



DEPARTMENT
OF INTERNATIONAL
TRADE
PROMOTION
ANNUAL
REPORT 2013/2014

รายงานประจำปี 2556/2557
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์







สารบัญ

Content

สารปลัดกระทรวงพาณิชย์	Message from Permanent Secretary	7
สารอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	Message from Director-General	9
วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์	Vision, Missions and Strategies	10
คณะผู้บริหารระดับสูง	List of Executives	12
ทว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	DITP Timeline	16
โครงสร้างองค์กร	Organisation Structure	18
อำนาจหน้าที่	Responsibilities	20
<hr/>		
การสร้างเชื่อมั่นคุณภาพสินค้าและบริการของไทยสู่สากล		24
Building Confidence of Thai Products and Services At the International Level		
• รางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี (DEmark) 2556 - 2557	Design Excellence Award (DEmark) 2013 - 2014	24
• รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น 2556-2557	Prime Minister's Business Enterprise Award 2013-2014	26
• การจัดงาน Thailand Innovation and Design Expo	Thailand Innovation and Design Expo	28
• ตราสัญลักษณ์คุณภาพไทยแลนด์	Thailand Trust Mark (TTM)	30
• การส่งเสริมการสร้างนักออกแบบไทย	Thai Designer Promoting Project	32
• การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สู่ตลาดต่างประเทศ	Developing and Promoting of OTOP Products to Global Market	34
การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ		37
Enhancing Entrepreneurs' Competitiveness in International Trade		
• จัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการไทยเกี่ยวกับช่องทางการได้ ตราสัญลักษณ์ FAIRTRADE และการซื้อขายสินค้า Fair Trade ในระดับสากล	Organising a Seminar for Thai Entrepreneurs on the FAIRTRADE Logo and Fair Trade Practice at the International Level	37
• พัฒนาองค์ความรู้ผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ	International Trade Knowledge Development for Entrepreneurs	38
• การให้บริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	Services of the Department of International Trade Promotion (DITP)	41
การส่งเสริมและขยายการค้าในตลาดต่างประเทศ		46
Promoting and Expanding International Market		
• คณะบุกเบิกตลาดต่างประเทศ	Emerging Overseas Market Working Group	46
• ความร่วมมือระหว่างกรมฯ กับหน่วยงานพันธมิตร	Cooperation between the Department of International Trade Promotion (DITP) and Trade Partners	62
การพัฒนาและส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัล		64
Digital Commerce Development and Support		
• ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	Thaitrade.com : Thailand's Official B2B E-Marketplace	64
• การจัดงาน Bangkok International Digital Content Festival	Bangkok International Digital Content Festival	66
การพัฒนาสินค้าและบริการไทยสู่สากล		68
Developing Thai Products and Services to the Global Market		
• คครัวไทยสู่ครัวโลก	Thailand: Kitchen of the World	68
• สินค้าอาหาร	Food Products	71



• ตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ	60 Plus Project	74
• การลดต้นทุนโลจิสติกส์การค้า	Exporter Training Program on Reducing Trade Logistics Costs	76
การสร้างโอกาสทางการค้าอื่นๆ		77
Other Trade Opportunities		
• การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ	International Trade Fairs in Thailand	78
• โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active)	SMEs Pro-active Project: Promoting and Enhancing Capabilities of SMEs	80
การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย		81
Public Relations to Promote the Image of Thai Products and Services		
• การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทย สินค้าและบริการ เป้าหมายที่มีศักยภาพของไทยในต่างประเทศ (Country/Cluster Images)	Public Relations to Promote the Image of Thai Products and Services Overseas (Country/Cluster Images)	81
• การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ Horizon Thailand 4 ภาษา	The Production of Horizon Thailand E-Newsletter in 4 Languages	83
• จุลสารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ “DITP ชี้ช่องการค้า”	DITP Guide to Trade Channels	84
• รายการวิทยุ “ย่อโลกการค้ากับ DITP”	“The World of Trade with the DITP” Radio Program	85
การพัฒนางองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ	Organisational Development in Alignment to the Public Sector Management Quality Award	86
กิจกรรมเพื่อสังคมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	DITP’s Corporate Social Responsibility (CSR) Activities	88
บทบาทของที่ปรึกษาทิตตมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์	Role of the Honorary Trade Advisor (HTA) to the Ministry of Commerce of Thailand	92
ด้านการค้าระหว่างประเทศ		
บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ต่างประเทศ)	Role of the Overseas Office of International Trade Promotion	93
บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ภูมิภาค)	Role of the Regional Office of International Trade Promotion	95
งบการเงิน	Financial Statement	96
งบรายได้และค่าใช้จ่าย	Income Statement	98
ตราสัญลักษณ์แห่งความเชื่อมั่นของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	DITP Marks of Honor	102
รายชื่อผู้รับรางวัลผู้ประกอบการดีเด่น 2556-2557	Prime Minister’s Business Enterprises Award 2013-2014	103
• รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น 2556	• Prime Minister’s Business Enterprises Award 2013	
• รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น 2557	• Prime Minister’s Business Enterprises Award 2014	
รายชื่อของที่ปรึกษาทิตตมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์	Honorary Trade Advisor to the Ministry of Commerce of Thailand: HTAs	107
ด้านการค้าระหว่างประเทศ		
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ภูมิภาค)	Regional Office of International Trade Promotion	116
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ต่างประเทศ)	Overseas Office of International Trade Promotion	120





สารปลัดกระทรวงพาณิชย์

Message from the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce

กระทรวงพาณิชย์ มีความมุ่งมั่นในการผลักดันให้เศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง เป็นธรรม ยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่ดีมีสุขของประเทศ โดยดำเนินการผ่านยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่ (1) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ (2) การใช้อาเซียนเป็นฐานไปสู่ทั่วโลก (3) การยกระดับประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่า (4) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันและมีความเป็นธรรม และ (5) การส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้า โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าว มีเป้าหมายที่จะทำให้การค้าของประเทศไทยเป็นเครื่องจักรกลที่สำคัญและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่างแท้จริง จนอาจเรียกได้ว่าประเทศไทยเป็น “ชาตินักการค้า” (Trading Nation) ในที่สุด

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ภายใต้สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงพาณิชย์ มีบทบาทสำคัญในการผลักดันยุทธศาสตร์ดังกล่าว โดยกรมฯ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเป็นหน่วยงานเดียวที่มีเครือข่ายกระจายอยู่ทั่วโลก ภูมิภาคทั่วโลก อันเป็นกลไกสำคัญยิ่งของการผลักดันการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการส่งออกให้บรรลุเป้าหมาย จึงต้องเร่งเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพินิจกำลังร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมกันเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ธุรกิจและผู้ประกอบการไทย ผ่านการดำเนินมาตรการต่างๆ ในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างแหล่งข้อมูลด้านการค้าที่จะเป็นประโยชน์ในการขยายโอกาสทางการค้าการลงทุนไปยังประเทศต่างๆ ทั้งในตลาดหลักเดิมและตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจการค้าโลกยุคใหม่ที่มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจต่อไป

ในโอกาสนี้ ดิฉันขอส่งความปรารถนาดีมายังผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ทุกคนของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ขอให้มีความมุ่งมั่น ทำงานร่วมกันด้วยความสามัคคี และมีความตั้งใจ ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนชาวไทย ตลอดจนไป



นางสาวชุตินา บุญยประภัสสร
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

The Ministry of Commerce has set an ambitious goal to drive the Thai economy towards a path that is fully sustainable, equitable and inclusive, and to equip the country with the essential tools to withstand every change in order to ensure the happiness of the Thai people. This is underpinned by the following five important strategies: (1) to increase the competitiveness of Thai entrepreneurs and enterprises to be able to compete successfully in the global market, (2) to use the ASEAN Economic Community (AEC) as a channel for accessing the international market, (3) to upgrade Thailand's economy and guide it towards becoming a 'Creative Economy', (4) to provide a competitive and equitable business environment, and (5) to promote and develop the necessary trade infrastructure. These strategies highlight the significance of trade, marking it as the main driver of the country's economic growth in Thailand's ultimate aim of becoming a trading nation.

Amidst the constantly changing global trade landscape, the Department of International Trade Promotion (DITP) under the Ministry of Commerce has played an important role in pushing through these strategies. With efficient networks of trade offices around the world and in close cooperation with the private sector, DITP – as the only governmental organisation that directly promotes international trade – is key in ensuring that the Thai government meets its international trade target, especially exports. All measures required have been implemented to promote international trade, expand trade and investment opportunities in both existing and emerging markets, maintain the country's economic growth, and maximise the capabilities of businesses and entrepreneurs.

On this occasion, may I extend my best wishes to DITP executives and staffs who have contributed to strengthening Thai entrepreneurs in the international arena. I would also like to thank you for your determination and dedication to furthering the growth of our country's international trade.



Ms. Chutima Bunyapraphasara
Permanent Secretary of Commerce



สารอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Message from Director-General

กว่า 6 ทศวรรษที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการค้าระหว่างประเทศของไทย โดยเฉพาะภาคการส่งออกให้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นพัฒนาการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ภาคธุรกิจระหว่างประเทศ ตลอดจนบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานทุกภาคส่วน เพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการของไทย พัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นในระยะยาวอย่างยั่งยืน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่เคยหยุดนิ่งที่จะพัฒนาองค์กรและบทบาทหน้าที่ของตน เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ คือ “เป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าชั้นนำในภูมิภาคเอเชียที่พร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืน” ซึ่งในปี 2556 และ 2557 ที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนและสานต่อการพัฒนาในทุกๆ ด้านโดยมีนโยบายหลักในการเจาะและขยายตลาดสินค้าไทยที่มีศักยภาพในทุกภูมิภาค รักษาส่วนแบ่งตลาดสินค้าไทยในตลาดหลัก อีกทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างตราสินค้า นวัตกรรม และการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การช่วยเหลือผู้ประกอบการส่งออกให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไทยในการก้าวไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผ่านโครงการที่สำคัญ เช่น การจัดตั้งศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน (AEC Business Support Center) การพัฒนาช่องทาง การค้าออนไลน์ Thaitrade.com เพื่อเป็นช่องทางตลาดใหม่ๆ ที่มีต้นทุนต่ำ แต่มีประสิทธิภาพสูงในการทำตลาด จนได้รับรางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ ประจำปี 2556 ประเภทรางวัล “การพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศ” ระดับดีเด่นของสำนักงาน ก.พ.ร. เป็นต้น

ผลการดำเนินงานที่ปรากฏในรายงานประจำปี 2556/2557 ฉบับนี้ จะแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นและความเป็นมืออาชีพของข้าราชการและบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่านที่ได้ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มกำลังความสามารถ นำมาซึ่งประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติ ผู้ประกอบการทุกระดับและประชาชนทั่วประเทศ

โอกาสนี้ ดิฉันขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้สนับสนุนการปฏิบัติงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเสมอมา ขอขอบคุณบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่านที่ได้ทุ่มเทกำลังกายและสติปัญญาในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากลโลก อำนวยพรให้ทุกท่านประสบความสุข ความสำเร็จ และมีพลังใจที่เข้มแข็ง เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยให้เจริญรุ่งเรืองยิ่งขึ้นไป

นันทวัน สกุนตนา
นางนันทวัน สกุนตนา
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

For over six decades, DITP has played an important role in promoting Thailand's international trade, especially the export sector, to ensure consistent economic growth. Committed to providing high quality services to Thai enterprises in international business and building partnerships with all involved sectors, DITP strives to expand new markets, develop internationally recognised products and services, as well as enhance the capacity of Thai entrepreneurs to compete in the global market in a sustainable manner.

Throughout the years, DITP has never ceased in striving towards improvement. We have made extensive efforts in all aspects to evolve and realize the vision of being one of Asia's leading trade promotion organisations that is ready to respond to any changes. Our aim is to enhance Thailand's international trade competitiveness and ensure the sustainable value creation of Thai products and services. In 2013 and 2014, DITP's strategy focused on penetrating new potential markets worldwide, maintaining market share in traditional markets, developing products and services through value creation, innovation and eco-friendly technologies, as well as introducing new projects to help Thai exporters enter international markets more effectively.

In line with the fast approaching ASEAN Economic Community, 2013's highlighted activities included the establishment of nine AEC Business Support Centers to equip and enhance the trade competitiveness of Thai enterprises in ASEAN. Another key project has been “Thaitrade.com,” our B-2-B e-marketplace which provides a low cost yet effective marketing platform for Thai businesses, especially SMEs. In recognition of its services, Thaitrade.com received the Thailand Public Service Award 2013 in the category of Service Development Awards (Outstanding Level) by the Office of the Public Sector Development Commission (OPDC).

The 2013/2014 Annual Report reflects the strong performance, determination and professionalism of all the staff who have worked to the fullest of their capacity for the benefit of the nation, entrepreneurs and the general public.

On this occasion, I would like to thank all DITP alliances, government and private sectors, who have been supportive of DITP's operations. I also wish to express my heartfelt appreciation to all DITP personnel for your tireless efforts and devotion to the Department. May all of you be blessed with happiness, success and the continued will power to help further drive the country's economy towards prosperity.

N. Sakuntanaga
Mrs. Nuntawan Sakuntanaga
Director-General
Department of International Trade Promotion

VISION, MISSIONS, STRATEGIC FOCUS 2013-2014 STRATEGIES

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชียและพร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืน

Vision

To be one of Asia's leading international trade promotion organisations with service excellence standards and readiness to change, ensuring sustainable value creation and competitiveness of Thai entrepreneurs in the global arena.

พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศโดยอำนวยความสะดวก ลดต้นทุน เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการของไทย ชี้แนะสู่ทางการเข้าตลาดและรักษาตลาดการค้าในต่างประเทศ และร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาให้ไทยเป็นประตูการค้าสำคัญของภูมิภาคเอเชีย

Missions

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

ประเด็นยุทธศาสตร์

ผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง

Strategic Focus

To proactively and constantly promote international trade.

กลยุทธ์ปี 2556

1. พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและธุรกิจบริการที่มีมูลค่าเพิ่มและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. พัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในช่องทางการตลาด Online
3. พัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่เวทีการค้าระหว่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับ SMEs และ OTOP
4. ส่งเสริมการลดต้นทุนและการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์การค้า
5. รักษาตลาดหลัก ขยายตลาดใหม่และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTAs และ AEC
6. ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตสินค้าคุณภาพสูง
7. พัฒนาคู่มือและระบบข้อมูลการค้าอย่างต่อเนื่อง

2013 Strategies

1. Developed and promoted products and services with the objective to add value and increase environmental friendliness.
2. Developed and promoted international trade through online marketing channels.
3. Developed the potential of Thai entrepreneurs to be able to compete with enhanced efficiency in international markets, particularly SMEs and OTOP operators.
4. Promoted cost reduction initiatives and established trading logistics networks for operators.
5. Maintained footholds in mature markets and created new markets by leveraging FTAs and the AEC.
6. Promoted and publicised the image of Thailand as a producer of high quality products.
7. Continuously developed trade personnel and database systems.

กลยุทธ์ปี 2557

1. พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาด อาทิ การสร้างนวัตกรรมสินค้า/บริการ การยึดหลักสินค้า/บริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การขยายตลาดให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน และความเป็นธรรมทางการค้า
2. พัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างตราให้กับสินค้าและบริการของไทย รวมทั้งสินค้า OTOP เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน
3. พัฒนาธุรกิจและผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs เข้าสู่ตลาดการค้าระหว่างประเทศ
4. การขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรของอาเซียนภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ให้เป็นประโยชน์สูงสุด
5. การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า บริการและผู้ประกอบการไทยเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับ
6. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบการค้า เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลเพื่อขยายช่องทางการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น และพัฒนาสารสนเทศทางการค้าให้ทันสมัย
7. พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินการเป็นกลุ่ม Clusters ของสินค้าและบริการเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน เช่น การลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการแสวงหาวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต

2014 Strategies

1. Developed products and services that cater to market demands, e.g. creating innovative products and services, promoting the principle of environmentally friendly products and services, promoting market expansion for mutual benefits, and promoting fair trade.
2. Developed and promoted value creation and branding for Thai products and services, including OTOP in order to sustainably compete in global markets.
3. Developed the potential of Thai businesses and entrepreneurs, especially SME operators, to enter into overseas trading markets (Overseas Business Development).
4. Expanded trade and investment with ASEAN's partners under the ASEAN Economic Community (AEC) and Free Trade Agreements (FTAs) to gain maximum benefit from overseas trade agreements.
5. Promoted and publicised a positive brand image for Thai products, services and entrepreneurs in order to strengthen Thailand's credibility and gain public recognition (Image Building and Branding).
6. Promoted the use of trade systems, technology and digital content to expand online trading channels in order to gain greater access to consumers while developing and updating channels of business information communication.
7. Developed and promoted the cluster operations of products and services to sustainably enhance trade capabilities, e.g. cost reduction initiatives, improvement of production efficiency, and sourcing for raw materials and means of production.

LIST OF EXECUTIVES

คณะผู้บริหารระดับสูง Executives



นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Mrs. Nuntawan Sakuntanaga
Director-General

ร้อยเอกสุวิพันธุ์ ดิษยมณฑล
รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Capt. Suwipan Thisyamondol
Deputy Director-General



นางอัมพวัน พิชาลัย
รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Mrs. Amparwon Pichalai
Deputy Director-General



นางดวงกมล เจียมบุตร
รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Mrs. Duangkamol Jiambutr
Deputy Director-General



นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ Assistant Director-General



นายมาตยวงศ์ อมาตยกุล
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mr. Matyawongse Amatyakul
Assistant Director-General



นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit
Assistant Director-General



นางเพยาว์ สุขมาก
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mrs. Payao Sookmak
Assistant Director-General



นางอารporn อภิญญาพานิชย์
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mrs. Arporn Apinyapanich
Assistant Director-General



นางจิรภาพรรณ มลิกทอง
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mrs. Jirapaphan Malithong
Assistant Director-General



นายพิสิษฐ์ กิจวิริยะะ
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mr. Pisit Kijviriya
Assistant Director-General



ม.ล.คทาทอง ทองใหญ่
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
M.L. Kathathong Thongyai
Assistant Director-General



นายนพดล ทองมี
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ
Mr. Napadol Thongmee
Assistant Director-General



LIST OF EXECUTIVES

ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน/ศูนย์ Directors



นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
ผู้อำนวยการสำนักอธิบดี
Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit
Director
Secretariat Office of Director General



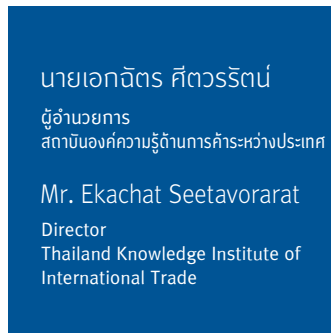
นายเนพล ทองมี
ผู้อำนวยการ
สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
Mr. Napadol Thongmee
Director
Office of Public Relations and
Corporate Communication



นางสาววิมล จารุสทธิ
ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง
Miss Wimon Jarusathiti
Director
Office of General Administration



นายเอกฉัตร ศีตวรรัตน์
ผู้อำนวยการ
สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ
Mr. Ekachat Seetavorarat
Director
Thailand Knowledge Institute of
International Trade



นายสมเด็จ สุขสมบูรณ์
ผู้อำนวยการ
สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
Mr. Somdet Susomboon
Director
Bureau of International Trade
Promotion Strategy



นางลลิตา จิวนันทประวัต
ผู้อำนวยการสำนักพาณิชย์ดิจิทัล
Mrs. Lalida Jivanantpravat
Director
Office of Digital Commerce



ม.ล.คทาทอง ทองใหญ่
ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมการออกแบบ
และนวัตกรรมเพื่อการค้า
M.L. Kathathong Thongyai
Director
Thailand Institute of Design and
Innovation Promotion



ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน/ศูนย์ Directors



นางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
ผู้อำนวยการ
สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจโลฟิสต์
Mrs. Chantira Jimreivat Vivatrat
Director
Office of Fashion and Lifestyle
Business Development



นายสุพัต อ่องแสงคุณ
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการค้าและ
ธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรม
Mr. Supapat Ongsangkoon
Director
Office of Agricultural and Industrial
Business Development



นางสาวจตุพร วัฒนสุวรรณ
ผู้อำนวยการ
สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า
Miss Jatuporn Wattanasuwan
Director
Office of Service Trade and
Trade Logistics



นายนิทพงษ์ จิระเลิศพงษ์
ผู้อำนวยการ
ศูนย์บริการการค้าระหว่างประเทศ
Mr. Nantapong Chiralerspong
Director
DITP Service Center



นายวิชชากร จินทรศิริ
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาดใหม่
Mr. Wichchakorn Chandrasiri
Director
Office of New Overseas Markets
Development and Promotion



นางจิรภาพรรณ มลิกทอง
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาด
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย
Mrs. Jirapaphan Malithong
Director
Office of AEC and Asian
Trade Development



นายวิชชากร จินทรศิริ
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาดใหม่
Mr. Wichchakorn Chandrasiri
Director
Office of New Overseas Markets
Development and Promotion



DITP TIMELINE



1952

12 มีนาคม พ.ศ.2495
กรมเศรษฐกิจสัมพันธ์ กระทรวงเศรษฐกิจ
Department of Economic Relations



1972

29 กันยายน พ.ศ.2515
กรมพาณิชย์สัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์
Department of Commercial Relations

1952

1972

1990

2012





1990

23 มิถุนายน พ.ศ.2533
กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์
Department of Export Promotion



2012

20 กันยายน พ.ศ.2555
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
Department of International Trade Promotion

➔ กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



ORGANISATION STRUCTURE



ศูนย์บริการการค้าระหว่างประเทศ

DITP Service Center

สถาบันองค์ความรู้ ด้านการค้าระหว่างประเทศ

Thailand Knowledge Institute
of International Trade

สำนักงานส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ (ภูมิภาค)

Office of International Trade Promotion
(Regional Office)

สำนักงานส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ (ต่างประเทศ)

Office of International Trade Promotion
(Overseas Office)

โครงสร้างองค์กร Organisation Structure

สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ

Bureau of International Trade Promotion Strategy

กลุ่มตรวจสอบภายใน

Internal Audit Unit

สำนักประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

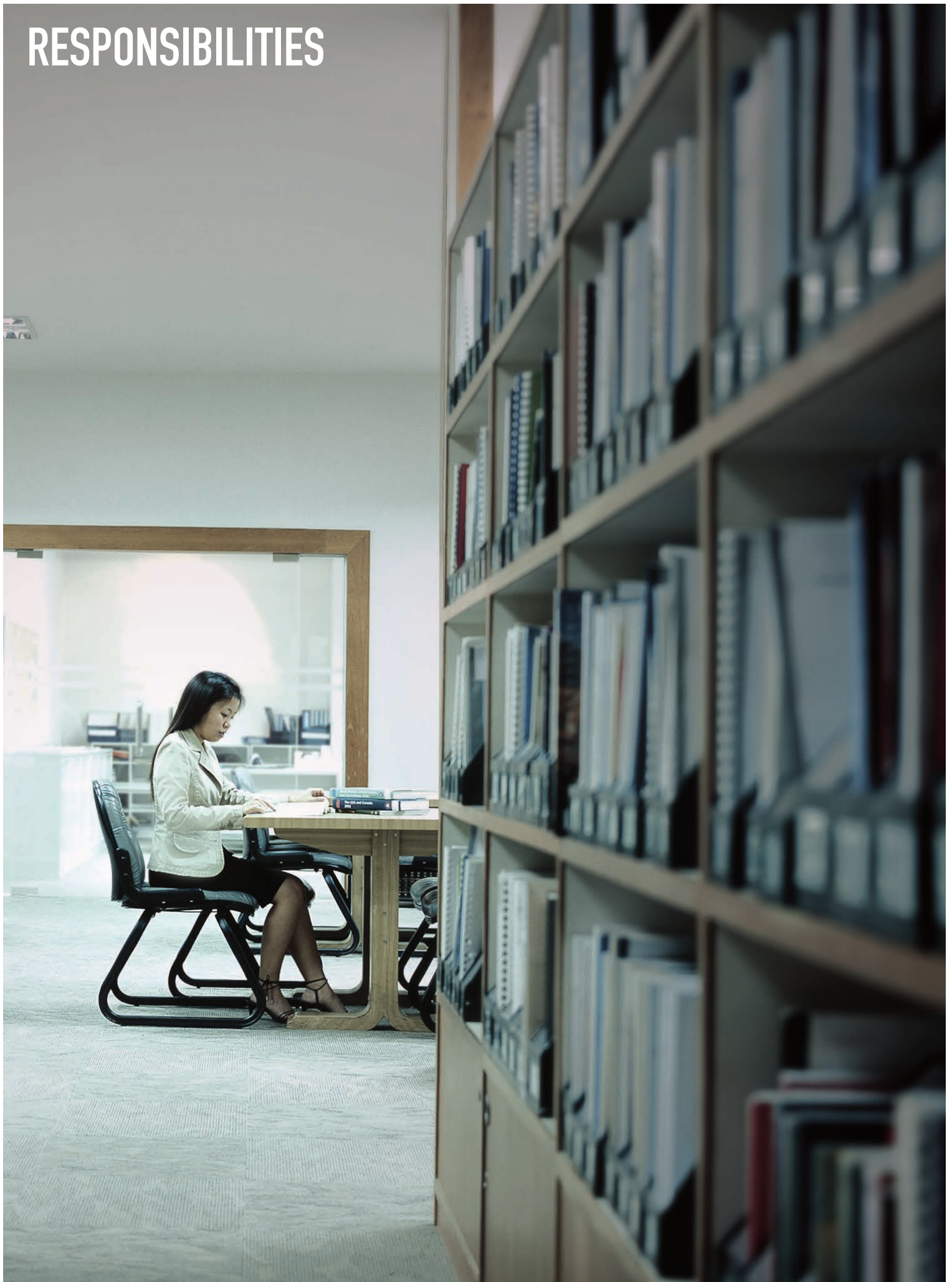
Office of Public Relations and Corporate Communication

กลุ่มงานคุ้มครองจริยธรรม

Ethics Protection Group



RESPONSIBILITIES

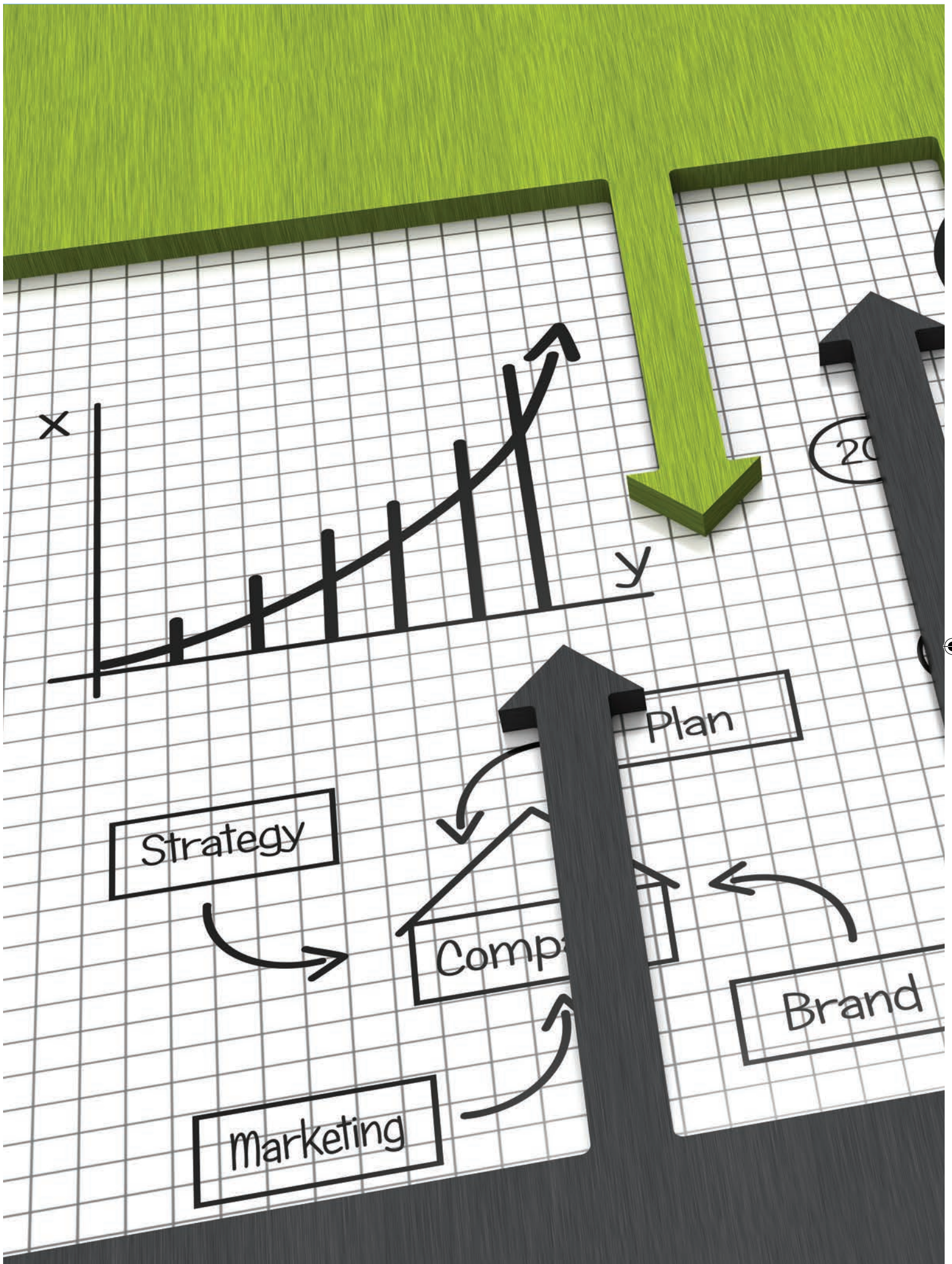


อำนาจหน้าที่

1. เสนอนโยบายและจัดทำเป้าหมายการส่งออกและแผนปฏิบัติการ รวมทั้งเสนอแนวทางมาตรการด้านการค้าและการตลาด
2. ดำเนินการเพื่อส่งเสริมพัฒนาและสนับสนุนการส่งออกสินค้าและธุรกิจบริการของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. จัดทำและให้บริการข้อมูลการค้าและส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกแก่ผู้ผลิตผู้ส่งออกไทย ผู้ประกอบธุรกิจบริการ และผู้นำเข้าในประเทศ
4. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้าและธุรกิจบริการของไทยเพื่อส่งเสริมการส่งออก
5. พัฒนาความรู้ความสามารถแก่ภาคเอกชนในด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและสมรรถนะในการส่งออกตลอดจนประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ
6. ส่งเสริมและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไทย และให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ
7. สนับสนุนและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทางการค้า
8. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมฯ หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

Responsibilities

1. Propose policies, set goals and action plans for export, and make recommendations in terms of marketing and trade direction and measures.
2. Engage in activities, both locally and overseas to promote, develop, and support Thailand's export of goods and services.
3. Gather trade data and provide trade information service, and give support to activities in areas of the application of information technology, to Thai manufacturers, exporters, and service providers, as well as offshore importers.
4. Undertake public relations activities to promote export of Thai goods and services.
5. Develop the knowledge of the private sector on the international business in order to advance its competitiveness and export efficiency as well as provide assistance and coordinate with local and overseas organisations.
6. Support the development of products in terms of design and brands so that value can be added to Thai products enabling them to meet the offshore market's demand.
7. Support the development of trade logistics system.
8. Perform other activities as required by law within the scope.





DEPARTMENT
OF INTERNATIONAL
TRADE
PROMOTION
ANNUAL
REPORT 2013/2014



การสร้างเชื่อมั่นคุณภาพสินค้าและบริการของไทยสู่สากล

Building Confidence of Thai Products and Services At the International Level

รางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี (DEmark) 2556 - 2557

Design Excellence Award (DEmark 2013 - 2014)



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กำหนดให้มีรางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี (Design Excellence Award - DEmark) เมื่อปี 2551 ส่งเสริมรางวัลให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและได้รับการยอมรับในฐานะรางวัลด้านการออกแบบระดับสากล เพื่อยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าไทยให้เทียบเท่าสินค้าที่ออกแบบดีจากนานาชาติ พร้อมกระตุ้นผู้ประกอบการไทยให้พัฒนาด้านการออกแบบสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าบริการและผู้ประกอบการไทย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับ (Image Building and Branding)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศร่วมมือกับองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) และสมาคมส่งเสริมการออกแบบของอุตสาหกรรมแห่งประเทศญี่ปุ่น (Japan Institute of Design Promotion - JDP) ร่วมกำหนดทิศทางพิจารณารางวัล DEmark และเชิญผู้เชี่ยวชาญร่วมเป็นกรรมการตัดสิน อีกทั้งสนับสนุนผู้ที่ได้รับรางวัล DEmark เพื่อผ่านเข้ารอบ 2 ของการตัดสินรางวัล Good Design Award (G-Mark) จากประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นวิธีที่ดีที่จะประชาสัมพันธ์รางวัล DEmark

เนื่องด้วย ในปี 2556 ผลงานด้านกราฟิกได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น และเพื่อเป็นการสนับสนุน/พัฒนาฝีมือนักออกแบบไทย จึงได้มีการเพิ่มประเภทรางวัลขึ้นอีกหนึ่งสาขาประเภทคือ สาขากราฟิกดีไซน์ รวมทั้งสิ้น 6 สาขารางวัล

The Design Excellence Award (DEmark) was established in 2008 by the Department of International Trade Promotion in order to give recognition to outstanding product design. The DEmark award also aims to enhance and increase the trade value of Thai products to align with international designs, and encourage Thai entrepreneurs to develop their product designs following the public relations strategy of building the image of Thai products, services and entrepreneurs so as to promote the credibility of Thailand's image and gain global recognition.

The DITP collaborates with the Japan External Trade Organisation (JETRO) and Japan Institute of Design Promotion (JDP) in determining the judging criteria for the DEmark award of Thailand and inviting experts to be judges in this contest. Moreover, the DITP also provides support to DEmark award winners as they enter the second round of the Good Design Award (G-Mark) in Japan.

Since 2013 interest in graphic design has greatly increased. As a consequence, the graphic designer award category has been added in order to promote and develop the ability of Thai designers, and the total number of DEmark award categories stands at six.

โครงการรางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี มีกิจกรรมในปี 2556/2557 ดังนี้

- เพิ่มประเภทสาขารางวัลอีกหนึ่งประเภท คือ สาขากราฟิกดีไซน์ รวมทั้งสิ้นเป็น 6 สาขารางวัล
- การจัดแถลงข่าว การรับสมัคร และการเสวนาด้านการออกแบบ โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิสาขาต่างๆ อาทิ คุณเคอิ มัตสึชิตะ (Mr.Kei Matsushita) กราฟิกดีไซน์เนอร์ชาวญี่ปุ่น
- การตัดสินรางวัลสินค้า DEmark ณ Crystal Design Center (CDC)
- การจัดนิทรรศการสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark ในต่างประเทศ อาทิ
 - นิทรรศการในงาน ‘Milan Design Week’ ณ เมืองมิลาน สาธารณรัฐอิตาลี ภายใต้แนวคิด “Slow Hand Design Thai a Spice” (ปี 2556) และ “Slow Hand Design”: Thai Craftology” (ปี 2557)
 - นิทรรศการในงาน DESIGN Global Philippines 2013 ณ กรุงมะนิลา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์
 - นิทรรศการในงาน Good Design Exhibition 2013 ณ ประเทศญี่ปุ่น
 - นิทรรศการในงานตัดสินรางวัล India Design Mark (I Mark) 2014 ณ เมืองปูเน่ สาธารณรัฐอินเดีย
- การจัดนิทรรศการสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark ในประเทศ อาทิ
 - นิทรรศการภายในงานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ระดับนานาชาติ (Thailand International Furniture Fair-TIFF)
 - นิทรรศการภายในงานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน (BIG & BIH April)
 - นิทรรศการสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี (DEmark Show) 2556 และ 2557
- การจัดพิธีมอบรางวัล DEmark และรางวัล Best DEmark ซึ่งเป็นสาขาหนึ่งในรางวัลผู้ประกอบการดีเด่น (Prime Minister’s Business Enterprise Award)

สรุปจำนวนผู้ได้รับรางวัลปี 2551 - 2557 มีสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark ทั้งสิ้น 499 รายการ และสินค้าได้รับรางวัล G-Mark รวม 310 รายการ

ในปี 2556 มีสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark 74 รายการและได้รับรางวัล G-Mark 46 รายการ

ในปี 2557 มีสินค้าที่ได้รับรางวัล DEmark 83 รายการและได้รับรางวัล G-Mark 33 รายการ

Activities in 2013/2014

- Adding the “Graphic Design” award category; a total of six award categories.
- Press conference on direct admission and seminar on graphic design by the Japanese graphic designer Mr.Kei Matsushita.
- Commencement of the DEmark award ceremony at the Crystal Design Center (CDC).
- International exhibitions showcasing DEmark award-winning products including:
 - A Milan Design Week exhibition in Milan, Italy under the concept of “Slow Hand Design: Thai-A-Spice” in 2013 and “Slow Hand Design: Thai Craftology” in 2014.
 - Showcasing DEmark award-winning products at DESIGN Global Philippines 2013 in Manila, the Philippines.
 - Showcasing DEmark award-winning products at Good Design Exhibition 2013 in Japan.
 - Showcasing DEmark award-winning products at India Design Mark (I Mark) 2014 in Pune, India.
- Domestic exhibitions showcasing DEmark award-winning products including:
 - Thailand International Furniture Fair (TIFF).
 - BIG & BIH April.
 - DEmark Show 2013 and 2014.
- Organising DEmark and Best DEmark awards ceremony which are considered to be the award categories under the Prime Minister’s Business Enterprise Award.

From 2008 - 2014, 499 products received DEmark awards and 310 products received G-Mark awards.

In 2013, 74 products received DEmark awards and 46 products received G-Mark awards.

In 2014, 83 products received DEmark awards and 33 products received G-Mark awards.

รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น 2556-2557

Prime Minister's Business Enterprise Award 2013-2014



รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น (Prime Minister's Business Enterprise Award) เดิมใช้ชื่อว่า “รางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น (Prime Minister's Export Award - PM Award) ตั้งขึ้นเมื่อปี 2535 โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนและให้ความสำคัญแก่ผู้ส่งออกสินค้าและบริการที่มีผลงานดีเด่น ริเริ่มและพยายามบุกเบิกตลาดต่างประเทศ มีการใช้ชื่อทางการค้าและมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองจนเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการที่มีส่วนผลักดันการส่งออกสินค้าและบริการของประเทศ รัฐบาลจึงกำหนดให้มีพิธีประกาศเกียรติคุณและมอบรางวัลดังกล่าวโดยนายกรัฐมนตรีอย่างต่อเนื่อง นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 23 แล้ว

ในปี 2556 มีการเปลี่ยนชื่อรางวัลใหม่เป็น ‘Prime Minister's Business Enterprise Award’ เพื่อให้สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเหมาะสมกับยุคสมัยมากขึ้น และปรับประเภทรางวัล เป็น 8 ประเภท โดยมีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 23 รางวัล คือ

1. รางวัลผู้ประกอบการไทยยอดเยี่ยมในตลาดอาเซียน หรือ Best AEC Business Enterprise จำนวน 3 รางวัล
2. รางวัลบริษัทข้ามชาติยอดเยี่ยม หรือ Best Multinational Corporation จำนวน 1 รางวัล
3. รางวัลนวัตกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม หรือ Best Green Innovation จำนวน 2 รางวัล
4. รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม หรือ Best Thai Brand จำนวน 3 รางวัล

The Prime Minister's Business Enterprise Award, previously named the Prime Minister's Export Award (PM Award), was established in 1992. The objective of the award is to promote exporters with product and service excellence as well as support their initiative and efforts to establish their presence in the international market under their own brands and designs. The award is aimed at enhancing their image as outstanding contributors to the country's export and service sectors. The Royal Thai Government will be organising the PM Award this year for the 23rd consecutive year.

In 2013, the award was renamed the Prime Minister's Business Enterprise Award to comply with the role and mission of the DITP. The award is divided into 8 categories with a total of 23 winners as follows:

1. Best AEC Business Enterprise: three companies
2. Best Multinational Corporation: one company
3. Best Green Innovation: two companies
4. Best Thai Brand: three companies
5. Best DEmark: one company
6. Best Services Enterprise Award: five companies
7. Best OTOP Export Recognition: seven companies
8. Best Business Rising Star: one company

5. รางวัลสินค้าที่มีการออกแบบยอดเยี่ยม หรือ Best DEmark จำนวน 1 รางวัล
6. รางวัลธุรกิจบริการยอดเยี่ยม หรือ Best Services Enterprise Award จำนวน 5 รางวัล
7. รางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและคุณภาพยอดเยี่ยม หรือ Best OTOP Export Recognition จำนวน 7 รางวัล
8. รางวัลบริษัทดาวรุ่ง หรือ Best Business Rising Star จำนวน 1 รางวัล

ในปี 2557 มีการรวบรวมรางวัลให้เหลือ 7 ประเภทรางวัล ดังนี้

1. รางวัลผู้ประกอบการส่งออกยอดเยี่ยม หรือ Best Exporter
2. รางวัลนวัตกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม หรือ Best Green Innovation
3. รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม หรือ Best Thai Brand
4. รางวัลสินค้าที่มีการออกแบบยอดเยี่ยม หรือ Best DEmark
5. รางวัลธุรกิจบริการยอดเยี่ยม หรือ Best Services Enterprise Award
6. รางวัลสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบ และคุณภาพยอดเยี่ยม หรือ Best OTOP Export Recognition
7. รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจเกิดใหม่ยอดเยี่ยม หรือ Best Business Start-up

ซึ่งมีผู้ได้รับรางวัลในปี 2557 รวมทั้งสิ้น 21 รางวัล

In 2014, those award categories were reduced from 8 to 7 as follows:

1. Best Exporter
2. Best Green Innovation
3. Best Thai Brand
4. Best DEmark
5. Best Services Enterprise Award
6. Best OTOP Export Recognition
7. Best Business Start-up

In 2014, the Prime Minister's Business Enterprise Award was granted to 21 companies.

การจัดงาน Thailand Innovation and Design Expo

Thailand Innovation and Design Expo



การจัดงาน Thailand Innovation and Trade Expo 2013

วันที่ 25 - 29 กันยายน 2556 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา มีผู้เข้าชมงานประมาณ 8,293 คน

งาน Thailand Innovation and Trade Expo 2013 (T.I.T.E. 2013) จัดขึ้นครั้งแรกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงนวัตกรรมสินค้า (Product Innovation) และนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์สู่การค้าระหว่างประเทศ โดยคัดสรรผลงานจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งสถาบันการศึกษาที่มีการใช้เทคโนโลยีและการออกแบบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและคำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendly) และการประหยัดพลังงาน

กิจกรรมที่น่าสนใจในงาน Thailand Innovation and Trade Expo 2013 อาทิ

- ส่วนนิทรรศการนวัตกรรมไฮไลต์ แบ่งออกเป็น คูหานิทรรศการนานาชาติ (International Pavilion) 6 กลุ่ม ได้แก่ หอการค้านานาชาติ (ICC - International Chamber of Commerce) สาธารณรัฐประชาชนจีน หอการค้าญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลีใต้ สาธารณรัฐไต้หวันและประเทศกลุ่มสหภาพยุโรป (EU) ไฮไลต์โซน (Highlight Zone) ที่รวมนิทรรศการผลงานด้านนวัตกรรมจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษา
- ส่วนจัดแสดงชิ้นงานด้านการออกแบบ แบ่งเป็น 8 กลุ่มสินค้า 816 ชิ้นงาน และกิจกรรมสำคัญอื่นๆ ประกอบด้วย การจัดประชุมและสัมมนา นิทรรศการ ส่วนจำหน่ายสินค้าที่มีนวัตกรรม เป็นต้น

Thailand Innovation and Trade Expo 2013

Held from 25 - 29 September 2013 at Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC) Bangna, the event was attended by 8,293 visitors.

The Thailand Innovation and Trade Expo 2013 (T.I.T.E. 2013) was first held with the purpose of promoting product and service innovation with the potential to further develop contributions to the international market. The products presented at this event were selected from the public and private sectors as well as educational institutions where technology and design are being applied to fortify value added products and services in addition to promoting environmental friendliness and energy conservation.

Highlights at T.I.T.E. 2013 included the following:

- The Highlight Innovation Exhibition comprised 6 international pavilions from the ICC (International Chamber of Commerce), China, the Japanese Chamber of Commerce, South Korea, Taiwan and EU countries. Furthermore, in the Highlight Zone innovative products from the public and private sectors in addition to educational institutions were exhibited.
- The Design Products Exhibition comprised 8 categories with a total of 816 products and other activities consisting of conferences seminars, exhibitions and outlets for innovative products.

การจัดงาน Thailand Innovation and Design Expo 2014

วันที่ 18 - 21 กันยายน 2557 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีผู้เข้าชมงานประมาณ 10,000 คน

ในปี 2557 กรมฯ กำหนดให้จัดงาน Thailand Innovation and Trade Expo ขึ้นอีกครั้ง และเปลี่ยนชื่องานเป็น Thailand Innovation and Design Expo 2014 (T.I.D.E. 2014) เพื่อแสดงศักยภาพประเทศไทยด้านนวัตกรรมและการสร้างสรรค์การออกแบบ โดยร่วมมือกับหลายหน่วยงานจากทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (ว.ว.) เทศกาลงานออกแบบบางกอก เป็นต้น โดยจัดแสดงผลงานด้านนวัตกรรมและการออกแบบจากนักคิด นักสร้างสรรค์ นักออกแบบยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรมและงานออกแบบของอาเซียน พร้อมการจัดสัมมนา การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การแสดงผลงานด้านการออกแบบ ผลงานด้านนวัตกรรมไทย ผลงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิ ผลงานการประกวดที่ได้รางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี (DEmark) ผลงานนักออกแบบไทยและนักออกแบบต่างชาติ (Asia Talents) เป็นต้น

พื้นที่จัดแสดงส่วนต่างๆ และกิจกรรมที่น่าสนใจภายในงาน อาทิ

- International Pavilion นิทรรศการนวัตกรรมจากต่างประเทศ 11 กลุ่มประเทศ ได้แก่ เอเชีย 5 ประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลีใต้ สาธารณรัฐไต้หวัน ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น และประเทศกลุ่มสหภาพยุโรป (EU) 6 ประเทศ โปแลนด์ รัสเซีย อิตาลี เดนมาร์ก สเปน และออสเตรีย
- Innovation Highlight และส่วนจัดแสดงนิทรรศการของกรมรวมนิทรรศการผลงานด้านนวัตกรรมและการออกแบบจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษา
- Innovation Show Case ส่วนจัดแสดงชิ้นงานด้านการนวัตกรรมและออกแบบ แบ่งเป็น 10 กลุ่มสินค้า 170 ชิ้นงาน
- Design Zone ส่วนจัดแสดงผลงานออกแบบจากนักออกแบบไทยและอาเซียน

Thailand Innovation and Design Expo 2014

Held from 18 - 21 September 2014 at the Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC), the event was attended by approximately 10,000 visitors.

In 2014, the DITP held the Thailand Innovation and Trade Expo again, changing its name to the Thailand Innovation and Design Expo 2014 (T.I.D.E. 2014) in order to present and emphasise Thailand's potential in innovation and design. The event was organised in collaboration with both public and private sectors such as PTT Public Company Limited, the Thailand Institute of Scientific and Technological Research, and the Bangkok Design Festival to display innovative and design products from thinkers, creators, and designers. The Expo also helps promote Thailand both as the hub of innovation and design in ASEAN and a regional centre of seminars, workshops and exhibitions of Thailand's design and innovative products as well as eco-friendly products such as the winners of the DEmark and Asia Talents awards.

Highlights included :

- International Pavilions: The Highlight Innovation Exhibition comprised a total of 11 countries. 5 countries represented Asia: China, South Korea, Taiwan, Japan and Philippines while 6 represented Europe : Poland, Russia, Italy, Denmark, Spain and Austria.
- Innovation Highlight and the DITP exhibition area: Innovative and design products from both the public and private sectors as well as educational institutions were displayed.
- Innovation Showcase : This featured 170 innovative and design products from 10 product categories.
- Design Zone : A display of design products from Thai and ASEAN designers.

ตราสัญลักษณ์คุณภาพไทยแลนด์

Thailand Trust Mark (TTM)



ตราสัญลักษณ์คุณภาพไทยแลนด์ (Thailand Trust Mark – TTM) เป็นตราสัญลักษณ์ที่รับรองว่าสินค้าและบริการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตรานี้เป็นสินค้าและบริการจากประเทศไทยที่มีมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า/บริการที่ทั่วโลกสามารถให้ความไว้วางใจได้ (Trust Worthiness) อีกทั้งสินค้าดังกล่าว ต้องเป็นสินค้าที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly/Green) และความร่วมมือรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เช่น มีกิจกรรมเพื่อสังคม มีธรรมาภิบาล คุ้มครองสวัสดิภาพแรงงาน สภาพการทำงาน มีการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังตกย้ำจุดแข็งเรื่องคุณภาพของสินค้า เน้นสื่อสารกับผู้บริโภคถึงแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีที่มีต่อประเทศไทย (Country Image) แก่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย (Product & Service Image) ที่มีคุณภาพช่วยสนับสนุนการส่งออกสินค้าไทยในฐานะสินค้าคุณภาพที่ทั่วโลกวางใจ ทั้งด้านการผลิตตามมาตรฐานสากลและภาพลักษณ์องค์กรที่ดี การจัดการสิ่งแวดล้อมและการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม รวมทั้งยกระดับสินค้าให้ดูน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

นับตั้งแต่พิธีเปิดตัวตรา Thailand Trust Mark อย่างเป็นทางการ วันที่ 18 มกราคม 2555 ขณะนี้มีผู้ได้รับใบรับรองตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark แล้ว 521 บริษัท แบ่งเป็นประเภทอุตสาหกรรมอาหาร 163 บริษัท อุตสาหกรรมหนัก 135 บริษัท อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ 110 บริษัท อุตสาหกรรมแฟชั่น 39 บริษัท อุตสาหกรรมทั่วไป 61 บริษัทและธุรกิจบริการ 13 บริษัท

The Thailand Trust Mark (TTM) is a symbol that certifies that the selected high-quality Thai products and services can be trusted in line with global standards and quality. The products and services must be considered eco-friendly, while the company awarded the TTM logo must engage in CSR activities. Such social activities are good governance, employment security, a safe working environment and personnel development. In addition, the TTM logo not only affirms product quality but also conveys a positive message to consumers regarding the country of origin, i.e. Thailand, thereby enhancing the image of Thai products and services in terms of being recognised for their international quality. It also promotes the global acceptance of Thailand's export products and services as being in adherence with international production standards as well as denoting a positive company image, good environmental management, and social-impact measures.

The TTM logo was officially launched on 18 January 2012. Since then, 521 companies have been granted the TTM logo in the following areas : 163 food companies, 135 heavy industry companies, 110 lifestyle companies, 39 fashion industry companies, 61 general product companies and 13 service businesses.

การดำเนินงานในปีงบประมาณ 2556/2557 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการเพื่อสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ดังนี้

1. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างองค์กรต่างๆ เพื่อหาสมาชิกและประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น
2. การจัดสัมมนา พิธีมอบรางวัลผู้ประกอบการ และ Training Series เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเรื่องการสร้างแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) การควบคุมคุณภาพสินค้า การจัดการสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และการสร้างแบรนด์ให้ยั่งยืน
3. การจัดดูหาประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ในงานแสดงสินค้าในประเทศ 7 งาน
4. การยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ใน 57 ประเทศ ซึ่งขณะนี้เครื่องหมายตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ได้รับการคุ้มครองในนิวซีแลนด์ เขตปกครองพิเศษฮ่องกงและสหภาพยุโรปเรียบร้อยแล้ว
5. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark แก่กลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยการจัดดูหาเคลื่อนที่ (Mobile Unit) เพื่อรับสมัครและประชาสัมพันธ์เชิงรุกตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ประชาสัมพันธ์ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของสมาชิก TTM ตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (Youtube)
6. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark แก่กลุ่มผู้บริโภคในและต่างประเทศ โดยเน้นการสื่อสารภาพลักษณ์สินค้าที่มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพมาตรฐาน อาทิ ภาพยนตร์โฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ สื่อออนไลน์ที่เหมาะสมในแต่ละภูมิภาค เช่น ป้ายโฆษณาในท่าอากาศยาน สื่อเคลื่อนที่ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมการตลาด เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเฉพาะพื้นที่ อาทิ In-Store Promotion กิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตในเครือเซ็นทรัล 70 สาขาทั่วประเทศ
7. การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ Thailand Trust Mark ในกลุ่มผู้ซื้อ ผู้นำเข้าและผู้บริโภคประเทศเป้าหมาย

จากการสื่อสารภาพลักษณ์ประเทศไทยและสินค้าไทยทั้งในและต่างประเทศ พบว่ามีผู้สนใจสมัครใช้ตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark เพิ่มขึ้น คาดว่าในปี 2558 จะมีผู้สมัครและได้รับตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark กว่า 800 ราย ด้านต่างประเทศผู้ซื้อและผู้นำเข้าเริ่มรับรู้และมองหาสินค้าที่ได้รับตราสัญลักษณ์ “Thailand Trust Mark” แสดงการรับรองคุณภาพสินค้าและองค์กรที่ไว้วางใจได้

During 2013 - 2014, the DITP has engaged in the following public relation activities to help promote the TTM logo:

1. Building a network alliance among various agencies in order to expand the number of members undertaking PR activities promoting the TTM.
2. Organising seminars, workshops and training series to train entrepreneurs about the product's country of origin, quality control, Corporate Social Responsibility (CSR) and sustainable branding.
3. Providing information booths promoting the TTM logo at a total of 7 trade exhibitions in Thailand.
4. Registering the TTM logo in 57 countries. The logo has been registered in New Zealand, Hong Kong and the EU.
5. Promoting the recognition and understanding of the TTM among entrepreneurs by organising mobile units and advertising the logo via electronic and social media (Facebook and YouTube).
6. Carrying PR activities to promote the country's image and Thai products through the TTM logo to both local and foreign consumers. The TTM logo promotion is highlighted in the uniqueness and the quality of goods, which is communicated through TV ads, print media and outdoor media in the provinces such as billboards at airports and mobile media. Related marketing activities were implemented in order to reach specific target groups and specific locations, as exemplified by the In-Store Promotions and sales promotion events at 70 supermarket chains of the Central Group.
7. Conducting an evaluation plan of TTM promotion among buyers, importers and consumers in target countries.

Since the launch of these promotions both domestically and overseas, it is clear that the number of entrepreneurs interested in applying for the use of TTM is increasing. It is expected that by the year of 2015 there will be more than 800 entrepreneurs making such applications. Recognition is building among overseas buyers and importers who increasingly look for products granted the TTM logo, ensuring both the product quality and trustworthiness of the organisation.

การส่งเสริมการสร้างนักออกแบบไทย

Thai Designer Promoting Project



ปัจจุบันเศรษฐกิจไทยต้องพึ่งพาการขับเคลื่อนจากการสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศด้วยการขายสินค้าในราคาถูกได้อีกต่อไป ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวในการสร้างความแตกต่างด้วยการนำการออกแบบและการสร้างแบรนด์มาใช้ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการที่จะทำให้การค้าประสบความสำเร็จ สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก นอกเหนือไปจากการบริหารและการจัดการทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการค้าสำหรับตลาดในประเทศ หรือต่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ส่งเสริมและสนับสนุนนักออกแบบไทยที่มีศักยภาพก้าวสู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2545 เพื่อพัฒนาความรู้ทางธุรกิจและการตลาด สร้างโอกาสในการนำเสนอสินค้าและเจรจาการค้ากับพวูซื้อจากต่างประเทศโดยตรง พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาตนเองเป็นแบรนด์นักออกแบบ (Designers Brand) ที่เป็นรู้จักและยอมรับระดับนานาชาติ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) และการสร้างตรา (Brand) แก่สินค้าและบริการของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 2 โครงการ คือ

1. โครงการส่งเสริมนักออกแบบสินค้าไลฟ์สไตล์รุ่นใหม่ (Talent Thai)
2. โครงการส่งเสริมนักออกแบบสินค้าแฟชั่นรุ่นใหม่ (Designers' Room)

ซึ่งนักออกแบบเหล่านี้ ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพ ทักษะ และโอกาส ทั้งในด้านการออกแบบ การตลาดและการส่งออก เพื่อให้ความสามารถของนักออกแบบแฟชั่นไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก อาทิ

At present, the application of creativity and innovation is a crucial element in supporting Thailand's economic drive, as low-cost products can be less competitive in the global market. This approach has encouraged entrepreneurs to distinguish Thai products and services through value creation by design and branding. Such improvements could be integral in achieving milestones in both domestic and international business administration and management, while also contributing to success in trading competitiveness in the international markets.

Since 2002, the DITP has supported Thai fashion designers in furthering their capabilities and gaining access to global markets as well as helping create channels for business matching opportunities for exporters and overseas partners. The DITP also engages with Thai fashion designers in developing their own brands and establishing them as successful and internationally recognised designer brands. This is all in fulfilment of the DITP's strategy to develop the value creation and branding of Thai products and services with the purpose of being able to compete in the global market sustainably. Therefore, the DITP has organised two main projects:

1. The Talent Thai project to promote the young generation of designers of lifestyle products.
2. The Designers' Room project to promote the young generation of fashion designers.



- การนำนักออกแบบเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ อาทิ งานแสดงสินค้าแฟชั่นและเครื่องหนังระดับนานาชาติ (Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather- BIFF & BIL) งานแสดงสินค้าของขวัญและงานแสดงสินค้าของใช้ในบ้าน (Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair - BIG & BIH)
- การนำนักออกแบบเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ อาทิ งานแสดงสินค้า Who's Next ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส, MQ Vienna Fashion Week ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย งานแสดงสินค้า Maison & Objet ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส
- กิจกรรมอบรมเตรียมความพร้อมการวางแผนธุรกิจ เพิ่มพูนศักยภาพด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์สำหรับนักออกแบบแฟชั่น
- กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการออกแบบสำหรับนักออกแบบสินค้าไลฟ์สไตล์
- กิจกรรม Pop Up Store ร่วมกับศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์
- กิจกรรม Business Matching ให้นักออกแบบมีโอกาสเจรจาธุรกิจกับห้างสรรพสินค้าและผู้ค้าปลีกในประเทศไทย
- การประชาสัมพันธ์นักออกแบบที่เข้าร่วมโครงการในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ ในปี 2556/2557 มีนักออกแบบสินค้าไลฟ์สไตล์และสินค้าแฟชั่นได้รับคัดเลือกร่วมโครงการจำนวน 96 แบรนด์

These designers are also given the opportunity to join DITP-organised activities to develop their design skills and enhance their marketing and export knowledge in order to achieve recognition in the global market. These projects are as follows:

- The DITP invited Thai designers to join the following international trade fairs in Thailand: Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather (BIFF & BIL) and Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair (BIG & BIH).
- The DITP invited Thai designers to join overseas trade fairs: Who's Next in Paris (France), MQ Vienna Fashion Week in Vienna (Austria) and Maison & Objet in Paris (France).
- Seminar and workshop on business planning, marketing skills improvement and brand building for fashion designers.
- Seminar and workshop on design skill development for lifestyle product designers.
- Pop Up Store activities in collaboration with the Siam Center department store.
- Business Matching, offering designers the opportunity to meet with local retailers and department stores.
- Promoting Thai designers who participated in these projects through various channels.

During 2013-2014, 96 designers from both lifestyle products and fashion brands were selected for participation in these projects.

การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ตลาดต่างประเทศ

Developing and Promoting of OTOP Products to Global Market



เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้า OTOP สามารถส่งออกและขยายตลาดในต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน โดยกรมฯ จะคัดเลือกผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม A และ B หรือ ระดับ 4 และ 5 ดาว จากฐานข้อมูลของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย รวมทั้งผู้ประกอบการ OTOP ที่ยังไม่เคยส่งออก หรือ ส่งออกผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือที่เคยส่งออกแล้ว เข้าร่วมโครงการเพื่อพัฒนาให้สามารถยกระดับเป็นผู้ส่งออกได้ในอนาคตและสามารถขยายตลาดได้กว้างขวางมากขึ้น โดยกรมฯ จัดกิจกรรมต่างๆ อย่างครบวงจร อาทิ

1. การฝึกอบรม/สัมมนาด้านการตลาดต่างประเทศทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดต่างประเทศเชิงลึกและสามารถวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของตนเองในการขยายตลาด โดยในปี 2557 ได้ดำเนินการจัดสัมมนาใน 10 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ ขอนแก่น พิษณุโลก เชียงใหม่ อุบลราชธานี อยธยา เพชรบุรี จันทบุรี สุราษฎร์ธานี และสงขลา
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการออกแบบคัดเลือกและพัฒนาสินค้าร่วมกับผู้ประกอบการให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยในปี 2556 คือ Mr. Katsumi Taki และปี 2557 คือ Ms. Noriko Okura ร่วมวางกลยุทธ์ด้านการออกแบบพัฒนาสินค้าและการตลาด เพื่อผลักดันสินค้า OTOP เข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การหาช่องทางทางการตลาด โดยคัดเลือกผู้ประกอบการ OTOP ที่มีสินค้าความต้องการของตลาดต่างประเทศ รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการพัฒนาจากการเข้าร่วมโครงการฯ เข้าร่วมแสดงสินค้าในนิทรรศการ TOP of OTOP ในงานแสดงสินค้า BIG&BIH

The project aims to encourage "One Tambon One Product" (OTOP) entrepreneurs to sustainably export and expand their products overseas. The competitiveness of the selected OTOP participants, listed as A and B or 4-5 star entrepreneurs (from the database of the Community Development Department, Ministry of Interior) and including entrepreneurs with no experience in exports or exporting by distributors, was enhanced in terms of expanding their market. The DITP's activities are as follows:

1. Training/Seminars on international marketing, both in Bangkok and on a regional level; provides entrepreneurs with in-depth knowledge in international marketing and the capability of expanding the market. In 2014, the DITP held training/seminar activities in the 10 provinces of Bangkok, Khon Kaen, Phitsanulok, Chiang Mai, Ubon Ratchathani, Ayutthaya, Petchaburi, Chanthaburi, Surat Thani and Songkhla.
2. Product development; experts in marketing and product design work closely with entrepreneurs in selecting and developing products to meet demand in the market. Mr.Katsumi Taki and Ms.Noriko Okura were invited to develop the product design and marketing strategies in 2013 and 2014 respectively to bring OTOP products from Thailand into the Japanese market.

และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างประเทศ และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้า OTOP อื่นๆ อีกในหลายประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เยอรมนี มองโกเลีย โปแลนด์ และตุรกี เป็นต้น กรมฯ ได้คัดเลือกสินค้า OTOP ไปร่วมกิจกรรม ดังนี้

3.1 การนำผู้ประกอบการ OTOP จำนวน 26 ราย เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Import Shop Berlin ระหว่างวันที่ 13 - 17 พฤศจิกายน 2556 ผู้ประกอบการ 25 บริษัท ได้รับการสั่งซื้อสินค้าทันที (รวมขายปลีกภายในงาน) จำนวน 143,500 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 4.45 ล้านบาท คาดว่าจะมีมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 467,200 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 14.48 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจร้านค้าปลีก ได้แก่ เพอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา เครื่องประดับพลอยแท้ กระเป๋าใส่นามบัตรและพาสปอร์ตฟ้าไหม สร้อยคอลูกบิด เป็นต้น

3.2 การจัดนิทรรศการ TOP of OTOP ในงาน BIG & BIH ในเดือนตุลาคม 2556 และเมษายน 2557 มีลูกค้ารายสำคัญสนใจสั่งซื้อสินค้าทันที ดังนี้

- บริษัท Jupiter Shop Channel Co., Ltd. จากประเทศญี่ปุ่น สนใจสั่งซื้อสินค้าเพื่อไปออกรายการโทรทัศน์ ภายใต้แนวคิด “Thai Day” ที่จะจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยทางโทรทัศน์ของญี่ปุ่นช่วงเดือนมีนาคม 2557 ซึ่งบริษัทได้สั่งซื้อสินค้ากระเป๋าพาดัก สินค้าจากเปลือกไข่ และมีนโยบายที่จะสั่งซื้อ OTOP ประเภทอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง
- บริษัทไนครือ Thai Martin Groups สนใจสั่งซื้อสินค้าประเภทงานไม้ ได้แก่ อูบไม้ แจกันไม้กลึง งานตะกร้าจากไม้ไผ่ ขด เก้าอี้เด็กทำจากไม้ เป็นต้น เพื่อนำไปทดสอบตลาดนอกพื้นที่ทางบริษัทฯ ยังสนใจนำสินค้า OTOP ไปเปิดตลาดในต่างประเทศมากกว่า 60 สาขาทั้งในประเทศอินเดีย แอฟริกา และประเทศอื่นๆ ที่บริษัทมีสาขาอยู่ ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าการสั่งซื้อมากกว่า 10 ล้านบาท

3.3 การจัด In-Store Promotion สินค้า OTOP ประเภทอาหารและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ในห้าง Kadewe ณ กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี โดยนัดหมายผู้ประกอบการ OTOP ให้เจรจาการค้ากับผู้นำเข้า Mr. Rainer Goth และ Mr. Igor Kobek ของห้าง Kreyenhop+Kluge GmbH & Co.KG ที่ดินทางมาประเทศไทย เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 มีผู้เข้าร่วมการเจรจาการค้าทั้งสิ้น 17 ราย สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ พริกอบแห้ง น้ำมันพริกสด กล้วยอบ ข้าวแต่น้ำจิ้มอาหาร เส้นขนมจีนอบแห้ง และลูกเดือยอบแห้ง การจัดกิจกรรมร่วมกับห้างฯ ในครั้งนี้ มีผลให้สินค้า OTOP เป็นที่รู้จักมากขึ้นและเป็นช่องทางกระจายสินค้าได้ในอนาคต

3. New market channels; the selected OTOP products that match global demand and the products developed in this project were displayed in the TOP of OTOP Exhibition at BIG & BIH Fair, international trade fairs overseas and marketing activities in several countries such as Japan, Germany, Mongolia, Poland and Turkey among others. The activities included:

3.1 Outgoing mission of 26 OTOP entrepreneurs participated in the Import Shop Berlin trade exhibition during 13 - 17 November 2013. The 25 companies received immediate orders (including retail sales at the fair) valued at 143,500 USD or approximately 4.45 million baht. Estimated orders within 1 year were projected at 467,200 USD or approximately 14.48 million baht. The most popular products were rubber-wood furniture, authentic jewelry, silk card/passport holders, and bead necklaces.

3.2 The TOP of OTOP Exhibition at BIG & BIH Fair in October 2013 and April 2014. Immediate orders were placed from:

- Jupiter Shop Channel Co.,Ltd.,Japan purchased embroidery bags and egg-shell products for a Japanese TV program under the “Thai Day” concept selling products from Thailand and broadcast in March 2014. Other OTOP products are under consideration for further orders in the future.
- A subsidiary of Thai Martin Group purchased wood products including wooden containers, vases, lathes, bamboo-coiled baskets and kids wooden chairs. The company also planned to introduce OTOP products from Thailand overseas through more than 60 branches across India, Africa and other regions. The order is projected to reach 10 million baht.

3.3 In-Store Promotions of OTOP food and cutlery products at Kadewe Department Store in Berlin, Germany: 17 OTOP food companies attended the business matching event with Mr. Igor Kobek from Kreyenhop+Kluge GmbH & Co.KG visiting Thailand on 23 May 2014. The popular products were dehydrated vegetables, fresh coconut water, banana crisps, rice crackers, seasoning sauce, dried rice noodles and dried millet. This helps to promote Thai OTOP products and expand market channels overseas.



3.4 การนำผู้ประกอบการสินค้า OTOP ไปเจรจาการค้า ณ เมืองโอซากา ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 16 – 20 กรกฎาคม 2557 จำนวน 10 ราย สินค้าที่ได้รับความสนใจ คือ เครื่องประดับเงิน มีการสั่งซื้อทันทีเป็นมูลค่า 5,000 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 0.16 ล้านบาท สำหรับผ้าคลุมไหล่ที่ทำจากไหม และผ้าคลุมไหล่ที่ทำจากผ้าฝ้ายและไหม และเสื้อผ้าที่ทำจากผ้าฝ้าย 100% คาดว่าจะมีการสั่งซื้อภายใน 1 ปี เป็นมูลค่าประมาณ 75,000 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 2.43 ล้านบาท

3.5 การนำผู้ประกอบการ OTOP ที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมพัฒนาสินค้าต้นแบบ 13 ราย ไปร่วมงานแสดงสินค้า Tokyo International Gift Show ในเดือนกันยายน 2557 ผลการเจรจาการค้า มีการสั่งซื้อทันทีมูลค่า 68,946.58 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 2.14 ล้านบาท และคาดว่าจะได้รับการสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 532,965 เหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 16.52 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ กระเป๋ากาสาโนไมไฟ ผลิตภัณฑ์จากใยตาลักดิ์ ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกันยง กระเป๋ากาโบตองซัง และผลิตภัณฑ์จากฟ้าย่อยของชาวเขาสีซอ เป็นต้น

4. การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้า OTOP ผ่านโครงการ Prime Minister's Business Enterprise Award (PM Awards): Best OTOP Export Recognition โดยมีผู้ประกอบการ OTOP ได้รับรางวัลในปี 2556 รวมทั้งสิ้น 7 รายและในปี 2557 จำนวน 2 ราย

3.4 Outgoing mission of 10 OTOP entrepreneurs participated in business matching in Osaka, Japan during 16 - 20 July 2014. Silver jewelry was generally popular with immediate orders at about 5,000 USD or approximately 160,000 baht. Estimated orders within 1 year of cotton/silk shawls and 100% cotton clothes is expected to reach 75,000 USD or about 2.43 million baht.

3.5 The selected 13 OTOP entrepreneurs of prototype development attended Tokyo International Gift Show in September 2014. Immediate orders were valued at 68,946.58 USD or approximately 2.14 million baht while 1-year orders were estimated at 532,965 USD or approximately 16.52 million baht. Handmade bamboo bags, palm-fiber weaved products, hemp-fiber products, banana-leaf bags and Lisu fabric products were popular items.

4. Promoting the image of OTOP products in the Prime Minister's Business Enterprise Awards (PM Awards): Best OTOP Export Recognition (7 winners in 2013 and 2 winners in 2014).

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ

Enhancing Entrepreneurs' Competitiveness in International Trade

จัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการไทยเกี่ยวกับช่องทางการได้รับตราสัญลักษณ์ FAIRTRADE และการซื้อขายสินค้าเป็นธรรม (Fair Trade) ระดับสากล

Organising a Seminar for Thai Entrepreneurs on the FAIRTRADE Logo and Fair Trade Practice at the International Level



เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2557 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการไทยด้านช่องทางการได้รับตราสัญลักษณ์ FAIRTRADE และการซื้อขายสินค้าเป็นธรรม (Fair Trade) ระดับสากล เพื่อสร้างความตระหนักถึงการค้าสินค้าเป็นธรรม (Fair Trade) แก่ผู้ประกอบการไทย ตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดจำหน่าย ปัจจุบันสินค้าประเภทนี้ได้รับการยอมรับกว้างขวาง หากสร้างช่องทางให้สินค้าของผู้ประกอบการไทยได้รับการรับรองตามมาตรฐานการค้าสินค้าเป็นธรรมแล้ว จะช่วยเพิ่มโอกาสขยายตลาดไทยสู่สหภาพยุโรป

การสัมมนานี้ สอดคล้องกับกลยุทธ์ของกระทรวงพาณิชย์ ในการพัฒนาและส่งเสริมสินค้าเป็นธรรม (Fair Trade) ซึ่งให้ความสำคัญกับการจ้างงานที่เป็นธรรม สภาพการทำงาน สวัสดิการที่เหมาะสม การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ใช้อัตราดอกเบี้ยในราคาเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการผลิตที่ได้มาตรฐาน ซึ่งครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและสินค้าเครื่องใช้เครื่องตกแต่งบ้าน การส่งเสริมให้มีการขยายตัวของสินค้า Fair Trade นอกจากจะเป็นการขยายมูลค่าการส่งออกแล้ว ยังเป็นการช่วยพัฒนาและสร้างความแข็งแกร่งทางการค้าให้กับเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิต SMEs ของไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

The DITP organised a seminar for Thai entrepreneurs on how to apply for the FAIRTRADE logo and fair trade practice at an international level on 23 July 2014 to create awareness of the subject from production process to distribution among Thai entrepreneurs. In today's markets, fair trade products are widely known and accepted and if Thai entrepreneurs are able to gain the FAIRTRADE logo for their products in compliance with fair trade standards, this will help create the opportunity of expanding the market of Thai products into the European Union.

The seminar corresponded with the strategies of Ministry of Commerce to promote Fair Trade products by stressing the importance of fair employment practices, working conditions, employee welfare, quality of raw materials, purchasing raw materials at a fair price, providing social responsibility, eco-friendly products and standardised production. Furthermore, fair trade products include agricultural products and home decoration items. Apart from increasing value in exports, fair trade also helps improve and strengthen trade for Thai local farmers and SME entrepreneurs in the long run.

พัฒนาองค์ความรู้ผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ

International Trade Knowledge Development for Entrepreneurs



ในส่วนของการพัฒนาองค์ความรู้บุคลากรด้านการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลักในการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการไทย ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคให้สามารถรับรู้และเข้าใจถึงวิธีการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน การให้ข้อมูลความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อให้บริการและเข้าใจการใช้สิทธิประโยชน์ตามข้อตกลงทางการค้ากับประเทศต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศจึงได้จัดทำและพัฒนาโครงการฝึกอบรมและสัมมนาต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาผู้ประกอบการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งการพัฒนาให้ความรู้โดยผ่านระบบออนไลน์ (E-learning) ไปพร้อมๆ กัน เพื่อที่จะให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีคุณภาพ ตลอดจนการขยายพื้นที่ด้านการค้า ไม่ว่าจะเป็น AEC, AEC+3 และ AEC+6 ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ กับโครงการที่หลากหลายกว่า 79 โครงการต่างๆ อาทิ

- การพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการ อาทิ ความรู้พื้นฐาน การประกอบธุรกิจส่งออกและนำเข้าเป็นหลักสูตรที่จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจส่งออกได้ลองปรับเปลี่ยนมุมมองใหม่หันมาทำธุรกิจทั้งส่งออกและนำเข้า โดยใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้า FTA และ AEC และเพิ่มขีดความสามารถในการทำธุรกิจให้มากขึ้น รวมทั้งการให้องค์ความรู้เรื่องเทคนิคการคัดกรองคู่ค้าอย่างมืออาชีพแก่ผู้ประกอบการเพื่อนำไปปรับใช้ในการประกอบธุรกิจ

The Department of International Trade Promotion aims at developing the knowledge of Thai entrepreneurs in both central and provincial areas to better understand the processes of doing international business efficiently and sustainably. One important mission is to provide entrepreneurs with information about rights and privileges established in trade agreements which have been stipulated with other countries. Consequently, The Office of Knowledge Management and Development has organised seminars and workshops in central and provincial areas to train entrepreneurs and give them the opportunity to develop their skills. The DITP has also developed the dissemination of knowledge through an E-learning online system to enable the entrepreneurs to successfully compete at international level and expand their market in the future including in the AEC, AEC+3 and AEC+6. More than 79 projects comprising workshops and seminars were arranged:

- Knowledge and skills development for entrepreneurs; for example, arranging courses on basic information about import/export to enable entrepreneurs to undertake new opportunities in doing international business by utilising the benefits of Free Trade Agreements (FTA) and the ASEAN Economic Community (AEC), enhancing the capability of doing business, and providing techniques for screening business partners professionally.

- การหาช่องทางทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดต่างๆ อาทิ การประชุมหรือกู่ตพาดินชยพิชิตตลาดต่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศ รับทราบสถานการณ์ส่งออกสินค้าและบริการในตลาดต่างๆ การจัดอบรมในเรื่องของการบุกตลาดที่น่าสนใจ เช่น กาตาร์ คูเวต โอมาน บาห์เรน เป็นต้น ให้เบรียงทะเล เป็นเรื่องทีให้ควมรู้ควมเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบและพิธีการต่างๆ ทีจำเป็นและสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ผู้ประกอบการมีสู่ทางการส่งออกสินค้าและบริการไปตลาดทีมีศักยภาพมากขึ้น
- การสร้างความตื่นตัวและเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการรองรับการเปลี่ยนแปลงของสินค้าสมัยใหม่ทีเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือภาวะโลกร้อน สถาบันฯ ได้จัดอบรมเกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) ทำให้ทราบถึงกระแสการค้าโลกทีมีการเปลี่ยนแปลง โดยหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำลาคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon footprint) รวมทั้งจัดอบรมเกี่ยวกับสินค้านวัตกรรมใหม่ โดยใช้หลักการบริหารรูปแบบใหม่ผสมผสานกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างลงตัว
- การให้ความรู้ทางออนไลน์ (E-learning) อาทิ จัดอบรมหลักสูตรเอกสารธนาคารในการส่งออกและนำเข้า ให้ผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงเชื่อนโย วิธีการชำระเงินค่าสินค้า ความรับผิดชอบระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในสัญญา เพื่อให้คิดความเป็นธรรมระหว่างคู่ค้า จัดอบรมหลักสูตรเทคนิคการเจรจาการค้าระหว่างประเทศสู่ความสำเร็จ ช่วยเกื้อหนุนการสร้างความสำเร็จในธุรกิจ ด้วยการสร้างความพร้อม มีกลยุทธ์รุกเทคนิค และมีทักษะการเจรจาที่ดี

ในส่วนของภูมิภาคนั้น กรมฯ ได้ประสานงานกับหน่วยงานเครือข่ายในภูมิภาค ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ภูมิภาค) ทั้ง 5 แห่ง (เชียงใหม่ ขอนแก่น หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี และจันทบุรี) สำนักงานพาณิชย์จังหวัด หอการค้าไทยและสภาอุตสาหกรรม เป็นต้น จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติ (Workshop) แก่ผู้ประกอบการตามภูมิภาคต่างๆ ได้เรียนรู้ วิเคราะห์ ขั้นตอนการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการตั้งราคา การคำนวณต้นทุน เทคนิคการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการวิเคราะห์ตลาดเพื่อการเป็นคู่ค้า การใช้สิทธิประโยชน์ตามข้อตกลงการค้ากับประเทศต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นต้น เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในภูมิภาคให้มีความพร้อมกับการเปิดการค้าระหว่างประเทศบริเวณชายแดน

การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงลึก โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีสากล (ต้นกล้า ทุ โกล) เป็นอีกหนึ่งโครงการทีสถาบันฯ ให้ความสำคัญ โดยมีเป้าหมายไปทีกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ทีมีศักยภาพพร้อมทีจะเข้าสู่กระบวนการการค้าระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาควมรู้ ความเข้าใจในการปรับเปลี่ยนแนวคิดการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ โดยโครงการจะเน้นหนักในเรื่องของการให้คำปรึกษาด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้บรรจุกฎทีให้เหมาะสมกับตลาดและกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทาง

- New market channels and consumer behaviour analysis. Examples include the organisation of a seminar for entrepreneurs to meet with Commercial Counsellors and discuss how to be successful in international markets and enable entrepreneurs to be kept up-to-date with the current situations in the global market; a seminar on market penetration in Qatar, Kuwait, Oman, Bahrain, etc. to provide knowledge on essential business rules and processes to increase market channels for Thai entrepreneurs in both products and services to potential markets.
- Increasing awareness and preparing entrepreneurs for changes in global trends. For example, environmental concerns and the global warming effect were highlighted through a seminar held on "Green Products". This reflected global trade trends towards environmental awareness and the significance of the carbon footprint label. In addition, seminars were held on new innovative products for which new principles of management and philosophy of sufficiency economy were applied.
- Online knowledge dissemination (E-learning). For example, a seminar on the financial documents required for import-export with the purpose of providing information to buyers and sellers about terms and conditions, payment terms and methods, responsibility for business partners in order to create fairness for both parties. Also, another seminar was held on the techniques for international trade negotiations in moving towards business success by building readiness, and providing strategies and excellent negotiation skills.

At a provincial level, in organising seminars and workshops for entrepreneurs throughout the country the DITP has collaborated with provincial offices such as 5 Department of International Trade Promotion Regional Offices (Chiang Mai, Khon Kaen, Hat Yai, Suratthani and Chanthaburi), Regional Commerce Operation Centres, the Thai Chamber of Commerce, and the Board of Trade of Thailand. These seminars enable the entrepreneurs to learn and analyse international trade processes such as pricing, cost calculation, techniques for participating in trade fairs both domestically and overseas, analysing markets for becoming business partners, and utilising rights and privileges established in trade agreements with other countries. Additionally, these activities have enhanced the capabilities and readiness of entrepreneurs in provincial areas to open up to cross-border trade.



การค้า ซึ่งในปี 2556 มีผู้ผ่านการอบรมจำนวนมากกว่า 95 ราย จากภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในกลุ่มสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม สิ่งทอ ของตกแต่งบ้าน กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางและสมุนไพรไทย และกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์

การพัฒนาองค์ความรู้บุคลากรด้านการค้าระหว่างประเทศ จึงถือได้ว่าเป็นภารกิจหนึ่งของกรมฯ ที่ได้ทำการช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงแหล่งความรู้และข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ในการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น โดยเฉพาะการช่วยเหลือให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ของไทยที่กระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศให้ได้รับโอกาสเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจ ตลอดจนก้าวไปสู่การเป็นผู้ส่งออกรายใหม่ที่ยั่งยืนของประเทศในอนาคตต่อไป

In-depth development of entrepreneurial potential : “Ton Kla To Goal” is a project in which the DITP placed importance on promoting Thai SMEs to the global market by focusing on entrepreneurs – those that have the potential to go into international business – to enhance their knowledge and understanding by adapting their business concepts for applicability to international markets. The project focuses on giving advice on marketing, product development, use of packaging suitable for markets and the forming of consumers and trade alliance networks. In 2013, a total of 95 entrepreneurs from the Northern, Southern and North-eastern regions attended the seminars, including businesses in food and beverage, home decorations, cosmetics, Thai herbal products and lifestyle products.

As one of DITP’s key missions, International Trade Knowledge Development for Entrepreneurs provides access to information sources and assistance from public sectors through activities and seminars in order to help the participating entrepreneurs attain their business goals. The target group is Thai SME entrepreneurs throughout the country who are potential exporters.

การให้บริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Services of the Department of International Trade Promotion (DITP)



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจหลักคือขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน หนึ่งในภารกิจที่สำคัญคือให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ด้านการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการการค้าระหว่างประเทศ ผู้ส่งออกและผู้สนใจทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ เสริมสร้างโอกาสการค้าเป็นธุรกิจ ด้านการค้าระหว่างประเทศ พร้อมทั้งสะท้อนการให้บริการที่มีมาตรฐานและภาพลักษณ์ที่ดีของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมฯ ให้บริการด้านข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาติดต่อด้วยตนเอง ผ่านเคาน์เตอร์ให้บริการหรือทางโทรศัพท์สายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169 มีผู้ขอรับบริการกว่า 25,000 รายต่อปี รวมถึงการให้บริการข้อมูลคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ การให้บริการด้านการแสวงหาวัตถุดิบและบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและประสานงานแก้ไขปัญหาวัตถุดิบและบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและประสานงานแก้ไขปัญหาวัตถุดิบและการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้ผู้ขอรับบริการได้รับข้อมูลและคำปรึกษาที่มีมาตรฐาน ชัดเจน ตรงความต้องการ สะดวก และรวดเร็วต่อการตัดสินใจและสร้างโอกาสการค้าเป็นธุรกิจระหว่างประเทศง่ายขึ้น

ทั้งนี้ กรมฯ ได้พัฒนามาตรฐานการบริการดังกล่าว นำระบบการจัดการและประมวลผลข้อมูลมาใช้ให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ ขอรับข้อมูลที่ศูนย์ฯ และให้บริการผ่านทางช่องทางต่างๆ ได้แก่ สายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169 (DITP Call Center 1169) และหน่วยเคลื่อนที่ไปคำปรึกษา (Mobile Unit) เพื่ออำนวยความสะดวกการขอรับข้อมูลและคำปรึกษาของผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศและกระจายการให้บริการสู่ผู้ประกอบการทุกภาคส่วน

The Department of International Trade Promotion plays a crucial role in driving Thailand's economy by encouraging international trade to achieve sustainable growth. One of the DITP's missions is to provide practical and efficient information/advice about trade for entrepreneurs, exporters and interested parties. Furthermore, the DITP aims to provide business opportunities for international trade as well as to represent the quality service and good image of the DITP.

The DITP serves more than 25,000 clients per year – both Thai and foreign, through information and counselling services via the counter service and call centre (1169). Apart from international trade advisories, the DITP offers a sourcing service and solution centre, where complaints are received and international commercial disputes are resolved. All services help to create opportunities for international trade and enable clients to get precise and useful information/advice promptly and conveniently for decision making.

To improve service quality, the DITP has applied information management and an assessment system to the service both via counter service and other channels such as the DITP Call Centre (1169) and Mobile Unit, to facilitate clients and distribute information widely.

ข้อมูลและคำปรึกษาที่กรมฯ ให้บริการ ได้แก่ ข้อมูลและคำปรึกษา ด้านการค้าระหว่างประเทศ การเตรียมความพร้อมดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ กฎระเบียบ การส่งออกและนำเข้าระหว่างประเทศ รายชื่อผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ ข้อมูลกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ วิเคราะห์แนวโน้มสินค้าและความต้องการของตลาดต่างประเทศ

การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาผ่านสายตรงการค้าระหว่างประเทศ (Call Center 1169) และการให้บริการให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศผ่านหน่วยเคลื่อนที่ให้คำปรึกษา (Mobile Unit) ช่วยวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศและผู้ที่สนใจดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศได้ตรงจุด ให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่นักธุรกิจต่างชาติที่สนใจดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศกับประเทศไทย (Thailand Business Solutions) การให้บริการด้านการหาวัตถุดิบเพื่อการส่งออก (DITP's Sourcing Center) การให้บริการข้อมูลการค้าระหว่างประเทศผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application: DITP Connect) การให้บริการดำเนินการติดตามและผลักดันผลลัพธ์การให้บริการของศูนย์ฯ อย่างเป็นระบบ ภายใต้ชื่อ “โครงการดูแลใส่ใจ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ”

• การยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการด้านข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ

กรมฯ ยกระดับการให้บริการด้านข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ถูกต้อง สะดวกรวดเร็วและสร้างความประทับใจแก่ผู้ขอรับบริการ ดังนี้

1. การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ปฏิบัติงาน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการด้านข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ กรมฯ ได้จัดทำระบบจัดการฐานความรู้ของผู้ปฏิบัติงานภาพลักษณ์ (Call Center Knowledge Base Management System: CKS) ขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางจัดเก็บข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศจากแหล่งข้อมูลสำคัญต่างๆ กว่า 6 แหล่ง อาทิ ข้อมูลผู้ส่งออก ผู้นำเข้า ข้อมูลสินค้า ข้อมูลตลาด ข้อมูลกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุน การส่งออก และข้อมูลการค้าการลงทุนตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ข้อมูลที่ถูกต้องตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้การบริการข้อมูลครบถ้วน ทันสมัยและรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านตลาดต่างประเทศที่ได้รับการจัดทำและส่งตรงจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศกว่า 61 แห่งทั่วโลกและสำนักงานตัวแทนการค้า ณ เมืองฮิโรชิม่า ประเทศญี่ปุ่น ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งการจัดทำแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application: DITP Connect) เพื่อให้ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปติดตั้งใช้งานบนอุปกรณ์พกพา อาทิ สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และแท็บเล็ต (Tablet)

The DITP's information and counselling services include advice on readiness preparation for international trade, international business processes, rules and regulations, import and export, list of Thai importers and exporters, international trade promotion activities, product trends and global demand forecasts.

Counselling and information services via Call Centre 1169 and Mobile Unit help to efficiently analyse the capabilities and problems of entrepreneurs and those who are interested in international business. The DITP also provides Thailand Business Solutions service for foreign entrepreneurs who are interested in doing international business in Thailand by giving them the required information and advice. Additionally, a sourcing service through DITP's Sourcing Centre, an international trade information service through Mobile Application: DITP Connect and a result tracking and assessment service are also available.

• Improvements in the Efficiency of International Trade Information and Counselling Services

The DITP has improved international trade information and counselling services to reach international quality standards, providing effective and precise information and to impress clients by implementing the following practices:

1. The DITP has applied information technology to its operations to increase the efficiency of international trade information and counselling services. The DITP established a Call Centre Knowledge Base Management System (CKS) as a centre of international trade information on matters such as importers, exporters, products, market data, export promotion activities and trade and investment in the AEC market, collected from more than six significant sources. In addition, the DITP has improved data processing and screening systems to provide prompt and comprehensive information to meet entrepreneur requirements. Moreover, overseas market information is gathered and updated 24 hours daily from the DITP's offices in 61 countries worldwide as well as the Office of Trade Representatives in Hiroshima, Japan. The DITP also provides clients with the mobile application “DITP Connect” to install on mobile devices, such as smart phones and tablets, for handy personalized international trade information.

เสมือนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศเชิงลึก สถิติการค้าและกิจกรรมกรมฯ ไปในตัว ข้อมูลดังกล่าวตรงความต้องการของผู้นำเข้า (Personalised International Trade Information)

2. การดูแลใส่ใจ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ศูนย์ฯ ประเมินและวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการชัดเจนและตรงประเด็นยิ่งขึ้น รวมถึงเสริมสร้างรากฐานคุณภาพการให้บริการอย่างเข้มแข็ง จึงพัฒนา “โครงการดูแลใส่ใจ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ” การให้บริการชำระยาว

3. การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ

กรมฯ ประเมินผลคุณภาพการให้บริการ ตั้งแต่ภาพรวมการให้บริการของกรมฯ จนถึงคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูล/คำปรึกษารายบุคคล แบ่งเป็นรายปี ราย 6 เดือนและรายเดือน เพื่อให้เข้าถึงคุณภาพการให้บริการ ความชัดเจนของปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมหาแนวทางการแก้ไขและพัฒนาต่อยอดคุณภาพการให้บริการต่อไป

กรมฯ เน้นให้ทุกคนได้รับบริการอย่างเสมอภาคและพึงพอใจ พร้อมข้อมูลและคำปรึกษาที่ชัดเจน เพื่อผลักดันและเปิดโอกาสการส่งออกแก่ผู้ประกอบการด้านการค้าระหว่างประเทศ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ สะท้อนการให้บริการที่มีมาตรฐาน ส่งผลให้ผู้รับบริการพบทางออกการดำเนินธุรกิจด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนทำธุรกิจได้ ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของกรมฯ ภูมิใจที่ได้ให้บริการ เพื่อพัฒนาการบริการข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ กรมฯ ยังได้พัฒนาระบบ Cool Call เพื่อบริหารจัดการการทำงานของเจ้าหน้าที่ ทั้งด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการรูปของตัวเลขสถิติ ผ่านหน้าจอแสดงผลปัจจุบัน (Real-time) นอกจากนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา กรมฯ ได้ประเมินผลวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการผ่านสายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169 กันที หลังจบการให้บริการเป็นอีกแนวทางการพัฒนามาตรฐานการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและน่าประทับใจยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ยังมุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการระหว่างประเทศและผู้สนใจด้านการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ได้รับรางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ ประจำปี 2555 หมวดรางวัลที่ 4 รางวัลนวัตกรรมบริการที่เป็นเลิศ ระดับดีเด่น ผลงาน “การยกระดับประสิทธิภาพให้บริการข้อมูล/คำปรึกษา SMEs เพื่อการส่งออก” เป็นรางวัลอันทรงเกียรติด้านการให้บริการของภาครัฐ สอดคล้องกับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ กล่าวคือ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบการค้า เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล เพื่อขยายช่องทางการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (On-line Trading) ให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น และพัฒนาสารสนเทศทางการค้าให้ทันสมัย

2. The DITP analyses and evaluates the service quality whilst offering appropriate and useful responses to clients in order to improve and strengthen the service quality. As a result, the DITP has implemented a campaign to track responses that clients receive from the service encouraging clients to keep coming back for further service.

3. The DITP appraises the entire service quality including the quality of service provided by the DITP's officers (individual performance appraisal). The appraisals are conducted on a monthly, biannual and annual basis. The assessment aims to understand problems and find solutions as well as improve service quality in the future.

The DITP places great emphasis on client's parity and satisfaction in obtaining effective information which creates greater opportunities in the export business for entrepreneurs. Client satisfaction reflects a standard of service that helps them find solutions for their businesses and conduct their business activities proficiently. To this end, the public and the DITP's officers are willing to help and provide services to clients to enhance international trade information and counselling services.

The DITP has also developed a Cool Call system to manage the performance of the officers in terms of service efficiency and quality through real-time statistical data. In another effort to improve service quality, the clients who received service via the Call Centre (1169) are asked to evaluate the officer's performance immediately following the service. This evaluation helps the DITP officers to improve their service quality.

The DITP has consistently improved the international trade information and counselling services, and this was recognised with the DITP winning the Thailand Public Service Award in 2012 for the 4th award category of Service Excellence Award. This was specifically for the program in improving the efficiency of information and counselling services for SME export businesses. This honorary award recognises the quality of the service provided by the public sector. It also helps promote the use of digital technology in order to increase the prevalence of online trading for reaching consumers as well as to modernise trading information.

• ห้องสมุดการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตั้งห้องสมุดการค้าระหว่างประเทศ ชั้นที่ 1 อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานบริเวณ เลขที่ 22/77 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 เพื่อ เป็นแหล่งข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย ผู้ประกอบการ วิชาชีพขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไทยและประชาชนทั่วไปที่ สนใจดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศคือกลุ่มเป้าหมายหลัก ช่วย ขยายช่องทางสนับสนุนและสร้างโอกาสการประกอบธุรกิจการค้า ระหว่างประเทศและนำความรู้ไปต่อยอดธุรกิจได้

ห้องสมุดการค้าฯ ให้บริการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศที่หลากหลาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ วารสารและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ออนไลน์ เปรียบเสมือนคลังความรู้ที่สำคัญของผู้ประกอบการ เมื่อต้องการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

ในปี 2556 มีผู้ใช้บริการห้องสมุดการค้าฯ ด้วยตนเอง 2,018 ราย ติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ จำนวน 294 ราย และใช้บริการ ผ่านโฮมเพจของห้องสมุดการค้าฯ 4,051 ครั้ง

ในปี 2557 นี้ ห้องสมุดการค้าระหว่างประเทศได้พัฒนาระบบการให้บริการห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Library) เพื่อยกระดับมาตรฐาน การให้บริการห้องสมุดการค้าฯ ของกรมฯ ให้เป็นแหล่งบริการข้อมูล การค้าระหว่างประเทศ เป็นหลักสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสนองพันธกิจของกรมฯ ด้านการพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ

• ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในฐานะหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการแก่ประชาชน ตระหนักถึง การปฏิบัติตามเพื่อประชาชน ให้หลักประหัด ประสิทธิภาพ โปร่งใสและเป็นธรรม ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูล ข่าวสารของราชการ 2540 ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิรับรู้ข้อมูล ข่าวสารของประชาชนและส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วมของ ประชาชนตามเจตนารมณ์ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารฯ คือ “รัฐรู้อย่างไร ประชาชนรู้อย่างนั้น” เป็นกฎหมายที่รองรับ “สิทธิได้รู้” ของประชาชน ที่มีแนวคิดหลักคือ ให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ข่าวสารและมีส่วนร่วมการ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของรัฐและตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐให้เป็นไป อย่างโปร่งใส กรมฯ ดำเนินการการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ อาทิ รายชื่อบริษัทที่ได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิกกรมฯ รายชื่อบริษัทที่ได้ รับการคัดเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ข้อมูลรายละเอียดงานแสดง สินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ แผนงาน/โครงการของกรมฯ ผลการจัดซื้อ/จัดจ้าง เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติข้อมูล ข่าวสารของราชการ 2540 จัดตั้งศูนย์ข่าวสารราชการภายในห้อง สมุดการค้าระหว่างประเทศชั้น 1 อาคารกรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศ 22/77 ถนนรัชดาภิเษกจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร. 0 2511 5066-77 ต่อ 354 พร้อมเจ้าหน้าที่ห้องสมุดเป็น พู่ใจและให้บริการแก่ประชาชน

• International Trade Library

The DITP has established its International Trade Library, located at the 1st Floor of 22/77 Rachadapisek Road, Chatuchak, Bangkok, 10900. The library is set to be a source of data and materials on related areas of international trade, especially for Thai SMEs and those interested in running an international trade business. The goal of the DITP library is to help them create such opportunities and future business development.

International Trade Library provides various types of international trade information and sources via different press formats, such as books, journals and online electronic media. The library is considered to be a significantly useful source of information on international trade for entrepreneurs.

In 2013, the library welcomed 2,018 visitors, received 294 phone calls and 4,051 homepage visitors.

In 2014, the library developed an E-Library service system with the intention of raising its service standards to become a convenient and efficient international trade information centre. This aim conforms to the DITP's mission in terms of quality development towards excellence.

• DITP Information Centre

The DITP, as a government body, has served the public with the principle of economy, efficiency, transparency and fairness, as well as complying with the Official Information Act B.E. 2540, promoting and protecting the individual's right to know, and encouraging public participation/ involvement. The intention of the Act is to let "people know what the government does", and it was therefore enacted to ensure the individual's right to know. The Act highlights the importance of people participating in government activities and inspecting the state in exercising its power. The DITP has, then, publicised the relevant government information as endorsed in the Official Information Act B.E.2540. Such disclosed official data are, for example, a list of the DITP member companies, a list of companies attending trade fairs, details on overseas and domestic trade fairs, as well as DITP projects, plans and procurement summary. The DITP Information Centre is located in the International Trade Library of the 1st Floor, Department of International Trade Promotion 22/77 Rachadapisek Road Chatuchak 10900 Tel. 0 2511 5066-77 Ext. 354 with on duty DITP librarians, ready to provide assistance.

เนื่องจากข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่เผยแพร่อยู่แล้ว ดูได้จากเว็บไซต์หรือห้องสมุดหรือส่วนบริการอื่นๆ ของกรมฯ ปีงบประมาณ 2556 มีผู้ใช้บริการเว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลฯ 1,622 ราย

นอกจากนี้กรมฯ ได้พัฒนาระบบเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ www.ditp.go.th ตั้งแต่เริ่มจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารฯ ปี 2543 เป็นให้ผู้ใช้บริการทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกรมฯ ปรับปรุงและเพิ่มเติมข้อมูลที่มีอยู่เดิมให้ถูกต้องชัดเจนและเผยแพร่ข้อมูลประกาศประกวดราคา ประกาศสอบราคาและจัดทำสรุปผลการจัดซื้อจัดจ้างเป็นรายเดือน แยกประเภทเป็นหมวดหมู่ของวิธีการจัดจ้างให้เห็นอย่างชัดเจน รวมทั้งรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะการใช้บริการศูนย์ข้อมูลข่าวสารฯ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพแก่ประชาชน จัดให้มีกล่องรับฟังความคิดเห็นตั้งอยู่ในห้องศูนย์ข้อมูลข่าวสารฯ และที่โอมเพจ (Homepage) ศูนย์ข้อมูลข่าวสารฯ ทั้งนี้กรมฯ ยังมีช่องทางประชาสัมพันธ์เผยแพร่ศูนย์ข้อมูลฯ ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ www.ditp.go.th บอร์ดประกาศและเฟ้นพิมพ์ เป็นต้น

• ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ

ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Export Service Center : OSEC) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดตั้งขึ้นตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการจัดตั้งศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ พ.ศ.2545 ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการการอำนวยความสะดวกส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ เพื่อเป็นหน่วยงานที่เสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันด้านการส่งออกและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน และเป็นหน่วยงานที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออกในการออกเอกสารรับรองต่างๆ และใบอนุญาตที่ใช้ในการส่งออก ตลอดจนให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในด้านการส่งออก ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการให้บริการ ณ จุดเดียว เพื่อประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและลดปัญหาซ้ำซ้อนที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ส่งออกจากการติดต่อกับหน่วยงานหลายแห่งได้

จำนวนผู้ใช้บริการ ณ ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ ในปี 2556 มีผู้ใช้บริการขอใบรับรอง/ใบอนุญาตต่างๆ จำนวน 57,719 ราย มีผู้ใช้บริการขอข้อมูลข่าวสาร/ขอคำปรึกษา จำนวน 17,918 ราย และมีการออกใบรับรอง/ใบอนุญาต จำนวน 93,248 ฉบับ ส่วนในปี 2557 มีผู้ใช้บริการขอใบรับรอง/ใบอนุญาตต่างๆ จำนวน 60,460 ราย มีผู้ใช้บริการขอข้อมูลข่าวสาร/ขอคำปรึกษา จำนวน 18,385 ราย และมีการออกใบรับรอง/ใบอนุญาต จำนวน 134,899 ฉบับ

ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Export Service Center: OSEC) ตั้งอยู่เลขที่ 22/77 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร 0 2512 0123 ต่อ 800 หรือเว็บไซต์ของศูนย์ <http://onestopservice.ditp.go.th>

Since most official information has already been distributed and is searchable on the website, in 2013 the number of visitors to our website reached 1,622.

The DITP launched its website, www.ditp.go.th, in 2000 with the purpose of publicising related DITP information. The official data are constantly updated with clear and required information, such as announcing auctions, tenders, price checks and monthly categorised procurement summaries. Additionally, public complaints and suggestions are also welcomed in order to improve our DITP service via the comment box at the information centre and the DITP's homepage. As such, official DITP information is available at the website www.ditp.go.th, announcement boards and brochures, among others.

• One Stop Export Service Centre (OSEC)

The One Stop Export Service Centre (OSEC) of the Department of International Trade Promotion was established by the Regulation of the Office of the Prime Minister on the OSEC Establishment B.E. 2545 and under the supervision of the Board of Directors of the OSEC. The purpose of DITP's OSEC establishment is to raise Thailand's export potential and competitiveness as well as to promote national sustainable economic development. The centre aims to provide exporters services by issuing them various kinds of official documents, such as exporting licenses and certificates, as well as useful consultations and solutions for export problems and obstacles. In successfully doing so, the DITP works in collaboration with several parties, both in the private and public sectors, in order to set the OSEC as a service centre to help save exporters time, transportation costs and avoid some inconvenience due to possible repeated procedures from dealing with several associated exporting agents.

The number of clients at OSEC in 2013: certificates or licenses were requested by 57,719 clients, information and advice inquiries were provided to 17,918 clients and a total of 93,248 certificates/licenses were issued by the OSEC.

In 2014 there were 60,460 requests for export documents, 18,385 inquiries for information and advice recorded, while 134,899 export documents were issued.

The One Stop Export Service Centre (OSEC) is located at 22/77 Ratchadapisek Road, Chatuchak District, Bangkok 10900. Tel: 0 2512 0123 ext.800 or visit our website at <http://onestopservice.ditp.go.th>

การส่งเสริมและขยายการค้าในตลาดต่างประเทศ

Promoting and Expanding International Market

คณะทำงานบุกเบิกตลาดต่างประเทศ Emerging Overseas Market Working Group



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีพันธกิจในการขยายตลาดสินค้าและบริการไทย โดยการผลักดันการส่งออกให้เพิ่มขึ้นและสร้างความยั่งยืนให้การการค้าระหว่างประเทศของไทย ซึ่งภาคการส่งออกเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยนำรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 7 ล้านล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ภาคครัวเรือนและในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมามีโครงสร้างตลาดการส่งออกของไทยได้เปลี่ยนจากตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปมาเป็นอาเซียน (มูลค่าอันดับ 1 ของไทย/สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 26) และจีน (มูลค่าอันดับ 2 ของไทย/สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 11.9)

ทั้งนี้ในปี 2540 ไทยส่งออกไปตลาดหลักเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.5 และลดลงมาที่ร้อยละ 28.6 ในปี 2556 ขณะที่สัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดศักยภาพอย่างอาเซียน จีน อินเดีย ลาตินอเมริกา แอฟริกา ตะวันออกกลาง รัสเซียและ CIS เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.5 เป็นร้อยละ 71.4 กลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินการ ได้แก่ การบุกเบิกตลาดต่างประเทศใหม่ๆ ที่มีศักยภาพได้แก่ ตลาดอาเซียน ตลาดจีน ตลาดลาตินอเมริกา ตลาดแอฟริกา ตลาดตะวันออกกลางและตลาดประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการบรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นในการขยายตลาดต่างประเทศ และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อกำหนดแนวทางยุทธศาสตร์การบุกเบิกตลาดต่างประเทศ และเป็นที่ปรึกษาให้กับคณะทำงานบุกเบิกตลาดต่างประเทศให้ดำเนินงานด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจของ

The Department of International Trade Promotion has set a mission in expanding the market for Thai products and services by increasing exportation and sustaining Thailand's international trade with others. Export is a key mechanism in driving Thailand's economy, having clearly contributed more than 7 trillion baht to the Thai economy each year. Moreover, the export sector also helps increase the employment rate and improves Thai household income. In past 10 years, the Thai export market structure has shifted from the major markets of USA, Japan and the EU, towards the markets of ASEAN (Thailand's largest trading partner / export ratio of 26%) and China (Thailand's second largest trading partner / export ratio of 11.9%).

In 1997, the ratio of Thai exports to major markets was 50.5%, and this then decreased to 28.6% in 2013, while the ratio of Thai exports to other potential markets – ASEAN, China, India, Latin America, Africa, the Middle East, Russia and the CIS (the Commonwealth of Independent States) increased from 49.5% to 71.4%. Therefore, the DITP key operating strategy is to explore new potential overseas markets such as ASEAN, China, Latin America, Africa, the Middle East and the CIS.

In order to accomplish its mission of penetrating new potential emerging markets, the Department of International Trade Promotion has focused on creating credible overseas market

ประเทศและตรงตามยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ กรมฯ จึงแต่งตั้ง คณะกรรมการอำนวยความสะดวกและคณะทำงานบุกเบิกตลาดโดยคัดเลือก ผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภาครัฐและเอกชนด้านการตลาด 6 ตลาดดังกล่าว เพื่อร่วมบูรณาการปฏิบัติหน้าที่ในการนำยุทธศาสตร์และแนวทางความ เห็นจากคณะกรรมการอำนวยความสะดวกฯ ลงสู่ภาคปฏิบัติอย่างตรงจุด รวดเร็วทันเหตุการณ์และมีประสิทธิภาพโดยได้แต่งตั้งคณะทำงานบุกเบิก ตลาดต่างประเทศรวม 5 คณะคือ

1. คณะทำงานตลาดจีน
2. คณะทำงานตลาดอาเซียน
3. คณะทำงานตลาดแอฟริกา
4. คณะทำงานตลาดตะวันออกกลาง และตลาดประชาคมรัฐ เอกราช (CIS)
5. คณะทำงานตลาดลาตินอเมริกา

โดยมีผลการดำเนินงานดังนี้

ตลาดจีน

เป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยทั้งในด้านการค้าและการลงทุน เนื่องจากจีนเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยเมื่อเทียบกับการค้าทั่วโลก โดยไทยและจีนตั้งเป้าหมายมูลค่าการค้าการลงทุนระหว่าง 2 ฝ่ายที่ 100,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2558

กรมฯ มียุทธศาสตร์ในการผลักดันตลาดจีน ได้แก่

- ผลักดันการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม
- เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังซื้อสูง
- ขยายตลาดไปยังเมืองรองที่มีศักยภาพของจีน และส่งเสริมธุรกิจบริการ

คณะทำงานบุกเบิกตลาดจีน ได้ดำเนินโครงการบุกตลาดจีน จำนวน 4 โครงการ ประกอบด้วย

1. การจัดคณะผู้บริหารระดับสูงและคณะผู้แทนการค้าเยือน มณฑลไห่หนานและมณฑลกว่างตุ้ง ระหว่างวันที่ 6 – 10 กรกฎาคม 2557 โดยมีสินค้าสปา สุขภาพและความงาม อาหารและเครื่องดื่ม ร้านอาหาร ซึ่งมีผู้ประกอบการไทย เข้าร่วมโครงการ 13 บริษัท มีมูลค่าการค้าสั่งซื้อกันที่ ประมาณ 21.14 ล้านบาท ผลตอบรับคือ ผู้ประกอบการจีนต้องการ ร่วมทุนเปิดโรงงานผลิตและจำหน่ายสินค้าครีมหอยทาก ในจีน และผู้นำเข้าของจีนจัดการนัดหมายเพื่อจะเยี่ยมชม โรงงานในไทย

expansion, raising Thai entrepreneur potential and competitiveness, and enhancing cooperation between public and private sectors. This approach is very important in defining the strategic guidelines for penetrating new international markets. The DITP also works as a consultant for working groups to maximise their benefits to the Thai economy. In order to meet the strategic goals of the Ministry of Commerce, however, the DITP has formed a board of committee and the Emerging Overseas Markets Working Groups through the appointment of marketing experts from both public and private sectors to the six markets listed above. The team will promptly and efficiently implement the committee's strategies and guidelines in operations by forming five Emerging Overseas Market Working Groups:

1. Working group for the Chinese market
2. Working group for the ASEAN market
3. Working group for the African market
4. Working group for the Middle East and the CIS market
5. Working group for the Latin American market

The result of each working group's performance was as follows:

The Chinese Market

The Chinese market is important to Thailand's economy as concerns trade and investment as China is Thailand's largest trading partner. Both Thailand and China have a trade and investment value expected to reach 100,000 million USD by 2015.

The DITP defines strategies for the Chinese market as follows:

- Promote exports of consumer and value-added products
- Target consumers with high purchasing power
- Expand into China's secondary city markets and encourage service businesses

The working group for the Chinese market has undertaken four projects to help penetrate the market:

2. การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการไทยเกี่ยวกับตลาดจีน โดยความร่วมมือของสถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2557 มีผู้ประกอบการไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการสัมมนา จำนวน 250 ราย
3. การจัดคณะผู้บริหารระดับสูงและคณะผู้แทนการค้าเยือนมหานครเซี่ยงไฮ้ และมณฑลเจ้อเจียงระหว่างวันที่ 17 - 21 สิงหาคม 2557 โดยมีผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ อาหารสุขภาพ และสินค้าเครื่องประดับจำนวน 12 บริษัท เข้าร่วมการจับคู่ธุรกิจเพื่อการขายออนไลน์ E-commerce ในประเทศจีน เช่น Alibaba หรือ Taobao เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งออกสินค้าไปตลาดจีน เริ่มทำธุรกรรมการค้าได้ง่ายขึ้นและส่งเสริมช่องทางใหม่ๆ ในการทำการค้ากับประเทศจีนซึ่งมีโอกาสอีกมาก คาดการณ์มูลค่าการสั่งซื้อภายในหนึ่งปี ประมาณ 6.4 ล้านบาท
4. การจัดคณะผู้บริหารระดับสูงและคณะผู้แทนการค้าเยือนนครคุนหมิง ระหว่างวันที่ 23 - 26 กันยายน 2557 โดยมีผู้ประกอบการสินค้าอาหาร/เกษตรแปรรูป ผลิตภัณฑ์สปา/สุขภาพความงาม และไลฟ์สไตล์ จำนวน 12 บริษัท เข้าร่วมการจับคู่ธุรกิจ คาดการณ์มูลค่าการสั่งซื้อภายในหนึ่งปี ประมาณ 32.74 ล้านบาท

ตลาดอาเซียน

พัฒนาและส่งเสริมการค้าไทยสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจการค้าการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นบทบาทการให้บริการ 3 ด้าน ได้แก่

1. การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาเชิงลึกด้านการตลาดและแหล่งวัตถุดิบในอาเซียน
 - 1.1 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้พัฒนาระบบและฐานข้อมูลของการค้าการลงทุนอาเซียน ให้ทันสมัยและสอดคล้องต่อความต้องการของผู้ประกอบการมากขึ้น โดยเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจัดทำคู่มือการค้าการลงทุนของประเทศคู่ค้าสำคัญของอาเซียนเป็นรายประเทศ จำนวน 8 ประเทศ เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการไทย สามารถดาวน์โหลดได้จาก www.ditp.go.th

1. A visit by the board of executives and trade delegation to Hainan and Guangdong from 6 - 10 July 2014 presented various products related to spa, health and beauty services, food and beverages, as well as restaurant businesses. From the visit, 13 participating companies received immediate orders of about 21.14 million baht. Feedback from this mission was that Chinese entrepreneurs were interested in pursuing the establishment of snail cream manufacturing and distribute its products in China. Likewise, Chinese importers have already made appointments to also visit factories in Thailand.
2. A seminar for Thai entrepreneurs on the Chinese market perspective, held in collaboration with the Thailand Knowledge Institute of International Trade on 30 June 2014: 250 Thai entrepreneurs and other interested parties attended.
3. A visit by the board of executives and a trade delegation to Shanghai and Zhejiang from 17 - 21 August 2014: 12 entrepreneurs from fashion & lifestyle, healthy food and accessories businesses engaged in a business matching session for e-commerce in China with such companies as Alibaba and Taobao. This activity has supported Thai exporters in being able to undertake business and promote new trading channels in China. The anticipated one-year order was about 6.4 million baht.
4. A visit by the board of executives and a trade delegation to Kunming from 23 - 26 September 2014: 12 entrepreneurs from food/agro-processing, spa, health & beauty and lifestyle businesses participated in a business matching session. The expected one-year order was about 32.74 million baht.

The ASEAN Market

The Development and Promotion of Thai Trade to the ASEAN Economic Community (AEC) The Department of International Trade Promotion has promoted and prepared Thai entrepreneurs to be ready for economic trade and investment expansion in the ASEAN region.

Support from DITP ensures entrepreneurs to be able to efficiently utilise the benefits from FTAs by focusing on three service operations as follows:

1.2 ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน ซึ่งกรมฯ ได้จัดตั้งขึ้นในส่วนกลางและใน 8 ประเทศสมาชิกอาเซียน ได้แก่ ฮ่องกง อานฮุย โอจิมีนห์ พนมเปญ เวียงจันทน์ กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ มะนิลาและจาการ์ตา เพื่อบริการข้อมูลและให้คำปรึกษาเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ การประสานงาน/จัดทำนัดหมายแก่ผู้ประกอบการ

- ปีงบประมาณ 2556 ในช่วงเดือน พฤษภาคม – กันยายน 2556 มีผู้ประกอบการขอรับบริการ ในสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ ภูมิภาคอาเซียนมากกว่า 4,340 ราย
- ปีงบประมาณ 2557 ในช่วงเดือนตุลาคม 2556 – มิถุนายน 2557 มีผู้ประกอบการขอรับบริการ 5,127 ราย แบ่งเป็นบริการข้อมูล 2,517 ราย ให้คำปรึกษาเชิงลึก 1,106 ราย ประสานงาน/จัดทำนัดหมาย 1,067 ราย การอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ 277 ราย และอื่นๆ ได้แก่ การแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า 160 ราย

2. การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.1 ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียนในส่วนกลาง ซึ่งอยู่ภายใต้สำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้จัดตั้ง “ชมรมนักธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (DITP AEC CLUB) เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่เข้มแข็งและเป็นรูปธรรม และได้มีการดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2556/2557 ปัจจุบันมีสมาชิกในโครงการทั้งสิ้น 850 ราย โดยศูนย์ฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจให้แก่สมาชิกชมรมฯ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

ปีงบประมาณ 2556

- กิจกรรมเสวนา เสริมสร้างแนวคิด และองค์ความรู้ เกี่ยวกับตลาด AEC ในด้านต่างๆ และการเจาะลึกตลาดการลงทุนในพม่า อินโดนีเซีย เวียดนาม และกัมพูชา โดยมีการเชิญทูตพาณิชย์ นักธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญ และประสบความสำเร็จ (AEC GURU) ในการทำตลาดอาเซียน เป็นผู้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างใกล้ชิดเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่สมาชิกชมรมฯ
- กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ Business Mentoring Workshop ใน 3 ตลาด ได้แก่ ตลาดกัมพูชา สินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร และธุรกิจก่อสร้าง ตลาดเวียดนาม สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สุขภาพและความงาม ตลาดเมียนมาร์ ธุรกิจการก่อสร้างและอุปกรณ์ก่อสร้าง

1. Providing information and in-depth counselling on marketing and raw material resources in ASEAN.

1.1 The DITP has improved its system and updated the ASEAN trade and investment database in order to meet the needs of entrepreneurs by connecting related information from various data sources. Additionally, the DITP has also provided an information handbook on the trade and investment of 8 important ASEAN trading nations in order to disseminate useful data for Thai entrepreneurs. This handbook can be downloaded from www.ditp.go.th.

1.2 The DITP has established the AEC Business Support Centre in the eight main cities of ASEAN member countries: Yangon, Hanoi, Ho Chi Minh City, Phnom Penh, Vientiane, Kuala Lumpur, Singapore, Manila and Jakarta. These centres provide entrepreneurs with relevant trading information, in-depth counselling as well as services in coordinating and appointment making for business operators.

- **Fiscal year 2013:** From May to September 2013, the International Trade Promotion Offices in ASEAN countries served a total of 4,340 entrepreneurs.

- **Fiscal year 2014:** From October 2013 to June 2014, the DITP offices served a total of 5,127 entrepreneurs as follows: 2,517 for information service, 1,106 for in-depth counselling service, 1,067 for coordinating/ appointment-making services, 277 for venue facilitation service and 160 for other issues, such as resolutions on trade obstacles.

2. The development and promotion of the potential for Thai entrepreneurs to perform in the ASEAN Economic Community (AEC) market

2.1 The AEC Business Support Centre, under the Office of AEC and Asian Market Development, the Department of International Trade Promotion, established the “DITP AEC Club” as a channel to create a strong and concrete partnership network throughout the fiscal year 2013/2014. The club currently has 850 members. The Centre has also held various activities with the aim of developing the potential of club members and continually building the business partnership network among members as follows:

- กิจกรรมออกภาคสนาม โดยการนำผู้ประกอบการไทยกลุ่มธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตร จำนวนทั้งสิ้น 12 บริษัท ออกภาคสนามจริง ณ ประเทศกัมพูชา เพื่อสร้างคู่ค้า หาพันธมิตร และเชื่อมโยงการค้าและธุรกิจสู่ตลาดอาเซียนในระยะยาว

ปีงบประมาณ 2557

- กิจกรรมเสวนา เสริมสร้างแนวคิด และองค์ความรู้ เกี่ยวกับตลาด AEC ในภาพรวมและเจาะตลาดเฉพาะอินโดนีเซีย (25 เมษายน 2557) สิงคโปร์ (29 พฤษภาคม 2557) และเวียดนาม (16 สิงหาคม 2557) เพื่อให้การสนับสนุนผู้ประกอบการไทยได้ศึกษาวิเคราะห์สู่ทาง โอกาสและผลกระทบต่างๆ พร้อมทั้งได้เตรียมความพร้อมและพัฒนาขีดความสามารถในการขยายการค้าเป็นธุรกิจสู่ตลาดอาเซียน โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือสมาชิกชมรม DITP AEC CLUB และผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAILAND WEEK 2014 ณ ประเทศอินโดนีเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม
- กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ รายกลุ่มสินค้า โดยเชิญนักธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญ และประสบความสำเร็จในการบุกตลาดอาเซียน (AEC GURU) เป็นผู้ให้คำแนะนำ และคำปรึกษาอย่างใกล้ชิดเพื่อเตรียมความพร้อมแบบเข้มข้นให้แก่สมาชิกชมรมฯ ที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมออกภาคสนาม
- กิจกรรมออกภาคสนาม โดยการนำผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติเดินทางไปเจรจาการค้าหาพันธมิตรในอาเซียน ซึ่งในการออกภาคสนาม ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เมื่อวันที่ 6 - 9 พฤษภาคม 2557 มีผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้า Fashion Lifestyle 12 บริษัทเข้าร่วม จากการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ คาดว่าจะมียอดการค้าสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 844.8 ล้านบาท และการออกภาคสนาม ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เมื่อวันที่ 26-28 สิงหาคม 2557 มีผู้ประกอบการไทยกลุ่มสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 12 บริษัท สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ 1 บริษัท และโลจิสติกส์ 1 บริษัท เข้าร่วมการจัดกิจกรรม คาดว่าจะมียอดการค้าสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 401.1 ล้านบาท

Fiscal year 2013

- **Public Forums** were held to provide an overall picture of the AEC market and in-depth knowledge on investment in Myanmar, Indonesia, Cambodia and Vietnam. The events invited Minister-Counsellors of the Offices of Commercial Affairs and experienced entrepreneurs specialised and successful in the ASEAN market (AEC GURU) to closely give suggestions and advice in order to provide intensive preparation for the club members.
- **Business Mentoring Workshops** were organised for categorised products, including workshops for agricultural machinery and construction products for the Cambodia market, workshops on electronic devices, health and beauty products for the Vietnam market, and workshops for the construction business and consumer products for the Myanmar market.
- **Field activities**, held in Cambodia, were joined by 12 Thai entrepreneurs from the agricultural machinery industry in order to build the business partnership network and lay the foundations for trade and business in the ASEAN market over the long run.

Fiscal year 2014

- **Public Forums** were held to provide an overall picture of the AEC and to provide in-depth knowledge on market penetration in Indonesia (25 April 2014), Singapore (29 May 2014) and Vietnam (16 August 2014). The public forums were arranged to provide Thai entrepreneurs with a chance to learn how to analyse business opportunities and impacts. The club also emphasises the development of entrepreneur readiness and capacity in business operating in ASEAN markets. The target groups were DITP AEC CLUB members and entrepreneurs who attended Thailand Week 2014 fairs in Indonesia, Singapore and Vietnam.
- **Workshops** for categorised products were held. Experienced entrepreneurs specialised and successful in the ASEAN market (AEC GURU) were invited to closely give suggestions and advice so as to provide intensive preparation for the club members enrolled in the field activities.

2.2 การจัดทำ Facebook (www.facebook.com/ditpaecclub) ของชมรมนักธุรกิจไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อเป็นเครื่องมือให้สมาชิกได้รับทราบข่าวสารและกิจกรรมทางการตลาดของกรมฯ รวมถึงความเคลื่อนไหวและทิศทางธุรกิจการค้า และข้อมูลด้านการลงทุนในประเทศคู่ค้าที่สำคัญในตลาดอาเซียน และได้จัดกิจกรรมพัฒนาและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทยในภูมิภาค (ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก) สู่ตลาดอาเซียนในเดือนสิงหาคมและกันยายน 2557 โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือผู้ประกอบการ SMEs และกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่หอการค้า (Young Entrepreneur Chamber of Commerce หรือ YEC) ในภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก รวม 562 ราย

3. การส่งเสริมด้านการตลาด การเจรจาธุรกิจและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มุ่งเน้นผลักดันการค้า การลงทุนในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นกลยุทธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการไทย อีกทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของไทยให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล กรมฯ จึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการไทยเพื่อขยายตลาดและดำเนินธุรกิจแถบอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการใช้ฐานการผลิตและแหล่งวัตถุดิบในแถบภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเป็นอีกช่องทางหลักที่จะสามารถขยายฐานการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดอาเซียนได้อย่างต่อเนื่อง ปีงบประมาณ 2556/2557 กรมฯ ได้จัดงานแสดงสินค้าไทยในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ในการเจรจาขยายตลาดเพื่อนำเสนอสินค้า/บริการเจรจาธุรกิจ สร้างเครือข่าย และศึกษาตลาดเชิงสถิติ ดังต่อไปนี้

- **Field activities** were arranged for trained entrepreneurs to attend business matching and develop the partnership network in the ASEAN market. Field activities were held in Jakarta, Indonesia during 6 - 9 May 2014. The Department of International Trade Promotion invited 12 Thai entrepreneurs from the food & beverage industry and lifestyle fashion. The orders throughout the year were expected to reach a value of 844.8 million baht. Field activities were also held in Ho Chi Minh, Vietnam during 26 - 28 August 2014. The Department of International Trade Promotion invited 12 entrepreneurs from the textile and garment industry, one entrepreneur from the health food industry, and one entrepreneur from the logistics industry to participate in the activities. The orders throughout the year were expected to reach a value of 401.1 million baht.

2.2 A Facebook page has been created for DITP AEC CLUB as a communication tool for members to get updates from DITP's news and marketing activities. These updates include trading trends and directions as well as the investment information of major trade ASEAN partner markets. The club also organised activities to develop and create networks for regional Thai entrepreneurs (in the North, the Northeast, the South, the East and the West) in ASEAN markets during August and September 2014. The target group totalled 562 SMEs and a group from the Young Entrepreneur Chamber of Commerce (YEC) in the North, the Northeast, the South, the East and the West.





ผลการดำเนินงานปีงบประมาณ 2556

1. การจัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคอาเซียน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้จัดงานแสดงสินค้าในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน แบ่งเป็น 4 งานหลักๆ ได้แก่ Thailand Trade Exhibition, Thailand Week, Thailand Sourcing and Business Matching, Thailand Trade Show (ย่างกุ้ง มันทะเลย์ เสียมเรียบ ฮ่องกง มะนิลา พนมเปญ สุราบายา จาการ์ตา สิงคโปร์ เวียงจันทน์ โฮจิมินห์ ฮานอย กัวลาลัมเปอร์) รวม 15 งาน มีผู้ประกอบการเข้าร่วมทั้งสิ้น 1,408 ราย มูลค่าสั่งซื้อทันที 237.18 ล้านบาท คาดว่าจะมียอดการสั่งซื้อภายใน 1 ปี 4,357.4 ล้านบาท

2. โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในภูมิภาคอาเซียน

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศอาเซียนในปีงบประมาณ 2556 กรมฯ ได้นำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมออกบูธในงานแสดงสินค้าในอาเซียน ได้แก่ Metalex Vietnam 2012, Jakarta Fashion Week 2012, Manufacturing Indonesia 2012, The 7th Cambodia Import - Export OPOP 2012 Plus Acmececs, International Furniture Fair, Singapore 2013, Malaysia International Shoe Festival (MISF) 2013, MIFB 2013, Communicasia, MTA Vietnam 2013, VICB 2013 รวม 10 งาน มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม ทั้งสิ้น 201 ราย มูลค่าสั่งซื้อทันที 74.31 ล้านบาท คาดว่าจะมียอดการสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 205.96 ล้านบาท

3. Marketing promotion, business matching and business network creation

The DITP continuously encourages trade and investment as a part of its strategy to promote the image and add value to Thai products and services as well as developing Thai entrepreneur capability in competing at the international level. To this end, the DITP organised promotional activities for Thai entrepreneurs regarding opportunities for the market expansion of their businesses into ASEAN. Another channel to efficiently increase Thai exports to the ASEAN market is to apply production base basis and utilise raw material sources from the ASEAN region.

In the fiscal year 2013/2014, the DITP organised trade exhibitions for Thai products and services in each ASEAN member country. These fairs benefited entrepreneurs, especially SME entrepreneurs in terms of creating a market channel to showcase their products and services, negotiate trade, build networks and study its statistical market data.

In the fiscal year 2013, the DITP implemented the following projects:

1. Organising Trade Exhibitions in ASEAN

Ongoing Thailand trade exhibitions in ASEAN countries are the Thailand Trade Exhibition, Thailand Trade Thailand Week, Thailand Sourcing and Business Matching, Thailand Trade Show (Yangon, Mandalay, Siem Reap, Hai Phong, Manila, Phnom Penh, Surabaya, Jakarta, Singapore, Vientiane, Ho Chi Minh City, Hanoi, and Kuala Lumpur); a total of 15 trade exhibitions, with a total of 1,408 companies attending. The orders made during the events totalled 237.18 million baht. The expected orders throughout the year totalled 4,357.4 million baht.

2. Participating in Trade Exhibitions in ASEAN

During the fiscal year 2013, the DITP together with Thai entrepreneurs participated in 10 international exhibitions in ASEAN countries. These fairs were Metalex Vietnam 2012 Jakarta Fashion Week 2012, Manufacturing Indonesia 2012, the 7th Cambodia Import - Export OPOP 2012 Plus Acmececs, International Furniture Fair, Singapore 2013, Malaysia International Shoe Festival (MISF) 2013, MIFB 2013, Communicasia, MTA Vietnam 2013 and VICB 2013. A total of 201 Thai entrepreneurs participated in the events with orders of 74.31 million baht being made. The expected orders throughout the year totalled 205.96 million baht.

ผลการดำเนินงานปีงบประมาณ 2557

1. การจัดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคอาเซียน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้จัดงานแสดงสินค้า Thailand Week ในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน รวม 11 งาน ได้แก่ พนมเปญ อย่างกุ้ง มะนิลา จาการ์ตา สุราบายา สิงคโปร์ เวียงจันทน์ โฮจิมินห์ ฮานอย กัวลาลัมเปอร์ และจาการ์ตา มีผู้ประกอบการเข้าร่วมทั้งสิ้น 1,156 บริษัท มูลค่าสั่งซื้อทันที 151.62 ล้านบาท คาดว่าจะมียอดการสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 2,064.47 ล้านบาท

2. โครงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในภูมิภาคอาเซียน

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศอาเซียนในปีงบประมาณ 2557 กรมฯ ได้นำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมออกบูธในงานแสดงสินค้าในอาเซียน รวม 5 งาน คือ งาน Metalex Vietnam 2013, งาน Jakarta Fashion Week 2013, งาน Manufacturing Indonesia 2013, งาน The 8th Cambodia Import-Export & OPOP Exhibition และงาน Communicasia 2014 โดยมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 96 ราย มูลค่าสั่งซื้อทันที 6.9 ล้านบาท คาดว่าจะมียอดการสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 293 ล้านบาท

คณะทำงานบุกเบิกตลาดอาเซียน

การเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการของไทย การส่งเสริมการค้าเป็นธุรกิจของไทยในอาเซียน และการเสริมสร้างเครือข่ายธุรกิจ เป็นยุทธศาสตร์หลักของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จาก AEC ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะทำงานบุกเบิกตลาดอาเซียนได้ริเริ่มโครงการรุกตลาดอาเซียน 2 โครงการ ประกอบด้วย

1. โครงการสร้างเครือข่ายและขยายช่องทางการตลาดสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) กับร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) ในประเทศอินโดนีเซีย ระหว่างวันที่ 26 - 29 สิงหาคม 2557 ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย โดยกรมฯ ได้นำผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจำนวน 16 บริษัทในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเดินทางไปเจรจาการค้ากับผู้นำเข้าในอินโดนีเซียเพื่อเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียผ่านเครือข่ายร้านสะดวกซื้อ ผลการจัดกิจกรรมมีมูลค่าสั่งซื้อทันที 1.12 ล้านบาท และมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี 16.64 ล้านบาท
2. โครงการจัดคณะผู้แทนการค้าเยือนเวียดนาม โดยร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (TGMA) และมูลนิธิเพื่อสถาบันการศึกษาวิชาการจัดการแห่งประเทศไทย (IMET) ระหว่างวันที่ 27 - 29 สิงหาคม 2557 ณ เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสำรวจและศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน สร้างเครือข่ายทางการค้า ขยายการผลิต และร่วมลงทุนในลักษณะต่างๆ

In the fiscal year 2014, the DITP implemented the following projects:

1. Organising Trade Exhibitions in ASEAN

The DITP organised 11 Thailand Week trade fairs in the following ASEAN cities: Phnom Penh, Yangon, Manila, Jakarta, Surabaya, Singapore, Vientiane, Ho Chi Minh City, Hanoi and Kuala Lumpur. A total of 1,156 companies participated. The orders made during the events totalled 151.62 million baht. The expected orders throughout the year totalled 2,064.47 million baht.

2. Participating in Trade Exhibitions in ASEAN

During the fiscal year 2014, the DITP had brought Thai entrepreneurs to 5 international trade events in ASEAN countries. These exhibitions were Metalex Vietnam 2013, Jakarta Fashion Week 2013, Manufacturing Indonesia 2013, the 8th Cambodia Import-Export & OPOP Exhibition and Communicasia 2014. A total of 96 Thai entrepreneurs attended. Orders of 6.9 million baht were made during the events. The expected orders throughout the year totalled 293 million baht.

Emerging ASEAN Market Working Group

Preparing entrepreneurs to be ready for the AEC, creating a good image of Thai products and services, supporting Thai business within the ASEAN region and strengthening business networks are the DITP's main strategies to encourage entrepreneurs to efficiently gain benefits from AEC integration.

The emerging ASEAN market working group initiated 2 projects to penetrate the ASEAN market:

1. A project to create a network in order to expand the market for ready-to-eat products and convenience stores in Indonesia from 26 - 29 August 2014 in Jakarta, Indonesia. The DITP introduced 16 potential entrepreneurs from the food and beverage industry to attend trade negotiations with Indonesian importers, aimed at reaching Indonesian consumers through convenience stores. Immediate orders of 1.12 million baht were received and one year estimated orders were at about 16.64 million baht.
2. A trade delegation visit to Vietnam in cooperation with the Thailand Garment Manufacturers Association (TGMA) and the Institute for Management Education for Thailand Foundation (IMET) from 27 - 29 August 2014, in Ho Chi Minh City, Vietnam enabled Thai entrepreneurs to explore and study the possibility of investing, building trade

3. โครงการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้า (Business Matching) ให้แก่ผู้ประกอบการจากกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมหนักของไทย ในปีงบประมาณ 2556 ประกอบด้วย กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมหนัก 23 บริษัท ระหว่างวันที่ 28 มกราคม - 1 กุมภาพันธ์ 2556 ณ โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานครและโรงแรมเรดิสสัน บลู เมืองเซบู และในปีงบประมาณ 2557 ประกอบด้วย กลุ่มสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ วัสดุก่อสร้างและเครื่องใช้ไฟฟ้า 14 บริษัท วันที่ 23 - 27 มิถุนายน 2557 ณ โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานครและโรงแรมเรดิสสัน บลู เมืองเซบู เพื่อเพิ่มช่องทางการขยายตลาดสินค้าอุตสาหกรรมหนักของไทยไปยังตลาดฟิลิปปินส์

วัตถุประสงค์ดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์การขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรของอาเซียน ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ให้เป็นประโยชน์สูงสุด

กิจกรรมดังกล่าวได้รับการตอบรับจากนักธุรกิจผู้นำเข้า ผู้ส่งออก และตัวแทนจำหน่ายชาวฟิลิปปินส์อย่างดียิ่ง ผู้สนใจเข้าร่วมเจรจาธุรกิจการค้ากับนักธุรกิจไทย ในปีงบประมาณ 2556 จำนวน 170 ราย (ที่กรุงเทพฯ 74 รายและที่เมืองเซบู 96 ราย) คาดการณ์ว่ายอดสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 5,026,000 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 150 ล้านบาท) สินค้าที่ได้รับความนิยมมาก ได้แก่ สินค้าเครื่องจักร และเครื่องมือสำหรับเรือประมง เครื่องจักรกลการเกษตร ระบบสาธารณูปโภค อาทิ ระบบน้ำ ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ และเตาเผาขยะ ส่วนปีงบประมาณ 2557 มีผู้สนใจเข้าร่วมเจรจาธุรกิจ และการค้ากับนักธุรกิจไทย จำนวน 130 ราย (ที่กรุงเทพฯ 80 ราย และที่เมืองเซบู 50 ราย) ผลการเจรจาธุรกิจ 2 วัน (2 แห่ง) คาดการณ์ว่ายอดสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 490,000 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 16 ล้านบาท) สินค้าที่ได้รับความนิยมมาก ได้แก่ สัมผัสรถยนต์ โชคอัพ อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ ซีลโคลนยาแนว กาวซูเปอร์กลู พื้นสนามกีฬาทางสังเคราะห์ อุปกรณ์ฟิตเนสและท่อยาง/สายยาง

นอกจากการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้า 2 แห่งแล้ว สคร. ณ กรุงเทพฯ ยังจัดโปรแกรมให้คนไทยประกอบการไทยสำรวจตลาด แต่ละกลุ่มสินค้า อาทิ โฮม ดีโป้ (Home Depot) วิลคอน บิลเดอร์ (Wilcon Builders) บานาเว (Banawe) ณ เขตชอนซีตี้ เซบู ไบโอนิก (Cebu Bionic) เซบู โอเวอร์ซี (Cebu Oversea) เซบู โฮม (Cebu Home) เป็นต้น

การจัดกิจกรรมครั้งนี้ประสบผลสำเร็จค่อนข้างมาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พอใจ เพราะมีโอกาสพบปะลูกค้ารายเดิม ได้เจรจากับลูกค้ารายใหม่ เพิ่มช่องทางการทำธุรกิจ เรียนรู้ตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทที่ตลาดฟิลิปปินส์ด้วย

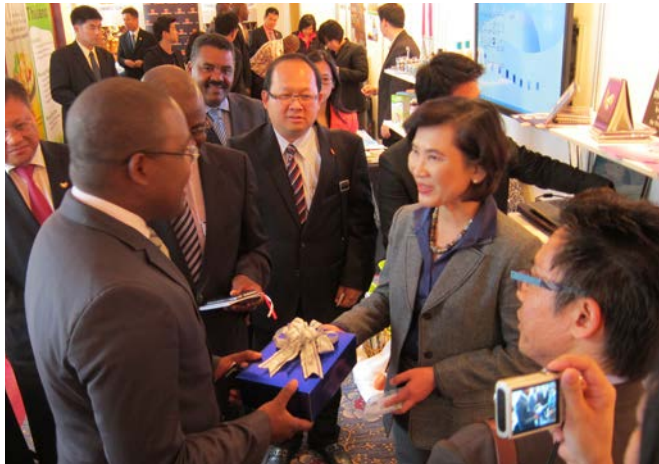
networks, expanding manufacturing and other joint investment projects.

3. Business matching activities for Thai entrepreneurs from the heavy industry in the fiscal year 2013 comprised 23 heavy industry companies (28 January - 1 February 2014 at the Dusit Thani Hotel in Manila and Radisson Blu Hotel in Cebu). For the fiscal year 2014, business matching events comprised of 14 automobile parts, construction materials and electrical materials companies (23 - 27 June 2014 at the Dusit Thani Hotel in Manila and Radisson Blu Hotel in Cebu). The business matching activities were held in order to open up greater trade opportunities and expand the Thai heavy industry market into the Philippines.

The above objectives were in line with the strategy of expanding trade and investment with ASEAN's partners under the ASEAN Economic Community (AEC) and the Free Trade Agreements (FTAs) for maximising benefits.

The activity received a good response from importers, traders and authorised dealers in the Philippines. In the fiscal year 2013, 170 entrepreneurs (74 from Manila and 96 from Cebu) participated in trade negotiations with Thai entrepreneurs. The expected orders within one year were valued at 5,026,000 USD (approximately 150 million baht). The most sought-after products were machines and tools for fishing boats, agricultural machinery, and public utilities: water supply, solar power systems and incinerators. In the fiscal year 2014, 130 Filipino entrepreneurs expressed their interest in business discussions with Thai entrepreneurs (80 from Manila and 50 from Cebu). From the two-day business discussions, Thai entrepreneurs expected transactions totalling 490,000 USD (approximately 16 million baht) to be reached within one year. The most sought after products were car spray paints, shock absorbers, car-tuning materials, sealants, super glues, artificial rubber floors, exercising equipment and rubber tubes.

Apart from these 2 business matching events, the Thai trade centre in Manila has also arranged for Thai entrepreneurs to survey new target markets, department stores and other outlets for each type of items such as Home Depot, Wilcon Builders, Banawe in Quezon City, Cebu Bionic, Cebu Oversea; Cebu Home, etc.



ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบางรายเห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ที่กรมฯ จัดนี้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างเครือข่ายกับบริษัทต่างๆ เพิ่มขึ้นรวมทั้งเพิ่มโอกาสการขยาย ตลาดสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมหนักของไทยในฟิลิปปินส์ต่อไป

ตลาดแอฟริกา

กรมฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. กระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนระหว่างหน่วยงานภาครัฐ/ธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องของไทย - แอฟริกาในแต่ละเขตเศรษฐกิจรายอนุภูมิภาคเป้าหมาย
2. สร้างพันธมิตรทางการค้าและการลงทุนในประเทศเป้าหมาย
3. จัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาการค้า การลงทุนระหว่างไทยและแอฟริกาให้มากขึ้น
4. ประชาสัมพันธ์สร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจบริการของไทย
5. พัฒนาการความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนของผู้ประกอบการไทย

ความร่วมมือด้านทรัพยากรแร่ระหว่างไทยกับโมซัมบิก

ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ โดยเฉพาะพลอย จึงส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่ลดลง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแหล่งวัตถุดิบอัญมณีใหม่ๆ ให้มากขึ้น ซึ่งสาธารณรัฐโมซัมบิกถือเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณีที่สำคัญของโลก โดยเฉพาะพลอยแดง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จึงได้ดำเนินการด้านความร่วมมือเกี่ยวกับทรัพยากรแร่ระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลโมซัมบิกเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว และเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2556

This activity was considered a great success. The majority of entrepreneurs were satisfied with the opportunity in that they not only met their old clients, but they also negotiated with new ones in order to enhance business opportunities, undertake a market study and promote their products in the Filipino market. Thai entrepreneurs also claimed that participating in DITP business matching activities was useful for opening up new opportunities, sharing experiences and creating new networks with other companies which can be beneficial to further market expansion for Thailand's heavy industry in the Philippines.

The African Market

The DITP has set the following strategic goals:

1. Strengthen trade and investment relations between the public/private sectors of Thailand and Africa in each targeted micro-economic area.
2. Build trade and investment alliances in the targeted countries.
3. Arrange activities to promote and develop international trade and investment between Thailand and Africa.
4. Publicise the good image of Thai products and services.
5. Improve the trade and investment knowledge and skills of Thai entrepreneurs.

Cooperation on Mineral Resources between Thailand and Mozambique

The gems and jewellery industry in Thailand has been encountering a shortage of raw materials, especially gems, which has resulted in a decrease in the country's industrial competitiveness. Therefore, it is necessary to seek new sources of raw materials. Mozambique is considered to be one important source for gems, especially rubies. The DITP has therefore collaborated with the government of Mozambique to counteract this problem of a shortage of mineral resources. On 8 February 2013, a Memorandum of Understanding (MOU) was signed on the cooperation in the field of mineral resources between the government of Thailand by the Minister of Commerce (Mr.Boonsong Teriyapirom) and the government of Mozambique by the Minister of Mineral Resources (H.E. Esperanca Laurinda Francisco Bias) at the Ministry of Commerce, Thailand. A joint working group was established with the purpose of coordinating and monitoring these implemented activities under the MOU. From this cooperation, the meeting is set to be held on an annual basis. Two meetings have already been held:

ได้มีพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือด้านทรัพยากรแร่ระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลโมซัมบิก โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ไทย (นายบุญทรง เตริยาภิรมย์) และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงทรัพยากรแร่โมซัมบิก (H.E. Mrs. Esperanca Laurinda Francisco Bias) ณ กระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย โดยทั้งสองฝ่ายได้กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วม (Joint Working Group) เพื่อประสานงานและติดตามการดำเนินกิจกรรมภายใต้ MOU รวมทั้ง กำหนดให้มีการจัดประชุมปีละ 1 ครั้ง โดยที่ผ่านมามีการจัดประชุมไปแล้ว 2 ครั้ง คือ

1. การจัดประชุมคณะทำงานร่วมความร่วมมือด้านทรัพยากรแร่ไทยกับโมซัมบิก ครั้งที่ 1 ณ กรุงมาปูโต ประเทศโมซัมบิก เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2556 โดยมีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (นางศรีรัตน์ รัษฐปานะ) และ National Director of Mines of Mozambique เป็นประธานร่วมกัน และเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม - 2 สิงหาคม 2556 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้จัดโครงการคณะผู้บริหารระดับสูง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเดินทางร่วมในคณะนายกรัฐมนตรี (นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร) เดินทางเยือนสาธารณรัฐโมซัมบิก สาธารณรัฐแทนซาเนีย และสาธารณรัฐยูกันดาอย่างเป็นทางการ เพื่อขยายสู่ทางการค้าการลงทุนและผลักดันการแก้ไขปัญหาคาชาดแคลนวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

2. การจัดประชุมคณะทำงานร่วมความร่วมมือด้านทรัพยากรแร่ไทยกับโมซัมบิก ครั้งที่ 2 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพคเมืองทองธานี เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2557 โดยมีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ National Director of Mines of Mozambique เป็นประธานร่วมกัน ซึ่งผลจากการประชุมคณะทำงานร่วมความร่วมมือด้านทรัพยากรแร่ไทยกับโมซัมบิก ครั้งที่ 1 และ 2 ได้เกิดความร่วมมือในหลายด้าน อาทิ การจัดตั้ง Gems Trading Center ที่เมือง Montepuez และการแลกเปลี่ยนความรู้ด้าน Gemology

นอกจากนี้ ยังได้กำหนดจัดการประชุมคณะทำงานร่วมความร่วมมือด้านทรัพยากรแร่ไทยกับโมซัมบิก ครั้งที่ 3 เพื่อติดตามผลการประชุมในครั้งที่ 1 และ 2 และหารือแนวทางความร่วมมือด้านการส่งเสริมการลงทุนในการใช้ประโยชน์การค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรแร่ ในช่วงระหว่างการจัดงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair (BGJF) ครั้งที่ 55 ระหว่างวันที่ 24 - 28 กุมภาพันธ์ 2558 พร้อมนี้ กรมฯ ได้เสนอให้คู่หาอนุเคราะห์โมซัมบิกจำนวน 2 คู่หา เพื่อร่วมแสดงสินค้า และจัดจำหน่ายในงานดังกล่าวด้วย

1. The first meeting of the joint working group on cooperation in the field of mineral resources was held in Maputo, Mozambique, on 19 June 2013. The meeting was mutually presided over by the DITP Director-General (Mrs.Srirat Rastapana) and the National Director of Mines of Mozambique. From 28 July - 2 August 2013, the DITP executive team joined the cabinet of the then Prime Minister Ms.Yingluck Shinawatra in officially visiting Mozambique, the Republic of Tanzania and the Republic of Uganda in order to seek trade and investment expansion, as well as solving the issue of the shortage within the gems and jewellery industry of Thailand.
2. The second meeting of this joint working group on cooperation in the field of mineral resources was held at the Impact Exhibition and Convention Centre, Muang Thong Thani, on 26 February 2014 and was mutually presided over by the DITP Director-General and National Director of Mines of Mozambique. The outcome of the first and second meetings resulted in the cooperation of the joint working group in several areas such as the establishment of a Gems Trading Center in Montepuez and the information exchange of gemmology.

In addition, a third meeting has been scheduled to follow up on the remarks and proposals of the first and second meetings, and to discuss further investment cooperation on trade utilization and the value creation of mineral resources during the 55th Bangkok Gems and Jewelry Fair (BGJF) from 24 - 28 February 2015. The DITP has offered Mozambique two booths for product exhibition and distribution.

The Middle East and the Commonwealth of Independent States (CIS) Market

The Middle East Market

The DITP has defined strategies to strengthen a positive image and promote Thai products and services globally through strong trade networks and relations – both among public and private sectors. As a result, there have been more trade opportunities and less trade barriers, increasing Thailand's trade value.

In 2014, a delegation for trade/investment negotiations visited the United Arab Emirates (Dubai) and Turkey (Istanbul) from 30 August - 6 September 2014, with a focus on business expansion. Forty-six entrepreneurs showed interested in participating in the project, with 26 entrepreneurs with

ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

ตลาดตะวันออกกลาง

กรมฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ พลักดันสินค้าและบริการไทยให้เป็นที่รู้จัก โดยสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ทางการค้าให้มีความแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น ทั้งในระดับรัฐกับรัฐ เอกชนกับเอกชน ซึ่งจะส่งผลสร้างโอกาสและลดอุปสรรคทางการค้า ทำให้มูลค่าการค้าของไทยขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

การจัดกิจกรรม ในปี 2557 ได้จัดคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้า/การลงทุน ณ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ดูไบ) และตุรกี (อิสตันบูล) ระหว่างวันที่ 30 สิงหาคม – 6 กันยายน 2557 โดยมีมุ่งเน้นเจรจาการค้าเพื่อต่อยอดธุรกิจเป็นหลัก มีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 46 บริษัท และได้ดำเนินการคัดเลือกบริษัทที่มีศักยภาพจำนวน 26 บริษัท จากกลุ่มสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ วัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง อาหาร เสื้อผ้า อัญมณีและเครื่องประดับ สุขภาพ และความงาม ของใช้ของตกแต่งบ้านและของใช้ในครัวเรือน

คณะผู้บริหารกรมฯ เยือนรัฐสุลต่านโอมานและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค) และผู้บริหารเยือนรัฐสุลต่านโอมานและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ วันที่ 24 - 29 พฤศจิกายน 2556 เพื่อหาช่องทางและโอกาสขยายตลาดพลักดันความร่วมมือทางการค้า ตลอดจนเร่งรัดให้มูลค่าการส่งออกของไทยขยายตัวเต็มศักยภาพสอดคล้องกับกลยุทธ์ขยายการค้าการลงทุนกับพันธมิตรของอาเซียนภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ให้เป็นประโยชน์สูงสุด

โอกาสนี้ได้เข้าพบหารือกับผู้แทนระดับสูงทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งจากรัฐสุลต่านโอมานและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เพื่อกระชับสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายการค้าการลงทุนระหว่างกัน รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นแก่สินค้าไทยในตลาดตะวันออกกลางด้วย

นอกจากนี้ ยังพบหารือหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises – SMEs) เพื่อแสวงหาโอกาสและแนวทางความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์กับไทยไทยเป็นพหุผลิตสินค้าส่วนสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์เป็นผู้กระจายสินค้าไปยังภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกาและยุโรป

ท้ายสุดได้ศึกษาศักยภาพการจัดงานแสดงสินค้าที่ชาร์จาห์ (Sharjah) เมืองใหญ่อันดับ 3 ของสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และรัฐสุลต่านโอมาน เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดงานแสดงสินค้าไทยในภูมิภาคตะวันออกกลางต่อไป

potential chosen by the Department of International Trade Promotion, consisting of entrepreneurs from the auto parts industry, construction material and construction equipment industry, food industry, garment industry, gems and jewelry industry, health and beauty industry, and home decorative and housewares industry.

Organising a Good Will Mission to Oman and the United Arab Emirates

Mrs.Nuntawan Sakuntanaga, the Director General of the Department of International Trade Promotion, and a high-level trade delegation visited Oman and the United Arab Emirates (UAE) during 24 - 29 November 2013 to explore new opportunities to expand the market, create a cooperative network and increase collaboration, corresponding with increasing trade and investment strategies under the framework of AEC and FTAs.

The Director-General of DITP and a high-level mission delegation from the public and private sectors from the UAE and Oman worked together to strengthen relationships in creating trade investment and increasing confidence in the credibility of Thai products in the Middle East.

In addition, the Director-General and a high-level trade delegation also had the opportunity to meet with agencies of SME promotion in order to establish trade relations with SMEs between the UAE and Thailand. Thailand will be the manufacturing base while the UAE will distribute products to the Middle East, Africa and Europe.

The DITP also studied the potential of holding a trade fair in Sharjah (the third largest city in the UAE) and Oman. At the time, delegation gathered information for organising a trade event of Thai products in the Middle East.



ตลาดประชาคมรัฐเอกราช (CIS)

กรมฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการขยายการค้าหรือดำเนินธุรกิจในประเทศเอกราช โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งประสานงานกับช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อขยายตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย

การจัดกิจกรรมในปี 2557 ได้จัดคณะผู้บริหารระดับสูงของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและคณะผู้แทนการค้าเดินทางไปเจรจาการค้า/การลงทุน ณ ประเทศคาซัคสถาน เมืองอัลมาตีและอัสตานา ระหว่างวันที่ 8 - 12 กันยายน 2557 โดยมีมุ่งเน้นเจรจาการค้าเพื่อต่อยอดธุรกิจเป็นหลัก มีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 20 บริษัทและได้ดำเนินการคัดเลือกบริษัทที่มีศักยภาพจำนวน 17 บริษัทจากกลุ่มสินค้า ยาเวชภัณฑ์ วัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้าง อาหาร อัญมณีและเครื่องประดับ ของใช้ ของตกแต่งบ้านและของใช้ในครัวเรือน

ตลาดลาตินอเมริกา

กรมฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ดังนี้

1. Emerging market - ขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโต และลดการพึ่งพาทลาดหลัก (เดิม) โดยทำให้สินค้า/บริการของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดลาตินอเมริกามากขึ้น รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยและคุณภาพสินค้าไทย
2. Sourcing - แสวงหาแหล่งวัตถุดิบตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมในประเทศไทย
3. Internationalization - เปิดโอกาสเอกชนไทยทำธุรกิจการค้า และลงทุน/ร่วมทุนในภูมิภาคลาตินอเมริกา

การจัดกิจกรรม ในปี 2557 ได้จัดคณะผู้บริหารระดับสูงของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเดินทางไปเยือนลาตินอเมริกา จำนวน 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล สาธารณรัฐชิลี สาธารณรัฐเปรู และสาธารณรัฐโคลอมเบีย ระหว่างวันที่ 3 - 17 พฤษภาคม 2557 เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า หาช่องทางและโอกาสในการขยายการค้า การลงทุนระหว่างภาคเอกชนไทยกับประเทศคู่ค้า ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ และแสดงศักยภาพของอุตสาหกรรมไทย ตลอดจนนำความรู้ที่ได้กลับมาเผยแพร่โอกาสและสู่ทางการค้า การลงทุนแก่สมาชิกและผู้ประกอบการไทย โดยได้นำคณะผู้แทนการค้า 30 ราย และได้เชิญผู้แทนระดับสูงภาคเอกชน จำนวน 3 ราย จาก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย และสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ร่วมเดินทางไปด้วย

The Commonwealth of Independent States (CIS) Market

The DITP has defined strategies to promote and further the awareness of Thai products and services as well as support Thai entrepreneurs in expanding their trading activities or conducting business in the CIS through public relations activities and in cooperation with distribution channels to expand the market.

In 2014, the DITP's board of executives and a trade delegation organised an outgoing mission to Almaty and Astana, Kazakhstan from 8 - 12 September 2014, to negotiate trade in order to expand business. Out of 20 business entrepreneurs 17, mainly from the pharmaceutical industry, construction materials industry, food industry, jewellery and accessories industry, and decorative and household products industries – were selected to attend this event.

The Latin American Market

The DITP has set the following strategic goals:

1. Emerging markets – export to new markets with potential growth and reduce reliance on existing markets by making Thai products and services well known and accepted in Latin America, as well as creating a positive image of Thailand and the quality of Thai products.
2. Sourcing – seek material resources to meet the demands of Thai industry.
3. Internationalisation – open up opportunities for private sectors to join trade and investment ventures in Latin America.

In 2014, the DITP's board of executives visited Brazil, Chile, Peru and Colombia from 3 - 17 May 2014 to strengthen trade relations. The DITP explored trade channels and opportunities for business expansion in order to increase trade and investment opportunities between the Thai private sector and trade partners, promote a positive image, present the potential of Thai industry, and disseminate the acquired knowledge for further trade opportunities and investment to Thai members and entrepreneurs. The team included 30 members of the trade delegation and 3 members from the private sector, including the Federation of Thai Industries, the Thai Chamber of Commerce and the Thai National Shippers' Council.

คณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้าในภูมิภาคอเมริกาใต้

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชียและพร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืน หนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญของกรมฯ คือ การขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรของอาเซียนภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และจากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) ให้เป็นประโยชน์สูงสุด ดังนั้นภูมิภาคอเมริกาใต้ซึ่งเป็นภูมิภาคหนึ่งที่เป็นพันธมิตรของอาเซียน กรมฯ จึงมีนโยบายในการบุกเบิกดังกล่าว

ปีงบประมาณ 2556

โครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมหนักไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคอเมริกาใต้ (ชิลี เปรู เวเนซุเอลา) เมื่อวันที่ 3 - 12 พฤษภาคม 2556 กรมฯ ได้จัดโครงการคณะผู้แทนการค้าสินค้าอุตสาหกรรมหนักไปเจรจาการค้าที่ภูมิภาคอเมริกาใต้ (ชิลี เปรู เวเนซุเอลา) เพื่อส่งเสริมการค้าทางขยายการส่งออกสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมหนักในตลาดอเมริกาใต้ ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่สำคัญของไทย รวมทั้งเป็นการหาช่องทางเพิ่มเติมในการใช้ประโยชน์จากความตกลงว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจไทย - เปรูและความตกลงทางการค้า (FTA) ไทย-ชิลี คณะผู้แทนการค้าฯ ประกอบด้วย ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมหนัก 25 บริษัทแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ 4 บริษัท
2. กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 6 บริษัท
3. กลุ่มเครื่องจักรกลการเกษตร 4 บริษัท
4. กลุ่มวัสดุก่อสร้าง 7 บริษัท
5. กลุ่มพลาสติกและอื่นๆ 4 บริษัท

การเจรจาการค้าประสบความสำเร็จ โดยมีผู้นำเข้า/นักธุรกิจร่วมการเจรจาการค้าและสนใจดำเนินธุรกิจจาก 3 ประเทศรวม 170 บริษัท มีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที 335,000 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 9.95 ล้านบาท และคาดว่าจะมีคำสั่งซื้อภายใน 1 ปี ไม่ต่ำกว่า 4,893,200 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 145.33 ล้านบาท โดยสินค้าที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ กุญแจล็อก ไมโครเวฟ พัดลม กุญแจพลาสติก ผลิตภัณฑ์เหล็ก ผลิตภัณฑ์ยาง กาวและซิลิโคนอุตสาหกรรม และซีเมนต์ฟลุมบอร์ด

คณะผู้แทนการค้าฯ มีความพึงพอใจกับการเจรจาการค้าและการสำรวจตลาดครั้งนี้ โดยเฉพาะที่เมืองซาราทิส ประเทศเวเนซุเอลา เนื่องจากมีศักยภาพและความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมหนักอยู่มาก มีคำสั่งซื้อสูง ได้เจอกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตรงตามความต้องการ และมีความเป็นไปได้สูงในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ คณะผู้แทนการค้าฯ ได้สำรวจย่านการค้าและร้านค้าสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญในแต่ละเมืองด้วย

Trade Negotiations of the Trade Delegation in South America

The DITP is a leading organisation supporting international trade in Asia and adapting itself to keep pace with changes in order to encourage entrepreneurs to globally and sustainably create value and enhance competitiveness. One of the key strategies of the DITP is to efficiently expand trade and investment with ASEAN partners under the ASEAN Economic Community (AEC) and Free Trade Agreements (FTAs). South America is also a trade partner of the ASEAN; therefore, the DITP has set the strategies mentioned above to achieve the goal of market penetration.

Fiscal year 2013

The trade negotiations of the heavy industry delegation in South America (Chile, Peru, Venezuela) were held from 3 - 12 May 2013. The DITP assigned a trade delegation of heavy industry representatives to attend the trade negotiations in South America (Chile, Peru, and Venezuela) in order to seek out opportunities for the export expansion of heavy industries in the South American market, which is an important new market for Thailand. Moreover, the trade negotiations have provided a chance to explore further opportunities from the Thailand-Peru economic partnership agreement and Thailand-Chile trade agreements (FTAs). The delegation involved 25 manufacturers / exporters of heavy industry, and can be divided into the five following groups:

1. Four companies from automobile and automotive parts industry
2. Six companies from electronic devices industry
3. Four companies from agricultural machinery industry
4. Seven companies from construction materials industry
5. Four companies from plastic and other industries

Trade negotiations were successful; importers/entrepreneurs from 170 companies in three countries attended the negotiations and were interested in conducting business. Orders valued at 335,000 USD or approximately 9.95 million baht were expected, and a further 4,893,200 USD or approximately 145.33 million baht were then expected for the following year. The most sought-after products were padlocks, microwave ovens, fans, plastic bags, steel products, rubber products, adhesives and silicone products and cement boards.



ปีงบประมาณ 2557

โครงการคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาการค้ากับภูมิภาคอเมริกาใต้ (บราซิล ชิลี เปรู โคลอมเบีย) ระหว่างวันที่ 3 - 17 พฤษภาคม 2557 ประกอบด้วย ผู้บริหารกรมฯ ผู้แทนระดับสูงจากสมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย เดินทางเข้าร่วมหารือกับผู้แทนระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในแต่ละประเทศ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สินค้าบริการของไทย สร้างความเชื่อมั่นด้านศักยภาพการส่งออกของไทย รวมถึงผลักดันความร่วมมือและจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กรมฯ ยังนำภาคเอกชนจำนวน 24 บริษัท ประกอบด้วย ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมหนักและอาหาร ซึ่งแบ่งเป็น 6 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มชิ้นส่วนยานยนต์ 13 บริษัท
2. กลุ่มวัสดุก่อสร้าง 4 บริษัท
3. กลุ่มอาหาร 3 บริษัท
4. กลุ่มพลาสติก 2 บริษัท
5. กลุ่มเครื่องจักรกล 1 บริษัท
6. ผู้แทนจากสมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย 1 สมาคม

คณะผู้แทนฯ ภาคเอกชนได้ร่วมเดินทางสำรวจตลาด หาช่องทางและโอกาสขยายการค้าการลงทุนของไทยในตลาดลาตินอเมริกา เพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทย ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (FTAs) รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้ากับคู่ธุรกิจกับผู้นำเข้าแต่ละประเทศ โดยมีนักธุรกิจ/ผู้นำเข้าให้ความสนใจเข้าร่วมการเจรจาการค้ากว่า 400 ราย มูลค่าการสั่งซื้อกันที่ประมาณ 500,000 เหรียญสหรัฐ และคำสั่งซื้อใน 1 ปีไม่ต่ำกว่า 71,375,000 เหรียญสหรัฐ สินค้าที่ได้รับความนิยม ได้แก่ พลาสติกยางรถยนต์หรือยางมอเตอร์ไซค์ ส่วนประกอบรถยนต์ที่ทำจากยาง ไพรรถยนต์ เบาะรถนั่ง บีบีโอโดรสติก ซอสปรุงรส และอาหารกระป๋อง

The delegation was satisfied with the trade negotiations and the market survey, particularly those in Caracas, Venezuela, because of the market's high potential and demand for heavy industry as well as high purchasing power. Meanwhile, the delegation also identified potential target customers and ascertained strong business prospects. In addition, the delegation explored major commercial and industrial stores in each city.

Fiscal year 2014

The trade negotiations of the trade delegation in South America (Brazil, Chile, Peru and Colombia) were held from 3 - 17 May 2014. The trade delegation involved the DITP's board of directors, senior representatives from the Federation of Thai Industries, the Thai Chamber of Commerce and Board of Trade of Thailand, and the Thai National Shippers' Council. The delegation attended discussions with public and private senior representatives in each country to enhance trade relations, to create a positive image of Thai products and services, to build confidence in Thailand's export capabilities and to support cooperative international trade promotion and activities.

Moreover, the DITP introduced 24 companies, including manufacturers/ exporters of heavy industry and the food industry, as categorised into the following 6 groups:

1. Thirteen companies from automobile and automotive parts industry
2. Four companies from construction materials industry
3. Three companies from food industry
4. Two companies from plastic industry
5. One company from machine industry
6. One representative from Thai Subcontracting Promotion Association

ภูมิภาคอเมริกาใต้มีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 4 รองจากเอเชีย แอฟริกาและอเมริกาเหนือ (ตามลำดับ) ประชากรมากเป็นอันดับ 5 รองจากเอเชีย แอฟริกา ยุโรปและอเมริกาเหนือ ภูมิภาคนี้แบ่งเป็น 12 ประเทศ และ 3 เขตการปกครอง ประเทศที่ไทยสนใจและไปเยือนมี 4 ประเทศดังนี้

บราซิล (มีเนื้อที่กว่า 8.5 ล้านตารางกิโลเมตร อยู่เขตลุ่มแม่น้ำแอมะซอนและที่ราบสูงบราซิล)

ชิลี (อยู่เขตเทือกเขาแอนดิสซึ่งอยู่ทางตะวันตกของทวีป)

เปรู (มีประชากรมากที่สุดในเขตเทือกเขาแอนดิส ซึ่งอยู่ทางตะวันตกของทวีป)

โคลอมเบีย (มีประชากรมากที่สุดในเขตที่สูงกายอานา ซึ่งอยู่ทางเหนือของทวีป)

The delegation from the private sectors participated in a market survey, seeking opportunities for trade and investment expansion in Latin America. The delegation aimed to increase Thai export value, encouraging the benefits of free trade agreements (FTAs) and joining trade negotiation and business matching with importers from each country. More than 400 entrepreneurs / importers participated in trade negotiations resulting in immediate orders valued at about 500,000 USD with an anticipated minimum of 71,375,000 USD within one year. The most sought-after products were plastic, car or motorcycle tires, car rubber parts, car lights, car seats, hydraulic pumps, cooking sauces and canned food.

South America is the fourth biggest continent – smaller than Asia, Africa and North America respectively. It has the fifth biggest population – less than Asia, Africa, Europe and North America. The region consists of 12 countries and 3 townships. The 4 countries of particular interest are:

Brazil (Occupying more than 8.5 million square kilometres near the Amazon river and Brazilian highlands.)

Chile (located in the Andes Mountains on the west of the continent.)

Peru (Hosted the biggest population in the Andes Mountains on the west of the continent.)

Colombia (The main population is in the Guyana highlands on the north of the continent.)

ความร่วมมือระหว่างกรมฯ กับหน่วยงานพันธมิตรต่าง ๆ

Cooperation between the Department of International Trade Promotion (DITP) and Trade Partners



การประชุมคณะกรรมการประจำปี ครั้งที่ 33 ของศูนย์อาเซียน-ญี่ปุ่น

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย ได้เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการประจำปี ครั้งที่ 33 ของศูนย์อาเซียน - ญี่ปุ่น วันที่ 6 - 7 มีนาคม 2557 เพื่อกำหนดนโยบายและทิศทางการทำงานของศูนย์ฯ รวมทั้งแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวปีงบประมาณญี่ปุ่น 2557 (1 เมษายน 2557-31 มีนาคม 2558) มีแผนกิจกรรมด้านการส่งเสริมการค้าซึ่งประเทศไทยเข้าร่วม ได้แก่

1. การจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ณ ที่ทำการศูนย์อาเซียน - ญี่ปุ่น (ASEAN - Japan Centre)
2. โครงการ ASEAN Creative Network (ACN) for the Development of Content Industry ภายใต้กรอบความร่วมมือของศูนย์อาเซียน - ญี่ปุ่น (AJC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเครือข่ายและจัดกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบริการคอนเทนต์ของอาเซียนและญี่ปุ่น โดยมีกิจกรรมภายใต้โครงการฯ เช่น การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจคอนเทนต์จากประเทศอาเซียนร่วมงานแสดงสินค้าโตเกียว เกม โชว์ (Tokyo Game Show) 2014 ณ ประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้ ปี 2557 รัฐบาลญี่ปุ่น กระทรวงเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรม (Ministry of Economy, Trade and Industry: METI) ประกาศให้งบสนับสนุนพิเศษแก่ศูนย์อาเซียน - ญี่ปุ่น (AJC) 130 ล้านเยนหรือราว 43 ล้านบาท เพื่อใช้ดำเนินกิจกรรม 2 ด้าน คือ

The 33rd Annual Meeting of the Council of the ASEAN-Japan Centre (AJC)

The Council Director of the DITP attended the annual meeting from 6 - 7 March 2014 to define the policy and direction of DITP operations along with trade promotion, investment and tourism plans for the Japanese fiscal year 2014 (1 April 2014 - 31 March 2015). The DITP participated in the following two trade activities:

1. The Thai Gems & Jewelry Fair at the ASEAN-Japan Centre
2. ASEAN Creative Network (ACN) for the Development of Content Industry at the ASEAN-Japan Centre, which aims to establish a network and organise business matching activities for ASEAN and Japanese content industry entrepreneurs by encouraging them to participate in the Tokyo Game Show 2014 in Japan.

Moreover, in 2014, the Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) of Japan granted AJC 130 million yen (approximately 43 million baht) in the support of two activities:

1. Strengthening business partnerships between ASEAN and Japanese entrepreneurs as well as trade cooperation in new industries.
2. The establishment of a one-stop information database about the laws and regulations of investment in the ASEAN member countries.



1. การส่งเสริมการสร้างหุ้นส่วนพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการญี่ปุ่นและอาเซียน และการสร้างความร่วมมือการค้าระหว่างญี่ปุ่นและอาเซียน กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ๆ
2. การสร้างฐานข้อมูลแบบเบ็ดเสร็จ (one-stop information database) ด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียน

ความร่วมมือกับองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น ประจำกรุงเทพฯ

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและคุณเซตสึโอะ ลุจิ (Mr.Setsuo Iuchi) ประธานองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) ประจำกรุงเทพฯ ได้ประชุมหารือโครงการความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกับองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) ประจำเมืองปริมาณญี่ปุ่น 2557 วันที่ 1 เมษายน 2557 – 31 มีนาคม 2558

ทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องดำเนินการความร่วมมือฯ แนวคิดคือ “การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) ระหว่างผู้ประกอบการไทยและญี่ปุ่น” เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย ใช้ชื่อโครงการว่า “+6681” มาจากรหัสหมายเลขโทรศัพท์ระหว่างประเทศของไทยและญี่ปุ่น มีกิจกรรมความร่วมมือที่สำคัญ อาทิ

1. โครงการส่งเสริมสินค้าผู้สูงอายุ
2. โครงการจับคู่พันธมิตรทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการเซรามิกจังหวัดลำปาง ประเทศไทยกับผู้ประกอบการเซรามิก จังหวัดกิฟุ ประเทศญี่ปุ่น
3. โครงการพัฒนาคุณภาพไม้ยางพาราและสร้างความร่วมมือธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา เพื่อเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น เป็นต้น

Japan External Trade Organization (JETRO), Bangkok

The Director-General of the DITP and Mr.Setsuo Iuchi, the President of JETRO Bangkok, discussed the cooperation between the DITP and JETRO for the fiscal year 2014 (1 April 2014 - 31 March 2015).

The two parties agreed on a cooperation project under the concept of “Building Business Partnerships between Thai and Japanese Entrepreneurs” in order to maximise the benefits for the two parties. The project was named “+6681,” a combination of Thailand’s and Japan’s country codes. Significant areas of cooperation were as follows:

1. Product development projects for the senior market.
2. Business matching projects for Thai ceramic entrepreneurs in Lampang and Japanese ceramic producers in Gifu Prefecture, Japan.
3. Development of rubber-wood quality and building a cooperation project for rubber-wood furniture entrepreneurs in order to promote Thai rubber-wood furniture to enter the Japanese market.

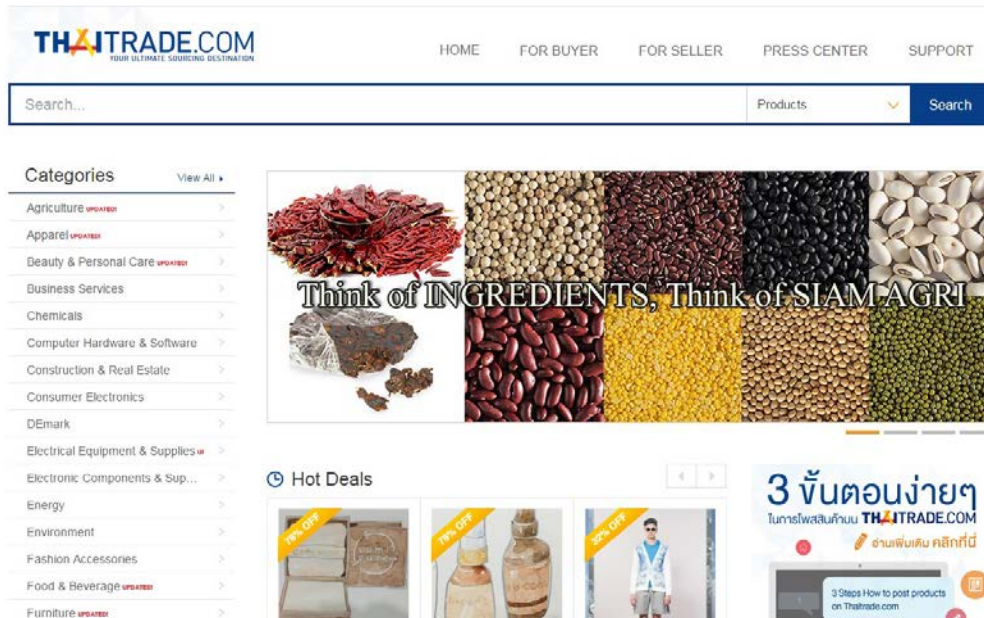


การพัฒนาและส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัล

Digital Commerce Development and Support

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Thaitrade.com : Thailand's Official B2B E-Marketplace



รางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ
ประจำปี พ.ศ.2556
ประเภท รางวัลพัฒนาการบริการ
ที่เป็นเลิศ ระดับดีเด่น

จากสถานการณ์เศรษฐกิจ การค้าโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การแข่งขันทางการค้าในตลาดโลกที่สูงขึ้น กระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้น จากเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดดในระยะเวลายาวนาน การแข่งขัน ประสิทธิภาพของนักธุรกิจและผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน ผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันทางการค้า ระหว่างประเทศ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อขยายธุรกิจไทยสู่สากล ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) Thaitrade.com ที่เปรียบเสมือนห้างสรรพสินค้า/ บริการคุณภาพส่งออก เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงผู้ซื้อจากทั่วโลกเข้า เลือกซื้อได้ตลอดเวลา เจริญการค้าผ่านช่องทางออนไลน์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ช่วยให้ SMEs ที่แม้จะมีข้อจำกัดหลายด้าน สามารถเข้าถึงกลุ่ม เป้าหมายในปริมาณมาก ขยายตลาดได้ทั่วโลก ลดต้นทุนและเข้าใช้บริการ ได้ตลอดเวลา

จากความสำเร็จ Thaitrade.com ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกผู้ขายที่ได้ มาตรฐานผ่านเกณฑ์คุณสมบัติจำนวน 14,479 ร้านค้า สมาชิกผู้ซื้อ จากทั่วโลก 70,276 และมีผู้ใช้บริการจากทั่วโลกมาค้นหาสินค้าแล้ว กว่า 2,007,558 ราย

Needless to say, companies around the world are affected by the ever-changing global trading trend. Globalisation, being sparked from the rapid flow of new technology, allows room for increasing competition in the international market. Moreover the experience of online sharing, between not only consumers but also business owners, is a major factor which affects Thai companies' international competitiveness Department of International Trade Promotion (DITP) has a mission to support and promote Thai companies to increase the international competitiveness. This is achieved by applying innovative marketing technology to expand Thai businesses internationally.

Thaitrade.com, Thailand's Official B2B E-Marketplace, acts as an online shopping mall with unlimited space for all types of Thai companies that are providing a high quality of export products and services. Open 24 hours a day and seven days a week, buyers from every corner of the world can utilise this trading channel free of charge. The website helps SMEs, that may be restrained by their limited resources, access the target clients to sell at high volumes.

มูลค่าคาดการณ์รวมตั้งแต่เปิดให้บริการมาเกือบครบ 4 ปี มีมูลค่า 3,000 ล้านบาท (ได้จากการประเมินมูลค่าคาดการณ์ผ่านความต้องการซื้อที่โพสต์ผ่าน Thaitrade.com และกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ) โดยมีสมาชิกผู้ขายที่มียอดส่งออกแล้วกว่า 3,000 ราย นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติ ระดับดีเด่น ประจำปี 2556 ประเภทการพัฒนาการบริการที่เป็นเลิศจากคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร) จากการศึกษา ยึดมั่นรักษาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการโดยมีการวางนโยบายภาพรวมอย่างชัดเจนเป็นขั้นตอนเพื่อพัฒนาบริการอย่างยั่งยืน

เว็บไซต์ Thaitrade.com ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อันดับหนึ่งของประเทศไทยกำหนดเป้าหมายโครงการฯ ในอนาคต เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการใช้ช่องทางทางการค้าออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและผลักดันให้เป็นเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับภูมิภาค เพื่อรองรับการเปิดการค้าอาเซียน (AEC) ในปี 2558 และติดต่อค้าขายกับตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ศูนย์บริการ Thaitrade.com Center



Thaitrade Application
Download Free



Additionally, the available 24/7 service allows companies to reduce their costs and, hence, effectively expand their global markets. Following the success of Thaitrade.com, currently there are 14,479 highly qualified seller members and 70,276 buyer members from around the world. Moreover, there are over 2,007,558 visitors who conducted product searches. Since Thaitrade.com was launched in 2011, the trade value has been approximated to be 3 billion baht (this predicted value is based on the buying requests posted on Thaitrade.com and the business matching sessions). Currently there are over 3,000 seller members who have successfully exported abroad. Moreover, Thaitrade.com won an outstanding level award in the Thailand Public Service Awards 2013. This was organized by the Office of Public Sector Development Commission (OPDC). As DITP adheres to maintain quality standards in providing excellent services, the overall strategy has been clearly devised for the development of providing sustainable services.

Thaitrade.com, Thailand's number one E-Marketplace, has developed a series of future projects to accommodate its members' ability to utilise this online trading channel for their highest possible advantage. In addition, Thaitrade.com was designed to be the main B2B e-marketplace channel allowing efficient international trade within the South East Asia region, especially when ASEAN Economic Community (AEC) commences in 2015.



การจัดงาน Bangkok International Digital Content Festival Bangkok International Digital Content Festival



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) (SIPA) และสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.) พร้อมด้วยภาคเอกชนในอุตสาหกรรม 5 สมาคม ดำเนินโครงการ Bangkok International Digital Content Festival ระหว่างวันที่ 3 - 6 กรกฎาคม 2557 ณ สยามพารากอน และ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ Digital Content ของไทย พัฒนาผู้ประกอบการ ขยายตลาดต่างประเทศ และสร้างไทยเป็นศูนย์กลาง Digital Content ใน ASEAN

ภายในงานประกอบด้วยการจัดแสดงศักยภาพธุรกิจ Animation, Game, E-learning และ Visual Effects ระหว่างวันที่ 4 - 6 กรกฎาคม 2557 ณ รอยัลพารากอน ฮอลล์ 1 โดยนำเสนอตัวอย่างผลงานของผู้ผลิตไทยให้ได้ชมและทดลองใช้งาน ซึ่งเป็นพลผลิตที่ให้ความบันเทิงและฝึกทักษะ ทั้งนี้ บริษัท บีอีซี เทโร กรุ๊ป จำกัด จัดงาน Bangkok Comic Con ณ รอยัลพารากอน ฮอลล์ 2 และ 3 ในช่วงเดียวกัน

นอกจากนี้ ยังมีการจัด Workshop และสัมมนาเกี่ยวกับการผลิตเกมส์ Animation โดยผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการ อาทิ ผู้ผลิตมังงะจากญี่ปุ่น คุณพน ประสานสุข วีระสุนทร ผู้ผลิต Animation จากฮอลลีวูด Mr. Todd Polson ผู้ผลิตชื่อดังจากสหรัฐอเมริกา และ Mr. Matsuda จากบริษัท Success Corporation ของญี่ปุ่น

The DITP, Software Industry Promotion Agency (Public Organization) (SIPA) and Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) (TCEB) together with five major digital content associations organised the Bangkok International Digital Content Festival from 3 - 6 July 2014 at Siam Paragon and Centara Grand at Central World. The event aimed to promote Thailand's digital content industry, develop entrepreneurs, expand international markets, as well as promote Thailand as ASEAN's digital content hub.

This vibrant event featured Animations, Games, E-learning and Visual Effects held from 4 - 6 July 2014 at the Royal Paragon Hall 1. Creative products designed for entertaining and building skills for users were on display and received much exposure. At the same time, the companies BEC-Tero and True Visions held a parallel activity called the "Bangkok Comic Con 2014" at the Royal Paragon Hall 2 and 3.

Workshops and seminars on the animation process were held. This was led by well-known artists including Manga artists from Japan, Ms.Prasarnsook 'Fawn' Veerasunthorn (a Thai animator in the team of Hollywood's Oscar-winning animation "Frozen"), Mr.Todd Polson, (an American film maker and a director of the Monk Studios in Bangkok), and Mr.Matsuda (a game creator from the Success Corporation of Japan).



ในวันที่ 4 – 5 กรกฎาคม 2557 ณ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ได้มีการเชิญนักธุรกิจรายสำคัญในธุรกิจ Digital Content ของประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน และอีกหลายประเทศ เข้าร่วมเจรจาการค้ากับนักธุรกิจไทย เพื่อมุ่งเน้นการนำรายได้และชื่อเสียงสู่ประเทศไทย โดยมีผู้ประกอบการไทยร่วมงาน 73 บริษัท และนักธุรกิจต่างชาติ 45 บริษัท สร้างมูลค่าทางธุรกิจในเบื้องต้น ไม่ต่ำกว่า 600 ล้านบาท

ตลาด Digital Content ของญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง โดยส่วนมากจะเจรจากันในรูปแบบของการว่าจ้างผลิตชิ้นงาน และในรูปแบบของการจัดหา Content ไทยไปฉาย เพื่อเพิ่มการขยายช่องทางตลาด Digital Content อย่างแพร่หลายมากขึ้น

Another event was held at the Centara Grand, Central World from 4 - 5 July 2014. At this event, significant investors in the digital content industry mainly from China, Japan, South Korea, and Taiwan, among others were invited to hold business discussions with Thai entrepreneurs. The business discussions focused on earning greater income and recognition for the digital content industry in Thailand. The discussions involved 73 local delegates from Thai companies and 45 delegates from foreign companies, with more than 600 million baht's worth of immediate trade deals being generated.

It should be noted that the Japanese digital content market is a high-potential market. Japanese companies regularly search for Thai projects or contents in order to increase the variety of their broadcasting channels and their digital content marketing.



การพัฒนาสินค้าและบริการไทยสู่สากล

Developing Thai Products and Services to the Global Market

ครัวไทยสู่ครัวโลก

Thailand: Kitchen of the World



Thailand
KITCHEN
OF THE WORLD



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เล็งเห็นความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการตลาดของสินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย กรมฯ จึงได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามโครงการครัวไทยสู่ครัวโลกจนประสบความสำเร็จในการส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างการตระหนักรู้ในความเป็นครัวโลกของประเทศไทย โดยแสดงให้เห็นศักยภาพในการผลิตที่หลากหลาย มาตรฐานสินค้าของไทย คุณสมบัตพิเศษของสินค้าอาหารของไทย ไม่ว่าจะเป็นพริก พลัม สับปะรด อาหารพร้อมรับประทาน อาหารสำเร็จรูป และอาหารไทย

กรมฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ โดยการกำหนดตลาด และสินค้าเป้าหมาย วิธีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสม ซึ่งพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของไทย จำนวนธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดนั้นๆ พฤติกรรมของผู้บริโภค และสื่อเฉพาะตลาดที่เมื่อจัดกิจกรรมแล้วจะมีแนวโน้มการสั่งซื้อสินค้าไทย อาทิ สหรัฐอเมริกา ยุโรป จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง แอฟริกา (เฉพาะตลาดระดับกลางถึงระดับสูง) อาเซียน (อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์) ซึ่งกิจกรรมที่จัดในปีงบประมาณ 2556/2557 รวมทั้งสิ้น 65 โครงการ แบ่งเป็นโครงการในต่างประเทศ 51 โครงการ และในประเทศ 14 โครงการ อาทิ การจัดกิจกรรมในประเทศญี่ปุ่นและจีน ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีอัตราขยายตัวสูง กรมฯ ได้จัดกิจกรรมโดยใช้ดาราศาสตร์และภูมิศาสตร์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหารไทย และตรา Thai Select สู่ผู้นำเข้าและกลุ่มผู้บริโภค เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการมอบตราสัญลักษณ์ Thai Select ให้กับร้านอาหารไทยที่ในต่างประเทศ 1,576 ราย และผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่สำเร็จรูป 174 ราย

The DITP realises the importance of increasing Thai entrepreneurs' competitiveness in the Thai food products and service industries. The DITP has therefore organised a range of activities under the project "Thailand: Kitchen of the World" and has succeeded in promoting a positive image and creating recognition for the potential of Thai cuisine. Through the project, the DITP aimed to drive Thailand towards being considered the "Kitchen of the World" with its many various world class standards in manufacturing, particularly those in the food industry. Various world class and quality culinary products with the unique flavour of Thai cuisine, vegetables and fruits, ready-to-eat and instant products were also extensively displayed.

The DITP has set the fundamental strategy determining target markets and culinary products. The strategy is based on appropriate trade activities derived from the export value of Thai food products, numerous Thai restaurants and Thai food services in the target market as well as consumer behaviours in the targeted countries. In this regard, the DITP has selected only those potential markets which could feasibly order Thai products. The potential markets include the USA, Europe, China, Japan, Australia, the Middle East, Africa (middle to upper markets) and ASEAN countries (Indonesia, Malaysia and Singapore). A total of 65 projects were held in the



ตัวอย่างกิจกรรมการส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยในประเทศต่างๆ

1. โครงการประชาสัมพันธ์อาหารไทยผ่านสื่อมวลชนสหรัฐฯ ณ นคร ลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นกิจกรรม เทศกาลอาหาร ไทยกับ Celebrity chefs ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรก ณ นครลอสแอน เจลิส โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย บริการร้านอาหารไทย ผ่านพ่อครัวที่มีชื่อเสียงมาปรุงอาหารไทย ร่วมกับร้านอาหารไทยชื่อดังและพู่ นำเข้าสินค้าอาหารไทยรายใหญ่ ในสหรัฐฯ การจัดงานครั้งนี้เป็นการต่อยอดชื่อเสียงของ ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก และได้ รับความสำเร็จเกินความคาดหมายมีนักธุรกิจและผู้ประกอบการ หลายสาขาให้ความสนใจและเข้าชมงานมากกว่า 2,000 คน
2. Try! Thai Select โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai Select ในญี่ปุ่น เป็นกิจกรรมที่จัดพร้อมกันทั่วประเทศญี่ปุ่น เพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการรับประทานอาหารไทย และมีการเปิด ตัว Brand Ambassador เจ้าของโครงการคือ Mr. Nagura Jun พิธีกรชื่อดังของประเทศญี่ปุ่น
3. การส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยในสาธารณรัฐประชาชนจีน มุ่ง เน้นกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยจัดกิจกรรม ในช่วงเวลาเดียวกันทั่วประเทศใน 7 เมืองสำคัญ ได้แก่

2013/2014 fiscal years, comprising 51 overseas projects and 14 domestic projects. In Japan and China, high-potential markets with rapid expansion rates, the DITP has engaged actors and celebrities to promote Thai food, Thai food services, and the Thai Select brand in order to attract more importers and consumers. The “Thai Select” symbol has been awarded to Thai restaurants abroad enabling them to reach international standards and credibility. In the 2013/2014 fiscal year, the “Thai Select” symbol was awarded to 1,576 authentic Thai restaurants and to 174 ready-to-eat authentic Thai food products.

Important promotional projects to boost the premium image of Thai food products are as follows:

1. Promoting Thai food in Los Angeles in the USA through American media by organising the first “Thai Cuisine Festival” with the participation of celebrity chefs in the town. The purpose of this event was to promote a positive image of authentic Thai cuisine and restaurants through celebrity marketing activities. Thai authentic cuisine was cooked using recipes and materials derived from the celebrity chefs, Thai restaurants, and the major Thai food importers in the USA. The “Thai Cuisine Festival” emphasised Thailand’s readiness as a world-class manufacturer and to meet global standards. The event received a very positive response and enjoyed great success with the participation of more than 2,000 participants, including entrepreneurs and business operators from a variety of backgrounds.
2. “Try! Thai Select” was a project to promote and publicise the Thai Select restaurants in Japan. Activities were held simultaneously across Japan in order to promote the Thai culinary experience and increase the recognition of quality Thai restaurants. In this campaign, Mr. Jun Nagura, a famous master of ceremonies in Japan, was proudly introduced as the project’s brand ambassador.
3. To promote the positive image of Thai food in China a campaign to reinforce the image of Thai cuisine was conducted especially aimed at young adult consumers in China. Activities were held simultaneously across seven major cities – Guangzhou, Beijing, Shanghai, Chengdu, Guilin, Xi’an and Kun Ming. This event aimed to promote the image of Thai food. In addition, a Thai actor, popular among Chinese teenagers, was invited to demonstrate a cooking show with Thai chefs. Thai food was also promoted through Chinese newspapers and on “Youku”, China’s most popular online media site.



กว้างใจ บักกั๋ง เชียงไฮ้ เฉิงตุ๋ กุ้ยหลิน ซ้อฮวน และคุณหมิง วัฒนดารไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มวัยรุ่นจีนเข้าร่วมกิจกรรมสาธิตการทำอาหารกับพ่อครัวไทย และประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยผ่านหนังสือพิมพ์ของจีนและเว็บไซต์ Youku สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในจีน

4. การสร้างภาพลักษณ์ครัวไทยสู่ครัวโลก (Thailand Kitchen of the World) กรมฯ ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นครัวโลกของประเทศไทย ในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX World of Food Asia 2013 - 2014 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้นำเข้าและผู้เข้าชมงานทราบถึงศักยภาพในการผลิต การส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทย พร้อมทั้งได้ประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ครัวไทยสู่ครัวโลกในงานนี้ด้วย

แม้ว่าเศรษฐกิจโลกจะชะลอตัว แต่การดำเนินโครงการครัวไทยสู่ครัวโลกก็ผ่านมา ทำให้ประเทศไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก และยังคงเป็นผู้นำด้านการส่งออกสินค้าหลายประเภท อาทิ กุ้ง ไก่ กุ้ง และข้าว นอกจากนี้ อาหารไทยยังได้รับความนิยมในลำดับต้นๆ ของโลกอีกด้วย เห็นได้จากการส่งออกสินค้าสิ่งปรุงรสของไทยที่มีมูลค่าขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ผู้นำเข้าและนักลงทุนต่างมีความเชื่อมั่นที่จะสั่งซื้อและนำเข้าอาหารจากประเทศไทย โครงการครัวไทยสู่ครัวโลกได้สร้างกระแสความต้องการสินค้าอาหารไทยและกระตุ้นความต้องการในกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและสินค้าที่เกี่ยวข้องของไทยสู่ตลาดโลกอย่างยั่งยืน

4. The “Thailand: Kitchen of the World” project was a special activity aimed at promoting the image of Thailand and its products as well as reinforcing the positive attitude towards the country as the kitchen of the world. In the THAIFEX World of Food Asia 2013-2014 exhibition, the DITP organised another “Thailand: Kitchen of the World” activity with the objective to raise the awareness of Thailand’s capabilities in food manufacturing and exporting among importers and participants. The “Thailand: Kitchen of the World” logo was also widely promoted among the public at this event.

Despite the global economic slowdown, the “Thailand: Kitchen of the World” campaign has secured Thailand’s position as the world’s major food exporter. Thailand visibly maintains a leading position amongst exporters of food products, e.g. tuna, chicken, shrimps and rice. Moreover, Thai cuisine has secured a position as one of the world’s most popular culinary tastes, evidenced by the increasing volume of Thai condiment exports over the past three years. The increasing volume of Thai condiment exports strongly indicates importers’ and investors’ confidence in ordering and importing Thai food products. It can be asserted that the “Thailand: Kitchen of the World” project has consistently created the trend for Thai food consumption and stimulated significantly growing demand among consumers. This initiative will eventually contribute to the sustainability of Thai food exports and related product exports into the global markets.



สินค้าอาหาร

Food Products



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนและขยายธุรกิจการค้าทั้งในภูมิภาคอาเซียน และตลาดโลก โดยเน้นการให้บริการใน 3 ด้านหลัก คือ การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การจัดกิจกรรมขยายตลาด และการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในอุตสาหกรรมสินค้าอาหารของไทย นอกจากนี้ทางกรมฯ ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยทางอาหาร (food safety) อีกทั้งยังคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน (Human Rights) อีกด้วย และได้มีการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การจัดงานแสดงสินค้าอาหาร (THAIFEX-World of Food Asia) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี สำหรับในปีงบประมาณ 2557 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 21 - 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1 - 3 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งงานครั้งนี้จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 23 และเป็นโอกาสครบรอบ 10 ปี ความร่วมมือของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กับบริษัท โคลนเมสเซ่ (Koelnmesse) จากสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และหอการค้าไทย

งานในครั้งนี้ดำเนินการภายใต้แนวคิด “Experience the Best in Asia” ที่สะท้อนถึงมาตรฐานคุณภาพและความเป็นเลิศของสินค้าที่จัดแสดงภายในงาน โดยเฉพาะอาหารไทย วัตถุประสงค์หลักของการจัดงานเพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าอาหารไทย ตลอดจนสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องสู่ตลาดโลก นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO – Japan External Trade Organization) เข้าร่วมงานในฐานะ Partner Country ด้วย ผลของการจัดงาน มีมูลค่าการสั่งซื้อโดยรวมประมาณ 7.3 พันล้านบาท

The DITP has continuously supported Thai entrepreneurs both in the ASEAN regional market and worldwide. In this regard, the DITP has focused on three major areas of trade expansion including enhancing the potential of Thai entrepreneurs in the world market, developing trade channels in new markets, and creating a positive image for culinary products and services in the Thai food industry. Moreover, the DITP has realised the growing importance of food safety and human rights issues related to the industry. With the focus on trade expansion, the DITP has organised events aimed at creating various opportunities for Thai entrepreneurs as follows:

1. In the 2014 fiscal year, the 23rd THAIFEX-World of Food Asia 2014, Thailand’s largest food exposition, was held from 21 - 25 May, 2014 at the Challenger Hall 1 - 3 at IMPACT Muang Thong Thani. This was also the tenth collaboration in holding the event between the DITP, the Thai Chamber of Commerce and the German world-class event organiser Koelnmesse.

The THAIFEX-World of Food Asia 2014 was held under the concept of “Experience the Best in Asia” reflecting the international standard and excellent quality of the abundant variety of products showcased at the exhibition, especially the Thai food products. The main objective of holding the THAIFEX-World of Food Asia 2014 was to promote the export of Thai food products, as well as related products and services to the global market. The exhibition received support from the Japan External



2. การจัดคณะผู้แทนการค้า แต่ละประเภทสินค้าเยือนตลาดเป้าหมายสำคัญในต่างประเทศ เพื่อจับคู่เจรจาธุรกิจ สร้างเครือข่ายการค้า และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย ปีงบประมาณ 2556/2557 นี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารเยือนต่างประเทศ อาทิ

- คณะผู้แทนการค้าสินค้าผลไม้และอาหารไทย เยือนนิวเดลี และมุมไบ สาธารณรัฐอินเดีย วันที่ 22-27 กันยายน 2556 ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 15 บริษัท ผลการเจรจาการค้า เป็นมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 13.8 ล้านบาท
- คณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหาร ผลไม้และสินค้าเกษตร เยือนคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน วันที่ 7-11 พฤศจิกายน 2556 ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 6 บริษัท ผลการเจรจาการค้า เป็นมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 10 ล้านบาท

3. การนำผู้ประกอบการไทยร่วมงานแสดงสินค้าอาหารระดับโลก ปีงบประมาณ 2556/2557 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นำผู้ประกอบการผลิตและส่งออกสินค้าอาหารไทย ร่วมแสดงสินค้า อาทิ

- Fine Food Australia 2013 วันที่ 9-12 กันยายน 2556 ณ นครซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 45 บริษัท ผลการเข้าร่วมงาน มูลค่าการสั่งซื้อประมาณ 255 ล้านบาท
- World Food Moscow 2013 วันที่ 16-19 กันยายน 2556 ณ กรุงมอสโก ประเทศรัสเซีย มีผู้ประกอบการไทย 19 บริษัท ผลการเข้าร่วมงาน มูลค่าการสั่งซื้อประมาณ 334 ล้านบาท

Trade Organization (JETRO), who attended the event as a partner country. The immediate purchase orders at the exhibition reached a value of approximately 7.3 billion baht.

2. Organising outgoing missions for each food product category to join in visits to major target markets overseas in order to participate in business matching activities with the goal of holding trade negotiations, creating business networks, and promoting the positive image of Thai food products. In the 2013/2014 fiscal year, the DITP has established the following outgoing missions:

- A delegation of Thai fruit and food entrepreneurs visited New Delhi and Mumbai, the Republic of India from 22 - 27 September 2013. The delegation comprised 15 Thai entrepreneurs who participated in trade fairs and exhibitions. Trade discussions resulted in 13.8 million baht in orders anticipated over the next 12 months.
- A delegation of food, fruit and agricultural products visited Kunming, the People's Republic of China from 7 - 11 November 2013. The delegation comprised 6 Thai entrepreneurs who participated in trade fairs and exhibitions. Trade discussions resulted in 10 million baht in orders anticipated over the next 12 months.

3. Participating in international food exhibitions. In the 2013/2014 fiscal year, the DITP brought together manufacturers and exporters of Thai food products to participate in the following exhibitions:

- Fine Food Australia 2013 was held from 9 - 12 September 2013 in Sydney, Australia. The event comprised 45 Thai entrepreneurs who participated in trade fairs and exhibitions. The immediate purchases were valued at approximately 255 million baht.

- ANUGA 2013 วันที่ 5-9 ตุลาคม 2556 ณ เมือง โคโลญจน์ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ผู้ประกอบการไทย เข้าร่วม 139 บริษัท พลการเข้าร่วมงาน มูลค่าการสั่งซื้อ ประมาณ 14,000 ล้านบาท
- GULFOOD 2014 วันที่ 23-27 กุมภาพันธ์ 2557 ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ผู้ประกอบการไทย เข้าร่วม 121 บริษัท พลการเข้าร่วมงาน มูลค่าการสั่งซื้อ ประมาณ 6,100 ล้านบาท
- BIOFACH 2014 วันที่ 12-15 กุมภาพันธ์ 2557 ณ เมือง นูเรมเบิร์ก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ผู้ประกอบการผลิต และส่งออกสินค้าอาหารอินทรีย์ของไทย ร่วมงาน 13 บริษัท พลการเข้าร่วมงาน มูลค่าการสั่งซื้อประมาณ 40.2 ล้านบาท

- World Food Moscow 2013 was held from 16 - 19 September 2013 in Moscow, Russia. The event comprised 19 Thai entrepreneurs who participated in trade fairs and exhibitions. The immediate purchases were valued at approximately 334 million baht.
- ANUGA 2013 was held from 5 - 9 October 2013 in Cologne, Germany. The event comprised 139 Thai entrepreneurs who participated in trade fairs and exhibitions. The immediate purchases were valued at approximately 14 billion baht.
- GULFOOD 2014 was held from 23 - 27 February 2014 in Dubai, the United Arab Emirates. The event comprised 121 Thai entrepreneurs who participated in trade fairs and exhibitions. The immediate purchase were valued at approximately 6.1 billion baht.
- BIOFACH 2014 was held from 12 - 15 February 2014 in Nuremberg, Germany. The event comprised 13 Thai entrepreneurs in the organic food production and export industry who participated in trade fairs and exhibitions. The immediate purchases were valued at approximately 40.2 million baht.



ตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ

60 Plus Project



60+

โครงการ
ตลาดสินค้า
ผู้สูงอายุ

ขณะนี้โครงสร้างประชากรของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” เนื่องจากเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่พัฒนามากขึ้นและจำนวนเด็กที่เกิดใหม่มีน้อยลง กลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก ในปี 2583 สัดส่วนผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 60.4 และผู้ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14.3 ของประชากรโลก หรือกล่าวได้ว่า โลกจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Ageing Society) ในเวลาเพียง 26 ปี ประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากในอันดับต้นๆ ของโลก ได้แก่ อิตาลี ญี่ปุ่น กรีซ เยอรมนี และสวิตเซอร์แลนด์ โดยยุโรปเป็นภูมิภาคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากที่สุด ในทวีปเอเชีย อาทิ ญี่ปุ่น ได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วตั้งแต่ปี 2538 และมีประเทศเกาหลี สิงคโปร์ ไทย และจีน ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นกัน ปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรจำนวน 64 ล้านคน มีผู้สูงอายุมากถึงร้อยละ 10.05 ถือว่ามากเป็นอันดับต้นๆ ของอาเซียน และคาดว่าในปี 2568 ไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ คือ จะมีประชากรผู้สูงอายุราว 7 ล้านคน

ประเทศพัฒนาแล้วต่างเริ่มคำนึงถึงการพัฒนาสินค้าและระบบต่างๆ เพื่อการรองรับสังคมดังกล่าว อาทิ ในยุโรป ด้วยการสร้างระบบสาธารณูปโภคที่ตอบสนองการใช้งานของประชากรผู้สูงอายุมากขึ้น ภาคเอกชนสนใจที่จะสร้างกลยุทธ์ในการเจาะกลุ่มลูกค้าดังกล่าว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีอำนาจในการจับจ่าย และมองหาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตนเองเพื่อคงความเป็นหนุ่มเป็นสาวได้ยาวนานที่สุด และช่วยทำให้สามารถใช้ชีวิตอย่างละอวดกลายยิ่งขึ้น

The current demographic trend suggests that the world population is becoming an increasingly ‘ageing society’ due to healthier lifestyles, advances in medical technology and lower birth rates. By 2040, the percentage of people over 60 years old worldwide will increase by 60.4%, with those over 65 years old making up 14.3% of the world population. It is forecast that the world will have become a fully ageing society within only 26 years, and the countries with the highest proportion of elderly citizens will be Italy, Japan, Greece, Germany, Switzerland, and most European nations. Meanwhile, in Asia Japan has been considered an ageing society since 1995, followed by South Korea, Singapore, China and Thailand. Currently, the estimated population of Thailand is 64 million, of which 10.05% are elderly. Thailand is expected to become a fully ageing society by 2025, with approximately seven million elderly citizens.

Most developed countries have started to develop products and systems catering for the demands of this phenomenon. European cities have built infrastructure facilitating the needs of an elderly population. At the same time, some European private enterprises are currently looking at strategies that attract these elderly consumers, since their purchasing power is high. It can also be noted that the services and products suited to these elderly citizens are health services and products that enable them to look healthier and younger.



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เล็งเห็นแนวโน้มการขยายตัวของตลาดดังกล่าว และศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการไทยที่สามารถพัฒนาสินค้าสำหรับกลุ่มดังกล่าว จึงดำเนินโครงการตลาดสินค้าผู้สูงอายุขึ้น เพื่อพัฒนาตลาดสินค้าผู้สูงอายุ และสร้างช่องทางการค้าและโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ให้แก่ผู้ผลิตสินค้าและบริการของไทยในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมุ่งประชาสัมพันธ์สินค้าสำหรับผู้สูงอายุของไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ผู้ซื้อในต่างประเทศ และกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของส่งออกสินค้าและบริการไทยทั้งในด้านปริมาณและมูลค่า โครงการฯ มีลักษณะครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนาศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้สูงอายุในตลาดต่างประเทศ การนำผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ อาทิ อิตาลี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สวีเดน เดินทางมาให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาดและการพัฒนาสินค้าแก่ผู้ประกอบการเป็นรายบริษัท และแนะนำให้เข้าสู่ตลาด ด้วยกิจกรรมให้การค้าแนะนำด้านช่องทางการจำหน่าย จัดธุรกิจและวิธีการนำเสนอสินค้าให้แก่ผู้ซื้อในประเทศเป้าหมาย และการจัดคณะผู้แทนการค้าไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ฯลฯ ซึ่งในปี 2557 นี้ เน้นให้ความรู้ด้านโอกาสทางการตลาดและการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทยความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จัดสัมมนาและเชิญผู้เชี่ยวชาญจากประเทศเป้าหมาย คือ ประเทศอิตาลีและญี่ปุ่น มาบรรยายให้ความรู้ด้านตลาดผู้สูงอายุ เป็นต้น

The DITP has initiated the “60 Plus Project” to develop new opportunities in foreign markets for Thai manufacturers and service providers. The “60 Plus Project” promotes health services and products for the elderly segment among overseas buyers. The project aims to stimulate the growth of Thai product exports in both volume and value. This initiative is a one-stop service project which includes product development to match elderly demands, especially in overseas markets. Individual consultation is also provided to local business operators by experts from Italy, Japan, the USA and Sweden. In addition, the DITP has built up a commercial network for local entrepreneurs by conducting business matching, coaching a marketing plan for the senior citizens in target countries and organising overseas trade missions in the international trade shows. In 2014 the DITP focused on the knowledge of Thai entrepreneurs in areas marketing opportunities and product development to meet the needs of consumers. The DITP is also inviting experts from target countries, e.g. Italy and Japan, to give lectures concerning the elderly market.

การลดต้นทุนโลจิสติกส์การค้า

Exporter Training Program on Reducing Trade Logistics Costs



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าแก่ผู้ประกอบการไทย โดยใช้กลยุทธ์การลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์การค้า จึงจัดให้มีโครงการ “ลดต้นทุนสำหรับโลจิสติกส์การค้า รุ่นที่ 5 ประจำปี 2556” ซึ่งเป็นโครงการที่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาแล้วรวม 5 รุ่น นับว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศและผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ รวม 117 ราย ได้พัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการโลจิสติกส์ภายในองค์กรและห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การจัดซื้อ การขนส่ง การจัดการคลังสินค้า และการกระจายสินค้า เป็นต้น รวมทั้งการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายที่ลูกค้าได้รับมอบสินค้าตรงตามเวลาด้วยความพึงพอใจ อันส่งผลให้สามารถประหยัดต้นทุนรวมได้กว่า 1,000 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นรูปแบบใหม่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อส่งออกและการให้บริการ ที่บุคลากรภายในองค์กรเดียวกัน รวมกลุ่มกันเรียนรู้ที่จะวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ดำเนินงานในปัจจุบันเพื่อหาจุดอ่อนและข้อบกพร่องที่ควรได้รับการแก้ไข แล้วจึงปฏิบัติตามเชิงรุกในการลดต้นทุนโลจิสติกส์จนเกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมด้วยทีมข้ามสายงาน (Cross-Functional Team) ที่มีเป้าหมายอย่างชัดเจนเป็นเวลามากน้อยกว่า 3 เดือน ภายใต้การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดจากทีมผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญและมีประสบการณ์สูง จนเกิดเป็นโมเดลทางธุรกิจที่แต่ละองค์กรสามารถจะนำไปปรับใช้หรือขยายผลเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ ในปี 2556 มีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 15 ราย สามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์การค้าในทุกมิติได้ทั้งสิ้นกว่า 193 ล้านบาท

The DITP has recognised the importance of advancing the competitiveness of Thai entrepreneurs by initiating a strategy of reducing trade logistics costs. To address the strategy, the DITP has organised the 5th training programme for exporters on the subject. A total of 117 local and international logistics operators participated. The efficiency of logistics systems and supply chain include procurement, inventory management on raw materials and goods, warehouse management, transportation and distribution as are all highlighted in the programme.

In addition, fully utilising resources and delivering goods to customers on time can reduce trade logistics costs by up to a billion baht. This is an innovative solution in the industrial sector for export and services. Staff in each participating company could study, analyse, and assess the efficiency of their current procedures in order to identify any weaknesses or defects. These could then be addressed before taking proactive approaches to reduce the trade logistics cost. With the help of a cross-functional team, each project was held for no less than three months and had clear objectives. The procedures were also closely monitored and supervised by an experienced team of experts, and a business model was eventually developed. The key is in setting up the same logistics management strategy for every unit within the organisation to create widespread improvements to enhance its competitiveness continuously and sustainably. In 2014, there were a total of 15 companies participating in the project. The project successfully reduced their trade logistics costs in all dimensions by over 193 million baht.

การสร้างโอกาสทางการค้าอื่นๆ

Other Trade Opportunities



ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตไม่หยุดนิ่ง ปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก และการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรง รวมถึงมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อการค้าในตลาดโลกและตลาดส่งออกหลักที่สำคัญของไทย ดังนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีบทบาทในการดำเนินการด้านการค้าระหว่างประเทศ จึงจำเป็นต้องปรับให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศให้ครอบคลุมภารกิจในการส่งเสริมการค้าแบบสองทาง (Two Way Trade) ซึ่งครอบคลุมการแสวงหาวัตถุดิบ นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการผลิตเพื่อการส่งออก รวมทั้งการส่งเสริมการส่งออกสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังได้ให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือและช่องทางการตลาดใหม่ๆ ที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการไทยและตลาดโลก

ตลอดปี 2556 และปี 2557 ที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการศึกษา ติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจและการค้าของโลก การดำเนินมาตรการทางการค้าของต่างประเทศที่จะมีผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย และเตรียมความพร้อมการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) และการจัดประชุมเพื่อหารือร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการร่วมกันกำหนดมาตรการและกลยุทธ์ในการเร่งรัดและผลักดันการส่งออก เพื่อรองรับการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและเพิ่มมูลค่าการส่งออกของประเทศอย่างยั่งยืน โดยได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการสนับสนุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งดำเนินการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการจากประเทศไทย เพื่อต่อยอดและสร้างการจดจำภาพลักษณ์ของแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) ที่มีคุณภาพ ซึ่งทำให้สินค้าไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งของตลาดและขยายตลาดส่งออกได้อย่างต่อเนื่อง และช่วยย้ําให้การส่งออกของไทยโดยรวมขยายตัวได้ตามเป้าหมาย ทั้งนี้ กรมฯ ได้ดำเนินจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุกหลากหลายกิจกรรม ดังนี้

Nowadays, the world is constantly experiencing global dynamic change. In addition, the global economic slowdown, strong business competition and the increasing number of non-tariff barriers have affected the global markets, especially in most of Thailand's major exporting markets. Therefore, the DITP, which plays a key role in organising international trade missions, is required to adapt to the various changes in the economic situation and in global markets. In this regard, the DITP, a state agency tasked to drive forward Thai exports, fully recognises the importance of promoting and facilitating international trade to achieve its goal in the promotion of bilateral trade, which includes sourcing raw materials, promoting innovation and technology for exports, promoting environmentally friendly products, and emphasising the use of new tools and marketing channels tailored to the needs of Thai entrepreneurs and global markets.

Throughout 2013 and 2014, the DITP studied, monitored and analysed the world's economic and trading situation as well as the implementation of foreign trade measures that impact Thailand's exports to global markets. The DITP has also carried out measures in preparation for entry to the ASEAN Economic Community (AEC). These include meetings and discussion panels with relevant organisations, both public and private, to determine the measures and strategies to expedite exports of products and services so as to sustainably achieve economic recovery and increase the value of the country's exports. The DITP has implemented activities and has supported projects to continuously boost the competitiveness of Thai entrepreneurs.



การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ

กิจกรรมการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ นับเป็นช่องทางที่สำคัญอย่างหนึ่งของการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ช่วยส่งเสริม/สร้างเวทีหรือตลาดการค้าระหว่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการไทยได้มีโอกาสเจรจาการค้ากับนักธุรกิจต่างชาติ ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศเป็นประจำทุกปี มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

ปีงบประมาณ 2556

มีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน 7 งาน 9 ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitors) จำนวน 6,310 ราย เพื่อแสดงศักยภาพของสินค้าและบริการของไทย โดยเชิญผู้นำเข้า/ผู้ซื้อจากต่างประเทศ เยี่ยมชม/เจรจาการค้าในงานฯ จำนวน 340,581 ราย ซึ่งมีผลการสั่งซื้อกันที่ จำนวน 963.90 ล้านบาท มูลค่าคาดว่าจะสั่งซื้อภายใน 1 ปี จำนวน 17,481.19 ล้านบาท งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศที่จัดขึ้นในปีงบประมาณ 2556 ได้แก่ งาน Bangkok International Gift Fair & Bangkok International Housewares Fair จำนวน 2 ครั้ง ระหว่างวันที่ 19-23 ตุลาคม 2555 และระหว่างวันที่ 19-23 เมษายน 2556, งาน Bangkok Gems & Jewelry Fair ครั้งที่ 51 ระหว่างวันที่ 26 กุมภาพันธ์ - 2 มีนาคม 2556 และครั้งที่ 52 ระหว่างวันที่ 6-10 กันยายน 2556, งาน The 10th Thailand International Education Expo 2013 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-24 กุมภาพันธ์ 2556, งาน Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair 2013 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13-17 มีนาคม 2556, งาน Thailand International Furniture Fair 2013 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13-17 มีนาคม 2556, งาน THAIFEX-World of Food ASIA 2013 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-26 พฤษภาคม 2556, งาน The 10th Thailand International Logistics Fair 2013 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 4-7 กันยายน 2556

The DITP has also carried out projects to build confidence and credibility for products and services from Thailand to create awareness of the country being the source of high quality goods. The aforementioned initiative enables Thai products to maintain their market share and expand export markets, resulting in the growth of exports from Thailand achieving its target. In 2014, the DITP has implemented a variety of proactive promotional activities as follows:

International Trade Fairs in Thailand

International trade fairs are one vital channel for international trade promotion. Organising trade fairs and exhibitions plays a great part in helping to promote and create international stages or markets for Thai entrepreneurs to hold business discussions or negotiations with operators from foreign countries. To promote trade, the DITP has hosted in-country international trade fairs every year. In 2013 and 2014, the operating results were as follows:

In the 2013 fiscal year, the DITP organised 7 different trade events on 9 separate occasions attracting a total of 6,310 exhibitors and 340,581 visitors. The international trade fairs generated 963.90 million baht of immediate purchases and 17,481.19 million baht in future orders within the 12-month period. The exhibitions held in 2013 were as follows: Bangkok International Gift Fair and Bangkok International Houseware Fair was held twice from 19 - 23 October 2012 and from 19 - 23 April 2013; the 51st and the 52nd Bangkok Gems & Jewelry Fair 2013 was held from 26 February - 2 March 2013 and from 6 - 10 September 2013; the 10th Thailand International Education Expo 2013 was held from 22 - 24 February 2013; the Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair 2013 was held from 13 - 17 March 2013; the Thailand International Furniture Fair 2013 was held from 13 - 17 March 2013; the THAIFEX-World of Food ASIA 2013 was held from 22 - 26 May 2013; and the 10th Thailand International Logistics Fair was held from 4 - 7 September 2013

ปีงบประมาณ 2557

มีการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ จำนวน 8 งาน 10 ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitors) จำนวน 5,873 ราย เพื่อแสดงศักยภาพของสินค้าและบริการของไทย โดยใช้พื้นที่เช่า/ผู้เช่าจากต่างประเทศ เยี่ยมชม/เจรจาการค้าในงานฯ จำนวน 305,173 ราย ซึ่งมียอดคำสั่งซื้อทันที จำนวน 1,422.24 ล้านบาท มูลค่าคาดว่าจะสั่งซื้อภายใน 1 ปี จำนวน 22,293.75 ล้านบาท งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศที่จัดขึ้นในปีงบประมาณ 2557 ได้แก่ งาน Bangkok RHVAC and Bangkok E&E 2013 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10 - 12 ตุลาคม 2556, งาน Bangkok International Gift & Bangkok International Houseware Fair จำนวน 2 ครั้ง ระหว่างวันที่ 19-23 ตุลาคม 2556 และระหว่างวันที่ 19-23 เมษายน 2557, งาน Bangkok Gems & Jewelry Fair ครั้งที่ 53 ระหว่างวันที่ 25 กุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2557 และครั้งที่ 54 ระหว่างวันที่ 9-13 กันยายน 2557, งาน Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair 2014 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 12-16 มีนาคม 2557, งาน Thailand International Furniture Fair 2014 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 28 เมษายน - 1 พฤษภาคม 2557, งาน Thailand Auto Parts & Accessories 2014 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 12-16 มีนาคม 2557, งาน THAIFEX-World of Food ASIA 2014 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 21-25 พฤษภาคม 2557, งาน The 11th Thailand International Logistics Fair 2014 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 24-27 กันยายน 2557

In the 2014 fiscal year, the DITP organised 8 trade events on a total of 10 occasions drawing a total of 5,873 exhibitors and 305,173 visitors. The international trade fairs generated 1,422.24 million baht in immediate purchases and 22,293.75 million baht in future orders within the 12-month period. In 2014, the DITP hosted the following trade fairs: the Bangkok RHVAC and Bangkok E&E 2013 was held from 10 - 12 October 2013; Bangkok International Gift Fair & Bangkok International Houseware Fair was held twice from 19 - 23 October 2013 and 19 - 23 April 2014; the 53rd and 54th Bangkok Gems & Jewelry Fair was held from 25 February - 1 March 2014 and from 9 - 13 September 2014; the Bangkok International Fashion Fair & Bangkok International Leather Fair 2014 was held from 12 - 16 March 2014; the Thailand International Furniture Fair 2014 was held from 28 April - 1 May 2014; Thailand Auto Parts & Accessories 2014 was held from 12 - 16 March 2014; THAIFEX-World of Food ASIA 2014 was held from 21 - 25 May 2014; and the 11th Thailand International Logistics Fair 2014 was held from 24 - 27 September 2014.



โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active)

SMEs Pro-active Project: Promoting and Enhancing Capabilities of SMEs

เนื่องด้วยความท้าทายทางเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยที่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีธุรกิจขนาดใหญ่จะสามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจให้รอดได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ซึ่งยังอยู่ในช่วงของการเริ่มต้นหรืออยู่ระหว่างการเติบโตทางธุรกิจอาจจะยังไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้ประกอบการกลุ่มนี้เป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนถึงประมาณร้อยละ 90 ของจำนวนผู้ประกอบการไทยทั้งหมด

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และขยายช่องทางการส่งออกด้วยตนเองได้มากขึ้น กรมฯ จึงได้ดำเนินโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย โดยกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนภายใต้โครงการฯ ได้แก่ 1) การเข้าร่วมแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) และ 2) การเข้าร่วมคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาธุรกิจในประเทศ (Trade Mission) ทั้งนี้ โครงการ SMEs Pro-active กำหนดให้เป็นโครงการต่อเนื่อง 3 ปี (ปี 2556-2558) โดยใช้เงินสนับสนุนจากเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งได้รับอนุมัติวงเงิน 300 ล้านบาท ระยะเวลาสนับสนุน 3 ปี (พ.ศ. 2556-2558) และเมื่อเดือนสิงหาคม 2557 คณะกรรมการบริหารกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้อนุมัติวงเงินเพิ่มเติมอีก 100 ล้านบาท สำหรับใช้ในปีงบประมาณ 2558 (1 ตุลาคม 2557 - 30 กันยายน 2558)

ผลการดำเนินโครงการที่ผ่านมา ในปี 2556/2557 กรมฯ ได้สนับสนุนผู้ประกอบการไทยไปแล้วทั้งสิ้น 2,068 บริษัท ในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเดินทางไปเจรจาธุรกิจกว่า 412 กิจกรรม ใช้งบเงินไปแล้วรวมประมาณ 338 ล้านบาท ซึ่งผลการเจรจาการค้าจากการเข้าร่วมโครงการฯ ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยมีมูลค่าการสั่งซื้อโดยรวม 174 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 5,500 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น 1) มูลค่าคำสั่งซื้อทันทีประมาณ 7 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือประมาณ 200 ล้านบาท) และ 2) มูลค่าคำสั่งซื้อตามมากายในเวลา 1 ปี ประมาณ 167 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ (หรือประมาณ 5,300 ล้านบาท)

Challenging conditions in the world economy have affected the competitiveness of Thai entrepreneurs. While large-sized enterprises are able to adapt and maintain their operations, most medium and small-sized enterprise operators (SMEs) are in the beginning stages or the early stages of business growth and thus might not be able to adapt to the changes in the global economy. It should also be noted that SME operators account for the majority of business operators in Thailand, at approximately 90 percent overall.

The DITP recognises the importance of enhancing the potential of SME operators who conduct overseas business to be able to access funding and expand trade channels through their own capacities. Therefore, the DITP has organised the SMEs Pro-active project to promote and enhance the capabilities of SMEs together with the Federation of Thai Industries, the Thai Chamber of Commerce, and the Thai National Shippers' Council. Activities sponsored under the initiative have included: 1) Overseas Trade Fairs and 2) Trade Missions. The SMEs Proactive project was announced as a three-year ongoing project (from 2013 - 2015) and is sponsored by the International Monetary Fund at a total of 300 million baht with a three year sponsorship (from said period). Moreover, in August 2014, the Management Committee for Overseas Trade Promotion approved an additional 100 million baht as funds to be spent in the 2015 fiscal year (1 October 2014 - 30 September 2015).

In the 2013/2014 fiscal year, the DITP sponsored 2,068 companies in participating in exhibitions and traveling to attend business discussions. This totalled 412 activities and utilised 338 million baht of the project fund. Business value generated from the project stands at 174 million USD in total (approximately 5,500 million baht) consisting of 1) immediate orders of 7 million USD (approximately 200 million baht) and 2) expected orders throughout the year of 167 million USD (approximately 5,300 million baht).

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทย

Public Relations to Promote the Image of Thai Products and Services

การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศไทย สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพของไทย ในต่างประเทศ (Country/Cluster Images)

Public Relations to Promote the Image of Thai Products and Services Overseas (Country/Cluster Images)



โครงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย สินค้าและบริการเป้าหมายที่มีศักยภาพของไทยในต่างประเทศ จัดทำแนวคิด (Key Message) “THINK THAILAND” เพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้นำเข้า ผู้ซื้อ และผู้บริโภคในต่างประเทศ ซึ่งเป็นการต่อยอดให้เกิดการจดจำว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง เสริมสร้างความมั่นใจและเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ ทั้งยังแสดงจุดแข็งของสินค้าและบริการของไทย โดยแบ่งตามกลุ่มสินค้าและบริการสำคัญของไทย 4 กลุ่มสินค้าใหญ่ ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม (รถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์, เครื่องทำความเย็น และวัสดุก่อสร้าง), กลุ่มไลฟ์สไตล์ (แฟชั่น, เครื่องใช้และของตกแต่งบ้านและสปา), กลุ่มธุรกิจบริการ (Digital Content) และกลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร

- **กลุ่มอุตสาหกรรม**

1. รถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์
 - THINK AUTO PARTS SOURCING HUB
 - THINK ULTIMATE AUTOMOTIVE
 - THINK CULTIVATING SOLUTION
2. เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น
 - THINK BEST QUALITY
 - THINK ECO-FRIENDLY
 - THINK COOLING INNOVATION

A campaign to promote the image of Thai products and services overseas is operated under the key message of “Think Thailand”. The aim is to reinforce Thailand as a manufacturer of quality products and a provider of quality service to reach exporters, buyers, and consumers overseas. The campaign has set its goal to enhance the confidence of consumers and the credibility of Thai products and services in foreign markets. Furthermore, the campaign has exhibited the strengths of Thai products and services in four main categories: industrial products (automotive and auto parts, cooling innovation, construction material); lifestyle products (fashion, housewares, home decorative items and spa products); services (digital content); and agricultural and food products.

- **Industrial Products**

1. Automotive and Auto Parts
 - THINK AUTO PARTS SOURCING HUB
 - THINK ULTIMATE AUTOMOTIVE
 - THINK CULTIVATING SOLUTION
2. Air Conditioners and Cooling Innovation
 - THINK BEST QUALITY
 - THINK ECO-FRIENDLY
 - THINK COOLING INNOVATION

3. วัสดุก่อสร้าง

- THINK GREEN LIVING
- THINK QUALITY LIVING
- THINK CONSTRUCTION SOLUTION

● กลุ่มไลฟ์สไตล์

1. แฟชั่น

- THINK FASHION SOLUTION
- THINK EXQUISITE JEWELRY
- THINK SOURCING VARIETY

2. เครื่องใช้และของตกแต่งบ้าน

- THINK CRAFTED QUALITY
- THINK PREMIUM QUALITY
- THINK STYLE WITH QUALITY

3. สปา

- THINK HOLISTIC WELLNESS
- THINK NATURE CREATION
- THINK SPA MANAGEMENT

● กลุ่มธุรกิจบันเทิง (Digital Content)

- THINK PRODUCTION EXPERTISE
- THINK ARTISTIC CREATIVITY
- THINK PRODUCTION SOLUTION

● กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร

- THINK EXOTIC TASTE

ทั้งนี้ มีการจัดทำและออกแบบ Artwork, Print Ad, Poster, Leaflet, Advertorial ตลอดจนผลิตภาพยนตร์สั้น (TVC/Short Film 30/60 วินาที, 5/8 นาที) รายการสินค้าต่างๆ รวมทั้งสื่อออนไลน์ เพื่อเผยแพร่สื่อต่างๆ ในต่างประเทศ ประกอบไปด้วยสื่อโทรทัศน์ (Television) วิทยาสาร (Magazine) และออนไลน์ (Online)

3. Construction Material

- THINK GREEN LIVING
- THINK QUALITY LIVING
- THINK CONSTRUCTION SOLUTION

● Lifestyle Group

1. Fashion

- THINK FASHION SOLUTION
- THINK EXQUISITE JEWELRY
- THINK SOURCING VARIETY

2. Housewares and Home Decorative Items

- THINK CRAFTED QUALITY
- THINK PREMIUM QUALITY
- THINK STYLE WITH QUALITY

3. Spa Products

- THINK HOLISTIC WELLNESS
- THINK NATURE CREATION
- THINK SPA MANAGEMENT

● Services Group (Digital Content)

- THINK PRODUCTION EXPERTISE
- THINK ARTISTIC CREATIVITY
- THINK PRODUCTION SOLUTION

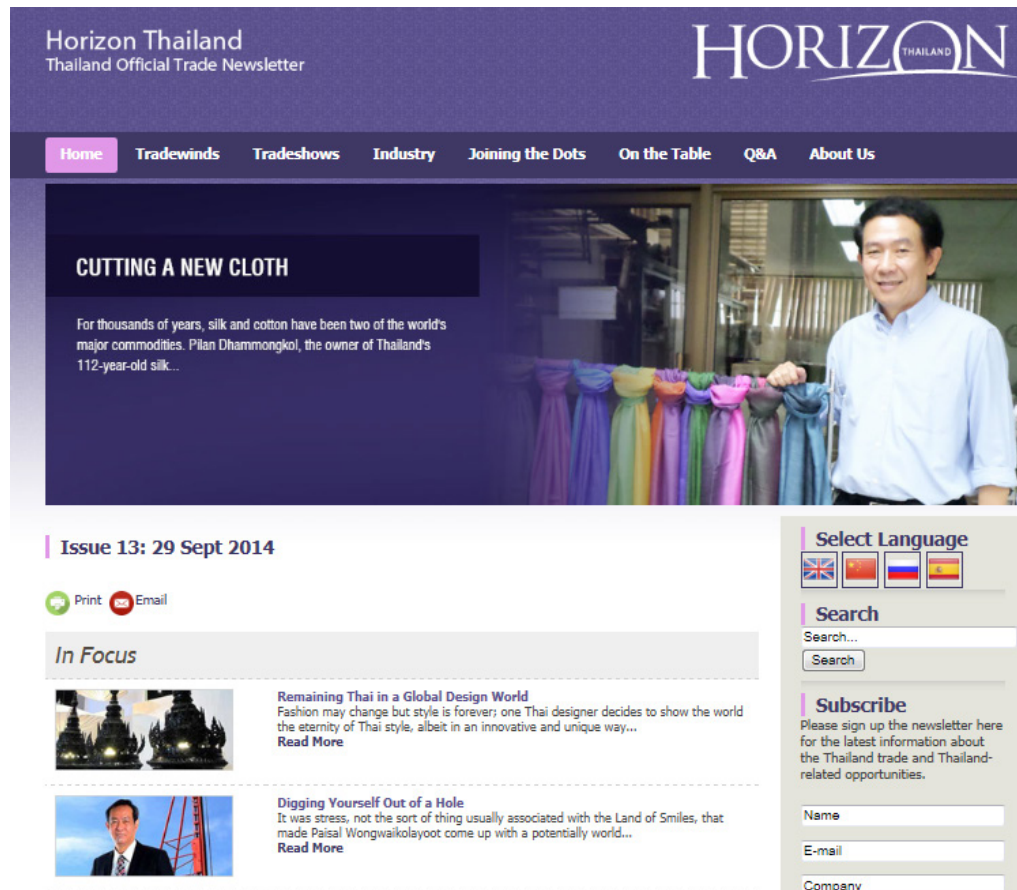
● Agricultural Products and Food Group

- THINK EXOTIC TASTE

A variety of promotional media was produced comprising artwork, print ads, posters, leaflets, advertorials, and TVCs/short films running 30/60 seconds and 5/8 minutes for each group of products. Online media was also included. These promotional media were broadcast overseas via television, magazines, and online.

การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ Horizon Thailand 4 ภาษา

The Production of Horizon Thailand E-Newsletter in 4 Languages



จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ Horizon Thailand 4 ภาษา (ภาษาอังกฤษ จีน สเปนและรัสเซีย) เป็นการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (Horizon Thailand E-Newsletter) รายสัปดาห์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตสินค้าคุณภาพสูงและข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการของไทย ให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางอีเมล ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักลงทุน นักธุรกิจ ผู้นำเข้า ผู้ประกอบการ ผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งที่ปรึกษาการค้าระดับของกระทรวงพาณิชย์ (HTA)

ทั้งนี้ เนื้อหาที่น่าสนใจประกอบด้วยข้อมูลการค้า สินค้าและบริการของไทย ความเคลื่อนไหวด้านการตลาด ข้อมูลอุตสาหกรรม กิจกรรมด้านการตลาด และอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ พร้อมภาพประกอบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลและสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของ Horizon Thailand (www.thailandhorizon.com) จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า มีผู้เปิดอ่านทั้งหมด 130,270 ราย

The production of the biweekly Horizon Thailand E-Newsletter in four languages (English, Chinese, Spanish and Russian) is a project promoting the image of Thailand as a high quality manufacturer. The publication serves to enhance the knowledge and understanding of the country's variety of products and services. It aims to increase confidence in carrying out business operations with Thai entrepreneurs by circulating E-Newsletters to the target audience, i.e. investors, business leaders, entrepreneurs, foreign consumers, and the Honorary Trade Advisor to the Ministry of Commerce (HTA) via email messages through this project.

The content of E-Newsletters includes trade data, information regarding Thai products and services, market movements, industrial data, marketing activities and other relevant information. It benefits foreign trade and investment using photographs as a channel to distribute information simply and promptly to the audience. The audience can access further information and details on the Horizon Thailand website (www.thailandhorizon.com) as well. It is estimated that a total of 130,270 visitors have visited the website.

จุลสารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ “DITP ชี้อ่งการค้า”

DITP Guide to Trade Channels



จุลสารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ “DITP ชี้อ่งการค้า” เป็นนิตยสารรายเดือนขนาดเล็ก จัดทำโดยสำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมและการให้บริการของกรมฯ รวมถึงภาวะการค้าและความเคลื่อนไหวที่รวบรวมจากรายงานของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและหน่วยงานพันธมิตรของกรมฯ เนื้อหาในเล่มเป็นเรื่องที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้นๆ ให้อ่านข้อมูลทันสมัยและเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้สนใจ สอดคล้องกับกลยุทธ์ของกรมฯ ที่ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ดีต่อสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทย รวมถึงการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้น่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับในระดับสากล (Image Building and Branding) ปัจจุบันกรมฯ เผยแพร่จุลสาร DITP ชี้อ่งการค้าในหลากหลายช่องทาง ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์รายเดือน และทำเป็นซอฟต์แวร์ (PDF) เพื่อเผยแพร่ทางเว็บไซต์กรมฯ รวมทั้งจัดทำในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ที่อ่านได้จากสมาร์ทโฟน (Smart Phone) และแท็บเล็ต (Tablet)

The DITP Guide to Trade Channels is a monthly booklet published by the Public Relations Office of the DITP. The objective of the DITP Guide to Trade Channels is to disseminate information about the wide range of DITP activities and services, including business climate and trade movements gathered from the reports of the DITP and its alliances. Information in the guide is up-to-date and practical for the benefit of business operators and those interested in international trade activities. The project is in line with the DITP's strategy to create a positive image of Thai entrepreneurs and products as well as create a credible image and brand awareness for Thai products at the global level.

Currently, the DITP Guide to Trade Channels is published in various forms, including monthly booklets, PDF files on the DITP website as well as an e-book and mobile application which can be accessed from smart phones and tablets.

รายการวิทยุ “ย่อโลกการค้ากับ DITP”

"The World of Trade with the DITP" Radio Program



รายการวิทยุ “ย่อโลกการค้ากับ DITP” ออกอากาศทางสถานีวิทยุ สวท. FM 92.5 MHz เวลา 14.10 - 15.00 น. ซึ่งเป็นสถานีวิทยุเชื่อมโยงเครือข่ายกระจายเสียงทั่วประเทศ รูปแบบรายการเป็นการสัมภาษณ์เชิงวิเคราะห์ โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลตลาดต่างประเทศ โอกาสทางการค้า สถานการณ์ปัจจุบัน กลยุทธ์การเจาะตลาด ความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การกิจและกิจกรรมของกรมฯ และการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศที่น่าสนใจเพื่อบริหารธุรกิจ อันเป็นการเปิดโลกทัศน์ผู้ประกอบการไทยและประชาชนผู้ที่สนใจให้กว้างไกล และสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ในการพัฒนาศักยภาพและดำเนินธุรกิจได้จริง การจัดรายการวิทยุจึงเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และกิจกรรมของกรมฯ อย่างมีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่ง

“The World of Trade with the DITP” radio program is broadcast on FM 92.5 MHz from 2.10pm - 3.00pm, a national radio network in Thailand. The program is presented to listeners in the form of analytical interviews, focusing on information about foreign markets, trade opportunities, the current market situation, market penetration strategies, knowledge about the ASEAN Economic Community, DITP activities, and overseas trading operations. The broadcast aims to widen the vision of Thai entrepreneurs and those interested in foreign trade activities, enabling them to benefit from utilising the information in their business operations and increasing their potential. In this regard, the radio program is another effective method of promoting the DITP’s image and activities to the public.



การพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ

Organisational Development in Alignment to the Public Sector Management Quality Award

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการพัฒนาองค์กรตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (Public Management Quality Award – PMQA) เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ และสามารถตอบสนองตามความต้องการของประชาชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีดังนี้

1. มีการพัฒนาองค์กรและประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐฯ อย่างต่อเนื่อง โดยมีผลงาน อาทิ

- ได้รับรางวัลบริการภาครัฐแห่งชาติประจำปี พ.ศ. 2556 ประเภทรางวัลการพัฒนาบริการที่เป็นเลิศ ระดับดีเด่น จากกระบวนการ “บริการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางพาณิชย์ดิจิทัล”
- ผลการสำรวจความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของกรมฯ ประจำปีงบประมาณ 2556 (งานให้บริการข้อมูลการค้าทั่วไป และงานบริการศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 89.99 (สำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ)

2. การกำกับดูแลตนเองที่ดี กรมฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการ/คณะทำงานเพื่อกำกับดูแลองค์กรที่ดี อาทิ

- คณะทำงานฯ กำกับดูแลการจัดทำนโยบาย แผนการปฏิบัติงานประจำปี และติดตามผลงานตามนโยบายการกำกับดูแลองค์กรที่ดี ให้เหมาะสมและครอบคลุมนโยบายหลักสำคัญ 4 ด้าน (ด้านรัฐสังคมและสิ่งแวดล้อม/ ด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย/ ด้านองค์กร และด้านผู้ปฏิบัติงาน) ซึ่งดำเนินงานต่อเนื่องมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2552
- คณะกรรมการติดตามการประเมินผลการควบคุมภายในของกรมฯ กำกับดูแลการจัดทำแผนการปรับปรุงและติดตามผลการดำเนินงานควบคุมภายในและความเสี่ยง ตามระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินว่าด้วย การกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ.2544 (ข้อ 6) และมีการรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน (ค.ต.ง.) ผู้กำกับดูแล (ปลัดกระทรวงฯ) และคณะกรรมการตรวจสอบประเมินผลประจำปีการตรวจ (ค.ต.ป.) เป็นประจำทุกปี
- คณะทำงานฯ ดำเนินการจัดทำแผนและติดตามผลตามแผนการป้องกัน และปราบปรามทุจริต ตามแนวทางยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามทุจริต (ป.ท.)

The DITP carries out organisational development in alignment with the Public Sector Management Quality Award (PMQA) in order to ensure the success of the public sector’s missions while also catering to the demands of the public as part of the Royal Decree on Good Public Governance of Thailand.

1. The DITP carries out ongoing organisational development and self - evaluation in alignment with the public management quality award, as follows:

- The DITP received the Thailand Public Service Award in 2013 in the category of Excellent Service Improvement - Outstanding from the "International Trade Promotion through E-Commerce" initiative.
- The DITP's survey of service quality satisfaction for the 2013 fiscal year (for Service Business Information and One Stop Export Service Centre) showed that 89.99% of service users were satisfied (the survey was conducted by the National Statistical Office).

2. The DITP established a committee and a working group to monitor and evaluate the DITP’s internal controls, as follows:

- The working group supervises the policy planning and annual planning procedures, and monitors performance related to the appropriate good governance guidelines which encompass all four important policy groupings (political-social and environment; service receivers and stakeholders; organisation; and staff). The project has been ongoing since the 2009 fiscal year.
- The committee monitors the evaluation of the DITP’s internal controls, supervises the plan to carry out improvements, and monitors the performance of internal controls and risks in compliance with the State Audit Commission Regulation on Determination of Internal Control Standards in 2001 (Article 6). Results of the evaluation are reported annually to the State Audit Commission (SAC), the supervisor (the Permanent Secretary) and the Public Sector Audit Evaluation Committee of the Ministry.



- คณะกรรมการจริยธรรมประจำกรมฯ ที่มีบุคคลภายนอกเป็นประธานและร่วมเป็นคณะกรรมการเพื่อกำหนดที่ตามข้อ 15 ของประมวลจริยธรรมข้าราชการพลเรือน และมีคณะทำงานจริยธรรมประจำกรมฯ ดำเนินงานด้านคุณธรรม จริยธรรม เพื่อให้ข้าราชการกรมฯ ตระหนักถึงความสำคัญของจรรยาข้าราชการ โดยคำนึงถึง 5 หลักการสำคัญ ได้แก่ หลักคุณธรรม ความเสมอภาค ความเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ และให้โอกาสทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน
- นอกจากนี้ยังมีการจัดทำระบบตรวจสอบภายในตามมาตรฐานงานตรวจสอบภายในและจริยธรรมการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในของส่วนราชการ ตามแนวทางของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง

- The working group plans and monitors the prevention and suppression of corruption in accordance with the strategies of the Office of Public Sector Anti-Corruption Commission (PACC).
- The DITP's Ethics Committee is led by an external chairperson who acts as a committee member in carrying out the duties according to Article 15 of the Code of Professional Ethics for Civil Servants. The Ethics working group also carries out duties to effectively promote ethical practices among officers in alignment with the five principles of ethical principle, equality, fairness, transparency, and equal opportunities.
- Internal control systems were utilised in accordance with the public sector internal controls and professional ethics strategy of the Comptroller's General Department, Ministry of Finance.



กิจกรรมเพื่อสังคมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

DITP's Corporate Social Responsibility (CSR) Activities

โครงการปลูกต้นไม้และปล่อยสัตว์น้ำในแหล่งน้ำธรรมชาติ และโครงการทำบุญ ฟังธรรมและบูรณะศาสนสถาน

Planting trees and releasing fish into their natural habitat program; and the merit-making, listening to sermons, and renovating religious sites program



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินกิจกรรมตามแนวทางความรับผิดชอบต่อสังคม ทำคุณประโยชน์ต่างๆ อาทิ การบริจาคอุปกรณ์การเรียน การสอน และอุปกรณ์การกีฬา ให้แก่โรงเรียนในบริเวณใกล้เคียง การบริจาคเสื้อผ้าของใช้ หนังสือ ให้กับนักโทษหญิง ที่เรือนจำกลาง โครงการปลูกต้นไม้และปล่อยสัตว์น้ำในแหล่งน้ำธรรมชาติและโครงการทำบุญ ฟังธรรมและบูรณะศาสนสถาน รวมถึงบริจาคสิ่งของ ณ จังหวัดแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ซึ่งกรมฯ ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. กิจกรรมปลูกต้นไม้ อาทิ ต้นสักทอง ต้นพะยอมสีโคร่ง ต้นมะกอก และต้นมะขามป้อม เป็นต้น ณ พุทธอุทยานห้วยคายนี้อยู่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อส่งเสริมและรณรงค์การเพิ่มพื้นที่สีเขียวแก่ประเทศไทย
2. กิจกรรมปล่อยปลา 65,000 ตัว ณ แม่น้ำปาย ตำบลแม่ฮี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อช่วยย้าระบบนิเวศน้ำจืดในพื้นที่อุดมสมบูรณ์
3. กิจกรรมทำบุญบริจาคสิ่งของ อาทิ เครื่องนุ่งห่มกันหนาว ของใช้ ตุ๊กตา ของเล่นเด็ก อุปกรณ์การเรียนและอื่นๆ ดำเนินการบริจาค 3 แห่ง คือ โรงเรียนบ้านแม่ปิง ตำบลแม่ฮี้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โรงเรียนปางงหวัยอ่าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สิ่งของบริจาคทั้งหมดได้รับจากการบริจาคของเจ้าหน้าที่กรมฯ ทุกระดับ

The DITP organises activities to express the DITP's sense of social responsibility and to perform good deeds through various means. Examples of CSR activities range from donating tools for household chores and gardening, donating sports equipment for schools in the area, donating second-hand clothes and books to female inmates in prison, and the planting trees and releasing fish program to the making merit, listening to sermons, renovating religious sites and donating goods in Mae Hong Son and Chiang Mai programs. The details of the activities are as follows:

Department of International Trade promotion has undertaken the following activities:

1. Planting trees such as Teak trees, Phaya Seur Klong trees, Indian goosberry, Olive tree at the Huai Kaaikiri Memorial Park in Mae Hong Son province to encourage and promote green spaces in Thailand.
2. Setting free 65,000 fish in Pai River, Tambon Mae Hi to maintain the fresh water ecosystem abundance.

4. กิจกรรมทำบุญ ฟังธรรมและบูรณะศาสนสถาน ณ สำนักสงฆ์ พุทธอุทยานห้วยคายคีรี ตำบลกุ่มยาว อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และวัดบ้านปง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งบริจาคทรัพย์สินส่วนตัวและสิ่งของ อาทิ ฟ้าไตร ยารักษาโรค และเครื่องใช้พระสงฆ์

การฟังธรรมครั้งนี้ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมฯ ทุกคนได้ศรัทธาจากเจ้าอาวาสวัด เพื่อการดำรงชีวิตประจำวันและการทำงานให้มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ “ตัวและสติ” ไม่ว่าจะทำกิจใดก็ใด เมื่อใดและอย่างไร ต้องมีตัวตนของพุททำกิจและพุทธะทำกิจนั้น ต้องมีสติอยู่กับตัวเสมอ การมีสตินั้นเสมือนต้องยึดหลักธรรม

5. กิจกรรมรวบรวมปฏิทินและลวดเขียนกระดาษที่ใช้แล้วบริจาคให้มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ในปี 2556 จำนวนทั้งสิ้น 1,750 ฉบับ และกิจกรรมรวบรวมลวดเขียนกระดาษที่ใช้แล้ว บริจาคให้สมาคมคนพิการทางการเคลื่อนไหวสากล ในปี 2556 จำนวนทั้งสิ้นประมาณ 11 กิโลกรัม

6. กิจกรรมรับบริจาคถุงน่องที่ใช้ในกระบวนการผลิตอุปกรณ์ผู้พิการ เพื่อนำไปบริจาคกับทางมูลนิธิชากิยามในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

7. กิจกรรมรับบริจาคชุดชั้นในเพื่อมอบให้กับผู้ต้องขังหญิงในทัณฑสถานหญิงกลาง เรือนจำกลางคลองเปรม

กรมฯ ได้ดำเนินโครงการลักษณะนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมนโยบายกำกับองค์กรที่ดี ทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบูรณาการเสริมเรื่องคุณธรรมจริยธรรม การสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่บุคลากร นอกจากนี้บุคลากรภายในกรมฯ มีโอกาสพบปะสร้างความสัมพันธ์อันดีและความสามัคคีในหมู่คณะ: ช่วยให้การประสานงานภายในมีประสิทธิภาพ



3. Donating warm clothes, toys, learning equipment, etc. to 3 schools: Baan Mae Ping School, Tambon Mae Hi, Amphoe Pai in Mae Hong Son province, Baan Bong Huai Hang Forest School, Amphoe Mae Tang in Chiang Mai province and Child Development Centers Amphoe Nong Han in Chiang Mai province. All donations were received by officers at every level.

4. Religious sermons were held and religious site and places of worship (monasteries) underwent restoration at the temple in the Buddha Park, Tambon Tung Yao, Amphoe Pai, Mae Hong Son province, and Wat Baan Pong Temple, Amphoe Mae Taeng, Chiang Mai province. Moreover, DITP also donated personal belongings and other items such as monk's robes, medicine and utensils.

Listening to sermons this time, DITP officials and everyone has epitomized the abbot for daily livings and work place to be effective, such as, "self-consciousness" - whatever, wherever, whenever they do, they must contain the identity of person performance and consciousness.

5. Collecting calendars and used staples in 2013 to donate to the Foundation for the Blind in Thailand under Royal Patronage. A total of 1,750 calendars and used staples weighing an approximate total of 11 kg were also donated to the International Association of People with Physical Disabilities in 2013.

6. Donating used stockings in the process of producing equipment for persons with disabilities to be donated to the Protheses Foundation of HRH the Princess Mother.

7. Donating underwear and brassieres to female inmates at Central Prison Klong Prem.

The DITP has continuously undertaken these projects in order to promote good corporate governance policy in both social and environmental areas, while also integrating morality to create good conscientiousness for DITP staff. In addition, organising these activities enabled DITP staff to gain opportunities to meet their peers in the organisation to strengthen their relationship and build team spirit, ultimately resulting in effective internal coordination within the DITP.



DEPARTMENT
OF INTERNATIONAL
TRADE
PROMOTION
ANNUAL
REPORT 2013/2014





บทบาทของที่ปรึกษาการค้าที่ดีของกระทรวงพาณิชย์ ด้านการค้าระหว่างประเทศ

Role of the Honorary Trade Advisor (HTA) to the Ministry of Commerce of Thailand



ตั้งแต่ ปี 2544 ถึงปัจจุบัน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการคัดสรรและเสนอแต่งตั้งผู้เหมาะสม เพื่อดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาการค้าที่ดีของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ (Honorary Trade Advisor to the Ministry of Commerce of Thailand : HTA)

ภารกิจคือเป็นตัวแทนดูแลปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของไทย สร้างความเชื่อมโยงให้เกิดการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทย และต่างประเทศ และเป็นผู้ประสานงานต่างๆ ตลอดจนช่วยเหลืออำนวยความสะดวกแก่การดำเนินกิจกรรมทางการค้าแก่ผู้ประกอบการไทย ณ ประเทศนั้นๆ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าใหม่ๆ แก่ผู้ประกอบการไทย เมื่อต้องการส่งออกสินค้า/บริการสู่ตลาดโลก

ขณะเดียวกัน กรมฯ ได้จัดตั้งกลุ่มงานพัฒนาเครือข่ายที่ปรึกษาการค้าที่ดีทางการค้า (HTA Networking Development Division) ใน 30 ประเทศ จำนวน 45 คน สังกัดสำนักอธิบดี เพื่อดูแล ติดตาม และสนับสนุนการดำเนินงานของที่ปรึกษาการค้าที่ดีๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อให้การติดต่อสื่อสารและการดำเนินงานร่วมกันระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ปรึกษาการค้าที่ดีๆ และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแต่ละพื้นที่ เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ผู้ประกอบการไทย

From 2001 to the present, the DITP has selected and proposed the appointment of appropriate individuals for the position of Honorary Trade Advisors to the Ministry of Commerce of Thailand or HTAs. The mission of HTAs is to be representatives in serving the interests of Thai trade, building connections to encourage trade negotiations between international and Thai entrepreneurs, while liaising and facilitating trade activities for Thai entrepreneurs in host countries. The HTA aims to increase the opportunities for Thai entrepreneurs in exporting products and services to the world market.

At the same time, the DITP has established the HTA Networking Development Division 45 person in 30 countries under the Office of the Director to closely monitor and support HTA's activities in order to facilitate communications and proceedings between the DITP, HTAs and the Office of Commercial Affairs in each region to yield the highest benefit to Thai entrepreneurs.

บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ต่างประเทศ) Role of the Overseas Office of International Trade Promotion



ในปี 2557 สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สคร.) สังกัดการกำกับดูแลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั่วโลก จำนวน 61 แห่งและสำนักงานตัวแทนส่งเสริมการค้า 1 แห่ง (ณ เมืองฮิโรชิม่า) ทั่วทุกภูมิภาค ได้ดำเนินการผลักดันการค้าระหว่างประเทศของไทย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการส่งออกรวมของประเทศ จัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการค้าระหว่างประเทศของไทย รวมถึงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้า ตลอดจนจัดทำข้อมูลการตลาดเชิงลึก เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการของไทย ให้ขยายโอกาสการส่งออกสินค้าและบริการไปยังประเทศต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาคไปโลก

In 2014, 61 offices of International Trade Promotion of the DITP in cooperation with the Office of Trade Representatives in Hiroshima promoted Thailand's international trade in achieving its export goal. The offices have undertaken several activities and projects to promote Thai international trade, solve trade difficulties and provide in-depth marketing information to assist Thai entrepreneurs in increasing their opportunities for the worldwide export of products and services.

The important roles of the Office of International Trade Promotion are as follows:

บทบาทหน้าที่สำคัญของสคร. แบ่งได้ ดังนี้

1. หน้าที่หลัก อาทิ การพบพู่หน้าเข้า เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ การให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศแก่ผู้ประกอบการและนักธุรกิจ ทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้า อาทิ ข้อยกเว้นและข้อพิพาททางการค้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังดำเนินการจัดทำรายงานและข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนภาครัฐและภาคเอกชนไทยให้ขยายตลาดสินค้าและบริการในแต่ละภูมิภาคด้วย

1. The office is responsible for visiting importers to maintain existing customers and reach new ones, providing information and suggestions for Thai and foreign entrepreneurs who do international business, finding solutions for trade problems, and composing in-depth reports on international trade to support the public and private sectors in market expansion.



2. การดำเนินกิจกรรมและโครงการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก เพื่อขยายโอกาสและเพิ่มมูลค่า การค้าแก่ผู้ประกอบการไทย รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันไปสู่เวทีการค้าโลก อาทิ การนัดหมายพู่ซื้อและพู่นำเข้าให้ ผู้ประกอบการไทย (Business Matching) การจัดคณะพู่แทนการค้าจากต่างประเทศมาเจรจาการค้าที่ประเทศไทย การอำนวยความสะดวกแก่ ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติต่างประเทศ การนำคณะพู่แทนการค้าจากต่างประเทศมาเยี่ยมชมงานแสดงสินค้านานาชาติที่ประเทศไทย การสร้างภาพลักษณ์ประเทศ และสินค้าไทยที่ต่างประเทศ ใช้ตราสัญลักษณ์ต่างๆ อาทิ 'Thailand Trust Mark' 'PM Award' 'DEmark' และ 'Thai Select' เป็นต้น การอบรมให้ความรู้และคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย (Export Clinic) และการส่งเสริมและผลักดันการซื้อขายผ่านระบบพาณิชย์ดิจิทัลของกรมฯ (Thaitrade.com) เป็นต้น

2. The office is assigned activities or projects in accordance with DITP strategies to increase the opportunities and value of Thai trade as well as enhance the competitiveness of Thai entrepreneurs in the world market. For example, the office arranges business matching between importers and manufacturers, invites foreign trade representatives to visit Thailand for business discussions, facilitates Thai entrepreneurs attending international trade fairs, creates a good image of the country and products through symbols like the Thailand Trust Mark, PM Award, DEmark and Thai Select, establishes an Export Clinic to educate SMEs entrepreneurs, and promotes trade activities via the website www.Thaitrade.com.



บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ภูมิภาค)

Role of the Regional Office of International Trade Promotion



ในปีงบประมาณ 2557 สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง ได้รับมอบหมายนโยบายจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการส่งเสริมและผลักดันการส่งออก ประสานงานและดำเนินโครงการและกิจกรรมส่งเสริมการค้าชายแดนในเขตดูแลกิจกรรมฯ ส่วนกลางและสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในอาเซียนและจีน ตลอดจนการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน การปรับตัวและความพร้อมของผู้ประกอบการระดับกลาง-ล่าง (SMEs) ในเขตความรับผิดชอบ เพื่อรองรับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ และการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคทั้ง 5 แห่ง ปฏิบัติการแบบบูรณาการร่วมกับกลุ่มจังหวัดตามภูมิภาคต่างๆ แบ่งเป็น 5 เขต ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) 17 จังหวัด สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดขอนแก่น) 20 จังหวัด สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภาคตะวันออก (จังหวัดจันทบุรี) 8 จังหวัด สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภาคตะวันตกและภาคใต้ตอนบน (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) 12 จังหวัด และสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภาคใต้ตอนล่าง (หาดใหญ่จังหวัดสงขลา) 7 จังหวัด

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาค เป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสารการค้าระหว่างประเทศ (Information Provider) วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขยายตลาดส่งออก (Market Expansion) กำหนดแผนงาน/กิจกรรมในการพัฒนาสินค้า/ผู้ประกอบการส่งออก ก่อตั้ง โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value Creation) การเสริมสร้างความสามารถแข่งขัน (Competitiveness Enhancement) และเป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูลและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งผู้ส่งออก-ผู้นำเข้าต่อกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศส่วนกลางและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

In 2014, five regional offices of International Trade Promotion were assigned by the DITP to promote exports and cooperation in cross-border trade with ASEAN and Chinese partners. The offices are tasked with increasing the competitive advantages and readiness of SMEs in preparation for the AEC in 2015.

Five regional offices of International Trade Promotion work with regional provinces in five regions: the Chiang Mai office works with 17 provinces in the North; the Khon Kaen office works with 20 provinces in the Northeast; the Chantaburi office works with 8 provinces in the East; the Suratthani office works with 12 provinces in the West and Upper-South; the Songkla office works with 7 provinces in the Lower-South.

The regional offices of International Trade Promotion are information providers, planning market expansion and assisting regional entrepreneurs to create value and enhance the competitiveness of their products and services. The office is also a centre of information and an international trade problem solver.

งบแสดงฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2556

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์	
สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	408,539,799.66
ลูกหนี้ระยะสั้น	16,110,734.14
รายได้ค้างรับ	14,589,259.62
สินค้าและวัสดุคงเหลือ	5,026,319.71
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	444,266,113.13
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (สุทธิ)	165,044,947.50
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สุทธิ)	670,797.83
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	165,715,745.33
รวมสินทรัพย์	609,981,858.46

หนี้สิน	
หนี้สินหมุนเวียน	
เจ้าหนี้ระยะสั้น	97,534,226.00
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	15,584,982.39
เงินรับฝากระยะสั้น	379,769,958.66
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	3,732,507.49
รวมหนี้สินหมุนเวียน	496,621,674.54
หนี้สินไม่หมุนเวียน	
รายได้รอการรับรู้ระยะยาว	1,949,568.02
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว	5,800,000.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	7,749,568.02
รวมหนี้สิน	504,371,242.56
สินทรัพย์สุทธิ	105,610,615.90

สินทรัพย์สุทธิ	
ทุน	9,944,145.57
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	95,666,470.33
รวมสินทรัพย์สุทธิ	105,610,615.90

Financial Statement

As of the 30 September 2013

(Unit : Baht)

ASSETS

Current assets

Cash and cash equivalents	408,539,799.66
Short-term account receivable	16,110,734.14
Accrued income	14,589,259.62
Inventory	5,026,319.71

Total current assets **444,266,113.13**

Fixed assets

Property, plant, and equipment (net)	165,044,947.50
Intangible assets (net)	670,797.83

Total fixed assets **165,715,745.33**

Total assets **609,981,858.46**

LIABILITIES

Current liabilities

Accounts payable	97,534,226.00
Accrued expense	15,584,982.39
Short-term deposit	379,769,958.66
Other current liabilities	3,732,507.49

Total current liabilities **496,621,674.54**

Non-current liabilities

Long-term deferred income	1,949,568.02
Receipt of government advanced payment	5,800,000.00

Total non-current liabilities **7,749,568.02**

Total liabilities **504,371,242.56**

Net assets **105,610,615.90**

NET ASSETS

Fund	9,944,145.57
Income higher (lower) than accrued expense	95,666,470.33

Total net assets **105,610,615.90**

งบรายได้และค่าใช้จ่าย

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2556

(หน่วย : บาท)

รายได้จากการดำเนินงาน	
รายได้จากรัฐบาล	
รายได้จากงบประมาณ	2,501,327,373.73
รวมรายได้จากรัฐบาล	2,501,327,373.73
รายได้จากแหล่งอื่น	
รายได้จากเงินช่วยเหลือและเงินบริจาค	741,519.40
รายได้เงินทดรองราชการ	14,612,000.00
รวมรายได้จากแหล่งอื่น	15,353,519.40
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	2,516,680,893.13
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	474,057,649.74
ค่าบำเหน็จบำนาญ	66,754,652.04
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	4,453,089.00
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	95,375,971.72
ค่าวัสดุและค่าใช้จ่าย	1,825,124,110.57
ค่าสาธารณูปโภค	40,158,808.13
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	48,797,972.72
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	1,871,901.84
ค่าใช้จ่ายอื่น	7,931,457.81
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	2,564,525,613.57
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	(47,844,720.44)
รายได้/ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน	
กำไร/ขาดทุนจากการจำหน่ายสินทรัพย์	979,421.25
รวมรายได้/ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกิดจากการดำเนินงาน	979,421.25
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายจากกิจกรรมตามปกติ	(48,824,141.69)
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	(48,824,141.69)

Income Statement

For the year Ended September 30, 2013

(Unit : Baht)

INCOME FROM OPERATION

Income from government

Income from annual and central budget 2,501,327,373.73

Total income from government 2,501,327,373.73

Income from other sources

Donations (deferred income from donations) 741,519.40

Advance payment from the Treasury 14,612,000.00

Total income from other sources 15,353,519.40

Total income from operation 2,516,680,893.13

EXPENSES FROM OPERATION

Personnel expense 474,057,649.74

Pension 66,754,652.04

Trainings 4,453,089.00

Travel expense 95,375,971.72

Supplie 1,825,124,110.57

Utilities 40,158,808.13

Depreciation and amortisation 48,797,972.72

Subsidisation expense 1,871,901.84

Other expense 7,931,457.81

Total expenses from operation 2,564,525,613.57

Income higher (lower) than expenses from operation (47,844,720.44)

INCOME/EXPENSES FROM NON-OPERATIONAL ACTIVITIES

Net loss from asset sales 979,421.25

Total income/expenses from non-operational activities 979,421.25

Income higher (lower) than expenses from ordinary activities (48,824,141.69)

Income higher (lower) than net expenses (48,824,141.69)



DEPARTMENT
OF INTERNATIONAL
TRADE
PROMOTION
ANNUAL
REPORT 2013/2014





ตราสัญลักษณ์แห่งความเชื่อมั่น ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP Marks of Honour



ตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark

ตราสัญลักษณ์สินค้าไทยคุณภาพที่ออกให้โดยกรมฯ เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทยที่มีคุณภาพมาตรฐานที่ทั่วโลกมั่นใจได้ เพื่อส่งเสริมระดับความน่าเชื่อถือของสินค้าแบรนด์ไทยและภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศ ข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อสถาบันส่งเสริมการออกแบบและนวัตกรรมเพื่อการค้า โทร 0 2507 8273

The country's new mark of quality assurance for Thai-made products which have followed a strict regimen of production and environmental standards.



เครื่องหมาย Thai Select

สัญลักษณ์ Thai Select เครื่องหมายรับรองที่กรมฯ มอบให้แก่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารไทยแท้สำเร็จรูปที่มีคุณภาพและรสชาติแบบไทยเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคสมัครขอใช้เครื่องหมายได้ที่สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรม โทร 0 2507 8333 หรือสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ใกล้ที่สุด

A certification marks for authentic Thai restaurants in overseas, Thai food products that maintain high standards of quality and service.



รางวัล DEmark

รางวัลที่มอบให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องหมายรับรองผลงานที่โดดเด่นด้านการออกแบบ สามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของบริษัท สมัครเข้ารับการคัดเลือกได้ที่สถาบันส่งเสริมการออกแบบและนวัตกรรมเพื่อการค้า โทร 0 2507 8268, 0 2507 8271

The country's Design Excellence Award given to honor products with good design.



รางวัล Prime Minister's Business Enterprise Award

ถือเป็นรางวัลเกียรติยศสูงสุดของรัฐบาลที่มอบแก่ผู้ส่งออกและผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการที่โดดเด่นประจำปี สมัครเข้ารับคัดเลือกได้ที่สถาบันส่งเสริมการออกแบบและนวัตกรรมเพื่อการค้า โทร 0 2507 8267, 0 2507 8278

The country's highest recognition, given annually to Thai companies which have excelled in their respective fields.

รายชื่อผู้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจดีเด่น 2556 Prime Minister's Business Enterprise Award 2013

PM Award 2013

P รางวัลผู้ประกอบการไทยยอดเยี่ยมในตลาดอาเซียน Best AEC Business Enterprise



บริษัท โกลโบ ฟู้ดส์ จำกัด
Globo Foods Ltd.



บริษัท เพรซิเดนทรีไรซ์โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)
President Rice Products Public Co., Ltd.



บริษัท ไทยเพรสซิเดนทรีฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
THAI PRESIDENT FOODS PUBLIC COMPANY LIMITED

บริษัท ไทยเพรสซิเดนทรี-ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)
Thai President Foods Public Co., Ltd.

P รางวัลบริษัทข้ามชาติยอดเยี่ยม Best Multinational Corporation



บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย)
Honda Automobile (Thailand) Co., Ltd.

P รางวัลนวัตกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม Best Green Innovation



บริษัท ซัยโจเดนกิ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด
Saijo Denki International Co., Ltd.



Sustainable Play

บริษัท แพลนครีเอชั่นส์ จำกัด
Plan Creations Co., Ltd.

P รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม Best Thai Brand



บริษัท เซรามิก ซีเมนต์ไทย จำกัด
ภายใต้แบรนด์ “คอตโต้”
Cementhai Ceramics Co., Ltd.



บริษัท นิวอริวา จำกัด
ภายใต้แบรนด์ “ควอลี่”
New Arriva Co., Ltd.



บริษัท ยูนิแอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ภายใต้แบรนด์ “ยูนิแอร์”
Uniaire corporation Co., Ltd.

P รางวัลสินค้าที่มีการออกแบบยอดเยี่ยม Best Design Excellence Award



บริษัท แองเจิ้ล ไบค์ จำกัด จักรยาน ANGL bike
ANGEL bike Co., Ltd.



รางวัลธุรกิจบริการยอดเยี่ยม Best Services Enterprise Award



บริษัท สยาม เอสเตท จำกัด
“โรงแรมบันดารา สมุย”
Bandara Resort and Spa, Samui



มหาวิทยาลัยเว็สเตอร์ ประเทศไทย
Webster University Thailand



บริษัท โรงพยาบาลกรุงเทพ สมุย จำกัด
Bangkok Hospital Samui



BANYAN TREE
SPA
บริษัท บันยันทรี สปา กูเก็ต
Banyan Tree Spa



บริษัท เดอะมิงค์ สตูดิโอ จำกัด
The Monk Studios



รางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและคุณภาพยอดเยี่ยม Best OTOP Export Recognition



บริษัท แต่ง่วนไต้ จำกัด
สินค้าปลารอบ ภายใต้แบรนด์ “เซญซิม”
TAE NGUAN TAI CO., LTD.



กลุ่ม DHANU
สินค้าเครื่องประดับ ภายใต้แบรนด์ “DHANU”
DHANU



บริษัท แวนด้าสยาม จำกัด
สินค้าเทียนหอมในมะพร้าว ภายใต้แบรนด์ “แวนด้าสยาม”
Vanda Siam Co., Ltd.



บริษัท คนดีกรุป จำกัด
สินค้าแชมพู น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า เจลอาบน้ำ ภายใต้แบรนด์ “ALGY”
Good Guy Group Co., Ltd.



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวแต๋นทวีพรรณ
สินค้าข้าวแต๋น ภายใต้แบรนด์ “ข้าวแต๋นทวีพรรณ”
Khaotan Thaweephan



บริษัท ที.พี.โฟร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
สินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ภายใต้แบรนด์ “ISME”
TP4 International Co.,Ltd.



บริษัท เนเชอรัลโฮมเมด จำกัด สินค้าสบู่ผสมมังคุด
ภายใต้แบรนด์ “NATURAL HOMEMADE”
Natural homemade Co.,Ltd.



รางวัลบริษัทดาวรุ่ง Best Business Rising Star



บริษัท ไอ แคร่ ยู จำกัด
I Care You Co., Ltd.

รายชื่อผู้รับรางวัลผู้ประกอบการดีเด่น 2557 Prime Minister's Business Enterprise Award 2014

PM Award 2014

รางวัลผู้ประกอบการส่งออกยอดเยี่ยม Best Exporter

บริษัทข้ามชาติ
Multinational Corporation



บริษัท เดต้า อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
DELTA ELECTRONICS (THAILAND) PCL.

บริษัทขนาดใหญ่
Large



บริษัท ทานตะวันอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
THANTAWAN INDUSTRY PLC.

บริษัทขนาดเล็ก
Small



บริษัท โซไนต์ อินโนเวทีฟ เซอร์เฟสเซล จำกัด
SONITE INNOVATIVE SURFACES CO., LTD.

รางวัลสินค้านวัตกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม Best Green Innovation

บริษัทขนาดใหญ่
Large



บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด
AMPOL FOOD PROCESSING LTD.

บริษัทขนาดเล็ก
Small

labrador

บริษัท ลาบราดอร์ จำกัด
LABRADOR CO., LTD.



บริษัท มิตรใหม่ฟาร์ม จำกัด
NEW FRIEND FARM CO., LTD.

รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม Best Thai Brand

บริษัทขนาดใหญ่
Large



บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
ภายใต้แบรนด์ Jerhigh
CPF FOOD PRODUCTS CO., LTD.



บริษัท เสตียรสเตนเลสสตีล จำกัด
ภายใต้แบรนด์ หัวม้าลาย
SATIEN STAINLESS STEEL PCL.

บริษัทขนาดกลาง
Medium



บริษัท ปุริ จำกัด
ภายใต้แบรนด์ Panpuri
PURI CO., LTD.



รางวัลสินค้าที่มีการออกแบบยอดเยี่ยม

Best DEmark

กลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์
Furniture



หจก.กรกต อินเตอร์เนชั่นแนล “เก้าอี้อาร์มแชร์ลายมัดจุด”
KORAKOT INTERNATIONAL LIMITED PARTNERSHIP

กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์
Life Style



pana objects

บริษัท พานาดีไซน์ จำกัด “ฐานตั้ง iPhone สำหรับขยายเสียง”
PANA DESIGN CO., LTD.

กลุ่มสินค้าแฟชั่นและสิ่งทอ
Fashion



บริษัท ซิมมณี จำกัด “สร้อยสายน้ำ”
SIMMANEE CO.,LTD.



PILANTHA

บริษัท ปิลันธา จำกัด “เครื่องประดับชุด ศาลา”
PILANTHA CO., LTD.

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม
Industrial



บริษัท เจนบรเจ็ด จำกัด “อุปกรณ์แขวนเครื่องมือ”
JENBUNJERD CO., LTD.

กลุ่มบรรจุภัณฑ์สินค้าอาหาร
และบรรจุภัณฑ์สินค้าสุขภาพ
และความงาม
Food & Beauty



บริษัท หาญโปรดักส์ จำกัด “ชุดบรรจุภัณฑ์สบู่น้ำมันรำข้าว HARNN”
HARNN CONCEPTS CO., LTD.

กลุ่มกราฟิกดีไซน์
Graphic Desig



by Nattapol Rojjanarattanakool

นายณัฐพล โรจนรัตนางกูร “ชุดตัวอักษรรูปภาพ ฟาร์มาซี”
NATTAPOL ROJJANARATTANANGKOOL



รางวัลธุรกิจบริการยอดเยี่ยม

Best Services Enterprise Award

สาขา Digital Content
และ Software



ประเภทธุรกิจ Digital Content ผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของตนเอง
บริษัท เซลล์ฮัท เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
SHELLHUT ENTERTAINMENT CO., LTD.



ประเภทธุรกิจ Digital Content ผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้ประกอบการอื่น
บริษัท อิลลูชั่น จำกัด
ILLUSION CO., LTD.

สาขา Trade Logistics



บริษัท นามยง เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน)
NAMYONG TERMINAL PCL.



ประเภทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบและคุณภาพยอดเยี่ยม

Best OTOP Export Recognition



กรุณีผ้าฝ้าย
KHUN JACK LTD., PART



บริษัท เค.อาร์.เอส. สไปซี่ฟู้ดส์ จำกัด
K.R.S SPICY FOOD CO., LTD

รายชื่อที่ปรึกษาทติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ ด้านการค้าระหว่างประเทศ

Honorary Trade Advisor to the Ministry of Commerce: HTAs

อเมริกาเหนือและโอเชียเนีย : North America and Oceania



Mr. Ralph P. McMurray

Address Phillip Worth International, Ltd.
6709 W.119th Street PMB#518 Overland Park,
Kansas 66209 USA

E-mail ralph@phillipworth.com, ralph@robinteamasia.com,
ralph@kr2airportsolutions.com

Specialisation/Occupation

Autoparts and radar system

Date of appointment 2 Nov 2001

Country U.S.A.

HTAs Chicago



Mr. Pramook Jirdpongsatorn

Address 1973 Davis Street, San Leandro,
CA 94577, USA

E-mail pramook@pkfood.com

Specialisation/Occupation

Importer/wholesaler of food and rice/
distributor to supermarkets

Date of appointment 31 Oct 2006

Country U.S.A.,

HTAs L.A.



Mrs. Pat S. Charnveja

Address 9602 Farrell Drive, Houston,
Texas 77070, USA

E-mail: prapatip2493@yahoo.com

Specialisation/Occupation

Food, fashion items, medical equipment,
fuel industry

Date of appointment 26 Dec 2001

Country U.S.A.

HTAs Chicago



Mr. John F. Sammons, Jr.

Address 580 N. Beach St., Fort Worth,
Texas 76111, USA

E-mail: jsammons@1mmsi.com

Specialisation/Occupation

Food, general products, and public service in
the community church in Texas

Date of appointment 2 Apr 2010

Country U.S.A.

HTAs Chicago



Mr. Mark Muntz

Address 181 Woodcliff Court Newman,
Georgia 90265, USA

E-mail: mmuntz@msn.com

Specialisation/Occupation

Importer of food (seafood)

Date of appointment 5 Nov 2006

Country U.S.A.

HTAs Miami



Mr. Mark Towery

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

E-mail: mt@geostrategypartners.com

Specialisation/Occupation

Gifts, souvenirs, home decoration, houseware
and garden ware

Date of appointment 12 Dec 2001

Country U.S.A.

HTAs Miami

HTAs

อเมริกาเหนือและโอเชียเนีย : North America and Oceania



Dr. Turhane Doerga

Address 7080 NW 50th Street Miami,
Florida 33166, USA

E-mail alesiedoer@aol.com

Specialisation/Occupation

Importer of rice, canned food (seafood),
condiments, and autoparts

Date of appointment 12 Feb 2001

Country Central America & the Caribbean

HTAs Miami



Mr. Mark Phillips

Address 2325 E. Kivett Drive High Point,
NC 27260, USA

E-mail mark@phillipscollection.com

Specialisation/Occupation

Furniture and home decoration items

Date of appointment 5 May 2007

Country U.S.A.

HTAs New York



Mr. Somchai Ansuaj

Address Rua Cel Fernando Machado 984,
Apt. 703, 90010-320 Centro,
Porto Alegre, RS, BRAZIL

E-mail: somchai.agdi@gmail.com

Specialisation/Occupation

Electrical appliances

Date of appointment 21 Mar 2007

Country Brazil

HTAs Sao Paulo



Mr. Dennis Lester Anderson

Address Suite 202, 10544-114 St.,
Edmonton, AB, T5H 3J7,
CANADA

E-mail: anderson@interbaun.com

Specialisation/Occupation

Honorary consul in Edmonton, head of project
to help addicts and mental patients in the State
of Alberta

Date of appointment 13 Feb 2007

Country Canada

HTAs Vancouver



Mr. Kenneth K. E. Ziegler

Address 600-105 21st St. East Saskatoon,
Saskatchewan S7K 0B3,
CANADA

E-mail: k.ziegler@rslaw.com

Specialisation/Occupation

Legal and Commercial Advisor to the Immigration
Office

Date of appointment 8 Oct 2008

Country Canada

HTAs Vancouver



Mr. George J. Heller

Address 17 Isabella Street, Toronto,
Ontario, M4Y 1M7,
CANADA

E-mail: georgejheller@hotmail.com

Specialisation/Occupation

Former executive of Hudson's Bay Department
Store

Date of appointment 28 Jul 2004

Country Canada

HTAs Toronto

HTAs

อเมริกาเหนือและโอเชียเนีย : North America and Oceania



Mrs. Chunchai Giugni

Address 19/9 Jardine Street, Kingston,
ACT 2604, AUSTRALIA

E-mail giugni@home.com.au

Specialisation/Occupation

Wholesaler of vegetable, fresh fruits, and other goods

Date of appointment 30 Nov 2004

Country Australia

HTAs Sydney



Mr. Barry Hellberg

Address Government Relations Consultant New Zealand
Retailers Association Incorporated National
Office, Level 8 Willbank House, 57 Wills Street,
PO Box 12 086, Wellington, NEW ZEALAND

E-mail bhellbergassociates@extra.co.nz,
bhellberg@retail.org.nz

Specialisation/Occupation

Trade and investment advisory company

Date of appointment 21 Apr 2007

Country New Zealand

HTAs Sydney

ยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS : Europe and The Commonwealth of Independent States (CIS)



Mr. Lysandre C. Seraidaris

Address AV. Verdeil 22, CH-1005,
Lausanne, SWITZERLAND

E-mail: l.seraidaris@bluewin.ch

Specialisation/Occupation

Trade and investment advisor

Date of appointment 5 Mar 2010

Country Switzerland

HTAs Frankfurt



Mr. Eberhard J. Trempel

Address Spichernstr. 15, 10777,
Berlin, GERMANY

E-mail: berlin@germanglobaltrade.de

Specialisation/Occupation

Legal counselor of international trade with experience in trade and investment in Asian countries and good relations with high-level officials in different organisations in Germany

Date of appointment 6 Feb 2002

Country Germany

HTAs Berlin



Mr. Victor Papazov

Address 1 Macedonia Square, 1000 Sofia,
BULGARIA

E-mail: vpapazov@creativebg.com

Specialisation/Occupation

Advanced Management Advisor

Date of appointment 8 Apr 2004

Country Bulgaria

HTAs Budapest

HTAs

ยุโรปและกลุ่มประเทศ CIS : Europe and The Commonwealth of Independent States (CIS)



Mr. Bob Hamaker

Address Peregrine International
Gedempte Oude
Gracht 21 2011 GK Haarlem,
THE NETHERLANDS
E-mail: hta@peregrine.nl

Specialisation/Occupation

Animal feed (chicken)
Date of appointment 29 Nov 2004
Country Benelux
HTAs Hague



Mr. Fons Arents

Address Maastrichterlaan
102 , 6191 RT Beek(L),
THE NETHERLANDS
E-mail: fonshta@home.nl

Specialisation/Occupation

Fresh vegetable and fruit business
Date of appointment 28 Dec 2005
Country Luxembourg
HTAs Hague



Mr. Andrei Chistov

Address 10 Gorodetsky str.,
Kiev, UKRAINE
E-mail: apve@mail.ru,
eginia@voliacable.com

Specialisation/Occupation

Food, garments, natural rubber, and Thai boxing
Date of appointment 3 Dec 2001
Country Ukraine
HTAs Moscow



Mr. Francois WACH

Address 12 Boulevard, du
President Edwards, 67000,
Starsbourg, FRANCE
E-mail: francoiswach@mac.com

Specialisation/Occupation

Strategy and management advisor
Date of appointment 28 Dec 2001
Country France
HTAs Paris



Mr. Maximillian Verderber

Address Korpe 07, SI-1223
Blagovica, SLOVENIA
E-mail: maks.verderber@siol.net

Specialisation/Occupation

Property investment specialist with an interest
in fashion items
Date of appointment 30 Jan 2004
Country Slovenia
HTAs Vienna



Mr. Keerachai Kittiyadisai (KIM)

Address Nejin 6, Kaya Sir, 8/2,
#40, Moscow 119517, RUSSIA
E-mail: kim@fennel.ru,
kimkityadisai@yahoo.com

Specialisation/Occupation

Importer and distributor. Organised the Thai-
Russian businesspeople group to resolve trade
issues between Thai and Russian businesspeople.
Date of appointment 15 Aug 2012
Country Russia
HTAs Moscow

HTAs

ตะวันออกกลาง : Middle East



Mr. Petros Hadjipetrou

Address Greenhouse Supermarket
P.O.Box 5927 Sharjah. U.A.E.
E-mail: agni.1996@yahoo.com

Specialisation/Occupation

Importer and distributor of food. Managing Director of Green House Supermarket

Date of appointment 26 Dec 2001

Country U.A.E

HTAs Dubai



Mr. Albert G. Aoun

Address P.O.Box 55576-Beirut,
LEBANON
E-mail: aaoun@ifpexpo.com

Specialisation/Occupation

Organiser of international exhibitions in the Middle East

Date of appointment 6 Feb 2003

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

Specialisation/Occupation

President of Rimco International Co.Ltd. with specialisation in Confectionary, Factory Textile, and Factory Trading

Date of appointment 20 Mar 2003

Country Syria

HTAs Istanbul



Mr. Mahdi Saeed-O-Zakerin

Address Pars Rastak co., #4,
No.31, 9th St.,Asadabadi Ave.,
Tehran, IRAN
E-mail: info@parsrastak.com

Specialisation/Occupation

Specialisation in organising international exhibitions

Date of appointment 12 Dec 2001

Country Iran

HTAs Tehran



Mr. Cemil Çakar

Address Kopru Sokak Tunc Sitesi 6,
Blok D8, Tarabya,
Istanbul, TURKEY
E-mail: cemil@karex.com.tr

Specialisation/Occupation

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

Date of appointment 2 Jun 2009

Country Turkey

HTAs Istanbul

HTAs

แอฟริกา : Africa



Mrs. Tanya Seksum

Address 5, Duke of Edinburgh Ave,
Port Louis, MAURITIUS
E-mail: pmsl@intnet.mu

Specialisation/Occupation

Specialisation in Management Services and Logistics

Date of appointment 2 Jun 2009

Country Mauritius

HTAs Pretoria



Mr. Tiago Joao Pires Antunes

Address Rua Albano Machado n 6,
2 Andar, Porta n 5, ANGOLA
E-mail: tiago_antunes@ymail.com

Specialisation/Occupation

Specialisation in Financial Management Services and Logistics

Date of appointment 2 Jun 2009

Country Angola

HTAs Pretoria



Mr. Jean-Louis Rabeharisoa

Address P.O Box 12044 Ankorondrano 101,
Antananarivo, MADAGASCAR
E-mail: rebeharisoa_il@wanadoo.mg

Specialisation/Occupation

International trade and investment advisor

Date of appointment 2 Nov 2001

Country Madagascar

HTAs Kenya

เอเชียใต้ : South Asia



Mr. Jasim U.Ahmed

Address Shahjadi Chamber, Level-5
1331/B , Sk.Mujib Road,
Agrabad C/A Chittagong -4100
BANGLADESH
E-mail: juahmed54@gmail.com,
juahmed@colbd.com

Specialisation/Occupation

Shipping and logistics business

Date of appointment 10 Mar 2005

Country Bangladesh

HTAs Dhaka



Mr. Arif Suleman

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

Specialisation/Occupation

Air freight business

Date of appointment 25 Jun 2005

Country Pakistan

HTAs Dhaka

HTAs

ประเทศจีน : China



Mr. Lin Sun Mo, Willy

Address 11/F Milo's Industrial Bldg,
2-10 Tai Yuen Street, Kwai Chung,
NT, HONG KONG
E-mail: willy_lin@milos.com.hk

Specialisation/Occupation

Shipping, ready-to-wear garments and international trade

Date of appointment 7 May 2004

Country China

HTAs Hong Kong



Mr. Lino Weng Cheong Ho

Address Avenida de praia Grand
No. 815,1-andar, Edf. Centro Com.
Talentos, Macau, CHINA
E-mail: lino@ho-chun-kei.com.mo

Specialisation/Occupation

Food imports and exports, investment, and construction

Date of appointment 15 Mar 2004

Country Russia

HTAs Hong Kong



Mr. Xie Ming Qiang

Address No. 8 Tongguling Road, Qingxiu District,
Nanning, Guangxi, CHINA
E-mail: thainanning@126.com,
service@thai-ch.com

Specialisation/Occupation

Imports and exports of rubber, tapioca, and properties business

Date of appointment 21 Jan 2008

Country China

HTAs Nanning



Dr. Chainarong Ittipanuvat

Address 12-16 Hua Feng Shi Chang,
2 Huan Lu Nan 1 Duan, Chengdu,
Sichuan, 610061, CHINA
E-mail: cnrthailand@163.com,
cnrthailand@hotmail.com

Specialisation/Occupation

Distribution center for food and construction material in Chengdu

Date of appointment 1 Sep 2008

Country China

HTAs Chengdu



Mr. Thong Sae-Tern

Address No.29 Fanghu Road,
Huli District, Xiamen,
Fujian, CHINA
E-mail: chai@day-bright.com

Specialisation/Occupation

Food imports and exports

Date of appointment 26 Feb 2007

Country China

HTAs Xiamen

HTAs

เอเชียตะวันออก : East Asia



Mr. Norihito Tanaka

Address 35-20 Matsugaoka, Kanagawa-ku
Yokohama 221-0843, JAPAN
E-mail: notanaka@aol.com

Specialisation/Occupation

Professor of economics and international business.
Advisor of international trade.

Date of appointment 26 Dec 2001

Country Japan
HTAs Tokyo



Mr. Shogo Kamei

Address 1-18 Kokubun-cho 3-chome,
Aoba-ku, Sendai-city,
Miyaki-Prefecture, JAPAN
E-mail: t-doudou@kamei.co.jp

Specialisation/Occupation

Vice president of Miyagi Chamber of Commerce

Date of appointment 2 Nov 2001

Country Japan
HTAs Tokyo



Mr. Stanley Park

Address 869, SK M City 104 Dong 406 Ho,
Janghang 2 Dong, Ilsan Dong-Gu,
Goyang-Si, Gyeonggi-Do, SOUTH KOREA
E-mail stanpark@coman.or.kr

Specialisation/Occupation

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

Date of appointment 28 Feb 2007

Country R.O. Korea
HTAs Seoul



Mrs. Pimjai Matsumoto

Address 4-9-6 Kinshi Sumida-ku,
Tokyo, Japan 130-0013
Tel +813-5608-3694
E-mail pimjai@pandftech.com

Specialisation/Occupation

Importer of Thai products and Thai restaurateur
in Japan

Date of appointment 29 Aug 2013

Country Tokyo
HTAs Japan

HTAs

อาเซียน : ASEAN



Mr. Jose T. Ng

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

Specialisation/Occupation

Construction business and trading company

Date of appointment 12 Dec 2001

Country Philippines

HTAs Manila



Mr. Adisai Prasertsri

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

Specialisation/Occupation

International trade advisory business

Date of appointment 29 Apr 2011

Country Vietnam

HTAs Ho Chi Minh



Mr. Oknha Thai Tino

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

Specialisation/Occupation

Wholesaler and trading firm to distribute Thai
consumer goods to Cambodia

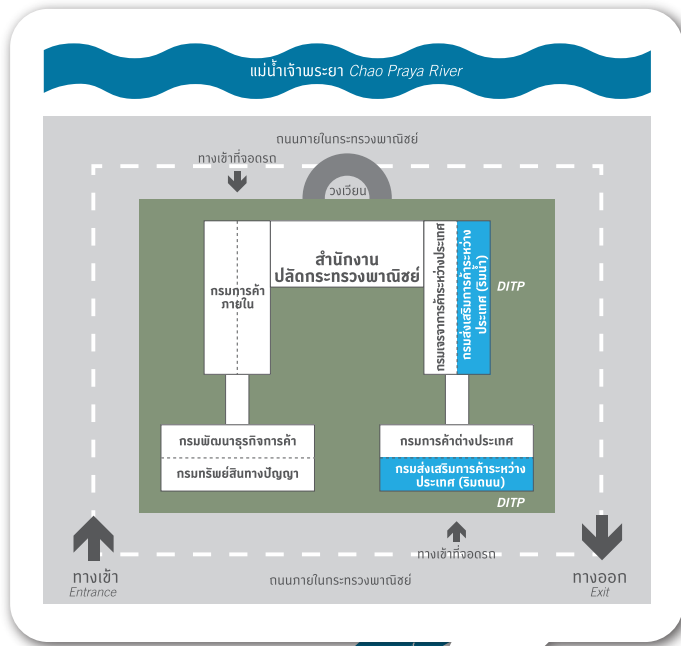
Date of appointment 10 May 2004

Country Cambodia

HTAs Phnom Penh

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Main Office



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สนามบินน้ำ)

563 ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ

อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์: 0 2507 7999

โทรสาร: 0 2547 5657- 8

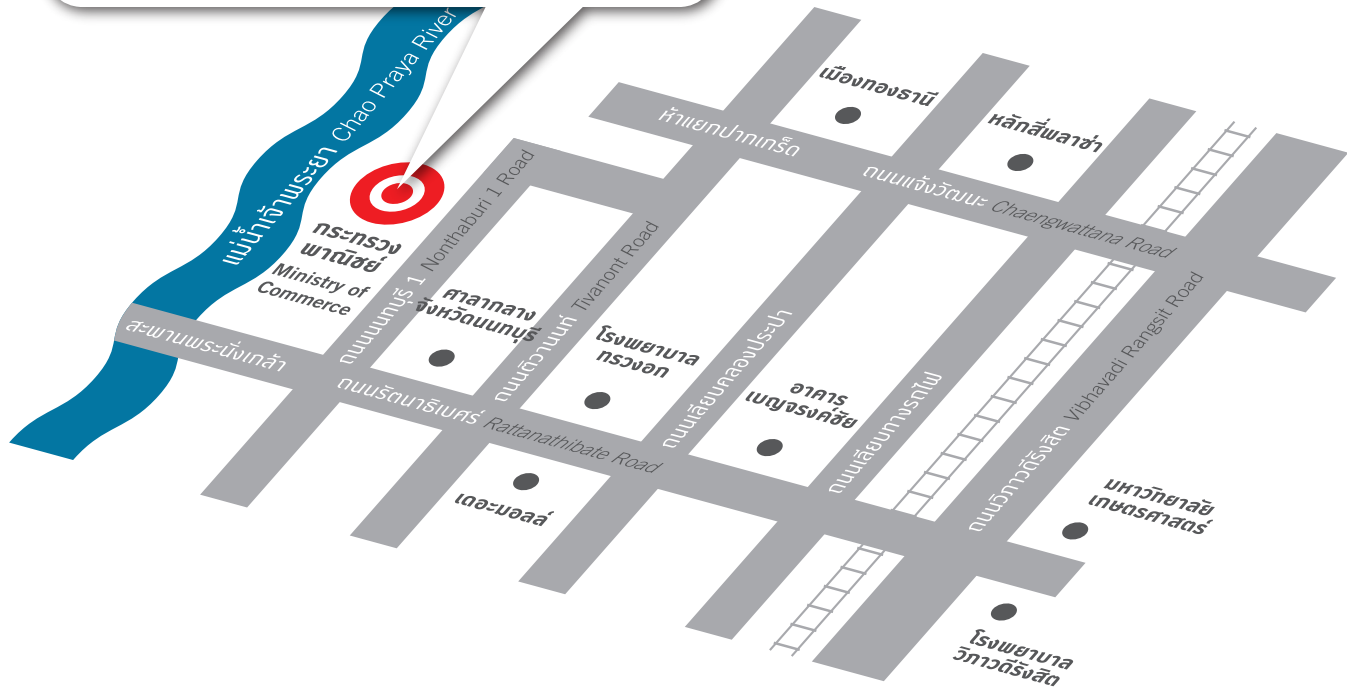
NONTHABURI OFFICE

563 Nonthaburi Rd., Bang Kra Sor,

Amphur Muang, Nonthaburi 11000

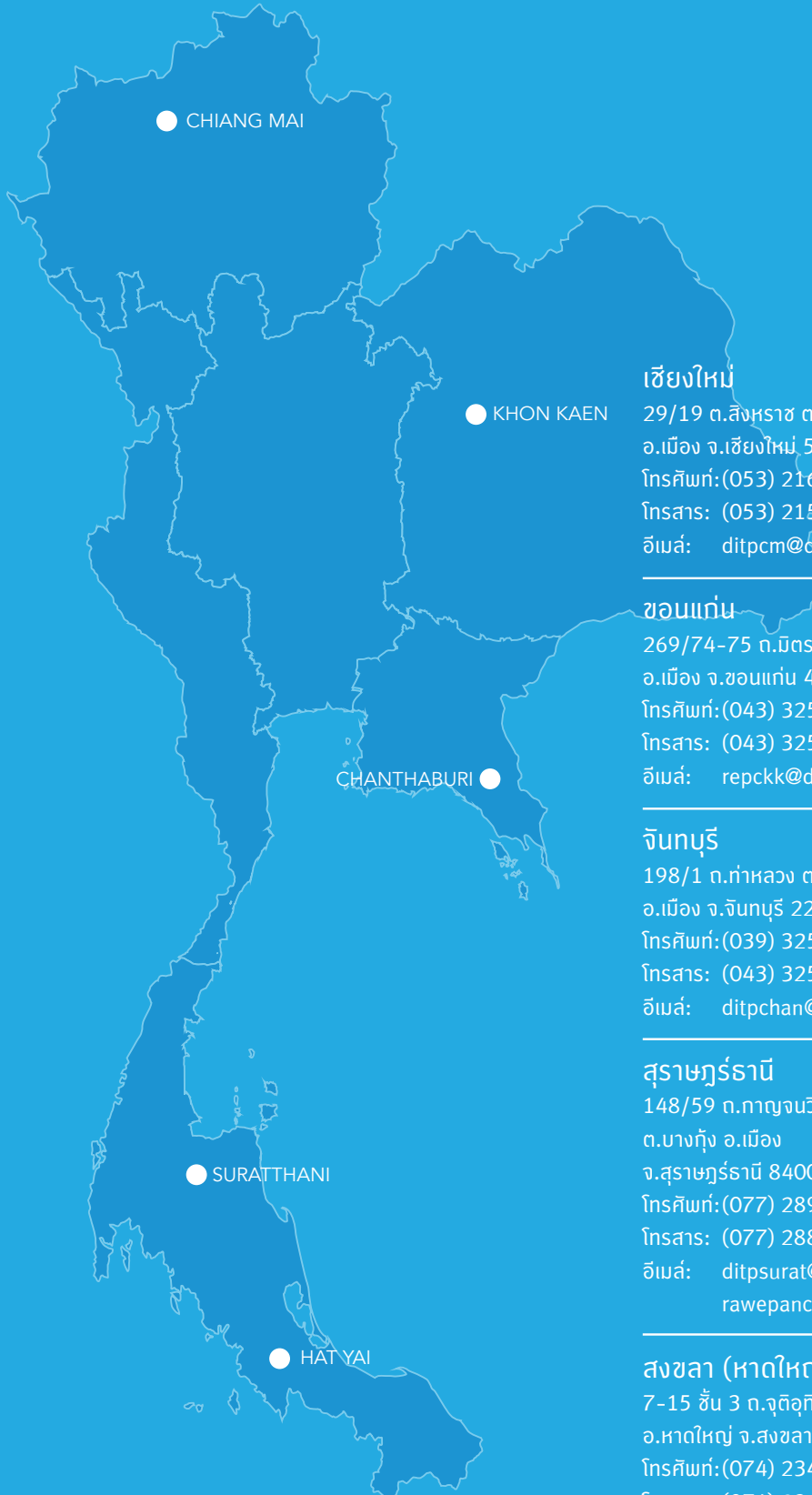
Tel: +66 (0) 2507 7999

Fax: +66 (0) 2547 5657- 8



สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาค

Regional Offices of International Trade Promotion



● CHIANG MAI

● KHON KAEN

● CHANTHABURI

● SURATTHANI

● HAT YAI

เชียงใหม่

29/19 ต.สิงหาราช ต.ศรีภูมิ
อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์: (053) 216-350-1
โทรสาร: (053) 215-307
อีเมล: ditpcm@ditp.go.th

Chiang Mai

29/19 Singharaj Rd., T.Si Phum
A.Muang, Chiang Mai 50200
Tel: (053) 216-350-1
Fax: (053) 215-307
E-mail: ditpcm@ditp.go.th

ขอนแก่น

269/74-75 ต.มิตรภาพ ต.ในเมือง
อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์: (043) 325-025-8
โทรสาร: (043) 325-029
อีเมล: repckk@ditp.go.th

Khon Kaen

269/74-75 Mitrpararb Rd.,
A.Muang, Khon Kaen 40000
Tel: (043) 325-025-8
Fax: (043) 325-029
E-mail: repckk@ditp.go.th

จันทบุรี

198/1 ต.ท่าหลวง ต.วัดใหม่
อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000
โทรศัพท์: (039) 325-963
โทรสาร: (043) 325-962
อีเมล: ditpchan@ditp.go.th

Chanthaburi

198/1 Thaloung Rd., T.Watmai
A.Muang, Chanthaburi 22000
Tel: (039) 325-963
Fax: (043) 325-962
E-mail: ditpchan@ditp.go.th

สุราษฎร์ธานี

148/59 ต.กาญจนวิถี
ต.บางกุ้ง อ.เมือง
จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์: (077) 289-108, 286-916
โทรสาร: (077) 288-632
อีเมล: ditpsurat@ditp.go.th,
rawepanc@hotmail.com

Suratthani

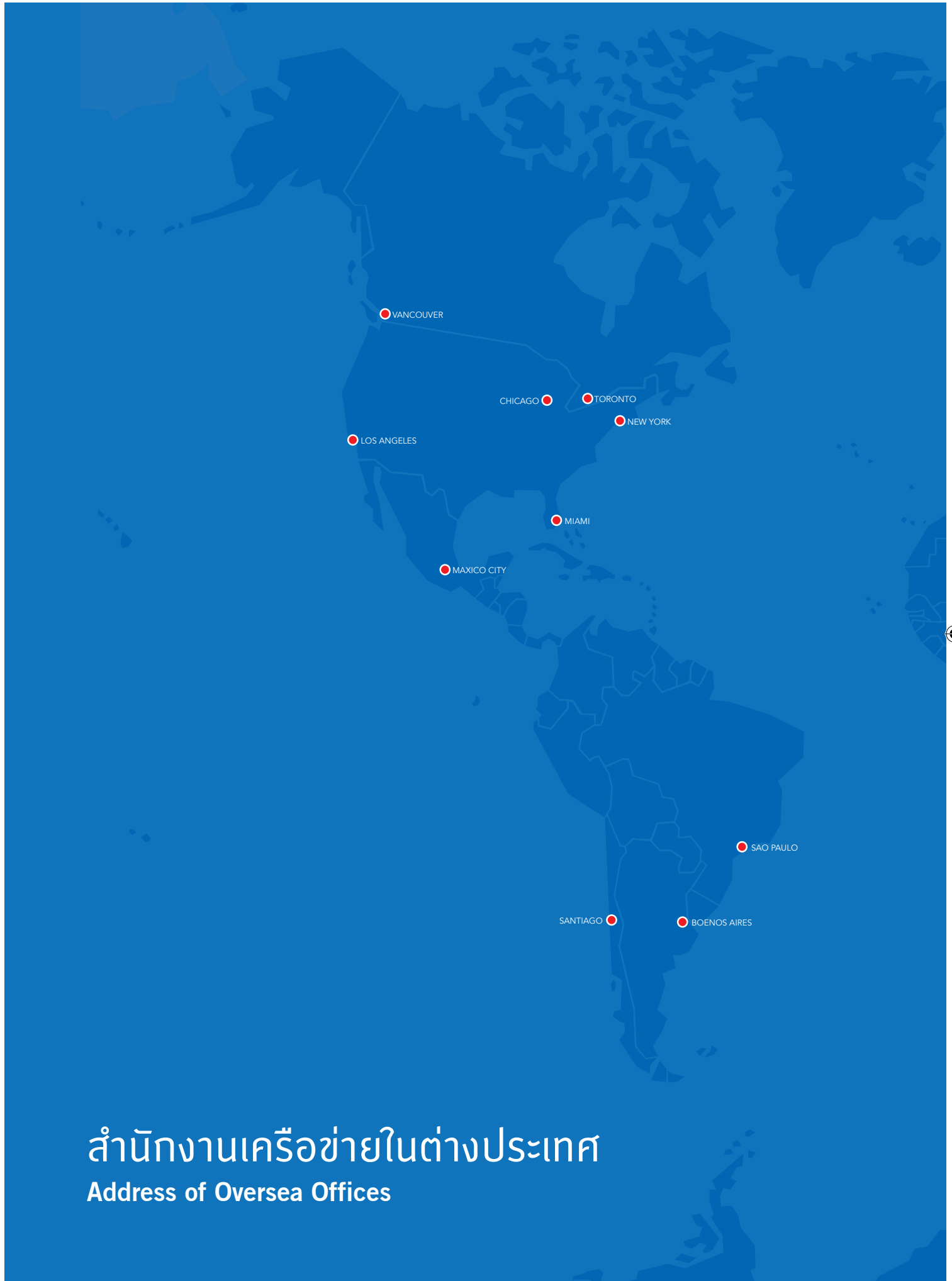
148/59 Kanchanavithaei Rd.,
T.Bangkung, A.Muang,
Suratthani 84000
Tel: (077) 289-108, 286-916
Fax: (077) 288-632
E-mail: ditpsurat@ditp.go.th,
rawepanc@hotmail.com

สงขลา (หาดใหญ่)

7-15 ชั้น 3 ต.จตุรพักต 1 ต.หาดใหญ่
อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์: (074) 234-349
โทรสาร: (074) 234-329
อีเมล: ditphadyai@ditp.go.th

Songkhla (Hat Yai)

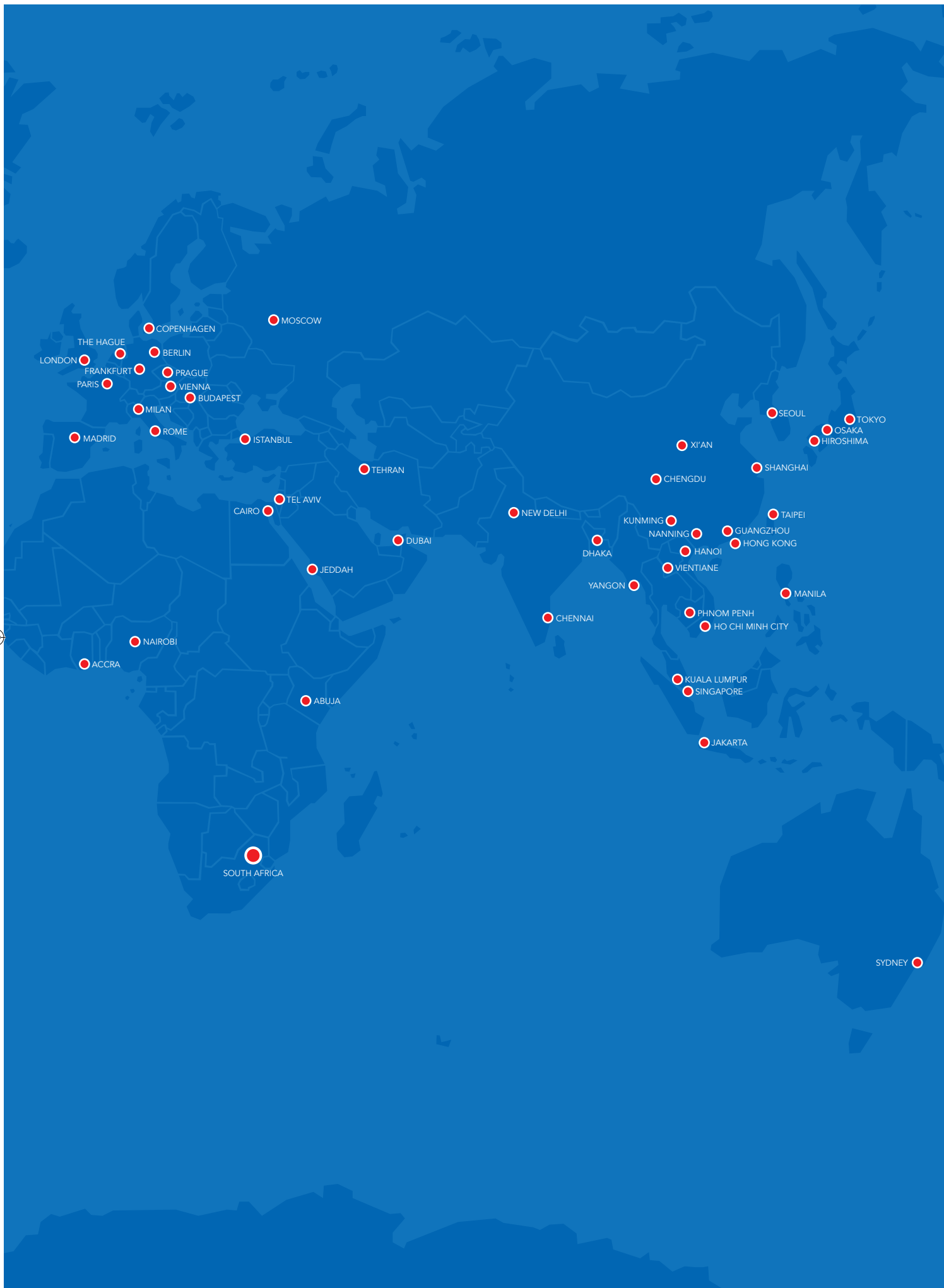
7-15 Jootee-uthit 1 Rd.,
Had Yai, Songkhla 90110
Tel: (074) 234-349
Fax: (074) 234-329
E-mail: ditphadyai@ditp.go.th



สำนักงานเครือข่ายในต่างประเทศ

Address of Oversea Offices





สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ต่างประเทศ)

Overseas Office of International Trade Promotion

AFRICA

EGYPT

Cairo

Thailand Trade Office, Cairo
59 Mosadak Street, 4th Floor, Apartment No.10,
Dokki, Giza, Greater Cairo, 3
Arab Republic of Egypt
Tel: +20 2 376 20901, 333 87292
Fax: +20 2 333 63062
E-mail: thaitccairo@depthai.org.eg
Director: Mr. Sakda Sinsuksai

GHANA

Accra

Thailand Trade Office, Accra
4 Alema Avenue Airport Residential Area,
P.O. Box P.M.B. CT 105 Cantonments, Accra,
Republic of Ghana
Tel: +233 302 780442
Fax: +233 302 769941
E-mail: thailand.ghana@gmail.com,
thailand.ghana@yahoo.com

KENYA

Nairobi

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Nairobi
Rose Avenue, off Denis Pritt Rd,
P.O.Box 58349-00200, City Square, Nairobi,
Republic of Kenya
Tel: +254 20 2919133 2919131
Fax: +254 73 1615996
E-mail: info@ocanairobi.co.ke
Director: Mr. Surasakdi Sukhopala

NIGERIA

Abuja

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Abuja
3 Osun Close, Off Osun Crescent,
Maitama, Abuja,
Federal Republic of Nigeria
Tel: +(234) 7039 0523 13
Fax: +(234) 9413 5193
E-mail: ditpabuja@gmail.com
Director: Mr. Jirawuth Suwann-Arj

SOUTH AFRICA

Pretoria

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Pretoria
248 Hill Street, Arcadia, Pretoria, South Africa
P.O. Box 95459, Waterkloof 0145, Pretoria,
Republic of South Africa
Tel: +27 12 342 0835, 342 0850
Fax: +27 12 342 0855
E-mail: ttcpretoria@telkomsa.net
Director: Mr. Chakarin Komolsiri

ASEAN

CAMBODIA

Phnom Penh

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Phnom Penh
196, M.V. Preah Norodom Boulevard,
Sangkat Tonle Bassac, Khan Chamkar Mon, Phnom Penh,
Kingdom of Cambodia
Tel: +855 23 726304, 994314
Fax: +855 23 726305
E-mail: thaicomphn@gmail.com
Director: Mrs. Jiranun Wongmongkol

INDONESIA

Jakarta

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Jakarta
JL. Mega Kuningnam, Kav. E3.3 No.3, Lot 8.8, Jakarta 12940,
Republic of Indonesia

Tel: +62 21 29328217-8

Fax: +62 21 29328219

E-mail: enquiry@thaitrade.co.id

Director: Ms. Vilasinee Nonsrichai

LAOS

Vientiane

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Vientiane
028 Ban Phonsay, Kaysone Phomvihane Avenue,
Saysettha, Vientiane, PDR. P.O. Box 128,
Lao People's Democratic Republic

Tel: +856 21 413706, 413704

Fax: +856 21 412089

E-mail: vtdeplaos@gmail.com

Director: Mrs. Pimol Pongkongkaew

MALAYSIA

Kuala Lumpur

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy,
Kuala Lumpur
206 Jalan Ampang, 50450 Kuala Lumpur, Malaysia

Tel: +60 3 2142 4601, 2145 8545

Fax: +60 3 2148 9818

E-mail: enquiry@thaitrade.my

Director: Ms. Vichada pabunjertkit

MYANMAR

Yangon

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Yangon
86 (A) Shin Saw Pu Road.,
San Chaung Township, Yangon,
THE REPUBLIC OF THE UNION OF MYANMER

Tel: +95 1 510731

Fax: +95 1 510731

E-mail: ditpthailand9@gmail.com

Director: Mr. Boon Intiratana

PHILIPPINES

Manila

Thailand Trade Office, Manila
107 Rada Street, Legaspi Village,
Makati City 1229,

Republic of The Philippines

Tel: +63 2 8940403, 8940406

Fax: +63 2 8160698

E-mail: thaicommmnl@pltdtssl.net

Director: Ms. Rachakorn Saksri

SINGAPORE

Singapore

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
370 Orchard Road, Singapore 238870
Republic of Singapore

Tel: +65 6737 3060, 6732 7769

Fax: +65 6732 2458

E-mail: enquiry@thaitrade.sg

Director: Ms. Thitinuntana Tonsrisakul

VIETNAM

Hanoi

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Hanoi
No.801, 8th Floor, Hanoi Central Office Building,
44B Ly Thuong Kiet Street, Hanoi,
Socialist Republic of Vietnam

Tel: +844 39365226, 39365227

Fax: +844 39365228

E-mail: thaitchanoi@depthai.go.th

Director: Ms. Usa Wijarurn

Ho Chi Minh City

Commercial Office, Royal Thai Consulate General,
Ho Chi Minh
8th Floor, Unit 4, Saigon Centre Building,
65 Le Loi Boulevard, District 1,
Ho Chi Minh City,

Socialist Republic of Vietnam

Tel: +848 3914 1838, 3914 1865

Fax: +848 3914 1864

E-mail: ttc_hcmc@vnn.vn

Director: Mrs. Malinee Harnboonsong

BANGLADESH**Dhaka**

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Dhaka
17 Mohakhali C/A,
3rd Floor, Red Crescent Concord Tower,
Dhaka-1212,
People's Republic of Bangladesh
Tel: +88 02 9850056-7
Fax: +88 02 9850059
E-mail: thaitrade@link3.net
Director: Ms. Wachara Chamnanwong

CHINA**Chengdu**

Commercial Section, Royal Thai Consulate General, Chengdu
12/F, Building No.3, Fund International Plaza No.6,
Hongkong Road, Chengdu Sichuan 610041,
People's Republic of China
Tel: +86 28 6689 7861 ext.8011, 8013, 8014
Fax: +86 28 6687 7904
E-mail: thaicchengdu@ditp.go.th
Director: Ms. Jeeranun Hirunyasumlith

Guangzhou

Commercial Section, Royal Thai Consulate General, Guangzhou
36 Youhe Road, Haizhu District, Guangzhou 510310,
People's Republic of China
Tel: +86 20 8384 9453, 8333 8999 ext. 203, 205
Fax: +86 20 8384 9760
E-mail: thaicguangzhou@ditp.go.th
Director: Ms. Pannakarn Jiamsuchon

Hong Kong

Office of Trade Commissioner, Royal Thai Consulate
General, Hong Kong
8th Floor, Fairmont House, 8 Cotton Tree Drive, Central,
Hong Kong, Special Administrative Region of
The People's Republic of China
Tel: +852 2525 9716
Fax: +852 2868 4927
E-mail: thaicomm@netvigator.com
Director: Mr. Wittayakorn Maneenetr

Kunming

Commercial Section, Royal Thai Consulate General,
Kunming
1st Floor, Kunming Hotel, Commercial Building,
52 Dong Feng East Road, Kunming, Yunnan 650051
People's Republic of China
Tel: +86 871 6316 5006, 6316 5019
Fax: +86 871 6316 5026
E-mail: thaitckunming@depthai.go.th
Director: Mrs. Chamaiporn Chuecharoen

Nanning

Commercial Section, Royal Thai Consulate General,
Nanning
52-1 Jinhua Road, Orient Manhattan, Nanning,
Guangxi 530022,
People's Republic of China
Tel: +86 771 556 7359, ext. 601-605
Fax: +86 771 558 1797
E-mail: cnak1@hotmail.com
Director: LCDR. Chutarat Nakatan

Shanghai

Commercial Section, Royal Thai Consulate General,
Shanghai
15F, Crystal Century Tower,
567 Weihai Road, Shanghai 200041,
People's Republic of China
Tel: +86 21 6288 9973, 6288 9974
Fax: +86 21 6288 9975
E-mail: ttcsanghai@thaitradechina.cn
Director: Ms. Buniga Chamsai

Xiamen

Commercial Section, Royal Thai Consulate General, Xiamen
Building No.3, Xiamen City Hotel, No.16 Huyuan Road,
Siming District, Xiamen 361003, Fujian,
People's Republic of China
Tel: +86 592 2663064-67
Fax: +86 592 2663060-61
E-mail: maleeratt@ditp.go.th
Director: Mrs. Maleerat Thiparakwong

Xi'an

Commercial Section, Royal Thai Consulate General, Xi'an
Floor 1/2-East, 10#-B-3, Diamond Peninsula,
Qu jiang New District, Yan Nan 3rd Road, Xi'an City,
Shaanxi 710061,
People's Republic of China
Tel: +86 29 87441301 to 2
Fax: +86-29-87441303
E-mail: thaicxian@ditp.go.th
Director: Ms. Jeeranun Hirunyasumliith

INDIA

Chennai

Commercial Section, Royal Thai Consulate General, Chennai
No.3 First Main Road, Vidyodaya Colony,
Nagar, Chennai 600 017,
Republic of India
Tel: +91 44 42300790, 28344617
Fax: +9144 2447 1617
E-mail: thaitcchennai@gmail.com
Director: Mr. Tharadol Thongruang

Mumbai

Thai Trade Center, Mumbai
Express Towers, 3rd Floor, Nariman Point,
Mumbai 400021,
Republic of India
Tel: +91 222 2830242 to 3
Fax: +91 222 2846859
E-mail: thaitrademumbai@gmail.com
Director: Mr. Adul Chotinisakorn

New Delhi

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, New Delhi
78, Ground Floor, Paschimi Marg, Vasant Vihar,
New Delhi-110057,
Republic of India
Tel: +91 11 4326 8888
Fax: +91 11 4601 0405, +91 11 2615 6862
E-mail: thaicnewdelhi@gmail.com
Director: Mr. Chavalit Rojjanaprayon

IRAN

Tehran

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Tehran
No. 3, 2nd Floor, Gol Afshane Shomali Street, 6th Phase,
Shahrak Gharb Area, Tehran,
Islamic Republic of Iran
Tel: +98 21 88093370
Fax: +98 21 88079614
E-mail: thaictehran@ditp.go.th
Director: Mr. Sawut Chankao

ISRAEL

Tel Aviv

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Tel Aviv
144 Hayarkon Street,
Tel Aviv 63451,
State of Israel
Tel: +972 3 524 4277-8
Fax: +972 3 524 4270
E-mail: thaicomt@internet-zahav.net
Director: Mr. Panumas Malasee

JAPAN

Fukuoka

Thai Trade Center, Fukuoka
Kogin Building, 8th Floor, 1-13-2 Tenjin,
Chuo-ku, Fukuoka 810-0001,
Japan
Tel: +81 92 751 6311
Fax: +81 92 751 6522
E-mail: ttcfkk@thaitrade.jp
Director: Ms. Piyanart Wattanasiri

Hiroshima

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

Osaka

Commercial Section, Royal Thai Consulate General, Osaka
Bangkok Bank Building, 8th Floor,
1-9-16 Kyutaromachi,
Chuo-ku, Osaka 541-0056, Japan
Tel: +81 66 262 4418
Fax: +81 66 271 1053
E-mail: ttcosaka@thaitrade.jp
Director: Mr. Suphat Saquandee

Tokyo

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Tokyo
Setani Building, 6th Floor, 5-4 Kojimachi,
Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083, Japan
Tel: +81 3 3221 9482-3, 3221 9463
Fax: +81 3 3221 9484
E-mail: thaitctokyo@thaitrade.jp
Director: Mr. Phatai Sooksommai

SAUDI ARABIA

Jeddah

Thailand Trade Office, Jeddah
Al Dras Tower, 7th Floor, King Abdullah Road,
P.O. Box 8014, Jeddah 21482,
Kingdom of Saudi Arabia
Tel: +966 2 6533280, 6533132
Fax: +966 2 6504544
E-mail: thaitcjeddah@hotmail.com
Director: Mr. Preecha Hantongtus

SOUTH KOREA

Seoul

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Seoul
738-20 Hannam-Dong, Yongsan-Ku,
Seoul 140-893, Republic of Korea
Tel: +82 2 795 2431, 795 4446
Fax: +82 2 795 2998
E-mail: thaitcseoul@ditp.go.th
Director: Mr. Panot Punyahotra

TAIWAN

Taipei

Thailand Trade Office, Taipei
Rm.7E10, No.5, Xin-Yi Road, Sec. 5, Taipei City 110,
Taiwan (People's Republic of China)
Tel: +88 62 2723 1800 to 2
Fax: +88 62 2723 1821
E-mail: thaicom.taipei@msa.hinet.net
Director: Ms. Pitinun Samanvorawong

TURKEY

Istanbul

Thai Trade Center, Royal Thai Consulate General, Istanbul
Mete Cad. Ayanoglu Han No.14 Kat.3,
Taksim 34437-Istanbul,
Republic of Turkey
Tel: +90 212 292 0910-11
Fax: +90 212 292 0912
E-mail: ttcistanbul@gmail.com
Director: Mr. Panumas Malasee

UNITED ARAB EMIRATES

Dubai

Thailand Trade Office, Dubai
Suite 407, Deira Tower, Nasser Square,
P.O. Box 1083, Dubai,
United Arab Emirates
Tel: +971 4 228 4553
Fax: +971 4 222 0934
E-mail: ttcdubai@emirates.net.ae
Director: Mr. Natapong Boonjing

EUROPE

AUSTRIA

Vienna

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

CZECH REPUBLIC

Prague

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Prague
Holeckova 29, 150 95 Praha 5,
Smichov, Prague,
Czech Republic
Tel: +420 2 5732 3030, 5732 5867, 5732 5882
Fax: +420 2 5732 7555
E-mail: thaicom@iol.cz
Director: Mrs. Natee Chuansanit

DENMARK

Copenhagen

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy,
Copenhagen
Hellerupvej 76, 2900 Hellerup, Copenhagen,
Kingdom of Denmark
Tel: +45 3962 6999
Fax: +45 3962 6099
E-mail: ditp@thaicom.dk
Director: Ms. Sujitra Tanomsup

FRANCE

Paris

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Paris
8 Rue Greuze, 75116 Paris,
French Republic
Tel: +33 1 5690 1212
Fax: +33 1 5690 1213
E-mail: thaitcparis@ditp.go.th
Director: Mr. Pakaisakdi Svastisinha

GERMANY

Berlin

Commercial Affairs Division, Royal Thai Embassy, Berlin
Petzower Street 1, 14109 Berlin,
Federal Republic of Germany
Tel: +49 30 8050 040
Fax: +49 30 8050 0451
E-mail: thaicom.berlin@t-online.de
Director: Ms. Natiya Suchinda

Frankfurt

Commercial Section, Royal Thai Consulate General,
Frankfurt
Bethmannstr. 58/3, 60311 Frankfurt am Main,
Federal Republic of Germany
Tel: +49 69 2549 4640
Fax: +49 69 2549 46420
E-mail: thaitrade@depfrankfurt.de
Director: Mrs. Sujitra Tanomsup

HUNGARY

Budapest

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy,
Budapest
Vend utca 26, First Floor
Budapest 1025,
Hungary
Tel: +36 1 212 2738
Fax: +36 1 212 2736
E-mail: thaicommbp@mail.datanet.hu
Director: Mrs. Ponpimon Petcharakul

ITALY

Milan

Thai Trade Office, Milan
Via A. Albricci 8-20122 Milan,
Italy Republic
Tel: +39 02 8901 1467
Fax: +39 02 8901 1478
E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com
Director: Ms. Wanasri Jotikabukkana

Rome

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Rome
Via Erminio Spalla 41, 00142 Rome,
Italy Republic
Tel: +39 06 503 0804-5
Fax: +39 06 503 5225
E-mail: thaitcrome@thaitcrome.it
Director: Mrs. Patama Singhara Na Ayudhaya

NETHERLANDS

The Hague

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, The Hague
Laan van Meerdervoort 51,
2517 AE The Hague,
Kingdom of The Netherlands
Tel: +31 70 345 5444
Fax: +31 70 346 1005
E-mail: info@thaitradehague.com
Director: Mr. Duangarthritis Nidhi-u-tai

POLAND

Warsaw

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Warsaw
Ul. Grzybowska 12/14 apt. 2800-132
Warszawa,
Republic of Poland
Tel: +43 22 620 1508
Fax: +48 22 890 0931
E-mail: info@ttcw.pl
Director: Mr. Sathaworn Subsoontorn

RUSSIA

Moscow

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Moscow
52, Building 1, Kosmodaianskaya Rd., Moscow 115054,
Russian Federation
Tel: +7 499 653 5989
Fax: +7 499 653 6959
E-mail: Moscow@thaitrade.ru
Director: Mrs. Kalayanee Sirikul

SPAIN

Madrid

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Madrid
Embajada Real de Tailandia
Segre, 29 2A, 28002 Madrid,
Kingdom of Spain
Tel: +34 91 563 0190, 563 0196
Fax: +34 91 563 8090
E-mail: thaicom@codeinf.com
Director: Mr. Prakhan Kordumrong

UNITED KINGDOM

London

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, London
11 Hertford Street, Mayfair,
London, W1J 7RN,
United Kingdom
Tel: +44 20 7493 5749
Fax: +44 20 7493 7416
E-mail: info@thaitradelondon.com
Director: Mr. Chulit Stavorn

NORTH AMERICA

CANADA

Toronto

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Toronto
80 Bloor Street West, Suite 401,
Toronto, Ontario M5S 2V1,
Canada
Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
E-mail: thaitradetoronto@on.aibn.com
Director: Ms. Daovipa Leekumjohn

Vancouver

Thai Trade Center, The Royal Thai Consulate General,
Vancouver
1009-1166 Alberni Street, Vancouver, BC. V6E 3Z3,
Canada
Tel: +1 604 687 6400
Fax: +1 604 683 6775
E-mail: ttcvan@telus.net
Director: Mrs. Nisabudh Virabutr

MEXICO

Mexico City

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Mexico
Gauss 9, 102-B, 1st Floor, Col. Anzures,
Miguel Hidalgo, Mexico, D.F. 11590,
United Mexican States
Tel: +52 55 5557 5418, 5557 9960
Fax: +52 55 5580 4214
E-mail: thaitcmexico@prodigy.net.mx
Director: Mr. Chakchinnabud Chuenarom

USA

Chicago

Commercial Office of Royal Thai Consulate General,
Chicago
700 North Rush St.2nd Floor Chicago, IL 60611
United States of America
Tel: +1 312 787 3388
Fax: +1 312 787 9733
E-mail: ttcc@thaitradechicago.com
Director: Ms. Pranita Kurdpikul

Los Angeles

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

Miami

Thai Trade Center, Miami
6100 Blue Lagoon Drive Suite 100,
Miami, FL 33126,
United States of America
Tel: +1 786 388 7888
Fax: +1 786 388 7999
E-mail: ttcmiami@earthlink.net
Director: Mrs. Kanya Amorntheerakul

New York

Thai Trade Center, New York
Commercial Office of Royal Thai Consulate General
The Rockefeller Center
630 Fifth Avenue, Suite 1915
New York, NY 10111,
United States of America
Tel: +1 212 482 0077
Fax: +1 212 482 1177
E-mail: info@thaitradeny.com
Director: Mrs. Somjin Plengkhum

SOUTH AMERICA

ARGENTINA

Buenos Aires

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

BRAZIL

Sao Paulo

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

CHILE

Santiago

Thai Trade Center, Santiago
Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
Av.Andres Bello 2777, Of.2802 Las Condes, Santiago,
Republic of Chile
Tel: +1 562 203 3386, 203 3387
Fax: +1 562 203 3391
E-mail: thaitrade@ttcsantiago.cl
Director: Mr. Passavudh Rimcharone



OCEANIA

AUSTRALIA

Sydney

Commercial Office of Royal Thai Consulate General, Sydney
Level 21st Suite 2102, The Royal Exchange Building,
56 Pitt Street, Sydney, NSW 2000,
Commonwealth of Australia
Tel: +61 2 9241 1075
Fax: +61 2 9251 5981
E-mail: thaitrade@ozemail.com.au
Director: M.L. Bhuthong Thongyai





THINK THAILAND

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

563 Nonthaburi Rd., Amphur Muang,
Nonthaburi 11000 THAILAND

Tel : +66 (0) 2507 8448
: +66 (0) 2547 4252
Fax: +66 (0) 2547 4250-51

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



B2B ONLINE



VISIT OUR FAIRS

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

