

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

## 026

การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจ在不同ประเทศ  
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

การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่ม  
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

รายชื่อที่ปรึกษาทิตติมศักดิ์  
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 เป็นอีกปีของความท้าทายในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังคงอยู่ ซึ่งส่งผลกระทบเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ ทำให้รัฐบาลต้องเดินหน้าปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานในการให้บริการประชาชนโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง

ในด้านการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานตามนโยบายภายใต้ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ปี 2564 ที่ผมได้มอบหมายไว้เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทการค้าโลก ซึ่งมุ่งเน้น 4 เรื่องสำคัญ คือ 1) การเดินหน้านโยบาย “ตลาดนำการผลิต” เพื่อให้การส่งออกสอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก 2) การเร่งรัดนำรายได้เข้าประเทศโดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมภาคบริการมูลค่าสูง 3) การทำงานกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บูรณาการการทำงานร่วมกับภาคเอกชนในรูปแบบกลไกคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ (กรอ.พาณิชย์) เพื่อการแก้ไขปัญหอุปสรรคทางการค้าอย่างรวดเร็วและตรงประเด็น และ 4) การเชื่อมโยงการทำงานระหว่างทูตพาณิชย์ซึ่งทำหน้าที่เป็นเซลล์แมนประเทศ กับพาณิชย์จังหวัดซึ่งทำหน้าที่เป็นเซลล์แมนจังหวัด เพื่อส่งเสริมการต่อยอดสินค้าท้องถิ่นจากเศรษฐกิจฐานรากสู่ตลาดโลก

ภายใต้ทิศทางของกระทรวงพาณิชย์ แผนงาน “อาหารไทยอาหารโลก” เป็น 1 ใน 14 แผนงานสำคัญที่มีส่วนช่วยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก โดยมุ่งเน้นการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล อาหารมั่งมีสวัสดิ์ และอาหารแนวใหม่ (Future Food) ที่เป็นเทรนด์สำคัญของโลกอีกด้วย ทั้งยังมีแผนเร่งพัฒนาผู้ประกอบการให้มีองค์ความรู้ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีควบคู่ไปกับนวัตกรรมทางการตลาดใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการส่งออกในยุค New Normal ให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับภาคบริการ หรือ “Soft Power” โดยเฉพาะธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ และธุรกิจดูแลสุขภาพ การเจาะตลาดเมืองรอง

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 เพื่อขยายส่วนแบ่งตลาดของไทยในประเทศขนาดใหญ่ รวมถึงการปรับปรุงการให้บริการของกระทรวงพาณิชย์โดยนาระบบดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการเชิงรุก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบภารกิจของกระทรวงพาณิชย์ด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และมีเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศตั้งอยู่ในทุกภูมิภาคของโลก มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการส่งออกซึ่งเป็นเครื่องยนต์หลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นเครื่องยนต์ตัวเดียวที่ยังสามารถทำงานได้ท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 โดยกรมฯ ได้ดำเนินการปรับกลยุทธ์และกระบวนการทำงาน ทั้งการพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนาสินค้าและบริการ และการเสริมสร้างช่องทางการตลาด เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ โดยเน้นการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะเดิม (Upskill) การสร้างทักษะใหม่ (Reskill) และการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อประยุกต์ใช้กับการทำงาน (New Skill) ให้กับผู้ประกอบการทุกระดับและในทุกภูมิภาคของประเทศ

นอกจากนี้ การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์เทรนด์สำคัญของโลก อาทิ กระแสรักษ์โลก ภาวะสังคมผู้สูงอายุ รวมถึงพฤติกรรมการทำงานที่บ้านและความใส่ใจในสุขภาพ ได้กลายเป็นตัวแปรสำคัญทำให้การเดินทางนำเทคโนโลยีออนไลน์มาใช้ในการตลาด และการส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ได้เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs เข้าถึงผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศได้โดยตรง

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้มุ่งมั่น พยายามในการปฏิบัติราชการ เพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน ถึงแม้ว่าสถานการณ์โควิด-19 จะคงความไม่แน่นอน แต่ในปี 2564 มูลค่าการส่งออกของไทยยังสามารถขยายตัวสูงด้วยตัวเลข 2 หลักได้นั้น ชี้ให้เห็นว่า ท่ามกลางวิกฤตยังมีโอกาส ซึ่งการบริหารการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ทำให้สามารถลดผลกระทบที่เกิดขึ้นเกิดการปรับตัว พร้อมทั้งสร้างศักยภาพใหม่ ๆ ได้ สุดท้ายนี้ ผมขออวยพรและส่งกำลังใจให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเดินทางพัฒนาการให้บริการ ที่สอดคล้องกับยุคสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับในทุกภูมิภาคของประเทศต่อไป



(นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฐ์)  
รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

“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 in 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.



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





## MESSAGE FROM DEPUTY MINISTER OF COMMERCE

### สารจากรัฐมนตรีช่วยว่าการ กระทรวงพาณิชย์

ในปี 2564 เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นความท้าทายครั้งใหญ่ที่ทุกประเทศทั่วโลกต้องเผชิญร่วมกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักในการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการขับเคลื่อนการส่งออก จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการเพื่อไม่ให้อุปสงค์การส่งออกดังกล่าวสร้างอุปสรรคต่อการส่งออก ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงเดินหน้าต่อไปได้

ภาคการส่งออกถือเป็นเครื่องจักรที่สำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในปี นี้ เนื่องจากเครื่องยนต์อื่น ๆ ไม่สามารถทำหน้าที่ได้ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่สร้างข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ โดยตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้เร่งดำเนินการในเชิงรุก ตามนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมถึงเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยและฐานรากในท้องถิ่นต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็งเพื่อสามารถยืนหยัดท่ามกลางวิกฤติ รวมถึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการของกรมฯ ให้อยู่ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ใดยังสามารถเข้าถึงความรู้และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนมีทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรม การสร้างแบรนด์ และการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นการยกระดับสินค้าในท้องถิ่นไทยสู่สากล ได้เป็นอย่างดี 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 รวมถึงยังได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ การขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thaitrade.com และการสร้าง พันธมิตรกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงในหลายประเทศ เพื่อเป็นการ เพิ่มช่องทางการขายสินค้าไทยให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ภาคการส่งออกไทย ยังคงเดินหน้าต่อไปได้ท่ามกลางวิกฤติในครั้งนี้

จากการได้มีโอกาสร่วมงานกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผมขอชื่นชมและเป็นกำลังใจให้กับผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ในการทำงานด้วยความเสียสละ อดทน และมุ่งมั่นเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประเทศ ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทย ขอให้ประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพพลานามัยและกำลังใจที่เข้มแข็ง ประกอบกิจการ น้อยใหญ่ได้สัมฤทธิ์ผล สมปรารถนาทุกประการ พร้อมทั้งจะเป็นกำลังใจสำคัญ เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของประเทศชาติสืบไป



(นายสินิตย์ เลิศไกร)  
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

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.



(Mr. Sinit Lertkrai)  
Deputy Minister of Commerce





## MESSAGE FROM PERMANENT SECRETARY, MINISTRY OF COMMERCE

### สารจากปลัดกระทรวงพาณิชย์

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงกว่า 2 ปีที่ผ่านมา นับเป็นเหตุการณ์ครั้งประวัติศาสตร์ของโลกที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างยิ่งใหญ่ในทุกมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนทั่วโลก ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์และพฤติกรรมของผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจและการค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ได้พัฒนาเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด ธุรกิจต่าง ๆ หันมาพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแพร่หลายและจริงจัง เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้ เช่นเดียวกับกระทรวงพาณิชย์ซึ่งได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนองค์กรสู่องค์กรดิจิทัลอย่างต่อเนื่องเป็นพาณิชย์ทันสมัย ตามนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เพื่อสามารถให้บริการแก่ผู้ประกอบการและประชาชนได้อย่างราบรื่น

ในส่วนของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย ได้มีการปรับตัวในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้งานในทุกภารกิจของกรมฯ รวมถึงได้มีการทำงานร่วมกันระหว่างทูตพาณิชย์ทั่วโลกกับพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการส่งออกจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งผมขอชื่นชมการประสานงานระหว่างเซลล์แมนประเทศและเซลล์แมนจังหวัดที่เข้มแข็ง และเกิดผลเป็นรูปธรรมชัดเจนในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs และเศรษฐกิจฐานรากของไทยให้สามารถอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้ ภายใต้ข้อจำกัดของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ยังได้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ ที่ตอบโจทย์เมกะเทรนด์ของโลก โดยเฉพาะเมกะเทรนด์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาผู้ประกอบการและเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยแนวคิด BCG และส่งเสริมช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงสู่ตลาดโลก อันเป็นการเตรียมความพร้อมและสนับสนุนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ 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 ผมขอขอบคุณบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ทุ่มเทร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อก้าวสู่ความเป็นองค์กรชั้นนำ เป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

สุดท้ายนี้ ผมขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ได้โปรดดลบันดาลประทานพรให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทย ประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง มีแรงใจที่แข็งแกร่ง เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์คุณประโยชน์ นำพาเศรษฐกิจไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป



(นายบุญยฤทธิ์ กัลยาณมิตร)  
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

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.



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





## MESSAGE FROM DIRECTOR-GENERAL, DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

### สารจากอธิบดี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ตลอดระยะเวลา 70 ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งมั่นขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศของไทยอย่างต่อเนื่อง ผ่านภารกิจหลัก 4 ด้านที่ครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทยด้วยแบรนด์ การออกแบบ และนวัตกรรม การขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย ตลอดจนการยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และภาคการค้าระหว่างประเทศของไทยให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ท่ามกลางประเด็นท้าทายต่าง ๆ จากความเปลี่ยนแปลงของบริบทเศรษฐกิจการค้าโลก

ปี 2564 ถือเป็นอีกหนึ่งปีที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคงต้องปรับตัวในการทำงานเพื่อขับเคลื่อนการส่งออกของประเทศให้ก้าวเดินต่อไป ท่ามกลางสถานการณ์การดำเนินไปของโรคโควิด-19 ที่มีการกลายพันธุ์ และยังคงมีการระบาดระลอกใหม่ ๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยกรมฯ ยังคงเดินหน้ากลยุทธ์ “ตั้งรับ ปรับตัว หาโอกาส” และใช้ยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเชิงรุก ตามแนวนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยเน้นการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของยกระดับองค์กรสู่องค์กรดิจิทัลด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้งานภายในองค์กร การให้บริการแก่ผู้ประกอบการและประชาชน และการผลักดันผู้ประกอบการในทุกระดับให้เร่งพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะการดำเนินธุรกิจทางออนไลน์ เพื่อปรับตัวเข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และพัฒนาช่องทางตลาดใหม่ ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงสู่ตลาดโลกเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถฝ่าวิกฤติและคว้าโอกาสในยุค New Normal รวมถึงสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้ในทันทีที่สถานการณ์ต่าง ๆ คลี่คลาย

ตลอดปี 2564 กรมฯ เน้นการทำงานเชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก และดำเนินกิจกรรมการตลาดรูปแบบใหม่ ๆ ต่อเนื่องจากปี 2563 ซึ่งทำให้กรมฯ ยังสามารถดำเนินการกิจทั้ง 4 ด้านดังกล่าวได้ภายใต้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางและการขนส่งสินค้าทั้งในและระหว่างประเทศ โดยเดินทางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยในรูปแบบเสมือนจริง และในรูปแบบผสมผสาน (ไฮบริด) ตามความเหมาะสมของสถานการณ์การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศและการจัดงานแสดงสินค้าไทย (TOP Thai Brands) ในต่างประเทศในรูปแบบ Mirror-Mirror ที่ผู้ประกอบการไม่ต้องเดินทางไปร่วมออกบูธ 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”

การค้าผ่านช่องทางออนไลน์และส่งสินค้าตัวอย่างไปจัดแสดงเพื่อให้คู่เจรจาในต่างประเทศสามารถสัมผัสสินค้าในระหว่างเจรจาได้ การจัดเจรจาจับคู่ธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ ในทุกสินค้าที่มีความต้องการในตลาดต่างประเทศ โดยมีทูตพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นเซลล์แมนประเทศในการประสานเชื่อมโยงผู้นำเข้าในต่างประเทศให้กับผู้ส่งออกไทยในทุกภูมิภาค รวมถึงการจัดตั้งร้านขายสินค้าไทยบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำของต่างประเทศเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคในต่างประเทศโดยตรง

นอกจากนี้กรมฯ ได้ดำเนินการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ผู้ประกอบการผ่านทางออนไลน์ รวมถึงพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร E-Learning ของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกระดับ รวมถึงเกษตรกร วิชาหกิจชุมชนทั่วทุกภูมิภาคสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอดจนจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาด้านการตลาดเชิงลึกโดยทูตพาณิชย์ (Export Clinic) เพื่อยกระดับความพร้อมในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งได้ดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าด้วยแนวคิด BCG และพัฒนาช่องทางการตลาดให้สินค้ากลุ่มดังกล่าว รวมถึงได้ริเริ่มโครงการ “เศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่” และยกระดับขึ้นเป็นโครงการระดับกระทรวงพาณิชย์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยปรับตัวสู่การเป็นผู้ประกอบการ BCG ซึ่งได้มีการต่อยอดผู้ประกอบการที่ผ่านการพัฒนาโดยหน่วยงานต่าง ๆ ภายในกระทรวงพาณิชย์ด้วย และใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้า BCG ไทยเข้าสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ กรมฯ ได้ยกระดับการให้บริการของกรมฯ ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน DITP ONE ที่รวมบริการออนไลน์ต่าง ๆ ของกรมฯ ไว้ในแอปเดียว และพัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อแสวงหาโอกาสและประเมินความเสี่ยงทางการค้าระหว่างประเทศ

รายงานประจำปี 2564 ฉบับนี้ ถือเป็นรายงานที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจและปณิธานที่ตั้งมั่นของเหล่าข้าราชการและบุคลากรกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ได้ร่วมเป็นหนึ่งในฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เกิดผลอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมอย่างเต็มกำลังความสามารถ ท่ามกลางความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์โรคโควิด-19

ในโอกาสนี้ กระผมขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดีตลอดมา รวมทั้งข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้ทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถจนเกิดผลเป็นที่ประจักษ์ พร้อมทั้งขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากลโลก โปรดดลบันดาลให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน หน่วยงานและองค์กรพันธมิตรจากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทยทุกท่าน ประสบแต่ความสุข ความเจริญ สมปรารถนาทุกประการ มีสุขภาพร่างกายและกำลังใจที่เข้มแข็ง พร้อมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของไทยได้อย่างมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป



(นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์)  
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

กรมเศรษฐกิจสัมพันธ์

Department of  
Economic Relations

2515/1972

กรมพาณิชย์สัมพันธ์

Department of  
Commercial Relations

2537/1994

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

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570  
Thailand's trade competitiveness becoming one of the Asia's top 5 in 2027



## MISSION

### พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
  2. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
  3. ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
  4. ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง
1. Enhancing the competitiveness of Thai entrepreneurs in the global context
  2. Promoting sustainable value creation for Thai products and services delivered internationally
  3. Developing and expanding overseas market access for Thai products and services
  4. 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

### ค่านิยมองค์กร



### DEDICATED

มุ่งมั่น ขยัน อดทน  
Enthusiastic,  
Diligent and  
Endurable



### RESPONSIVE

ผลลัพธ์ฉับไว  
Prompt Results



### INTEGRITY

ธำรงไว้ซึ่งคุณธรรม  
Uphold Virtues



### VALUE CREATION

สร้างสรรค์สิ่งใหม่  
Innovative



### EXCELLENT

เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ  
Bringing Thai Trade  
towards Excellence

# THINK DITP



## UNDERTAKINGS

### แนวทางการดำเนินงาน

มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย พัฒนาสินค้าและธุรกิจบริการศักยภาพ สานต่อนโยบายเกษตรผลิต-พาณิชย์ตลาด มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก ตลอดจนอุตสาหกรรมเป้าหมายแห่งอนาคต (New S-Curve) รวมถึงแผนพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจและอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการส่งออก (New business development) โดยการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/บริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด มุ่งเน้นการนำแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบใหม่ ตามแนวคิด BCG economy model เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าและตรงกับความต้องการของตลาดและขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ 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



สำนักส่งเสริมการค้า  
สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม  
Office of Agricultural  
and Industrial  
Trade Promotion



สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ  
การค้ายุคใหม่  
New Economy Academy



สำนักส่งเสริมการค้า  
สินค้าไลฟ์สไตล์  
Office of Lifestyle  
Trade Promotion



สำนักประชาสัมพันธ์  
และสื่อสารองค์กร  
Office of Public  
Relations and Corporate  
Communication



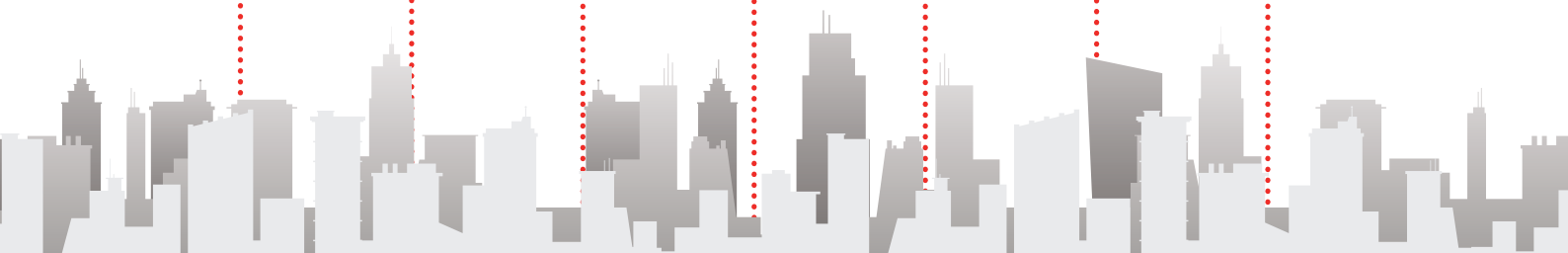
สำนักพัฒนาตลาด  
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2  
Office of Overseas  
Market Development 2



สำนักพัฒนา  
และส่งเสริมธุรกิจบริการ  
Office of Service  
Trade Promotion



สำนักส่งเสริมนวัตกรรม  
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า  
Office of Innovation  
and Value Creation





# DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



**สบก.**

สำนักบริหารกลาง  
Office of General  
Administration



**สยค.**

สำนักยุทธศาสตร์  
การค้าระหว่างประเทศ  
Bureau of International  
Trade Promotion Strategy



**สปต.1**

สำนักพัฒนาตลาด  
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1  
Office of Overseas  
Market Development 1



**สสบ.**

สำนักสารสนเทศ  
และการบริการการค้า  
ระหว่างประเทศ  
Office of Information  
Technology and Service  
Development



**สตพ.**

สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล  
Office of Digital  
Commerce Market



**กสต.**

กลุ่มตรวจสอบภายใน  
Internal Audit Unit



**สคต.**

สำนักงานส่งเสริมการค้า  
ในต่างประเทศ  
Office of International  
Trade Promotion  
(Overseas Office)





## EXECUTIVES

คณะผู้บริหาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

## EXECUTIVES

### คณะผู้บริหารระดับสูง



นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์  
อธิบดี

**Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit**  
Director-General



นายันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์  
รองอธิบดี

**Mr. Nantapong Chiralerspong**  
Deputy Director-General



นายเอกฉัตร ศีตวรรัตน์  
รองอธิบดี

**Mr. Ekachat Seetavorarat**  
Deputy Director-General



นางอารดา เพื่องทอง  
รองอธิบดี

**Mrs. Arada Fuangtong**  
Deputy Director-General

## ASSISTANT DIRECTOR-GENERAL

### นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ



นายพิสิทธิ์ กิจวิริยะ  
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**Mr. Pisit Kijviriya**  
Assistant Director-General



หม่อมหลวงคทาทอง ทองใหญ่  
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**M.L. Kathathong Thongyai**  
Assistant Director-General



นางพรพิมล เพชรกุล  
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**Mrs. Ponpimon Petcharakul**  
Assistant Director-General



นางสมรรัตน์ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา  
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**Mrs. Samornrat Snidvongs Na Ayudhya**  
Assistant Director-General



นางสาวฐาปนี ภาณุโสภณ  
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**Miss Tapanee Pharnusopon**  
Assistant Director-General



นายฉัพพล โรจนเสน  
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**Mr. Chappon Rochanasena**  
Assistant Director-General



นางสาวกานดา อนันตกุล  
รักษาราชการในตำแหน่งนักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

**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



นางนิศานุสบี วีระบุตร  
ผู้อำนวยการ  
สำนักส่งเสริมการค้า  
สินค้าไลฟ์สไตล์

**Mrs. Nisabudh Virabutr**  
Director  
Office Lifestyle Trade Promotion



นางสาวประจงพร ตันมณี  
ผู้อำนวยการ  
สำนักประชาสัมพันธ์  
และสื่อสารองค์กร

**Miss Prajongporn Tanmanee**  
Director  
Office of Public Relations and  
Corporate Communication



นายจिरกานต์ เพชรชาติ  
ผู้อำนวยการ  
สำนักพัฒนาตลาดและ  
ธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2

**Mr. Jirakarn Bejrati**  
Director  
Office of Overseas Market  
Development 2



นางปริยากร คังขวณิช  
ผู้อำนวยการ  
สำนักพัฒนาและส่งเสริม  
ธุรกิจบริการ

**Mrs. Preeyakorn Sankhavanija**  
Director  
Office of Service  
Trade Promotion



นางสาวประอรนุช ประนุช  
ผู้อำนวยการ  
สำนักส่งเสริมนวัตกรรม  
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

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



นางสาวอรไท เล็กสกุลชัย  
ผู้อำนวยการ  
สำนักบริหารกลาง

**Miss Orathai Leksakulchai**  
Director  
Office of General  
Administration



นายพรวิษ ศิลาอ่อน  
ผู้อำนวยการ  
สำนักยุทธศาสตร์การค้า  
ระหว่างประเทศ

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



นางสาวสุภาวดี 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 ปัญจมานนท์  
ผู้อำนวยการ  
สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

**Mr. Chanthapat Panjamanond**  
Director  
Office of Digital Commerce  
Market



นางสาวอัญชลี มีผดุง  
รักษาราชการแทน  
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  
ตามภารกิจยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ  
หลังวิกฤติโควิด-19 และการปรับสู่วิถี Next Normal



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการไทย  
ดำเนินการค้าระหว่างประเทศทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์  
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 แสดงให้เห็นพฤติกรรมและทัศนคติในการดำรงชีวิตใหม่ โดยเฉพาะการเปิดรับเทคโนโลยี บริการดิจิทัลใหม่ ๆ รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อตอบสนองเรื่องความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นำไปสู่การใช้ชีวิตแบบ Next Normal ที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคต ได้แก่ รูปแบบเศรษฐกิจที่เรียกว่า stay-at-home economy โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยดำเนินการค้าระหว่างประเทศทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

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 การทำธุรกิจระหว่างประเทศ

ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ยังคงยืดเยื้อเป็นระยะเวลากว่า 2 ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคงมุ่งมั่นปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจากแบบออฟไลน์สู่ออนไลน์ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยยังคงรักษาโอกาสการส่งออกสินค้าและบริการในยุคชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ตลอดจนเตรียมพร้อมรับมือกับการดำเนินธุรกิจในยุคชีวิตวิถีใหม่ลำดับถัดไป หรือ The Next New Normal ภายหลังการคลี่คลายของโควิด-19 โดยในปีงบประมาณ 2564 กรมฯ ได้ดำเนินโครงการและกิจกรรมเพื่อขยายการส่งออกเชิงรุกในตลาดสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลก 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 งานแสดงสินค้าไทยออนไลน์รูปแบบดูหาเสมือนจริงผ่านช่องทางออนไลน์ <https://topthaibrands.eventx.link> ควบคู่กับการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเถาเป่า “ร้าน ThaiOne Love (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 มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 41 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยม 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

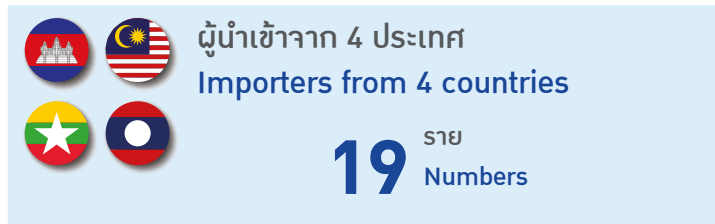
42.552

ล้านวิว  
Million Views



**1.2 ภูมิภาคอาเซียน** โครงการเซลส์แมนจังหวัด เชื่อมเซลส์แมนประเทศจากตลาดประเทศเพื่อนบ้าน 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 อาหารทะเลแปรรูป ขนมขบเคี้ยว ข้าวกล้องอินทรีย์ 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.



## สร้าง เซลส์แมนประเทศ เซลส์แมนจังหวัด

ปรับบทบาททูตพาณิชย์เป็นเซลส์แมนประเทศ  
พาณิชย์จังหวัดเป็นเซลส์แมนจังหวัด  
เพื่อขยายการค้าไทย ส่งเสริมการขายสินค้า ผลิตภัณฑ์  
การส่งออก และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า  
ทำหน้าที่เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนสินค้า



ครั้งแรก  
ในประวัติศาสตร์  
“**ทีมเซลส์แมน**”

- เซลส์แมนประเทศ จังหวัด เซลส์แมนจังหวัด นำสินค้าท้องถิ่น โดเมนเดอร์ จับคู่จากรายการค้ากว่า **213** คู่ ส่งมอบสินค้าแล้ว **77** คู่
- สินค้าหลากหลายจากทุกภูมิภาคทั่วไทย อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวหอมเบอร์รี่ ทุเรียน มะม่วง สับโอ กุ้งอบแห้ง ซอสปรุงรส น้ำปลา กะทิ น้ำปลาร้า พริกไทย เครื่องประดับ





## 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.



ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม  
Thai entrepreneurs attended  
**38** ราย  
Numbers

(กลุ่มสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องใช้ภายในบ้าน เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

(From fashion and lifestyle, food and beverage, household products, make-up and health products)



เกิดการเจรจาการค้า  
Business matching yielded  
**67** คู่  
Matches



มูลค่าสั่งซื้อทันที  
Immediate transactions amounting to  
**7.96** ล้านบาท  
Million Baht



มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี  
Amount of one-year forecast  
transactions amounted to  
**64.78** ล้านบาท  
Million Baht

นอกจากนี้ยังจัดแสดงคูหาสินค้าและจำหน่ายปลีก 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

ในอินเดียตะวันตก ระหว่างวันที่ 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.



เกิดการเจรจาการค้า  
Business matching yielded  
**399** คู่  
Matches



มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี  
Amount of one-year forecast  
transactions amounted to  
**733.33** ล้านบาท  
Million Baht



สินค้าที่ได้รับความนิยม  
The most popular products

ขนมขบเคี้ยว เครื่องแกง อาหารพร้อมรับประทาน เส้นก๋วยเตี๋ยว น้ำหวานรสผลไม้ ผสมเจลลี่ ผลไม้อบกรอบ อาหารมังสวิรัต ครีมทาแก้มขูด สบู่/ครีม/น้ำมันอาบน้ำ น้ำหอม และโลชั่น รองเท้าแตะ ชุดชั้นใน ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เป็นต้น

Snacks, curry pastes, ready-made food, noodles, jelly fruit drinks, crispy dried fruit, vegetarian food, mosquito repellants, shower soap/gel/oil, perfume and lotion, sandals, underwear, children's product, etc.

## 1.3.3 Thai-India Trade Connect 2021

ระหว่างวันที่ 18-20 สิงหาคม 2564 กิจกรรมเจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) ระหว่างผู้ประกอบการไทย 42 ราย และผู้นำเข้าอินเดีย 34 ราย



42 Thai entrepreneurs and 34 Indian importers engaged in the Online Business Matching (OBM) Talk during 18-20 August 2021.



เกิดการเจรจาการค้า  
Business matching yielded  
**150** คู่  
Matches



มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี  
Amount of one-year forecast  
transactions amounted to  
**10.31** ล้านบาท  
Million Baht



สินค้าที่ได้รับความนิยม  
The most popular products

ขนมขบเคี้ยว ผลไม้อบแห้ง ทุเรียน ซอสปรุงรส สบู่ โฟมล้างหน้าชนิดผง และน้ำมันนวดผสมไพล เป็นต้น

Snacks, dried fruit, durian, seasoning sauces, soap, powder facewash, and massage oil with Plai (Zingiber cassumunar), etc.

ปรับการดำเนินงานให้สอดคล้อง  
กับภาวะวิกฤติของการแพร่ระบาดของ  
เชื้อโควิด-19 ซึ่งไม่สามารถ  
จัดกิจกรรมคณะผู้แทนการค้าได้

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](http://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 กับกลุ่มประเทศในภูมิภาคอเมริกาและยุโรป 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.



(2) จัด OBM เจาะกลุ่มภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกา และละตินอเมริกา เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2564

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

จับคู่เจรจาการค้า  
Business Matching**123** คู่ / Matches

(กลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องจักรกลการเกษตร เครื่องมือแพทย์ และสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์)

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



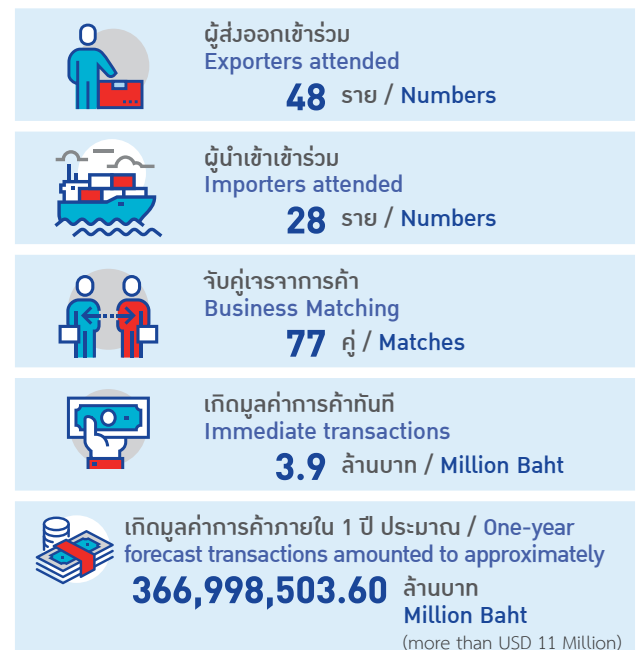
## เกิดมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ประมาณ

One-year forecast transactions amounted to approximately

**52** ล้านบาท / Million Baht

(3) จัด OBM ระหว่างวันที่ 7-8 กันยายน 2564 ทั้ง 6 ภูมิภาค ได้แก่ อเมริกา ละตินอเมริกา ตะวันออกกลาง แอฟริกา ยุโรปและ CIS เป็นกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม 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.



1.4.4 การจัดสัมมนาออนไลน์ “เปิดโอกาสตลาดใหม่ และสร้างความมั่นใจตลาดเดิม” ระหว่างวันที่ 17-19 สิงหาคม 2564 เป็นการนำเสนอข้อมูลจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด และ ผอ. 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. การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด

การจัดทำโครงการส่งเสริมการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน มุ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ส่งออกไทยและแพลตฟอร์ม e-Commerce ชื่อนำในประเทศเป้าหมาย และส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดยแบ่งกิจกรรมออกเป็น 4 กิจกรรม ในปีงบประมาณ 2564 ดังนี้

**2.1 กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจการค้าออนไลน์ ช่องทางใหม่**  
ในการพบปะเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้นำเข้าคุณภาพ ที่ผ่านการคัดกรองจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ และผลักดันกลุ่มสินค้าเป้าหมายตามนโยบาย โดยกรมฯ 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** เป็นร้านค้าออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศบนแพลตฟอร์ม e-Commerce ชั้นนำในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำ 6 แพลตฟอร์มใน 5 ประเทศ ได้แก่



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

**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

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



**DITP**  
Department of International Trade Promotion  
Ministry of Commerce, THAILAND

**TOPTHAI**  
BY THAITRADE.COM

OUR PARTNERS: amazon, TMALL, 天猫国际, blibli.com, K, bigbasket

**2.3 โครงการ Online In-Store Promotion** เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายและสร้างการรับรู้สินค้าไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ e-Commerce ชั้นนำของห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต e-Marketplace ในตลาดเป้าหมาย โดยการทำแคมเปญสินค้าระยะสั้น ร่วมกับการใช้ Key Opinion Leaders / Influencer ร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีของสินค้าไทยผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ความรู้และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทยในตลาดเป้าหมาย ดำเนินการส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในประเทศเป้าหมาย ได้แก่

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

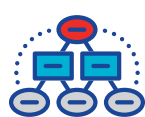
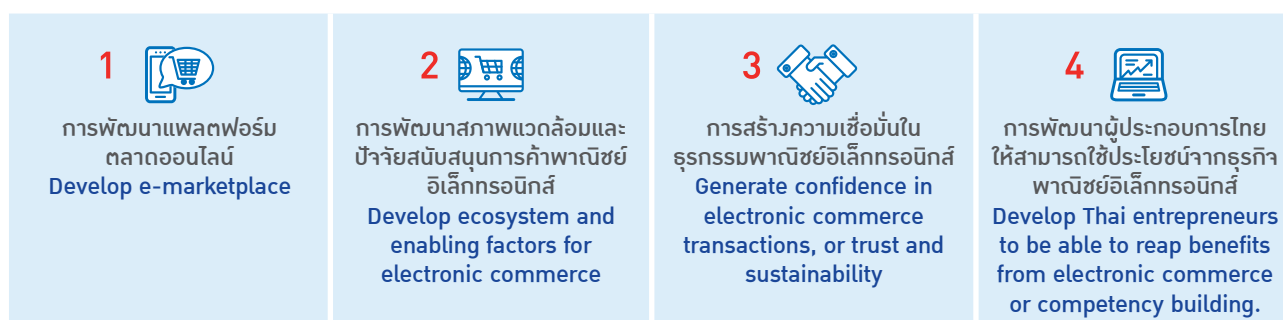
**2.3 Online In-Store Promotion** was a marketing activity to promote sales and awareness of Thai products on leading e-commerce platforms of malls, supermarkets and e-marketplace in targeted markets. Short-term campaigns were carried out in conjunction with the use of Key Opinion Leaders/Influencers 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 ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแผนฯ ดังกล่าว  
 ในวันที่ 30 สิงหาคม 2564 โดยเป้าหมายหลัก คือ มูลค่าพาณิชย์  
 อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 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 งานแสดงสินค้าอาหารเสมือนจริง THAIFEX - Virtual Trade  
 Show (THAIFEX-VTS)** ผ่านแพลตฟอร์ม [www.thaifex-vts.com](http://www.thaifex-vts.com)  
 ระหว่างวันที่ 29 กันยายน - 3 ตุลาคม 2564 สามารถสร้างโอกาสทางการค้า  
 ให้กับผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มของไทยในช่วงที่ได้รับ  
 ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 โดยมีมูลค่าการซื้อขายสูงถึง  
 2,362 ล้านบาท โดย THAIFEX - VTS มุ่งเน้นการขยายโอกาสให้  
 ผู้ประกอบการไทยได้แสดงสินค้าให้ผู้ซื้อจากทั่วโลกเข้าชมตลอด  
 24 ชั่วโมง ผ่าน [www.thaifex-vts.com](http://www.thaifex-vts.com) ที่ให้ความรู้สึกเสมือนได้เดินชม  
 งานจริง สามารถดูรายละเอียดสินค้าได้แบบ 360 องศา และเจรจา  
 ธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยผ่าน VDO Call ในช่วงวันจัดงาน รวมถึง  
 พูดคุยผ่าน Chat และการ Call บนแพลตฟอร์ม ตลอด 24 ชั่วโมง

**1.1 THAIFEX - Virtual Trade Show (THAIFEX-VTS)** was held  
 on [www.thaifex-vts.com](http://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

### การจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ The Virtual-Online Business Matching (V-OBM)



**620** คู่  
Matches

### เจรจาสำเร็จ / Matches successes



**334** คู่  
Matches

ภูมิภาคอเมริกา  
America region 31 คู่  
Matches successful

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



ภูมิภาคเอเชีย  
Asia region 224 คู่  
Matches successful

### มูลค่าการสั่งซื้อรวม The total amount of purchase value stood at



**2,362** ล้านบาท  
Million Baht

มูลค่าการสั่งซื้อทันที 108 ล้านบาท  
Transactions amounted to Million Baht

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



### กลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมในการจับคู่เจรจาธุรกิจ

#### Products that were of high interest in the business matching event

อาหารสำเร็จรูป 158 คู่ ขนมและของขบเคี้ยว 103 คู่ ผักและผลไม้ 83 คู่ เครื่องดื่ม 71 คู่ อาหารแช่แข็ง 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 กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์** กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์สำหรับสินค้าผลไม้สดและแปรรูป เป็นส่วนหนึ่งของ 16 แผนงานด้านการส่งเสริมสินค้าเกษตรคุณภาพภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” โดยใช้ยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ประกอบด้วย ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 24-25 มีนาคม 2564 เพื่อรองรับฤดูกาลผลไม้จากภาคตะวันออก และครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 22-23 กรกฎาคม 2564 รองรับฤดูกาลผลไม้ภาคใต้และภาคเหนือ และจัดพิธีประกาศความตกลงซื้อขายผลไม้ (Memorandum of Purchasing: MOP) มูลค่าการซื้อขายรวมกว่า 41.92 ล้านบาท



**1.3 การดำเนินโครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรไปยังตลาดต่างประเทศ** ระหว่างวันที่ 28 เมษายน 2564 มีผู้ส่งออกไทย 4 บริษัท (สินค้ากระเทียมดำ ขอสปรุงรอาหาร น้ำมันรำข้าว ไอศกรีมโมจิ) และผู้ซื้อ/ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย ซูเปอร์มาร์เก็ตแพลตฟอร์มออนไลน์ B2B B2C และผู้บริโภค 350 ราย จาก 20 ประเทศทั่วโลกเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าเป้าหมาย จากกัมพูชา สปป.ลาว เวียดนาม มาเลเซีย ญี่ปุ่น อิตาลี สหราชอาณาจักร เม็กซิโก อาร์เจนตินา และสิงคโปร์ มีมูลค่าซื้อขายทันที 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.



**WORLD INTERNATIONAL DIRECT EXPORT**

**28 April 2021**

Platform : ZOOM

QR Code:

**COMPANY LIST**

Region	Time	Time	Time	Time
Europe (London)	10.00 A.M.	10.41 A.M.	11.21 P.M.	12.01 P.M.
Middle East (Dubai)	01.00 P.M.	01.41 P.M.	02.21 P.M.	03.01 P.M.
Africa (Cape Town)	11.00 A.M.	11.41 A.M.	12.21 P.M.	01.01 P.M.
Australia (Sydney)	07.00 P.M.	07.41 P.M.	08.21 P.M.	09.01 P.M.
Asia (Shanghai)	05.00 P.M.	05.41 P.M.	06.21 P.M.	07.01 P.M.
Asia (Tokyo)	06.00 P.M.	06.41 P.M.	07.21 P.M.	08.01 P.M.
(N) America (Los Angeles)	07.00 A.M.	07.41 A.M.	08.21 A.M.	09.01 A.M.
(N) America (New York, Toronto)	10.00 A.M.	10.41 A.M.	11.21 A.M.	12.01 P.M.
(S) America (Mexico)	09.00 A.M.	10.21 A.M.	11.01 A.M.	11.01 A.M.
(S) America (Sao Paulo)	11.00 A.M.	11.41 A.M.	12.21 P.M.	01.01 P.M.

**PRODUCTS:**

- PREMIXES AND SAUCES** by PENTA IMPEX CO., LTD. [www.pentaimpex.com](http://www.pentaimpex.com)
- BLACK GARLIC** by NORNOMIA PRODUCE CO., LTD. [www.b-garlic.com](http://www.b-garlic.com)
- RICE BRAN OIL** by SUN KONGHONG EXPORT/IMPORT CO., LTD. [www.skgrease.com](http://www.skgrease.com)
- MOCHI ICE CREAM** by C SQUARE FOOD AND CONFECTIONERY CO., LTD. [www.banmocheicecream.com](http://www.banmocheicecream.com)

Food and Agricultural Product International Trade Promotion Project



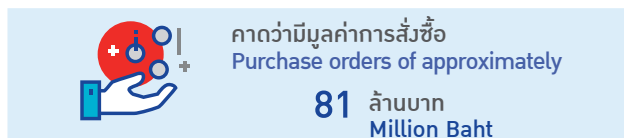
#### 1.4 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ รูปแบบ Mirror - Mirror

##### 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 สินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษ ได้แก่ ผลไม้สด ผลิตภัณฑ์อาหารมังสวิรัต 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.



1.5 การส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปสู่ตลาดโลก ผ่านการอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Training & Workshop) และการให้คำปรึกษาในเชิงลึก (Coaching) โดยได้พัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป จำนวน 7 ราย (จากผู้สมัครทั้งสิ้น 52 ราย) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้มีความพร้อมในการขยายธุรกิจสู่การค้าระหว่างประเทศ เกิดแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ต่อยอดแนวคิดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาอาหารไทยสู่อุตสาหกรรมอาหารที่สามารถส่งออกและยังคงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของความเป็นไทย รวมถึงได้แผนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปสู่ตลาดโลก ซึ่งผู้ประกอบการจะได้นำไปใช้เป็น Roadmap ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพและสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการสินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปด้านการตลาดต่างประเทศ และสามารถขยายมูลค่าการค้าระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน



(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 สำหรับสินค้าไทย ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เครื่องดื่มใส่บัก ผลไม้แปรรูป ข้าวเหนียวมะม่วง พริกขี้หนูสด ซอสพริก เครื่องปรุงรส เช่น ซอสผัดไทย หนัปลาปรุงรส และยังได้รับแจ้งจากผู้นำเข้า ซึ่งมีความสนใจในสินค้าอื่น ๆ เช่น 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.




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

 การจับคู่เจรจาธุรกิจสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร  
ในงาน ThaiTAM  
Business Matching Session for Agricultural  
Machineries at Thailand Tractor &  
Agri-Machinery Show (ThaiTAM)


 คู่เจรจาธุรกิจ / Business Negotiation Matches

**169** คู่ / Matches


ผู้นำเข้า / Importers	41 ราย / Numbers
10 ประเทศ / Countries	
ผู้ส่งออก / Exporters	41 ราย / Numbers

 มูลค่าสัมชัญกันที่  
Yielded immediate transactions at the value


**4.5** ล้านบาท / Million Baht


 คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions  
amounted to approximately

**350** ล้านบาท / Million Baht

 รวมมูลค่าสัมชัญกันภายในงาน  
The total value of transactions  
during the event


**354.5** ล้านบาท / Million Baht

 โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจสินค้าเครื่องปรับอากาศ  
เครื่องทำความเย็น เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์  
Business Matching Session for  
air-conditioners, freezers,  
and electronic appliances


 คู่เจรจาธุรกิจ / Business Negotiation Matches

**119** คู่ / Matches


ผู้นำเข้า / Importers	26 ราย / Numbers
17 ประเทศ / Countries	
ผู้ส่งออก / Exporters	35 ราย / Numbers

 มูลค่าสัมชัญกันที่  
Yielded immediate transactions at the value


**0.16** ล้านบาท / Million Baht


 คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions  
amounted to approximately

**78.4** ล้านบาท / Million Baht

 รวมมูลค่าสัมชัญกันภายในงาน  
The total value of transactions  
during the event


**78.56** ล้านบาท / Million Baht

 โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์  
อะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง  
Business Matching Session for auto parts,  
spare parts, and automotive  
accessories accessories


 คู่เจรจาธุรกิจ / Business Negotiation Matches

**121** คู่ / Matches


ผู้นำเข้า / Importers	38 ราย / Numbers
20 ประเทศ / Countries	
ผู้ส่งออก / Exporters	45 ราย / Numbers

 มูลค่าสัมชัญกันที่  
Yielded immediate transactions at the value


**11.04** ล้านบาท / Million Baht


 คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions  
amounted to approximately

**85.11** ล้านบาท / Million Baht

 รวมมูลค่าสัมชัญกันภายในงาน  
The total value of transactions  
during the event


**96.15** ล้านบาท / Million Baht

 โครงการจับคู่เจรจาธุรกิจสินค้า  
เครื่องจักรกลเกษตรและวัสดุก่อสร้าง  
Business Matching Session for  
agricultural machineries and  
construction materials

 คู่เจรจาธุรกิจ / Business Negotiation Matches

**66** คู่ / Matches

ผู้นำเข้า / Importers	12 ราย / Numbers
9 ประเทศ / Countries	
ผู้ส่งออก / Exporters	25 ราย / Numbers

 คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions  
amounted to approximately

**73.85** ล้านบาท / Million Baht



## 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 ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 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.



เจรจาออนไลน์ / Online negotiations

**163** ครั้ง / Times



ผู้ส่งออกเข้าร่วม / Exporters attended

**9** ราย / Numbers



คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions  
amounted to approximately

**40.64** ล้านบาท / Million Baht

(2) งานแสดงสินค้า Medica 2021 ณ เมืองดüsseldorf ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีผู้ส่งออกเข้าร่วมงาน 6 ราย มีผู้เข้าชมชื้อหา 250 ราย และมีจำนวนการเจรจาการค้าผ่านออนไลน์ 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.

เจรจาการค้าผ่านออนไลน์ / Online negotiations



**19** นัดหมาย / Appointments



ผู้ส่งออกเข้าร่วม / Exporters attended

**6** ราย / Numbers



ผู้เข้าชมชื้อหา / Visitors

**250** ราย / Visitors



คาดการณ์มูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions  
amounted to

**18** ล้านบาท / Million Baht



### 3. การพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่น

#### Developing and Promoting Lifestyle and Fashion Products

3.1 สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อการผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลก โดยกรมฯ 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 เมื่อเดือนกรกฎาคม 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 นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ด้วยการจัดงานแสดงสินค้าเสมือนจริง “BGJF Virtual Fair” (The 66<sup>th</sup> Special Edition) ระหว่างวันที่ 22-24 มิถุนายน 2564

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

### สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม ที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของไทย

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



Get connected and grow your business

**BGJF**  
VIRTUAL TRADE FAIR  
The 66<sup>th</sup> Special Edition

Asia's leading online trading platform for gems and jewelry

**22-24 JUNE 2021**

FREE Online Business Matching

THAILAND'S MAGIC HANDS

WWW.BGJF-VTF.COM

DITP

ผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมชมงานในแพลตฟอร์ม  
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%)

มูลค่าการสั่งซื้อ  
The total value of transactions

**57.6** ล้านบาท  
Million Baht



(3) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการระดับ SMEs และ Micro-SMEs ให้สามารถรู้จัก รู้ใจ และดีไซน์ตอบโจทย์ตลาดจีน ผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับสู่ตลาดจีน (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 งานครั้งนี้แบ่งเป็นการจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์ (OBM) ระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน - 5 ธันวาคม 2564 คู่ขนานกับการจัดกิจกรรมงาน 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



มูลค่าที่เกิดจากงานทั้ง 2 กิจกรรม  
The two events yielded

**168.29** ล้านบาท  
Million Baht



มูลค่าซื้อขายทันที  
Immediate transactions amounted to

**4.7** ล้านบาท  
Million Baht



มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี  
One-year forecast transactions amounted to

ไม่ต่ำกว่า **138** ล้านบาท  
More than Million Baht



ผู้นำเข้าลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม  
Registered importers

**79** ราย  
Numbers

(จาก 31 ประเทศ โดยมีจำนวนนัดหมายล่วงหน้า 140 คู่ ซึ่งผลสรุปหลังการจัดงาน มีการเจรจาที่เกิดขึ้นจริง จำนวน 106 คู่ from 31 countries. Advance matching yielded 140 matches. After the event, the actual negotiations reached 106 matches).

**3.2 สินค้าแฟชั่น** กรมฯ ดำเนินการพัฒนาระดับศักยภาพเชิงลึกผู้ประกอบการแฟชั่นไทย ทั้งในระดับ SME และ Micro SME ผ่านโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการแฟชั่น “Qurated Fashion Incubation Project” เพื่อมุ่งเน้นและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยเกิดการตื่นตัว และปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ผ่านกระบวนการสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านแฟชั่นในเชิงลึก ตั้งแต่การศึกษาแนวโน้มแฟชั่นโลก และพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่ เพื่อถ่ายทอดสู่การออกแบบที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแบรนด์ สามารถขายได้จริง รวมถึงการให้ความรู้ด้านการตลาด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น การตลาด และนักออกแบบชั้นนำของไทย โดยดำเนินโครงการมาแล้ว 11 ปี สามารถพัฒนาผู้ประกอบการจากอุตสาหกรรมแฟชั่นกลุ่ม 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 สินค้าไลฟ์สไตล์** ดำเนินการเร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมสินค้าไลฟ์สไตล์ไทย โดยจัดงาน The Marché by STYLE Bangkok เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 ให้ยังคงสามารถเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ระหว่างวันที่ 6-10 ตุลาคม 2564 โดยสามารถสร้างมูลค่าซื้อขายภายในงาน ประมาณ 2.9 ล้านบาท อีกทั้งมูลค่าจากการเจรจาการค้าออนไลน์อีกกว่า 57.4 ล้านบาท รวมถึงกรมฯ ได้จัดทำเว็บไซต์ [www.stayinstylebangkok.com](http://www.stayinstylebangkok.com) จำลองงานแสดงสินค้าในรูปแบบ Virtual Trade Show เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขายที่ไม่สามารถเดินทางมาเยี่ยมชมสินค้า ให้สามารถเข้าชมสินค้าไลฟ์สไตล์ไทยและเจรจาการค้าได้ 24 ชั่วโมง

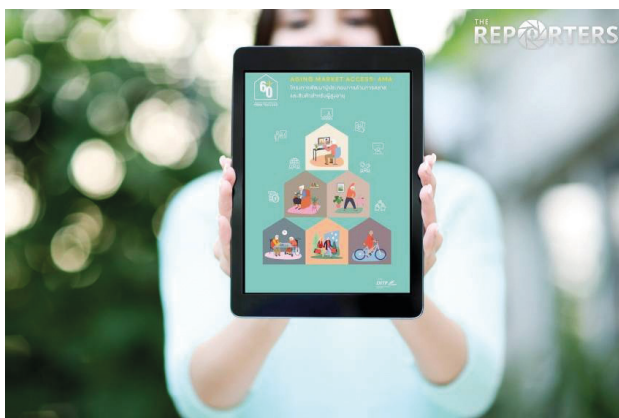


**3.3 Lifestyle Products** the Department has been accelerating exports during the 'New Normal' and building image and confidence for Thai lifestyle product industry. It held "The Marché by STYLE Bangkok" to help SMEs who have been affected by the COVID-19 pandemic to still be able to enter markets both 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](http://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.



นอกจากนี้เพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเชิงลึกและตลาดนำการผลิต กรมฯ ได้จัดกิจกรรมพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์ใหม่ (Collaboration) โดยนำจุดแข็งและอัตลักษณ์ของผู้ประกอบการแต่ละรายมาพัฒนาร่วมกัน ก่อให้เกิดสินค้าใหม่เพื่อตอบโจทย์ผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น รวมถึงกิจกรรมต่อยอดสินค้าไลฟ์สไตล์ประเภท Material (Material Thai to Japan) เพื่อพัฒนาสินค้าวัตถุดิบให้ตอบโจทย์ตลาดญี่ปุ่น โดยมีผู้เชี่ยวชาญจากประเทศญี่ปุ่นมาให้ความปรึกษาแก่ผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิด โดยสินค้าที่ได้รับการพัฒนานี้ยังสอดคล้องกับนโยบายสนับสนุน 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** อาทิ ส่งเสริมการตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (60+) ผ่านกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ และการให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบริษัทในรูปแบบออนไลน์ ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดและสินค้า (Aging Market Access: AMA) การจัดนิทรรศการ และค้นหาเจาะจากการค้าในงานแสดงสินค้า THAIFEX Virtual Trade Show การจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์ (Online Business Matching: OBM) พร้อมการจัดแสดงสินค้าต้นแบบในประเทศญี่ปุ่น 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

ดำเนินกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในรูปแบบผสมผสาน (ออนไลน์และออฟไลน์) ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ และการให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบริษัท การจัดนิทรรศการ และค้นหาเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า 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 กับผู้นำเข้าในประเทศเกาหลีใต้ 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

จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์

The Department held Online Business Matching sessions



#### สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง

##### Pet Products

จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์กับผู้นำเข้าในตลาดศักยภาพ อาทิ ออสเตรเลีย และอิตาลี ซึ่งได้รับคำสั่งซื้อมากกว่า 6 ตู้คอนเทนเนอร์ต่อปี

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 สู่ตลาดสากลผ่านกิจกรรม OTOP Premium Go Inter 2021

##### Development and Promotion of OTOP Products in the International Market

มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างครบวงจร และสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในมิติด้านการพัฒนาสินค้าเชิงพาณิชย์ 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 ดำเนินการตามแผนงานพัฒนา ศักยภาพทางการตลาดให้กับภาคบริการ มุ่งเน้น 4 คลัสเตอร์หลัก ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพและความงาม ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ธุรกิจบริการ สนับสนุน และธุรกิจโลจิสติกส์การค้า ซึ่งในปี 2564 ได้พัฒนาศักยภาพ และส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและ เจริญการค้ากับคู่ค้าในต่างประเทศ จำนวน 4,360 ราย สร้างรายได้เข้า ประเทศมากกว่า 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:



สร้างเครือข่ายพันธมิตรและเจรจาการค้า กับคู่ค้าในต่างประเทศ  
Developed entrepreneurs to build networks and negotiate with trade partners abroad

**4,360** ราย  
Numbers



สร้างรายได้เข้าประเทศมากกว่า  
Incomes of more than

**5,000** ล้านบาท  
Million Baht





4.1 ธุรกิจสุขภาพและความงาม ผลักดันประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางด้านสุขภาพ (Wellness Hub) โดยกรมฯ ได้ดำเนินการรวม 5 โครงการ ประกอบด้วย (1) โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่ตลาดต่างประเทศ (2) โครงการเจรจาการค้าออนไลน์กับผู้นำเข้าเวียดนาม (3) งานแสดงสินค้า China International Beauty Expo (4) โครงการส่งเสริมการตลาดสินค้าความงามและสุขภาพผ่านสื่อสังคมยุคใหม่ในประเทศรัสเซีย และ (5) โครงการขยายธุรกิจบริการด้านสุขภาพ และบริการระยะยาวแก่ผู้สูงอายุในตลาดฮ่องกง 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







**4.2 ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์** จากนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์) ในการผลักดันให้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามแนวคิด “Creative Economy” และส่งเสริมให้ไทยเป็น Hub ของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ กรมฯ จึงได้ดำเนินการรวม 8 โครงการในปี 2564 ประกอบด้วย การพัฒนาผู้ประกอบการ ทั้งด้านการสร้างองค์ความรู้ การสร้างแรงบันดาลใจ และการพัฒนาทักษะการนำเสนอขายผลงาน 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.

ผลักดันให้ดิจิทัลคอนเทนต์  
เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม  
การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

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



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) โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของไทย ในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดโลก (2) งานแสดงสินค้า Consumer Electronics Show (CES) (3) การจัดเจรจาการค้าออนไลน์กับคู่ค้าต่างประเทศ และ (4) โครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยในตลาดฮ่องกง 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.

จัดโดย



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
กระทรวงพาณิชย์



สมาคมการพิมพ์ไทย  
The Thai Printing Association



โครงการพัฒนาศักยภาพ  
**ผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์  
และบรรจุภัณฑ์ของไทย**  
ในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดโลก (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

**กิจกรรม**

- นิทรรศการแนะนำข้อมูลทางการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์
- โชว์สินค้าประเภทสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ และเครื่องนิตยภัณฑ์
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผู้ประกอบการ OTOP/SMEs กับผู้ประกอบการสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**รับสมัครผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ**

- ผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 20 ราย
- ผู้ประกอบการ OTOP/ SMEs จำนวน 30 ราย (กลุ่มอาหาร, เครื่องสำอาง, ของตกแต่งบ้าน)

**20 กุมภาพันธ์ 2564**  
อานันท์ ขอนแก่น โยเกิร์ต  
แอนด์ คอนเวนชันเซ็นเตอร์

ดาวน์โหลดใบสมัคร





**4.4 ธุรกิจโลจิสติกส์การค้า** การบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสให้กับสินค้าและบริการของไทย กรมฯ ได้ดำเนินการส่งเสริมธุรกิจโลจิสติกส์การค้า จำนวน 8 โครงการ ครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพและยกระดับการบริหารจัดการ การเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (LSPs) รวมถึงกิจกรรมเจรจาการค้าระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยกับผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ต่างประเทศ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมกว่า 4,000 ราย เกิดมูลค่าการเจรจาการค้ามากกว่า 1,500 ล้านบาท โดยมีโครงการสำคัญ อาทิ โครงการประชุมนานาชาติ (Symposium) โครงการสัมมนาขนส่งสินค้าผลไม้ไทยไปจีน โครงการเชื่อมโยงโลจิสติกส์เกษตรสู่การส่งออก 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.



การบริหารจัดการโลจิสติกส์  
ที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยลดต้นทุนและ  
เพิ่มโอกาสให้กับสินค้าและบริการของไทย  
**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 (กรมา เข้าร่วมงานเป็นปีที่ 19) ระหว่างวันที่ 21-25 กุมภาพันธ์ 2564 เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในตะวันออกกลาง เป็นช่องทางในการขยายตลาดการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลไปยังตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียใต้ มีผู้เข้าร่วมงาน 20 บริษัท ซึ่งกรมฯ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าร่วมงาน เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) ผู้ประกอบการเดินทางเข้าร่วมงานด้วยตนเอง 5 ราย 2) ให้ตัวแทนท้องถิ่นมาประจำ คูหา 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 26<sup>th</sup> Gulfood 2021 was held in Dubai, the UAE. This was the 19<sup>th</sup> 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.



สินค้าที่ได้รับความนิยม  
Products that gained interest  
and had potential

ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว ข้าวเหนียว ผลไม้อบแห้ง ผักและผลไม้กระป๋อง มะขามและผลิตภัณฑ์ทุ่นกระป๋อง ชาร์ดินกระป๋อง ซอสศรีราชา ซอสต้มยำ ขนมจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ เยลลี่รสผลไม้ และเครื่องดื่มผสมวานิลลาจระเข้ เป็นต้น

Hom 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.



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 และนราธิวาส 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. การสร้างแบรนด์ประเทศในด้านการค้าและบริการ

เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศและสินค้าไทย ทั้งในด้านการผลิตตามมาตรฐานระดับสากล รวมทั้งภาพลักษณ์สินค้าและบริการที่ดีที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อม การใช้แรงงานที่เป็นธรรม และการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมผ่านตรา Thailand Trust Mark (T Mark) และรางวัล PM Export Award โดยการต่อยอดแข่งขันในเรื่องคุณภาพของสินค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดูน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น พร้อมกับสร้างแบรนด์ประเทศไทย ในด้านสินค้าและบริการที่มีความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบที่ดีผ่านตรา Design Excellence (DEmark) โดยการต่อยอดแข่งขันในเรื่องความสามารถและศักยภาพในด้านการออกแบบของประเทศไทย และ T-Style ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีนวัตกรรมและอัตลักษณ์ไทย 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) เพื่อเจาะตลาดออนไลน์ในประเทศจีนและกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และกัมพูชา มีผู้ประกอบการสนใจสมัครรับตรา T Mark จำนวน 75 ราย และมีผู้ผ่านการคัดเลือก 30 ราย ทั้งนี้ ได้จัดการแถลงข่าวงานเปิดตัวกิจกรรมในรูปแบบ Virtual Studio และให้สัมภาษณ์แก่ผู้สื่อข่าว จำนวน 21 สื่อผลการประชาสัมพันธ์ การเปิดตัวกิจกรรมในรูปแบบ Virtual Event มีผู้ชมรับรู้อ่าน/ชมไลฟ์ 19,941 Impressions และจากการเผยแพร่ข่าวกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ 2,058,717 Impressions ในกิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านการไลฟ์สด โดยกลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ Key Opinion Leaders หรือ KOLs ชั้นนำ 7 ราย จาก 4 ประเทศ มียอดจำนวนผู้เข้าชมรวมการ Live Streaming 291,565 ครั้ง และยอดสั่งซื้อทันทีที่รวมทั้งสิ้นประมาณ 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



ผู้รับชม  
Live Viewers

**19,941** Impressions



เผยแพร่ข่าวกิจกรรมแบบออนไลน์และออฟไลน์  
The publicization of the event  
both online and offline

**2,058,717** Impressions



ใช้ KOLs ชั้นนำ  
Key opinion leaders

**7** ราย Numbers **4** ประเทศ Countries



ยอดเข้าชมรวมการไลฟ์สดที่มี  
Live streaming audience

**291,565** Impressions



ยอดสั่งซื้อทันที  
Immediate transactions amounting to

**75,965.19** บาท Baht



6.3 โครงการรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี 2564 (Prime Minister's Export Award 2021) จัดขึ้นเป็นปีที่ 30 โดยในปีนี้มีผู้สนใจสมัครจากทั่วประเทศ 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 สำนักข่าวและผ่านระบบ Zoom) รวมกว่า 12,640 คน

6.3 Prime Minister's Export Award 2021 was organized for the 30<sup>th</sup> 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).

#### Prime Minister's Export Award 2021



ผู้สนใจสมัคร  
Candidates applied

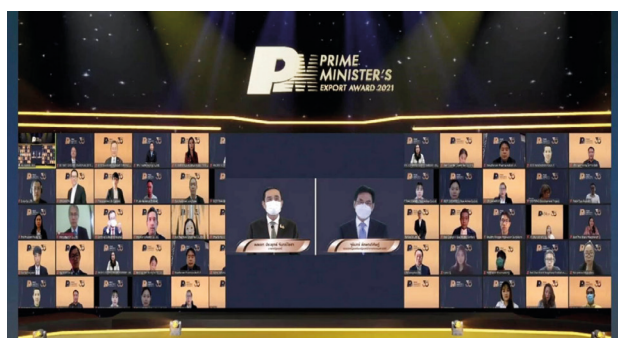
**216** ราย  
Numbers



ผู้ได้รับรางวัล 7 สาขา  
Awarded 7 categories

**34** บริษัท  
Companies

**42** รางวัล  
Awards



ผู้เข้าชมผ่าน FB Live สำนักข่าว  
และระบบ Zoom  
People attending the event online  
through both FB Live and Zoom

**12,640** คน  
Viewers



6.4 โครงการประชาสัมพันธ์ PM's Export Award ในวาระครบรอบ 30 ปี โดยได้คัดเลือกผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น (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 30<sup>th</sup> 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:

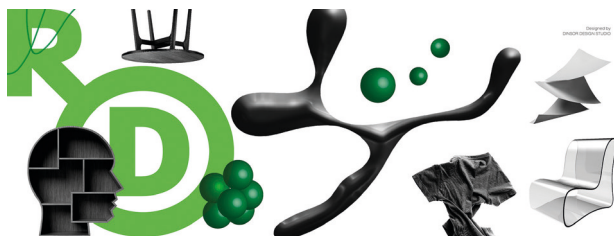


สแกนเพื่อรับชม  
เว็บไซต์และวิดีโอ  
Scan here for website  
& watching VDO



6.5 การพิจารณาคัดเลือกและตัดสินสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี หรือรางวัล Design Excellence Award (DEmark) โดยจัดขึ้นเป็นปีที่ 14 เพื่อส่งเสริมผลงานที่โดดเด่นด้านการออกแบบ และยกระดับสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายในตลาดโลก ซึ่งรางวัล DEmark ที่ได้เป็นความร่วมมือจากองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (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 เชื่อมวิถีใหม่” เพื่อสื่อสารถึงคุณค่าและความสำคัญของการปรับตัว อันนำมาซึ่งแนวความคิดของการออกแบบเพื่อตอบโจทย์และเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คนในโลกที่ทุกคนต้องปรับตัว (Next Normal)

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  
ให้เป็นที่แพร่หลายในตลาดโลก  
Elevate Thai products  
to be widely accepted abroad





สำหรับในปีนี้ได้มีความร่วมมือกับรางวัล Hong Kong Smart Design Award และ รางวัล Golden Pin Design Award มาร่วมเป็นคณะกรรมการตัดสินในสาขาไลฟ์สไตล์ และจาก Japan Institute of Design Promotion (รางวัล G Mark) ที่ร่วมเป็นคณะกรรมการเป็นประจำทุกปีในทุก 7 สาขาโดยในปีนี้ได้มีการปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ยุค New Normal โดยได้ดำเนินการจัดประชุมพิจารณาคัดเลือกและมอบรางวัลในรูปแบบ Virtual โดยผลการดำเนินงานตั้งแต่ปี 2551 - 2564 มีสินค้าไทยได้รับรางวัล DEmark ทั้งสิ้น 991 รายการ (ปี 2564 มีผู้ได้รับรางวัล 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 นครไทเป 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 นครไทเป ไต้หวัน พร้อมกับจัดกิจกรรม Design Talk ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการออกแบบและการพัฒนาธุรกิจระหว่างกัน

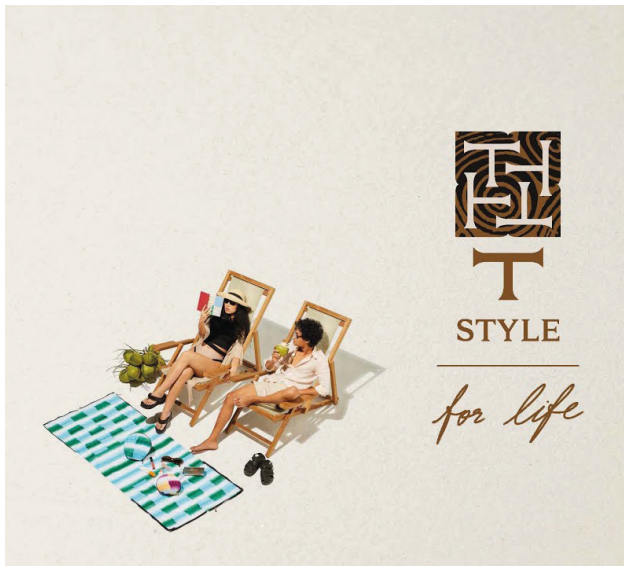
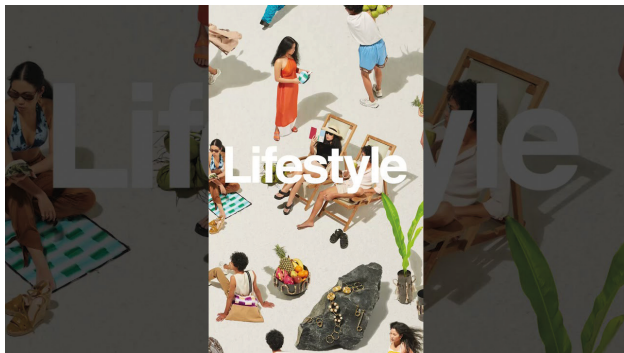
**6.6 DEmark Exhibition and Golden Pin Design Award in Taipei, Taiwan** - the event brought together 45 products from Thai designers who won DEmark and Golden Pin Award 2020 to participate in the exhibition “Sustainable Power of Thai Design” (S.P.O.T. Exhibition) during 20 April - 23 May 2021 at Taiwan 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 ที่มีรายได้พึ่งพิงการท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันซึ่งเป็นธุรกิจที่เปราะบาง ควรได้รับการช่วยเหลือเพื่อพัฒนาศักยภาพสินค้ายกระดับสู่สากลโดยน่านักออกแบบมืออาชีพที่เคยเข้าร่วมโครงการส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลกในอดีตของกรมฯ จำนวน 3 แบรินด์ 3 กลุ่มสินค้า (สินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์และเครื่องประดับ) ทำงานร่วมกับผู้ผลิตสินค้าชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ อันดามัน (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 แบรินด์ / 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



เกิดผลงานออกแบบ  
The project yielded

10 คอลเลกชัน  
Collections

21 ผลงาน  
Works



ผลงานออกแบบตามแนวคิด  
Design products under the theme  
**Local to Global**

นำการออกแบบมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าไทย โดยมุ่งเน้นไปที่  
กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19

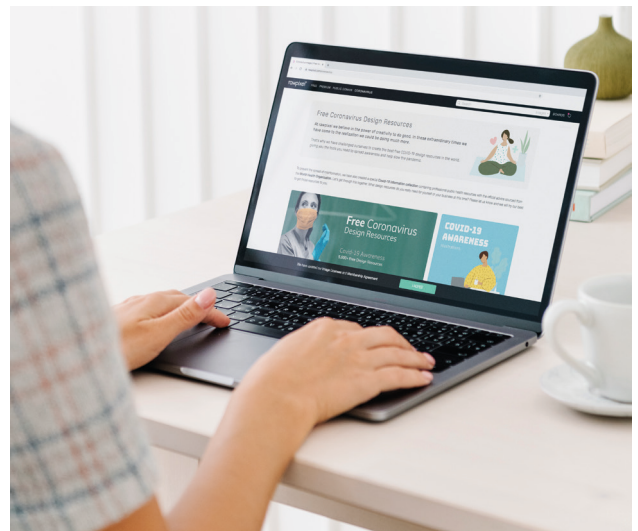
Focusing on producers of community products  
who have been affected by the COVID-19 pandemic

6.8 ขยายช่องทางเข้าถึงข้อมูลการค้าและกิจกรรมในรูปแบบใหม่ มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในการเผยแพร่ข้อมูลโครงการ กิจกรรมของกรมฯ ที่ปรับรูปแบบให้รองรับสถานการณ์โควิด-19 เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้ท่ามกลางข้อจำกัดต่าง ๆ โดยครอบคลุมสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) สื่อใหม่ (New Media) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ จัดทำเพจซื้อขายการค้า Think Trade Think DITP บนแพลตฟอร์ม Blockdit เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ เทรนด์การตลาด และกฎระเบียบได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**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.

ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์  
ให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป  
ในการเผยแพร่ข้อมูลโครงการ  
กิจกรรมของกรมฯ ที่ปรับรูปแบบ  
ให้รองรับสถานการณ์โควิด-19

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





# THINK TRADE

THINK DITP ซื้อของการค้า



[www.blockdit.com/ditp](http://www.blockdit.com/ditp)

ตามติดสถานการณ์การค้าโลก  
ช่องทางการค้าระหว่างประเทศ  
ในช่องทางแห่งใหม่  
ได้ที



แพลตฟอร์มคลังความรู้แห่งใหม่



6.9 การสร้างภาพลักษณ์ทางการค้าของประเทศไทยรวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ มีการวางแผนงาน บริหารจัดการ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (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 เมืองกวางโจว สคต. ณ นครเฉิงตู 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

 <p>อาหารแห่งอนาคต / อาหารไทยในฐานะครัวโลก Thailand Kitchen of the world / ผลไม้ Future food Thailand Kitchen of the world fruit</p>	 <p>สินค้าอัญมณี ไลฟ์สไตล์ เครื่องสำอาง Jewelry, lifestyle and make-up products</p>
 <p>ความปลอดภัยในกระบวนการผลิตอาหารของไทย Thailand's food safety</p>	 <p>ธุรกิจบริการ / อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ Service industry digital content</p>

โดยกรมฯ ใช้สื่อ Digital หรือ Social Media ที่ได้รับความนิยมในท้องถิ่นเป็นหลัก ใช้ภาษาท้องถิ่น มีเป้าหมายเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง โดยเฉพาะ Social Media ที่ได้รับความนิยมในท้องถิ่นถือเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากในการเผยแพร่ภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทยเนื่องจากเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมากภายใต้งบประมาณจำกัด หรือใช้หลายช่องทางพร้อมกัน (Omni Channel) โดยมีสื่อดั้งเดิมที่ยังคงใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร 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



ออฟไลน์

**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. การพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (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



การสร้างช่องทางตลาด  
Expanding markets



การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย  
Enhance strengths for exporters and their networks



เศรษฐกิจกระแสใหม่  
New economy







(1) ความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ เป็นการให้ความรู้เบื้องต้นในทุกแง่มุมของการส่งออก ซึ่งเป็นหลักสูตรที่สร้างผู้ส่งออกมาแล้วกว่า 14,000 ราย ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี และสถาบัน NEA ก็ทำการพัฒนาองค์ความรู้ให้ทันต่อสถานการณ์การค้าโลกอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแนวคิดการดำเนินธุรกิจ การเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการก่อนเข้าสู่กระบวนการการค้าระหว่างประเทศ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างแบรนด์ที่มีอัตลักษณ์เพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดต่างประเทศและเทคโนโลยีที่ควรนำมาประยุกต์ใช้ในการทำการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (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. Some notable activities include Ton Kla to Goal (Preparing SMEs for the World) and Young Exporter from Local to Global (YELG).

(2) การสร้างช่องทางการตลาด เป็นการสร้างช่องทางเจาะตลาดต่างประเทศให้กับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพของไทยไปสู่ผู้บริโภคทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการเจาะตลาดผ่านช่องทางแบบดั้งเดิม หรือการค้ายุคใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยองค์ความรู้ และข้อมูลการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศเป้าหมาย และข้อมูลการเจรจากับผู้นำเข้าที่สำคัญจากกรุงผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศตัวจริงจากทั่วทุกมุมโลก ประกอบด้วย ทูตพาณิชย์ที่ประจำอยู่ใน 58 เมืองเศรษฐกิจในทุกประเทศคู่ค้าของไทย และพันธมิตรด้านการค้าออนไลน์จากทั่วโลก ได้แก่ โครงการเกษตรทันสมัย พาณิชย์ขายให้ ออนไลน์ทั่วโลก ภายใต้นโยบาย “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด”

(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 นอกจากการได้เรียนรู้ความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจแล้ว สิ่งสำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่งที่ผู้เข้าอบรมในโครงการของสถาบัน NEA จะได้รับ คือมิตรภาพและพันธมิตรทางธุรกิจที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับผู้ส่งออกไทย ตัวอย่างโครงการที่สถาบัน NEA ออกแบบมาเพื่อให้เกิดเครือข่ายทางการค้าและสร้างสิทธิประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้เข้าร่วมอบรม ได้แก่ โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “ผู้ส่งออกอัจฉริยะ Smart Exporter” เป็นโครงการสร้างนักธุรกิจการค้าและผู้ส่งออกด้วยองค์ความรู้เรื่องเศรษฐกิจกระแสใหม่ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ Salesman จังหวัด Go-Inter เป็นโครงการเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับพาณิชย์จังหวัด (เซลล์แมนจังหวัด) ในการทำ Online Business Matching (OBM) จับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาภาคเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเชื่อมโยงตลาดต่างประเทศผ่านทูตพาณิชย์ในฐานะเซลล์แมนประเทศ

(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.



สร้างนักธุรกิจการค้าและผู้ส่งออก  
ด้วยองค์ความรู้เรื่องเศรษฐกิจกระแสใหม่  
ภายใต้สถานการณ์โควิด-19

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





(4) เศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการยกระดับการพัฒนาประเทศจากการเป็นประเทศ “รับจ้างผลิตสินค้า” สู่ประเทศที่ “มีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม” โดยใช้จุดแข็งของประเทศ เช่น ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างขีดความสามารถของระบบเศรษฐกิจผ่านการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ โครงการกระจายความรู้สู่ผู้ประกอบการยุคใหม่ (From Gen Z to be CEO) มุ่งพัฒนาผู้ประกอบการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้เท่าทันโลก โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยร่วมมือกับ 93 สถาบันชั้นนำทั่วประเทศ ทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษา ให้เป็นแม่ทัพบุกตลาดโลกในอนาคตให้ความรู้ในการทำธุรกิจส่งออกพร้อมสู่การเป็น 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  
โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ  
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) มุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมและพัฒนาด้านการค้าและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยการออกแบบสู่เวทีการค้าทั้งในและต่างประเทศ 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 Thagroove ส่งเสริมผลงานวิจัยและสินค้านวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ระหว่างประเทศ ผ่านกิจกรรม Smart Value Creation ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าสินค้าผ่านกิจกรรม DEWA & DEWI และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการออกแบบ 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 Thagroove 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 เป็นเวทีสำคัญที่เปิดโอกาสให้นักออกแบบรุ่นใหม่ทั่วประเทศ ทั้งกลุ่ม Creative Entrepreneur ที่ผลิตสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ 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 ผลักดันการทำงานร่วมกันในรูปแบบ CO-BRAND โดยได้ Partners ชี้นำมาร่วมมือพัฒนาสินค้ากับนักออกแบบรุ่นใหม่ 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.



นักออกแบบเข้าร่วมโครงการ  
Designers participating in the project

**73** แบรนด์  
Brands



แฟชั่น ดีไซน์เนอร์ รูม  
Fashion brands into Designers' Room group

**30** แบรนด์  
Brands



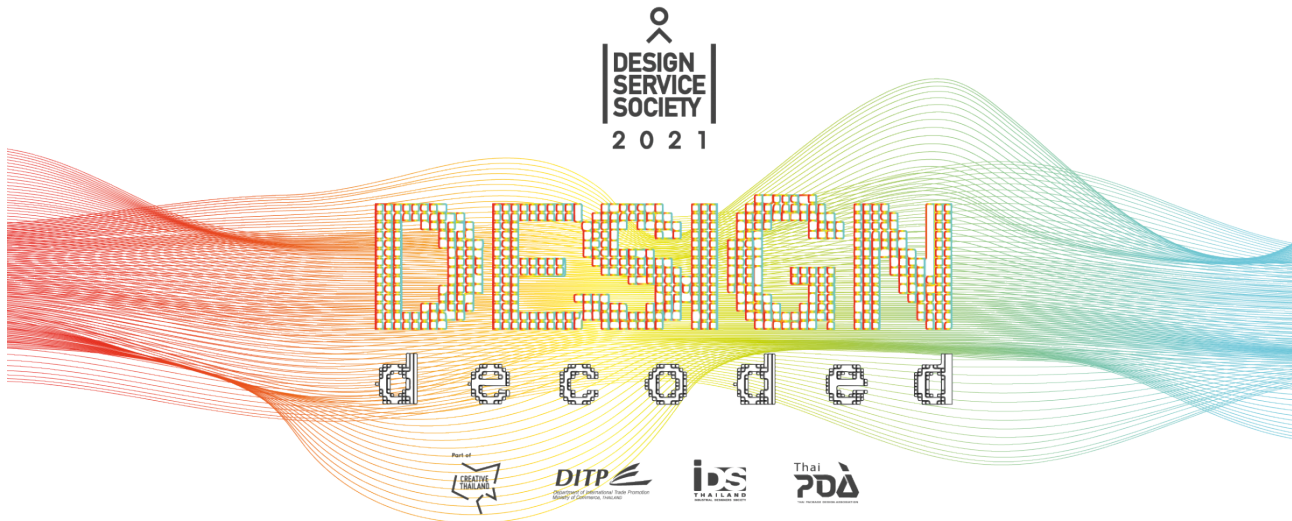
ไลฟ์สไตล์ ทาเลนท์ ไทย  
Talent Thai group

**32** แบรนด์  
Brands



ครีเอทีฟ สตูดิโอ  
Creative Studio group

**11** แบรนด์  
Brands



 <p>สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของผู้ส่งออก Increase values to products and services product/market differentiation</p>	 <p>สร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมการออกแบบและสินค้าใหม่ Create new innovations and products</p>	 <p>ขยายตลาดในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ Expand further among new generations of consumers</p>
--	--	--

## ส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและกลุ่มนักออกแบบ

To promote collaboration between entrepreneurs and designers/design



2.2 โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการออกแบบ (Design Services Society) ปี 2564 กิจกรรมให้คำปรึกษาด้านการออกแบบแก่ผู้ประกอบการผ่านระบบสื่อสารออนไลน์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและกลุ่มนักออกแบบ/กลุ่มบริการออกแบบ เน้นการใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ ทักษะของนักออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของผู้ส่งออก (Product/Market Differentiation) สร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมการออกแบบและสินค้าใหม่เพื่อหา New S-Curve เพื่อขยายตลาดในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ (New Market Penetration) ผลการดำเนินงาน มีผู้ประกอบการเข้ารับบริการให้คำปรึกษาด้านการออกแบบประเภทต่าง 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 เพื่อระดมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลงานต้นแบบระหว่างนักออกแบบ (Designer) นักพัฒนาเทคโนโลยี (Developer) และผู้ประกอบการ SMEs เน้นการระดมสมองเพื่อพัฒนา Business Model Innovation / รูปแบบธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ได้แก่ นวัตกรรมอาหาร เกษตรอัจฉริยะ และนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยมีผู้ผ่านคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 44 ราย จากผู้สมัคร 235 ราย เกิดผลลัพธ์เป็นแนวคิดธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดและการระดมทุน (Startup Fundraising) จำนวน 10 แนวคิด ซึ่งได้จัดกิจกรรม Demo Day ในวันเสาร์ที่ 25 กันยายน 2564 รูปแบบออนไลน์ โดย Live Streaming ผ่านทาง Facebook ของสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า มีผู้เข้าร่วมผ่านสูงสุดกว่า 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.







**2.4 โครงการบ่มเพาะแบรนด์ไทยรุ่นที่ 4: IDEA Lab 4 “From the New Normal to a New Future”** ผู้ประกอบการสมัครเข้าร่วมโครงการ 127 ราย โดยแบ่งเป็น จากกรุงเทพมหานคร 35 ราย ภูมิภาค 92 ราย จัดกิจกรรมสัมมนาออนไลน์ 5 ครั้ง หัวข้อเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ในโลกยุคใหม่คัดเลือกผู้ประกอบการ 30 แบรนด์การนำเสนอกลยุทธ์ออนไลน์ Pitch Deck และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้คำแนะนำและประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม 15 แบรนด์ และกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการในเชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ โดยมีผู้ผ่านการคัดเลือก 15 แบรนด์ แบ่งเป็น 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ Food lab กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร กลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม และ Lifestyle lab กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ได้รับการจัดทำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และสินค้าในรูปแบบเฉพาะ เป็นแบรนด์ไบเบิล (Brand Bible) หรือเข็มทิศทางด้านการสร้างแบรนด์แบบยั่งยืน 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 summarized in a Brand Bible which acts as their compass towards sustainable branding, ready to compete on the international stage.



กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร  
Food lab for food and agricultural products



กลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม  
Health lab for Health and Beauty products



กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์  
Lifestyle lab for lifestyle products



ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ  
Entrepreneurs participating

**127** ราย  
Numbers



ผ่านการคัดเลือก  
The shortlisted

**15** แบรนด์  
Brands

**3** กลุ่มสินค้า  
Product groups



**2.5 โครงการ IDEA LAB FESTIVAL 2021** การพัฒนาศักยภาพสู่การค้ายุคใหม่ในระดับสากล มีผู้เข้าร่วม 22 ราย และสร้างโอกาสทางการค้าในรูปแบบออนไลน์ สืบเนื่องจากการบ่มเพาะแบรนด์ไทย ในโครงการ Idealab: Thai brand incubation program รุ่นที่ 1-3 (ปี 2561 - 2563) และในปีนี้ได้จัดทำเป็นรุ่นที่ 4 ซึ่งที่ผ่านมา ได้มีกิจกรรมพาผู้ประกอบการรายใหม่จากโครงการไปทดลองตลาด และเจรจาการค้าในงาน Top Thai Brand ในเมียนมา เวียดนาม กัมพูชา และจีน ด้วยสถานการณ์โควิดจึงปรับเป็นรูปแบบส่งเสริมการขายทางออนไลน์เต็มรูปแบบ ได้เปิดรับสมัครผู้ประกอบการ IDEA LAB รุ่นที่ 1-4 และ IDEA LAB: Thai Agricultural Innovation โดยการจัดงานแบ่งออกเป็น 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 เกรงใจธุรกิจ โดยจำลองรูปแบบการเจรจาธุรกิจผ่านออนไลน์ทั้งในรูปแบบ Live ผ่าน ช่อง YouTube และ โปรแกรม 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 ElevatorPitch ในช่อง ThaiRath Online 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 ร่วมกับสำนักตลาดพาณิชย์ ดิจิทัล และ 16 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ซึ่งมีภาพรวมผลการเจรจาการค้าโดยมีบริษัทผู้ซื้อผู้นำเข้าเข้าร่วม 51 ราย จำนวนคู่เจรจาทั้งหมด 112 คู่ และมีผลการสั่งซื้อมูลค่าการค้าการันตีรวมทั้งสิ้น 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 โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ผู้ประกอบการแบรนด์ไทยได้เข้าถึงองค์ความรู้ทางการตลาดในจีนและการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อส่งเสริมแบรนด์ในตลาดจีน 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





**2.7 โครงการส่งเสริมแบรนด์ไทย** ต้นแบบการสร้างประสบการณ์ในช่องทางออนไลน์ 2021 (Thaigroove 2021) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมแบรนด์ไทยที่มีศักยภาพให้สามารถขยายช่องทางการดำเนินธุรกิจ ประชาสัมพันธ์สินค้าแบรนด์ไทยและสร้างโอกาสทางการค้าให้กับสินค้าไทยที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในตลาดต่างประเทศ ในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยในปีนี้มีแบรนด์เข้าร่วมโครงการ 176 แบรนด์ ซึ่งเป็นแบรนด์ในกลุ่มสินค้าอาหาร สุขภาพ/ความงาม โลฟสไตล์ แฟชั่นและเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในต่างประเทศ โดยได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ [www.thaigroove.com](http://www.thaigroove.com) ภายใต้แนวคิด “Let’s GROOVE and Live Fully!” จำนวน 6 คอลเลกชัน ได้แก่ Artfully, Beautifully, Joyfully, Mindfully, Purposefully และ Tastefully ในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และวิดีโอ (VLOGS) ทั้งนี้ เพื่อขยายโอกาสทางการค้า โดยในวันที่ 22-26 พฤศจิกายน 2564 สำนักส่งเสริมการค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า ร่วมกับ สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล จัดกิจกรรมเจรจาการค้า (Online Business Matching: OBM) สินค้าแบรนด์ไทยที่มีมูลค่าเพิ่มกับผู้นำเข้าและผู้ส่งออกในต่างประเทศต่อไป

**2.7 Thaigroove 2021** was a project that sought to promote Thai brands, and a model for an online experience. The objective was to promote potential Thai brands to be able to expand their businesses, publicize their products and provide trade opportunities for Thai products with high added-value in international markets following the COVID-19 pandemic. In 2021, there were 176 brands participating. They were brands in food, health/beauty, lifestyle, fashion and furniture. Promotional publications in the forms of still photos, moving photos, and VLOGS can be found online at [www.thaigroove.com](http://www.thaigroove.com) under the theme “Let’s GROOVE and Live Fully!” There were six sub-themes namely Artfully, Beautifully, Joyfully, Mindfully, Purposefully, and Tastefully. Moreover, to expand trade opportunities, during 22-26 November 2021, Thailand Office of Innovation and Value Creation, together with the Office of Digital Commerce Market held online business matching, connecting Thai brands with value added products to importers abroad.

สร้างโอกาสทางการค้าให้กับสินค้าไทย  
ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในตลาดต่างประเทศ

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



Artfully



Beautifully



Joyfully



Mindfully



Purposefully



Tastefully



2.8 กิจกรรมการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า BCG เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (BCG Next Gen) รวบรวมรายชื่อและแนวคิดของผู้ประกอบการ BCG กลุ่มสินค้าอาหาร โดยเน้นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางถึงเล็กในส่วนภูมิภาคที่มีการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มาจากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ (Biodiversity) และเป็นรายใหม่ในด้านการส่งออก พร้อมเตรียมข้อมูลสินค้าและผู้ประกอบการในการเข้าร่วมเจรจาการค้าออนไลน์ในโครงการ “เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม” ในปี 2565 และใช้เผยแพร่ตลอดปี 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 สกสว. และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ บพข.) เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ และมีคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น พร้อมให้คำปรึกษาผู้ประกอบการทางออนไลน์ โดยมีผู้ประกอบการจำนวน 43 บริษัท ได้รับคำปรึกษาแนวทางการยกระดับธุรกิจด้วยงานวิจัย 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 researches. The event yielded 50 appointments.





## เพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจไทยตามแนวทาง Circular economy

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

2.10 กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรและขยะคุณภาพดีจากอุตสาหกรรมสู่ตลาดสากล (Design from Waste of Agriculture and Industry: DEWA & DEWI) เพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจไทยตามแนวทาง Circular โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่ต้องการเปลี่ยนขยะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่มาทำงานร่วมกับนักออกแบบด้าน Sustainable design โดยผู้ประกอบการที่ได้รับคัดเลือก 15 ราย ได้รับองค์ความรู้และได้แนวทางการเพิ่มมูลค่าให้เศรษฐกิจเหลือใช้ เกิดต้นแบบสินค้าใหม่ที่มีการออกแบบดีและใช้ได้จริง 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 รวบรวมรายชื่อและแนวคิดของแบรนด์ผู้ประกอบการไทยที่มีสินค้า BCG กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ภายใต้แนวคิด “Be the Change เราเปลี่ยนโลกได้จริงหรือ? ได้สิ...ได้แน่นอน” ผ่านการจัดทำแคมเปญประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) ผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการไทยที่มีความสนใจในแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG สร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นการมีส่วนร่วม และสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า BCG จาก 50 ผู้ประกอบการ BCG Heroes เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าในต่างประเทศ

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 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 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

#### DITP PODCAST



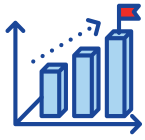
ผลิตและเผยแพร่  
The total number of episodes

**80** ตอน  
Episodes

(ตั้งแต่วันที่ 29 มีนาคม-2 กันยายน 2564)  
(Between 29 March - 2 September 2021)  
ทุกวันจันทร์- พฤหัสบดี Monday to Thursday

ผู้เข้าฟัง  
Listeners

**6,146** ครั้ง  
Numbers



## การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ และการสร้างและยกระดับการให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศสู่สากล

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

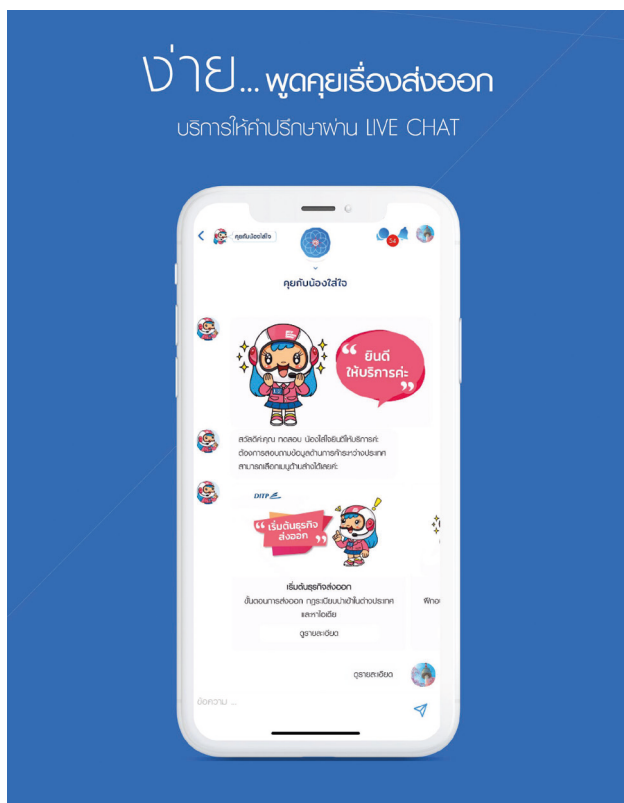


## นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับหลายบริการ

### Applied modern digital technology in a number of services

ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ความสำคัญกับการยกระดับการให้บริการแก่ผู้ประกอบการและประชาชนอย่างต่อเนื่อง สอดรับนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ในการให้บริการภาครัฐกิจและประชาชนเชิงรุก โดยมุ่งเน้นการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาลในการก้าวไปสู่ E-Government ซึ่งในปีงบประมาณ 2564 กรมฯ ได้นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับหลายบริการ อาทิ การเพิ่มช่องทางการให้บริการแบบเดิมที่เป็นบริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์มาสู่โมบายแอปพลิเคชัน เพื่อตอบโจทย์ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลและการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ กรมฯ ยังได้พัฒนาแชทบอต (Chatbot) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลคำแนะนำด้านการค้าระหว่างประเทศตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน ถือเป็นการทำงานตลอด 24 ชั่วโมงในการให้บริการในเวลาราชการ และถือเป็นหนึ่งในส่วนราชการผู้นำที่ริเริ่มใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์หรือ AI ในการยกระดับการบริการ

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 electronics 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 เป็นแอปพลิเคชันบนมือถือที่บูรณาการการให้บริการดิจิทัลของกรมฯ กว่า 13 บริการไว้ในที่เดียว อาทิ การสมัครเข้าร่วมกิจกรรมของกรมฯ พร้อมระบบแจ้งเตือน (Notification) อัปเดตความคืบหน้าการพิจารณาเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน การตรวจสอบประวัติการเข้าร่วมกิจกรรม การขอรับรางวัล และตราสัญลักษณ์กรมฯ รวมถึงสิทธิคงเหลือโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) การค้นหาสถิติการค้า เลือกกับข่าวสารได้ตามความสนใจ เกาะติดแนวโน้มสินค้าและเทรนด์ตลาดโลกจากทูตพาณิชย์ รวมทั้งยังสามารถแชทสนทนา ขอรับคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ได้ตลอด 24 ชั่วโมงด้วย Chatbot เพียงพิมพ์ทักไปหา “น้องใสใจคู่หูผู้ส่งออก”

## 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 Saijai, my export buddy”.

สามารถแชทสนทนา  
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 นอกจากนี้ยังสามารถรับบริการทั้งหมดบนแอปพลิเคชัน 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.”



DITP



“น้องใส่ใจ” แชทบอตให้บริการข้อมูลคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ กรมฯ ได้พัฒนาบริการดิจิทัลรูปแบบใหม่ที่คอยช่วยเหลือตอบคำถามด้านการค้าระหว่างประเทศนอกเวลาทำการ โดยออกแบบมาให้ตอบสนองพฤติกรรมคนรุ่นใหม่และสอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ผู้ประกอบการสามารถเลือกสนทนากับแชทบอต “น้องใส่ใจ” ได้ตลอด 24 ชั่วโมง บนหลากหลายแพลตฟอร์ม ได้แก่ เว็บไซต์กรมฯ [www.ditp.go.th](http://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](http://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“พานิชย์จิตอาสา สานฝันปันสุขให้น้อง”

### “Panich CSR - Making the Dreams Come True”



กิจกรรม“พานิชย์จิตอาสา สานฝันปันสุขให้น้อง” โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ บูรณาการร่วมกับสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ จัดทำสมุดทำมือจากกระดาษ A4 หนึ่งหน้าเดียว และรวบรวมสมุดทำมือจากสำนักต่าง ๆ ภายในกรมฯ ยอดรวมทั้งหมดจำนวน 179 เล่ม และจัดส่งตัวแทนเข้าร่วมทำสมุดทำมือเพิ่มเติมในวันที่ 4 มีนาคม 2564 ณ ห้องประชุมไตรยากร อาคารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อส่งมอบให้แก่บ้านจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ 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 69<sup>th</sup> anniversary of the establishment of DITP.



กิจกรรม “สค. ทำดีเพื่อสังคม” เนื่องในวันสถาปนากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ครบรอบ 69 ปี เพื่อเป็นการช่วยเหลือสังคม โดยการเปิดรับบริจาคจากบุคลากรกรมฯ ตั้งแต่วันที่ 16 กุมภาพันธ์-วันที่ 5 มีนาคม 2564 และนำเงินบริจาคมาใช้ในการสนับสนุนสิ่งของเครื่องใช้ ยา และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับเด็ก จำนวน 149,936 บาท รวมถึงเงินช่วยเหลือให้แก่สถานสงเคราะห์เด็กอ่อนและพิการทางสมอง และปัญญาบ้านเฟื่องฟ้า จำนวน 37,817 บาท เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2564 โดยอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นผู้ส่งมอบสิ่งของบริจาคและเงินช่วยเหลือ

“DITP for Good Society” - This activity was held on the 69<sup>th</sup> 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 และสถาบันโรคทรวงอก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เปิดรับบริจาคอุปกรณ์สิ่งของที่ต้องใช้ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้แก่ ถุงมือแพทย์ แอลกอฮอล์เจล หมวกคลุมผม หน้ากากอนามัย รวมทั้งรับเงินบริจาคจากบุคลากรกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ระหว่างวันที่ 23 มิถุนายน - 23 กรกฎาคม 2564 เพื่อจัดซื้อสิ่งของสำหรับการบริจาค โดยได้ยอดเงินบริจาคทั้งสิ้น 76,446 บาท และนำมาจัดซื้อสิ่งของบริจาค ได้แก่ Face shield หมวกคลุมผม แอลกอฮอล์เจล ถุงมือแพทย์ อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล ชุด PPE (แบบซักได้ และแบบใช้แล้วทิ้ง) ถุงคลุมรองเท้า น้ำดื่มส้วมติดการกรมฯ โดยมีผู้บริจาคกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 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	หมายเหตุ	2564	2563
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	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
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>		<b>224,290,027.12</b>	<b>226,006,934.45</b>
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>			
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	8	147,807,535.83	152,138,499.20
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	9	6,999,550.06	4,188,423.87
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>		<b>154,807,085.89</b>	<b>156,326,923.07</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>		<b>379,097,113.01</b>	<b>382,333,857.52</b>
<b>หนี้สิน</b>			
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>			
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น	10	29,514,636.51	24,416,960.40
เงินรับฝากระยะสั้น	11	36,103,545.98	37,985,587.45
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>		<b>65,618,182.49</b>	<b>62,402,547.85</b>
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>			
เงินอุดหนุนจากรัฐบาลระยะยาว		5,800,000.00	5,800,000.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	12	1,156,147.05	442,611.87
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>		<b>6,956,147.05</b>	<b>6,242,611.87</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>		<b>72,574,329.54</b>	<b>68,645,159.72</b>
<b>สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</b>			
ทุน		9,199,571.81	9,199,571.81
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม		297,323,211.66	304,489,125.99
<b>รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</b>		<b>306,522,783.47</b>	<b>313,688,697.80</b>
<b>รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</b>		<b>379,097,113.01</b>	<b>382,333,857.052</b>

## FINANCIAL STATEMENT

AS OF THE 30 SEPTEMBER 2021

		(Unit: Baht)	
ASSETS	Note	2021	2020
<b>Current assets</b>			
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
<b>Total Current assets</b>		<b>224,290,027.12</b>	<b>226,006,934.45</b>
<b>Fixed assets</b>			
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
<b>Total fixed assets</b>		<b>154,807,085.89</b>	<b>156,326,923.07</b>
<b>Total assets</b>		<b>379,097,113.01</b>	<b>382,333,857.52</b>
<b>LIABILITIES</b>			
<b>Current liabilities</b>			
Accounts payable	10	29,514,636.51	24,416,960.40
Short-term deposit	11	36,103,545.98	37,985,587.45
<b>Total current liabilities</b>		<b>65,618,182.49</b>	<b>62,402,547.85</b>
<b>Non-current liabilities</b>			
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
<b>Total Non-current liabilities</b>		<b>6,956,147.05</b>	<b>6,242,611.87</b>
<b>Total liabilities</b>		<b>72,574,329.54</b>	<b>68,645,159.72</b>
<b>Net Assets / Equity</b>			
Fund		9,199,571.81	9,199,571.81
Income higher than accrued expense		297,323,211.66	304,489,125.99
<b>Total Net Assets / Equity</b>		<b>306,522,783.47</b>	<b>313,688,697.80</b>
<b>Total Net liabilities and Assets / Equity</b>		<b>379,097,113.01</b>	<b>382,333,857.052</b>

## กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564

(หน่วย : บาท)			
รายได้	หมายเหตุ	2564	2563
รายได้จากงบประมาณ	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
<b>รวมรายได้</b>		<b>1,725,532,160.80</b>	<b>2,424,920,572.39</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	17	669,040,767.33	649,079,232.70
ค่าเช่าเหมาบ้าน	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
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>		<b>1,732,698,075.13</b>	<b>2,233,432,384.41</b>
<b>รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ</b>		<b>7,165,914.33</b>	<b>191,488,187.98</b>



## 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
<b>Total income</b>		<b>1,725,532,160.80</b>	<b>2,424,920,572.39</b>
<b>EXPENSES</b>			
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
<b>Total expenses</b>		<b>1,732,698,075.13</b>	<b>2,233,432,384.41</b>
<b>Income higher than net expense</b>		<b>7,165,914.33</b>	<b>191,488,187.98</b>

## HONORARY TRADE ADVISORY TO THE MINISTRY OF COMMERCE

### รายชื่อที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ

#### America

**Mr. Pramook Jirdpondsatorn**
**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 Ansuaj**
**Address:**

Rua dos Andradas 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, SaskatoonSK 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@gemanglobaltrade.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 & Jumma 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's Industrial 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 International 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@gmail.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, Kepong, 52100 Kuala Lumpur, Malaysia

Tel. (+603)-6275 9162

E-mail: m\_shrooms6001@yahoo.com

### SPECIALIZATION/OCCUPATION

Thaifoodstuff Import,  
International Trade Consultant

Country: Malaysia

HTAs: Kuala Lumpur

### Mr. Khompanya Phengvinaiya

#### Address:

Thai-Lao Friendship Rd., Ban Saphanthong  
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

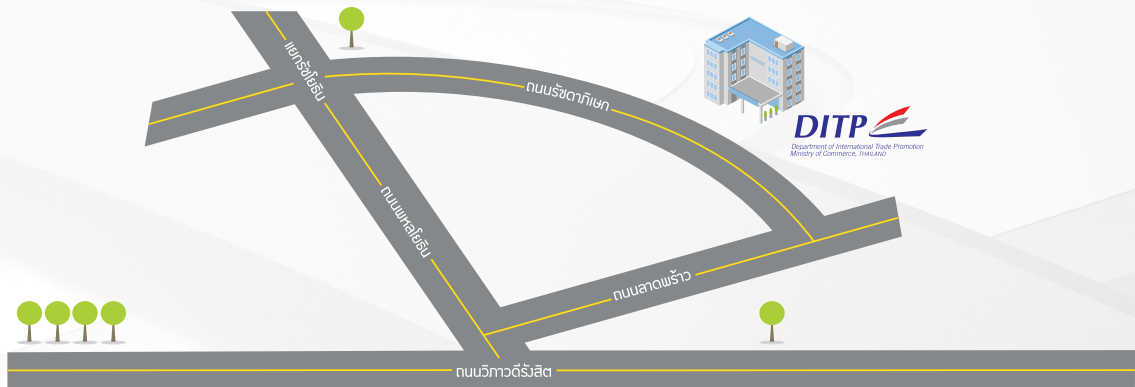
## กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สนามบินน้ำ)

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ  
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000  
โทรศัพท์: 0 2507 7999  
โทรสาร: 0 2547 5657  
อีเมล: [tiditp@ditp.go.th](mailto: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](mailto:tiditp@ditp.go.th)



### กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดาภิเษก)

22/77 ถนนรัชดาภิเษก  
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
โทรศัพท์: 0 2513 1909  
โทรสาร: 0 2511 5200  
อีเมล: [tiditp@ditp.go.th](mailto: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](mailto: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., 3<sup>rd</sup> 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. 2<sup>nd</sup> 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:** ttciami@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, 1<sup>st</sup> 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 Olimpia 04547-005 Sao 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:** thaixba@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@thaitradespain.com

**Director:** Ms. Vivhada Rabunjertkit

### • Russia

Moscow

**Address:** 52, Building 1, 10<sup>th</sup> Floor Kosmodaanskaya 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, 2<sup>nd</sup> Floor, Gol Afshane Shomali St., 6<sup>th</sup> 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. Tawee 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, 7<sup>th</sup> 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:** thaitcjeddah@gmail.com, thaitcjeddah@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 Punyahottra

### • 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., 4<sup>th</sup> 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,  
8<sup>th</sup> Floor, 8 Cotton Tree Drive Central HONG KONG

**Tel:** (+852) 2525 9716

**Fax:** (+852) 2868 4927

**Email:** thaicom@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, 6<sup>th</sup> 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 Vimomchandra

### • 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:** ttcshanghai@thaitradechina.cn

**Director:** Ms. Jeeranun Hirunyasumli

### • 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,  
3<sup>rd</sup> 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,  
5<sup>th</sup> 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 3<sup>rd</sup> 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. Wanasri 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, Leqaspi 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 Kongkiatkamon

### • Vietnam

Hanoi

**Address:** Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy  
No.905, 9<sup>th</sup> 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 8<sup>th</sup> 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 บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

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

[www.amarin.com](http://www.amarin.com)



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ  
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

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

[www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)  
DITP Call Center: 1169  
Phone: 02507 7999  
Fax: 02547 5657  
Email: [tiditp.go.th](mailto:tiditp.go.th)