249.75
ค่าใช้สอย	20	844,986,142.44	672,957,958.86
ค่าวัสดุ		7,248,673.29	10,432,008.64
ค่าสาธารณูปโภค	21	30,760,582.23	32,622,450.10
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	22	34,138,261.45	30,586,283.71
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนและบริจาค	23	2,356,479.73	697,457,695.60
ค่าใช้จ่ายอื่น	24	1,622.83	267,125.96
รวมค่าใช้จ่าย		1,732,698,075.13	2,233,432,384.41
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ		7,165,914.33	191,488,187.98

INCOME STATEMENT

FOR THE YEAR ENDED 30 SEPTEMBER 2021

		(Unit: Baht)	
INCOME	Note	2021	2020
Income from annual and central budget	15	1,716,061,724.82	2,413,356,786.52
Income from subsidization and donation		681,094.82	306,708.30
Other incomes	16	8,789,341.16	11,257,077.57
Total income		1,725,532,160.80	2,424,920,572.39
 EXPENSES			
Personal expense	17	669,040,767.33	649,079,232.70
Pension	18	114,073,653.51	110,698,379.09
Remuneration	19	30,091,892.32	29,331,249.75
Administrative	20	844,986,142.44	672,957,958.86
Supplies		7,248,673.29	10,432,008.64
Utilities	21	30,760,582.23	32,622,450.10
Depreciation and amortization	22	34,138,261.45	30,586,283.71
Subsidization expense and donation	23	2,356,479.73	697,457,695.60
Other expenses	24	1,622.83	267,125.96
Total expenses		1,732,698,075.13	2,233,432,384.41
Income higher than net expense		7,165,914.33	191,488,187.98

HONORARY TRADE ADVISORY TO THE MINISTRY OF COMMERCE

รายชื่อที่ปรึกษาคิตติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ

America	
Mr. Pramook Jirdpongsatorn Address: 3583 Investment Blvd., Hayward, CA94545, USA Tel. 001 510 931 5030 E-mail: Pramook@pjusgroup.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Importer / Rice, Canned food and Organic product Distribution Country: The USA HTAs: L.A.
Mr. John Sammons, Jr. Address: Mid State Services Inc. 580 North Beach St., Forth Worth, Texas 76111, USA Tel. 001 817 838 8600 E-mail: midstatesservices.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Product & Service, Health & Beauty, Clothing and Electronic Business Country: The USA HTAs: L.A.
Mr. Ralph P. McMurray Address: 10343 Oakmont Street Shawnee Mission, Kansas 66215 Tel. 001 913 269 9959 10635 E. Becker Lane Scottsdale, Arizona 85259 Tel. 480 409 1313 E-mail: ralph@phillipworth.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Auto parts, Airport, Drone Radar Systems, Wind Farms Business Country: The USA HTAs: L.A.
Mr. Mark Phillips Address: 916 Finch Avenue, Hight Point, NC 27263 E-mail: mark@phillipscollection.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Furniture & Home decoration Business Country: The USA HTAs: L.A.
Mr. Suchin Prapaisilp Address: 7700 Forsyth Blvd., Suite 11000 St.Louis MO 63105 E-mail: suchinprapaisilp@gmail.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Services & Restaurant Business Country: The USA HTAs: New York
Mr. Somchai Ansuj Address: Rua dos Andradadas 917, Apt.1001, Centro, Porto Alegre, 90020-005, BRAZIL E-mail: ansuj.s@gmail.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Electric / Instant food / Auto parts Country: Brazil HTAs: Sao Paulo
Mr. Kenneth K. E. Ziegler Address: 673 University Drive, Saskatoon SK S7N 0J1, CANADA Tel. (0011) 306 244 5415 E-mail: kzee@gpconline.ca	SPECIALIZATION/OCCUPATION Legal & Commerce Advisor Country: Canada HTAs: Vancouver
Mr. David K. Wong Address: 408-55 Water Street, Vancouver, B.C. V6B 1A1, CANADA Tel. (0011) 604 828 6818 E-mail: d.wong@dkwongassociates.com	SPECIALIZATION/OCCUPATION Managing Director at DK Wong & Association Advisor for Investor Country: Canada HTAs: Vancouver

Europe & CIS

Mr. Eberhard J. Trempel

Address:

Burggrafenstr. 3, 10787, Berlin, GERMANY

E-mail: berlin@germanglobaltrade.de

SPECIALIZATION/OCCUPATION

International Trade Law / Good experience in economics, trade, investment with the Asian region. Relationships with high-ranking people in Germany

Country: Germany

HTAs: Berlin

Mr. Andrei Christov

Address:

10 Gorodetsky str., Kiev, UKRAINE

E-mail: apveonline@ukr.net

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Food products / Apparel products / Natural rubber and Thai boxing

Country: Ukraine

HTAs: Warsaw

Middle East

Mr. Albert G. Aoun

Address:

P.O.Box 55576-Beirut, LEBANON

E-mail: aaoun@ifpexpo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Chairman & CEO / Exhibition in Middle east

Country: Lebanon

HTAs: Istanbul

Mr. Naji R. Kalpakji

Address:

Parliament St., Thai Consulate Bldg.,

P.O. Box 7836-Damascus, SYRIA

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

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Chairman & CEO Rimco International Co.Ltd.

Expert in Confectionary Factory, Textile Factory Trading

Country: Syria

HTAs: Istanbul

Mr. Cemil Çakar

Address:

Kopru Sokak Tunc Sitesi 6, Blok D8,

Tarabya, Istanbul, TURKEY

E-mail: cemil@karex.com.tr

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Petroleum industry / DEIK's Turkish-Thai

Business Council

Country: Turkey

HTAs: Ankara

Mr. Harun ULUYOL

Address:

Karsiyaka, Izmir, Turkey

Tel. (+90) 532 795 88 78

E-mail: harunuluyol@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Agiculture products & Foods

Country: Turkey

HTAs: Ankara

Africa

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 & Logistics

Country: Angola

HTAs: Pretoria

Mr. Jean Michel NG FO SHING

Address:

C/R Leoville L' Homme & Jummah Mosque

Streets Port-Louis 11602 – Mauritius

Tel. (+230) 217 8470

Fax. (+230) 216 0833

E-mail: jmnfs@internet.mu

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Food Industry

Country: Mauritius

HTAs: Pretoria

South Asia

Mr. Chetan Arun Narake

Address:

1187 A Shivaji Peth, Kolhapur,
Maharashtra, India 416012
Tel. (+91 988) 5151 1500
E-mail: chetanarun@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Food Industry Business
Country: India
HTAs: Mumbai

Mr. Faisal Hassan

Address:

20E (Ground+1), Khayaban-e-Ittehad, Lane 12,
Phase II Extension, DHA, Karachi
Tel. (+92 30) 0822 2691
E-mail: info@globalseafoodmarketing.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Entrepreneur of Import/Export Thai food stuff & Investor /
Building Business
Country: Pakistan
HTAs: Dhaka

China

Mr. Lin Sun Mo, Willy

Address:

11/F Milo'slndustrial Bldg, 2-10 Tai Yuen Street,
Kwai Chung, NT, HONG KONG
Tel. (+852) 2484 4321, 9197 2039
E-mail: willy_lin@milos.com.hk

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Entrepreneur of sea freight, ready-made clothes,
and international
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
Tel. (+853) 2892 2333, 6683 6578
E-mail: lino@ho-chun-kei.com.mo

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Entrepreneur of Import/Export Thai food stuff & Investor /
Building Business
Country: China
HTAs: Hong Kong

Mr. Xie Ming Qiang

Address:

No. 8 Tongguling Road, Qingxiu District,
Nanning, Guangxi, CHINA
Tel. (+86) 139 7811 2222
E-mail: thainanning@126.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Real Estate Development
Country: China
HTAs: Nanning

Mr. Thong Sae-Tern

Address:

No.469 Meihe San Rd., Light Industrial Food Park,
TongAn District, Xiamen, Fujian, CHINA
Tel. (+86) 136 0097 5928
E-mail: chokchai@day-bright.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Entrepreneur of Import/Export Food Products
Country: China
HTAs: Xiamen

Mr. Gao Hang

Address:

No 2302 Building 3,
Shijiaxiuxian Residence, Qingxiu District,
Nanning Guangxi
Tel. (+86) 182 7711 6699
E-mail: capanorama@126.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Manager of China-ASEAN Panorama Magazine.
Secretary to executives of China-ASEAN SME
Trade Promotion Project.
Country: China
HTAs: Nanning

East Asia

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

Trading Companies and Agents in Japan

(Thai products)

Country: Japan

HTAs: Tokyo

Mr. Stanley Park

Address:

#104-406, SK M-City, 195, Bangma-Ro, Ilsan Dong Gu, Goyang City, Gyeonggi Province 10403, Republic of Korea

Tel. (+82) 10 5279 8687

E-mail: stanpark@coman.or.kr

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Advisor (Foods, Catering Service & Franchise in Korea)

Country: Korea

HTAs: Seoul

Asean

Mr. Adisai Prasertsri

Address:

60/26 Yen The Street, Ward 2, Tan Binh Dist., HCMC, Vietnam

Tel. (+84 93) 353 9729

E-mail: adisaipra@yahoo.com, management@cacvietnam.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Distributor Internaltional Trade Consultant

Country: Vietnam

HTAs: Ho Chi Minh

Mr. Thai Tino

Address:

No. 5, Steet International School, Toekthla, Phnom Penh, Cambodia

Tel. (+855) 12 818 282

E-mail: infokth@kth.com.kh

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Wholesale Business, Trading Firm, Distributor

Country: Cambodia

HTAs: Phnom Penh

Mr. Nattawin Phongsphetrarat

Address:

22(A), Kaba Aye Pagoda Rd., Bahan Township, Yangon, Myanmar

Tel. (+66) 89 780 7890

E-mail: awasuwat@gamail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Importer of furniture and services from Thailand.

Proprietor of furniture, logistics, construction and IT businesses. Currently the Vice President of Thai Business Association of Myanmar (TBAM).

Country: Myanmar

HTAs: Yangon

Mr. Eric B. H. Gooi

Address:

GD-1, Anzen Business Park, 3-9 Lalan 4/37A, Taman

Bukit Maluri, Keppong, 52100 Kuala Lumpur, Malaysia

Tel. (+603)-6275 9162

E-mail: m_shrooms6001@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Thaifoodstuff Import,

Internaltional Trade Consultant

Country: Malaysia

HTAs: Kuala Lumpur

Mr. Khompanya Phengvinaiy

Address:

Thai-Lao Friendship Rd., Ban Saphanthon

Nuea Sisattanak district Vientiane, Laos

Tel. (+856) 20 5998 7892, 9998 7892

E-mail: khompanya111@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Entrepreneur of businesses related to food and food franchises. An advisor to private companies and government agencies.

Country: Laos

HTAs: Vientiane

Mr. Latt Shariman Abdullah

Address:

A5-2 Quadro Residence 1 Persiaran KLCC 50088

KUALA LUMPUR

Tel. (+60) 19 2295288

E-mail: latts@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION

Expert in education technology. High-level officer (political) attached to the Ministry of Defence, Ministry of Finance, and the Office of the Prime Minister. Secretary-General (political) at the Economic Planning Unit, Office of the Prime Minister.

Country: Malaysia

HTAs: Kuala Lumpur

MAIN OFFICE

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

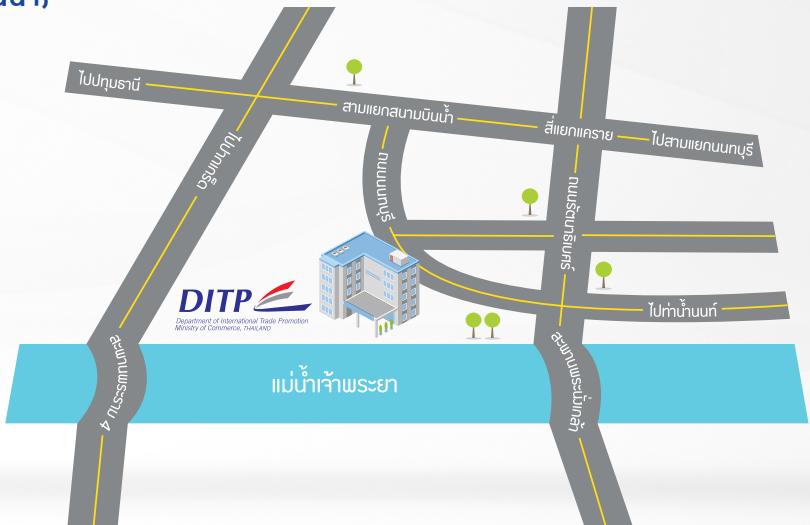
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สำนักน้ำ)

563 ถนนนนทบุรี ตำบลลุมพลงร อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์: 0 2507 7999

โทรสาร: 0 2547 5657

อีเมล: tiditp@ditp.go.th



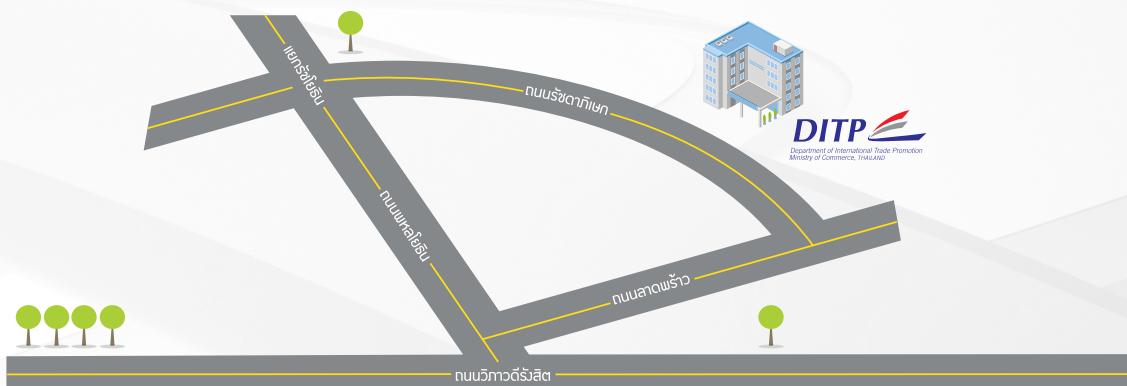
NONTHABURI OFFICE

563 Nonthaburi Rd., Bang Krasor,
Mueang Nonthaburi, Nonthaburi 11000

Tel: +66 (0) 2507 7999

Fax: +66 (0) 2547 5657

E-mail: tiditp@ditp.go.th



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดาภิเษก)

22/77 ถนนรัชดาภิเษก

เขตตุจักร 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

ADDRESS OF OVERSEAS OFFICES

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

AMERICA & LATIN AMERICA

• United States of America

New York

Address: Thai Trade Center New York 1359 Broadway, Suite 1530 New York, New York 10018 United States of America
Tel: 001 212 482 0077, (001) 212 550 1111
Fax: 001 212 482 1177
Email: info@thaitradeny.com
Director: Ms. Ketsuree Vijaranakorn

Los Angeles

Address: 611 North Larchmont Blvd., 3rd Floor, Los Angeles, CA 90004, U.S.A.
Tel: 001 1 323 466 9645
Fax: 001 1 323 466 1559
Email: ttcla@live.com
Director: Mrs. Kwanapa Phivnil

Chicago

Address: 700 North Rush St. 2nd Floor Chicago, IL 60611 U.S.A.
Tel: 001 1 312 787 3388
Fax: 001 1 312 787 9733
Email: ttcc@thaitradechicago.com, thaitradechicago@yahoo.com
Director: Mrs. Suprattana Gamolvej

Miami

Address: 6100 Blue Lagoon Drive Suite#100 Miami, FL 33126, U.S.A.
Tel: 001 1 786 388 7888
Fax: 001 1 786 388 7999
Email: ttcmiami@gmail.com
Director: Mr. Chavanon Phewnil

• Canada

Vancouver

Address: 1009-1166 Alberni Street, Vancouver, BC. V6E 3Z3, CANADA
Tel: 001 1 604 6876400
Fax: 001 1 604 6836775
Email: vancouver@thaitrade.ca
Director: Mrs. Chayada Sirinukul

Toronto

Address: 31 Gloucester street, Toronto, Ontario M4Y 1L8 CANADA
Tel: 001 1 416 9215400
Fax: 001 1 416 9217545
Email: toronto@thaitrade.ca
Director: Ms. Wiwan Srirapsuk

• Mexico

Mexico

Address: Gauss No. 9, 102-B, 1st Floor, Col. Anzures, Miguel Hidalgo, Mexico, D.F.
Tel: 001 5255 5557 5418, 5557 9960
Fax: 001 5255 5580 4214
Email: thaitcmexico@gmail.com
Director: Mr. Thanit Ngansampantrit

• Brazil

Sao Paulo

Address: Rua Gomes de Carvalho 1356 Sala Cj 112, Vila Olímpia 04547-005 São Paulo SP BRAZIL
Tel: 001 55 11 3044 - 7301, 3044-7347
Fax: 001 55 11 3045 - 1913
Email: thaitcsp@terra.com.br
Director: Ms. Puttachart Wongmongkol

• Chile

Santiago

Address: Av. Andres Bello 2777, Of.2802 Las Condes, Santiago, CHILE
Tel: 001 56 2 203 3386, 203 3387
Fax: 001 56 2 203 3391
Email: thaitrade@ttcsantiago.cl
Director: Ms. Ratanaporn Singhasakda

• Argentina

Buenos Aires

Address: 323 Manuela Saenz Av., Buenos Aires Plaza # 507-8, (C1107 BPA) Buenos Aires, Argentina
Tel: 001 54 11 5272 0572-3
Fax: 001 54-11 5272 0574
Email: thaiexba@hotmail.com
Director: Ms. Orapar Buddharuksa

EUROPE

• United Kingdom

London

Address: 11 Hertford Street, Mayfair London, W1J 7RN, UNITED KINGDOM
Tel: 001 44 20 74935749
Fax: 001 44 20 74937416
Email: info@thaitradelondon.com
Director: Mr.Prakhan Kordumrong

• France

Paris

Address: 8 Rue Greuze, 75116 Paris, FRANCE
Tel: 001 33 1 56901212
Fax: 001 33 1 56901213
Email: thaitradeparis@orange.fr
Director: Mr. Worawut Somwangprasert

• Germany

Frankfurt

Address: Rossmarkt 23/5 OG, 60599 Frankfurt am Main
Tel: +49 (0) 69 2100 0870
Fax: 001 33 1 56901213
Email: info@thaitradefrankfurt.de, thaitradefrankfurt@gmail.com
Director: Miss Pitinun Samanvorawong

Berlin

Address: Petzower Str. 1, 14109 Berlin, GERMANY
Tel: 001 49 30 8050040
Fax: 001 49 30 80500451
Email: thaicom.berlin@t-online.de
Director: Ms. Pachara Rattanabubpa

• Italy

Milan

Address: Via A. Albricci, 8 20122 Milano, ITALY
Tel: 001 39 02 89011467
Fax: 001 39 02 89011478
Email: ttomilan@thaitradeitaly.com
Director: Ms. Anongnart Mahasawat

• Denmark

Copenhagen

Address: Hellerupvej 76, 2900 Hellerup, DENMARK
Tel: +45 39626999
Email: ditp@thaicom.dk
Director: Ms. Rachakorn Saksri

• Hungary

Budapest

Address: Vend utca 26, First Floor Budapest 1025, HUNGARY
Tel: +36 1 2122738, 2251369
Fax: +36 1 2122736
Email: thaitradebudapest@thaicom.hu
Director: Ms.Tapanee Kruangpradit

• Czech Republic

Prague

Address: Holeckova 29, 150 95 Praha 5, Smichov Prague, CZECH REPUBLIC
Tel: 001 420 257 323 030, 257 325 867, 257 325 882
Fax: 001 420 257 327 555
Email: thaitcprague@gmail.com
Director: Ms. Wipawee Wanapongs

• Poland

Warsaw

Address: ul. Grzybowska 12/14 apt. 28 00-132, Warsaw, Poland
Tel: 001 48 22 6201508
Fax: 001 48 22 8900931
Email: info@ttcw.pl
Director: Mr.Thum Niemskul

• Austria

Vienna

Address: Kopalgasse 47, A-1110, Wien, AUSTRIA
Tel: 001 431 748 5020
Fax: 001 431 748 502012
Email: viennaoffice@tradewiththailand.com
Director: Ms.Onanood Phadoongvithee

• Netherlands

The Hague

Address: WTC The Hague, Tower C, Unit 11.01-B Prinses Beatrixlaan 582,2595 BM The Hague THE NETHERLANDS
Tel: 001 31 70 345 5444
Fax: 001 31 70 346 1005
Email: info@thaitradehague.com
Director: Ms.Chanunda Sorapukdee

• Spain

Madrid

Address: Calle de Segre nº 29, 2A, Madrid 28002 SPAIN
Tel: 001 34 91 5630190, 563 0196
Fax: 001 34 91 563 8090
Email: info@thaitradspain.com
Director: Ms. Vivhada Rabunjertkit

• Russia

Moscow

Address: 52, Building 1, 10th Floor Kosmodaianskaya Rd., Moscow 115054, RUSSIAN FEDERATION
Tel: 001 7499 653 59 89
Fax: 001 7499 653 69 59
Email: moscow@thaitrade.ru
Director: Mr.Kittinand Yingcharoen

MIDDLE EAST & AFRICA

• Islamic Republic of Iran

Tehran

Address: No.3, 2nd Floor, Gol Afshne Shomali St., 6th Phase, Shahrak Gharb Area, Tehran - Iran
Tel: +9821 9128 9059-93
Fax: +9821 8859 1255, 8807 9614
Email: ttctehran.ir@gmail.com, thaictehran@ditp.go.th, info@thaitrade.ir
Director: Mr. Taweep Rachaphakdee

• Israel

Tel Aviv

Address: 144 Hayarkon Street Tel Aviv 63451, ISRAEL
Tel: 001 972 3 5244277- 8
Fax: 001 972 3 5244270
Email: pornpunneep@gmail.com, Thaitradetelaviv@gmail.com, thaicomt@zahav.net.il
Director: Ms Pornpunnee Pinpokintr

• Saudi Arabia

Jeddah

Address: AL DRAS TOWER, 7th Floor, King Abdullah Road. P.O. Box 8014 Jeddah 21482, SAUDI ARABIA
Tel: +966 12 653 3132, 653 3280
Fax: +966 12 650 4544
Email: thaitcjjeddah@gmail.com, thaitcjjeddah@ditp.go.th
Director: Mr. Apichat Prasertsud

• Turkey

Ankara

Address: Mahatma Gandhi Cad. No:17/8 Buyukesat Mah. G.O.P. Ankara
Tel: 001 90 312 4365868, 312 4365869
Fax: 001 90 312 4365870
Email: thaitcankara@gmail.com
Director: Mr. Poonsak Khunudom

• United Arab Emirates

Dubai

Address: Suite 407, Deira Tower, Nasser Square P.O.Box 1083, Dubai UNITED ARAB EMIRATES
Tel: 001 9714 2284553
Fax: 001 9714 2220934
Email: ttcdubai@emirates.net.ae
Director: Mr. Panot Punyahotra

• South Africa

Pretoria

Address: P.O.Box 95459, Waterkloof 0145, Pretoria REPUBLIC OF SOUTH AFRICA
Tel: 001 27 12 342 0835, 0850
Fax: 001 27 12 342 0855
Email: ttcpretoria@telkomsa.net, trade@thaiebassy.co.za
Director: Mr. Aphirak Paepuang

• Egypt

Cairo

Address: 59 Mosadak Str., 4th Floor-Apt. No.10 Dokki, Giza, Greater Cairo, EGYPT
Tel: 001 202 37620901, 33387292, 37620419
Fax: 001 202 33363062
Email: ditpcairo@gmail.com
Director: Mr. Thalerngsak Vongsamsorn

• Kenya

Nairobi

Address: Rose Avenue, (off Lenana Rd.), Nairobi, KENYA P.O. Box 58349-00200
Tel: 001 254 20 291 9133, 9131
Email: info@ocanairobi.co.ke
Director: Mr. Natthapong Senanarong

• Federal Republic of Nigeria

Abuja

Address: 3 Osun Close, Off Osun Crescent, Maitama, Abuja, Federal Republic of NIGERIA
Tel: 001 234 703 905 2313
Email: ditpabuja@gmail.com
Director: Mr. Supat Sanoy

CHINA

• Hong Kong

Address: Office of Thai Trade Commissioner,
HK Royal Thai Consulate General Fairmont House,
8th Floor, 8 Cotton Tree Drive Central HONG KONG
Tel: (+852) 2525 9716
Fax: (+852) 2868 4927
Email: thaicomm@netvigator.com
Director: Mrs. Chanunpat Pisanapipong

• Guangzhou

Address: Commercial Section, Royal Thai Consulate General 36 Youhe Road, Haizhu District, Guangzhou 510310, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel: (+86 20) 8384 9453, 8365 2714, 8385 8988 Ext. 203-205
Fax: (+86 20) 8384 9760
Email: thaitcguangzhou@ditp.go.th, thaitcgz@gmail.com
Director: Ms. Oranuch Wannapinyo

• Kunming

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Consulate-General, 6th Floor, Crown Plaza Kunming City Centre No.399 Qingnian Road, Kunming, Yunnan China 650011, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel: (+86 871) 6316 5006, 6316 5011, 6316 5019
Fax: (+86 871) 6316 5026
Email: thaitckunming@ditp.go.th
Director: Mr. Nat Vimonchandra

• Shanghai

Address: Commercial Section of Royal Thai Consulate-General in Shanghai: No.18 Wanshan Road, Changning District, Shanghai, P.R.C. 200336
Tel: (+86) 21 5260 9881, 5260 9882
Fax: (+86) 21 5260 9880
Email: ttcsanghai@thaitradechina.cn
Director: Ms. Jeeranun Hirunyasumlith

• Xiamen

Address: Commercial Section, Royal Thai Consulate General (Thai Trade Center) Bldg.3, Xiamen City Hotel No.16 Huyuan road, Siming District, Xiamen 361003, Fujian, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel: (+86 592) 266 3064-68
Fax: (+86 592) 266 3060-61
Email: thaitcxiamen@ditp.go.th, 631408562@qq.com
Director: Ms. Nunnaphas Ngamman

• Chengdu

Address: Commercial Section, Royal Thai Consulate General In Chengdu 12/F, Building No.3, Fund International Plaza, No.6, Hongkong Rd., Chengdu, Sichuan 610041, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel: (+86 28) 6689 7861 Ext. 8011, 8013, 8014
Fax: (+86 28) 6687 7904
Email: thaitcchengdu@ditp.go.th
Director: Ms. Netnapit Chulakanista

• Nanning

Address: Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, Nanning 52-1 Jinhu Road, Orient Manhattan, Nanning, Guangxi 530022, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel: (+86 771) 556 7359, 558 1637 Ext. 601-605
Fax: (+86 771) 558 1797
Email: thaitcnanning@hotmail.com, Qxdan2002@qq.com, 68201552@qq.com
Director: Ms. Wanlada Ratanapanich

• Qingdao

Address: Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, Qingdao Unit 2504 Shangri-la Centre, Shi Nan District, No 9 Xiang Gang Zhong Road, Qingdao 266071, PEOPLE'S REPUBLIC OF China
Tel: (+86 532) 6862 1206
Fax: (+86 532) 6862 1210
Email: qingdao@ditp.go.th
Director: Ms. Chanida Inpa

• Taiwan

Address: Thai Trade Office, TWTC Rm.7E10, No.5, Xinyi Rd., Sec. 5, Taipei 11011, Taiwan
Tel: (+886 2) 2723 1800-2
Fax: (+886 2) 2723 1821
Email: thaitctaipei@ditp.go.th, thaicom.taipei@msa.hinet.net
Director: Ms. Kallaya Leewongcharoen

SOUTH ASIA

• India

Mumbai

Address: Thai Trade Center, Mumbai Express Towers, 3rd Floor, Nariman Point, Mumbai 400021, INDIA.
Tel: (+91 22) 2283 0242-3
Fax: (+91 22) 2284 6859
Email: thaitrademumbai@gmail.com
Director: Ms. Supatra Sawaengsri

New Delhi

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy 78, Ground Floor, Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi-110057, INDIA.
Tel: (+91 11) 4326 8888
Fax: (+91 11) 4601 0405
Email: thaitcnewdelhi@gmail.com
Director: Ms. Saithong Soiphet

Chennai

Address: Royal Thai Consulate General (Commercial Affairs) Thai Trade Center Chennai Ramcon Fortuna Tower, 5th floor, No.2, Kodambakkam High Road, Nungambakkam, Chennai 60034, India
Tel: 001 9144 4218 8514
Email: business@thaitradechennai.in, office@thaitradechennai.in
Director: Mrs. Hataichanok Sivara

Bangladesh

Dhaka

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy 17, Mohakhali C/A 3rd Floor, Red Crescent Concord Tower Dhaka-1212, BANGLADESH
Tel: 001 88 02 222 290056-7
001 88 01 323 878 747
Fax: (+88 02) 0298 50059
Email: thaitcdhaka@gmail.com, thaitcdhaka@ditp.go.th
Director: Mr. Khemathat Archawathamrong

EAST ASIA

• Japan

Tokyo

Address: OFFICE OF COMMERCIAL AFFAIRS ROYAL THAI EMBASSY, TOKYO SETANI Building, Floor 6, 5-4 , Kojimachi Chiyoda-ku, Tokyo JAPAN 102-0083
Tel: (+81 3) 3221 9482, 3221 9483, 3221 9463
Fax: (+81 3) 3221 9484
Email: thaitctokyo@thaitrade.jp
Director: Mr. Kittiwat Patchimnan

Osaka

Address: Thai Trade Center Osaka Bangkok Bank Bldg. 8F, 1-9-16, Kyutaromachi, Chuo-ku, Osaka 541-0056, JAPAN
Tel: (+81 6) 6262 4418
Fax: (+81 6) 6271 1053
Email: ttcosaka@thaitrade.jp
Director: Mr. Theeraphon Kowphattanakit

• Republic of Korea

Seoul

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy (Thailand Trade Office) #304-305, Namsan Lotte Castle Iris, 35 Sogong-Ro, Jung-Gu, Jung-Gu, Seoul 04632, South Korea
Tel: (+82 2) 795 2431, 795 4446
Fax: (+82 2) 795 2998
Email: thaitcseoul@hotmail.com, Info@thaitrade.kr
Director: Ms. Chananya Punnarugsa

OCEANIA

• Australia

Sydney

Address: Royal Thai Consulate General, Commercial Office Level 21 Suite 21.02, The Royal Exchange Building, 56 Pitt Street, Sydney, NSW 2000 AUSTRALIA
Tel: (+61 2) 9241 1075
Fax: (+61 2) 9251 5981
Email: thaitradesydney@gmail.com
Director: Ms. Wanassri Jotikabukkana

ASEAN

• Indonesia

Jakarta

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung Kav,
E3.3 No.3, Kawasan Mega kuningan Jakarta 12950,
INDONESIA
Tel: (+62-21) 2932 8217-18
Fax: (+62-21) 2932 8219
Email: enquiry@thaitrade.co.id /
thattradejkt@gmail.com
Director: Ms. Bhornbhat Punngok

• Myanmar

Yangon

Address: Thailand Trade Office (A) 86 (A) Shin Saw Pu Road,
San Chaung Union of Myanmar
Tel: (+95 1) 510 731
Fax: (+95 1) 510 731
Email: ditpthailand9@gmail.com
ditpyangon@gmail.com
Director: Mr. Thanawut Naigowit

• Malaysia

Kuala Lumpur

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy 206 Jalan Ampang 50450
Kuala Lumpur, MALAYSIA
Tel: (+60 3) 2142 4061, 2145 8545
Fax: (+60 3) 2148 9818
Email: enquiry@thaitrade.my
Director: Mr. Worawan Wanwil

• The Philippines

Manila

Address: Thailand Trade Office
(Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy)
107 Rada Street, Legaspi Village, Makati City 1229,
Metro Manila, PHILIPPINES
Tel: (+63 2) 8894 0403, 8894 0406
Fax: (+63 2) 8816 0698
Email: thaicommln@ymail.com,
thaicommln@pltdsl.net
Director: Ms. Janthana Chotimunee

• Singapore

Singapore

Address: OFFICE OF COMMERCIAL AFFAIRS

(Thai Trade Center, SINGAPORE)
370 Orchard Rd., Royal Thai Embassy
Singapore 238870
Tel: (+65) 6737 3060, 673 7769
Fax: (+65) 6732 2458
Email: enquiry@thaitrade.sg
Director: Ms. Supranee Kongkiatkamom

• Vietnam

Hanoi

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
No.905, 9th Floor, HCO Building, 44B Ly Thuong
Kiet Str. Hanoi, S.R.Vietnam
Tel: (+84 24) 3936 5226, 3936 5227
Fax: (+84 24) 3936 5228
Email: thaitchanoi@ditp.go.th
Director: Ms. Pannakarn Jiamsuchon

Ho Chi Minh City

Address: Royal Thai Consulate –
General in Ho Chi Minh City Commercial Office
Thai Trade Center – Ho Chi Minh City 8th Fl.,
Unit 4, Saigon Centre Building,
65 Le Loi Boulevard, District 1,
Ho Chi Minh City – S.R. Vietnam
Tel: (+84 828) 3914 1838, 3914 1865
Fax: (+84 828) 3914 1864
Email: ttc_hcmc@vnn.vn, ttchcmc.ditp@gmail.com
Director: Ms. Suparporn Sookmark

• Cambodia

Phnom Penh

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy 196, M.V. Preah Norodom
Boulevard, Sangkat Tonle Bassac,
Khan Chamkar Mon Phnom Penh, CAMBODIA
Tel: (+855) 23 726 304
Fax: (+855) 23 726 305
Email: thaicomphn@gmail.com
Director: Mr. Nirawat Rangseekanjana

• Lao PDR

Vientiane

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy 028 Ban Phonsay,
Kaysone Phomvihane Avenue Saysettha District,
Vientiane Capital, LAO P.D.R. P.O.Box 128
Tel: (+85 621) 413 704, 413 706
Fax: (+85 621) 412 089
Email: vtditp@hotmail.com,
vtditplaos@gmail.com
Director: Mr. Kawin Viriyapanich

THE NEXT NORMAL

จัดทำโดย: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

Published: Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce

พิมพ์ที่: สายธุรกิจโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทอมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

Printed: Printing & Packaging Division, Amarin Printing & Publishing Public Company Limited

www.amarin.com



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลลุมกรະ珂
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

Department of International Trade Promotion
563 Nonthaburi Road, Bang Kra Sor,
Maung Nonthaburi, Nonthaburi 11000
Thailand

www.ditp.go.th
DITP Call Center: 1169
Phone: 02507 7999
Fax: 02547 5657
Email: tiditp.go.th