

DITP 

DITP

ชี้ช่องการค้า ↗

ขับเคลื่อนการค้าไทย
สู่ตลาดโลก

ปีที่ 5
ฉบับที่ 40
เมษายน
2558

สินค้าอาหารฮาลาลไทยศักยภาพสูง
กับช่องทางส่งออกในอินโดนีเซีย

ตามติดพฤติกรรมผู้บริโภค...
กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ
ในการเจาะตลาดมาเลเซีย

การตลาดคอนเน็คชั่น
กลยุทธ์ส่งออก ยามือง
“ตรา ถ้วยทอง” สู่ตลาดโลก



DITP THINK THAILAND

โปรโมทสินค้าไทยย้ำคุณภาพ ในตลาดโลก



Editor Talk

DITP ชี้ช่องการค้า
ปีที่ 5 ฉบับที่ 40
เดือนเมษายน 2558

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เล็งเห็นความสำคัญของงานด้าน “การประชาสัมพันธ์” จึงได้จัดตั้งโครงการ THINK THAILAND หนึ่งในแคมเปญการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อโชว์ศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการไทยให้ผู้บริโภคทั่วโลกได้รับรู้ในมุมมองที่เน้นย้ำ “จุดแข็ง” และ “ความแตกต่าง” ของสินค้าไทยภายใต้โครงการ THINK THAILAND โดยกำหนดการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในกลุ่มสินค้าและบริการหลัก 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ กลุ่มสินค้าบริการ และกลุ่มสินค้าอาหาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวต่างชาติและเพิ่มแรงขับเคลื่อนการส่งออกสินค้าไทยในตลาดโลก

THINK THAILAND จะเป็นโครงการที่ช่วยต่อยอดให้ผู้ประกอบการไทยได้เห็นว่า หากต้องการจะประสบความสำเร็จในตลาดส่งออกในยุคปัจจุบันได้นั้น การมีหลังบ้านที่ดี มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีรูปลักษณะออกแบบเป็นสากลเป็นสิ่งสำคัญ แต่เหนือกว่านั้นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ที่เป็นแรงสนับสนุนเข้ามาช่วยเป็นพลังแห่งกระบอกเสียงให้ผู้บริโภคได้รับรู้ด้วย

ในวาระครบรอบปีที่ 40 นี้ ทีมงาน DITP ชี้ช่องการค้า ยังคงมุ่งมั่นในการนำเสนอคอลัมน์ที่ถูกอัดแน่นไปด้วยสาระความรู้ในการทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศเช่นเคย ไม่ว่าจะเป็น AEC FOCUS ที่นำเสนอเรื่อง “สินค้าฮาลาลไทยศักยภาพสูง กับช่องทางส่งออกในอินโดนีเซีย” ส่วน Good Idea จะพาไปรู้จักกับ ผลิตภัณฑ์ทาถู ทาถู ยานหอม “ตราถ้วยทอง” กับกลยุทธ์ส่งออกอย่างไรจนสินค้าเป็นที่รู้จักในนานาประเทศ ย้ำว่าเนื้อหาพลาดไม่ได้แม้แต่คอลัมน์เดียว เพราะข้อมูลทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นประโยชน์กับผู้ส่งออกไทยทั้งสิ้น ◯

Contents

03//DITP@COVER

DITP THINK THAILAND
โปรโมทสินค้าไทยย้ำคุณภาพ
ในตลาดโลก

06//DITP NEWS

08// Global Market

11//AEC FOCUS

สินค้าอาหารฮาลาลไทยศักยภาพสูง
กับช่องทางส่งออกในอินโดนีเซีย

14//สาระน่ารู้จาก EXIM BANK

ตามติดพฤติกรรมผู้บริโภค...กลยุทธ์สู่
ความสำเร็จในการเจาะตลาดมาเลเซีย

15//Good Idea

การตลาดคอนเนคชั่น กลยุทธ์ส่งออก
ยานหอม “ตราถ้วยทอง” สู่ตลาดโลก

16// DITP UPDATE

17// “Int'l Trade Tips by DFT”

การให้บริการตรวจจรับรองคุณสมบัติ
ถิ่นกำเนิดสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

18// บทกวีเก่าสืบ

19// ปฏิทินฝึกอบรม

คณะทำงาน

เจ้าของ : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

ที่ปรึกษา : อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่าง
ประเทศ : นันทวัลย์ ศกุนตนาค

รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่าง
ประเทศ : ร.อ.สุวิพันธุ์ ดิษยะมณฑล

จันทร์ลา ยิมเวธม วิวัฒน์รัตน์

สุพัต อ่องแสงคุณ

นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ :

มาตยวงศ์ อมาตยกุล

เพียร สุขมาก

อารรณ์ อภิภูมพณิชย์

ม.ล.ศพาทอง ทองใหญ่

นพดล ทองมี

บุญทิวา บุญจร

จิตติวิภา ศักดิ์พิทักษ์สกุล

บรรณาธิการบริหาร : จิตติวิภา ศักดิ์พิทักษ์สกุล

ผลิตโดย : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ

อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

พิมพ์ที่ : บริษัท โอดีเอชยู จำกัด

โทร. 0-2704-7958

สอบถามข้อมูลการค้า

ให้คำปรึกษาธุรกิจส่งออก

โทรสายตรง
1169



DITP THINK THAILAND

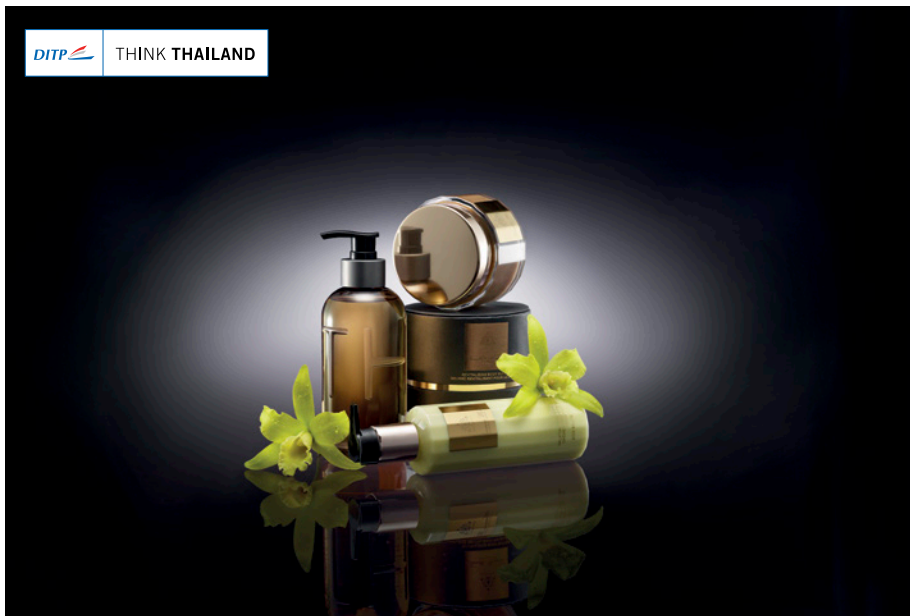
โปรโมทสินค้าไทยย้ำคุณภาพ ในตลาดโลก

สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าโลกในยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงก้าวไปข้างหน้าตลอดเวลา โดยมีการเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น หลายประเทศหันมาเปิดเสรีทางการค้า ทำให้มีข้อได้เปรียบ และข้อเสียเปรียบที่แตกต่างกันออกไป

ทั้งนี้ เมื่อลองมองมาที่สินค้าและบริการจากประเทศไทย ก็พบว่าในเรื่องของคุณภาพนั้น สินค้าไทยหลายชนิดที่มีการส่งออกไปยังต่างประเทศต่างก็เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในนานาประเทศว่าดีจริง อย่างไรก็ตาม การจะทำให้สินค้าและบริการเหล่านั้นเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สินค้าต้องมีการทำแผนประชาสัมพันธ์เป็นวงกว้าง ด้วยเหตุนี้

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้จัดทำโครงการที่เน้นสร้างภาพลักษณ์ในมุมมองด้านการเน้นย้ำ “จุดแข็ง” และ “ความแตกต่าง” ของสินค้าไทย ภายใต้โครงการ THINK THAILAND ซึ่งเป็นหนึ่งแคมเปญประชาสัมพันธ์ ที่กรมฯ ต้องการใช้เป็นกระบอกเสียง ไว้คอยบอกเล่าให้ชาวโลกรู้จักสินค้าไทยในมุมมองต่างๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าไทยที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับโลก และหากต้องการซื้อสินค้าก็หันมาซื้อสินค้าไทยเป็นลำดับแรก

โดยวิธีการประชาสัมพันธ์ของ THINK THAILAND นั้น จะเน้นรายละเอียดเรื่อง เผยแพร่ความรู้ให้ผู้บริโภคในต่างประเทศทราบว่า สินค้าที่ส่งออกจากประเทศไทยนั้น นอกจากจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ



สามารถดาวน์โหลดเอกสารได้แล้ว **ฟรี**
ตามช่องทางต่างๆ

E-book : People Media Bookstore
Website : www.ditp.go.th



แล้ว ยังมีการมุ่งเน้นขายความเป็นไทย ที่ค้ำึงถึง การรักษาสິงแวดลอม

นอกจากนี้ โครงการนี้ยังเป็นการทำงานร่วมกับ หน่วยงานอื่นๆ ในการสร้างเครือขายพันธมิตรระหว่าง องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น กรมเจรจาการค้าระหว่าง ประเทศ ที่คอยเป็นศูนย์ข้อมูลในการเจรจาการค้า ระหว่างประเทศ นำเสนอสินค้ำไทยให้ตลาดการค้า ใ้รู้จัก ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพื่อขยายการค้า การ ลงทุน รวมถึงหน่วยงานอื่น เช่น สมาคมผู้ประกอบการ แอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย (TACGA), สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, สมาคม มาตรฐานและคุณภาพแห่งประเทศไทย ฯลฯ ในการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้ำไทยให้อยู่ในระดับ สากลยอมรับ

โดยสินค้ำและบริการไทยภายใต้แคมเปญ THINK THAILAND ที่พยายามจะบอกต่อ สร้าง การรับรู้ใ้แก่ผู้บริโภคและคูค้ำทางธุรกิจในระดับ นานาชาตินั้นแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ สินค้ำ อุตสาหกรรม สินค้ำไลฟ์สไตล์ สินค้ำบริการ และ สินค้ำประเภทอาหาร โดยเน้นให้เห็นถึง ภาพลักษณ์ ความเป็นไทย การให้บริการด้วยใจ และคุณภาพ มาตรฐานสินค้ำระดับสูง โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มสินค้ำอุตสาหกรรม : ประกอบด้วย รถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องทำความเย็น และ วัสดุก่อสร้าง โดยจะเน้นการสร้างภาพลักษณ์ใ้ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ให้เห็นว่าไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์และ ชิ้นส่วน จนอาจเรียกใ้ว่าเป็นผู้นำในการให้บริการ ผลิตอะไหล่และอุปกรณ์เสริมเพื่อส่งออกไปยังตลาด การค้าโลก และมีแนวโน้มอีกว่าจะต้ออย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งเพื่อใ้มั่นใจ ว่าลูกค้าจะใ้สินค้ำที่ดีที่สุด ในขณะที่กลุ่มเครื่อง ปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น ก็จะไม่ยั้งว่า ไทยเป็นผู้ผลิตสินค้ำที่มีคุณภาพ รักษาสิ่งแวดล้อม กลุ่มวัสดุก่อสร้าง เน้นการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นผู้ผลิตระดับโลก เป็นต้น

กลุ่มสินค้ำไลฟ์สไตล์ : ประกอบด้วย สินค้ำ อัญมณีเครื่องประดับ สินค้ำเครื่องหนังรองเท้า สินค้ำ แฟชั่นเสื้อผ้า สิ่งทอ และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิ สินค้ำเครื่องมือแพทย์ สินค้ำผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม สินค้ำเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สปา ซึ่งจะเน้นการ ประชาสัมพันธ์ใ้เห็นว่าสินค้ำที่ส่งออกนั้นมีคุณภาพ ระดับพรีเมียม เน้นความเป็นธรรมชาติ คือการใช้ วัสดุดิบจากสมุนไพรไทย ที่ปราศจากสารพิษตั้งแต่ ต้นสายของการผลิต บวกกับการบริการด้วยใจ และ





เป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพและความงาม

กลุ่มสินค้าบริการ : ประกอบด้วย สินค้า ดิจิตอลคอนเทนต์ เน้นการเป็นฐานการผลิต และเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ตัวอย่างเช่น การซูดเด่นของแอนิเมชันไทยใช้ความสามารถของนักสร้างแอนิเมชันไทยที่ได้ถูกยอมรับในระดับสากล เป็นประเทศผู้ผลิตชิ้นแนวหน้าสามารถส่งออกแอนิเมชันได้สูงหลายพันล้านบาทต่อปี โดยรายได้ร้อยละ 90 มาจากการรับจ้างผลิตงาน มีความสามารถที่จะผลิตบุคลากรด้านแอนิเมชันได้ถึงประมาณ 2,000 คนต่อปี

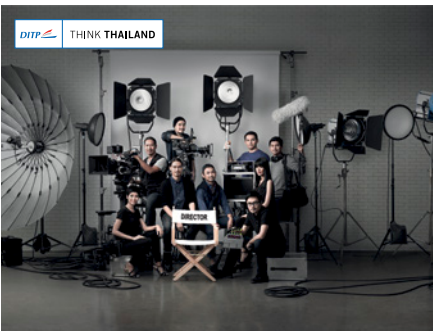
กลุ่มสินค้าอาหาร : เน้นการเป็นครัวของโลก และรสชาติอาหารที่น่าจดจำ มีความโดดเด่นจนถูกเสิร์ฟบนโต๊ะอาหารในทุกมุมของโลก และยังมีการผลิตที่หลากหลาย ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีศักยภาพในด้านของสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศในการเพาะปลูก ทำให้มีวัตถุดิบจำนวนมากสำหรับการนำไปแปรรูปในอุตสาหกรรม จนสามารถส่งออกสินค้า



อาหารได้ปีละหลายหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ

ทั้งนี้ แม้โครงการดังกล่าวจะเข้ามาช่วยในการสร้างแรงกระตุ้นการซื้อขายสินค้าไทยได้แล้ว ตัวผู้ประกอบการไทยเองก็ควรคำนึงถึงในการวางแผนธุรกิจ คือการปรับตัวที่รวดเร็วทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่แปรปรวนตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นกฎระเบียบข้อห้าม หรือสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากการเปิดการค้าตามข้อตกลงในเขตการค้าเสรี (Free Trade Area) ด้านการนำเข้าของประเทศคู่ค้า การติดตามสถานการณ์ของคู่ค้าอย่างใกล้ชิด การศึกษากลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของคุณแข่งขัน การค้นคว้าหาโอกาสและแนวทางในการหาคู่ค้ารายใหม่ๆ เพื่อที่จะสามารถเดินคู่กันไปได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ผู้ประกอบการที่ต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สนามบินน้ำ) โทร. 0-2792-6900 โทรสาร : 0-2547-5657 หรือศึกษาความเคลื่อนไหวของโครงการผ่าน <http://thinkthailand.ditp.go.th> ○



ที่มาข้อมูล :

thinkthailand.ditp.go.th

สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย (TACGA)

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

สมาคมมาตรฐานและคุณภาพแห่งประเทศไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดย ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน ได้ จัดกิจกรรมเสวนา “Infinite Philippines: เสริม ประสบการณ์ธุรกิจ สร้างเทคนิคการค้าไม่รู้จบ” เมื่อช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา เพื่อ สนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้ได้ศึกษาถึงวิธีการ วิเคราะห์โอกาสและผลกระทบต่างๆ ในการเตรียม ความพร้อมและพัฒนาขีดความสามารถเพื่อขยาย ธุรกิจสู่ประเทศฟิลิปปินส์

โดยกิจกรรมเสวนาดังกล่าว ถือเป็นส่วนหนึ่ง ของโครงการพัฒนาและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ไทยสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประจำปี 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเสริมสร้างแนวคิด และ องค์ความรู้ ตลอดจนสร้างเครือข่ายให้แก่ผู้ประกอบการ



ไทยที่มีความสนใจทำการค้าการลงทุนในตลาด ฟิลิปปินส์

ทั้งนี้ กรมฯ จะจัดกิจกรรมเสริมสร้าง องค์ความรู้ รวมถึงกิจกรรมขยายตลาดภายใต้ โครงการพัฒนาและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทย สู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประจำปี พ.ศ. 2558 อย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมเสวนากลยุทธ์ SMEs ไทยสู่อาเซียนเดิม (อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน) ผู้สนใจสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ได้ที่ผู้ประสานงานการจัดกิจกรรม โทร. : 0-2971-2288, 08-3004-3740, 09-4035-6603 ถึง 6605 Email : abc_cholvirod@yahoo.com ในวันและ เวลาราชการ ○

OSEC Clinic จับเคลื่อนการค้าไทยใน AEC

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เปิดตัว โครงการ One Stop Export Service Center (OSEC) Clinic 2015 “จับเคลื่อนกลยุทธ์การค้า อาเซียน รุก-รับ AEC”

ร้อยเอกสุวิพันธุ์ ดิษยมณฑล รองอธิบดี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กล่าวว่า ปลาย ปีนี้ประเทศไทยต้องเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนอย่างสมบูรณ์ การเตรียมความพร้อมเพื่อ เพิ่มความรู้ในด้านขั้นตอน กฎระเบียบใหม่ๆ จึงเป็น สิ่งสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการไทย พร้อมก้าวสู่ระดับแนวหน้าทั้งในตลาดโลกและตลาด อาเซียน การจัดโครงการดังกล่าวจะเป็นการช่วย เตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในรูปแบบของ การจัดสัมมนา เน้นฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้ความ เข้าใจถึงขั้นตอน กฎระเบียบ ข้อบังคับใหม่ๆ และ ข้อควรรู้ในสิทธิประโยชน์ทางการค้า เช่น กฎหมาย ศุลกากร ใบอนุญาตที่สำคัญจากหน่วยงานราชการ และเอกชน ให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่สนใจเข้าร่วม



โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำและตอบคำถามที่ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของหน่วยงานนั้นๆ มีเป้าหมาย ดำเนินการอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อช่วยเหลือ ผู้ประกอบการอย่างน้อยปีละ 1,200 ราย ผู้ประกอบการ ที่สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่ onestopservice.ditp.go.th ○



Bangkok Gems and Jewelry Fair อัญมณีไทย เครื่องประดับแห่งอาเซียน

สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ โดยการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดงานแสดงสินค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ Bangkok Gems and Jewelry Fair ครั้งที่ 55 ระหว่างวันที่ 24-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ศูนย์การแสดงนิทรรศการและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี

นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กล่าวว่ “สำหรับงาน Bangkok Gems and Jewelry Fair ถือได้ว่าเป็นงานแฟร์ที่ใหญ่ติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก โดยที่ผ่านมามีการขายได้พยายามผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีมาโดยตลอด เนื่องจากมองว่าธุรกิจการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยยังสามารถเติบโตได้อีกมาก เพราะการออกแบบที่เป็นเลิศ รวมถึงมีแรงงานฝีมือคุณภาพ”



ในปี พ.ศ. 2558 นี้ ประเทศไทยจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเป็นประตูแห่งการค้าอัญมณี และเครื่องประดับในภูมิภาคอาเซียน ส่งผลในเชิงบวกต่อการขยายการค้า งาน Bangkok Gems and Jewelry Fair จึงถือเป็นอีกหนึ่งส่วนที่ส่งผลให้การค้าและการส่งออกของประเทศไทยเจริญเติบโต ○

เดินห้างงาน TIFF ตั้งเป้ารายรับเข้าประเทศ 360 ล้านบาท

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผนึกความแข็งแกร่งของกลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย เดินหน้าจัดเจรจาการค้าจับคู่ธุรกิจสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในงาน TIFF 2015 วันที่ 11-15 มีนาคม พ.ศ.2558 ตั้งเป้ายอดขายทะลุ 360 ล้านบาท

นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กล่าวว่ งาน TIFF 2015 ครั้งที่ 19 นี้ กรมฯ ได้รวบรวมผู้ประกอบการชั้นนำแบรนด์ดังมาร่วมงานกว่า 200 บริษัท 800 คูหา ที่เป็นเจ้าของโรงงานเองโดยนำเฟอร์นิเจอร์คุณภาพดีที่สุด รวมถึงการนำเสนอคอลเล็คชั่นสินค้า และนวัตกรรมใหม่ๆ มาให้ผู้ร่วมงานได้เลือกสรรอย่างครบครันทุกประเภททุกสไตล์ จัดขึ้นในแนวคิด ASEAN Smart Living ที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของการผลิต



และการค้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของอาเซียน ซึ่งกรมฯ ได้ตั้งเป้ามูลค่าการค้าส่งออกสินค้าในงานนี้ ที่จะช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยสูงถึง 360 ล้านบาท ○

ผู้นำเข้าเมืองมิลาน ต้องการนำเข้าสินค้าอาหารสด และอาหารแห้งเพิ่มขึ้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองมิลาน เข้าพบเพื่อหารือกับบริษัท Unicash จำกัด ผู้นำเข้าสินค้าอาหารจากเอเชียรายใหญ่ และเป็นเจ้าของร้านอาหารอิตาเลียนหลายแห่ง ซึ่งในแต่ละปีจะมีการนำเข้าสินค้าอาหารจากประเทศไทย เป็นจำนวนมาก เช่น ข้าว เครื่องแกง เส้นก๋วยเตี๋ยว น้ำผลไม้ ฯลฯ

โดยล่าสุด บริษัท Unicash จำกัด กำลังเริ่มดำเนินการขยายธุรกิจ จัดตั้งศูนย์ Cash and Carry สำหรับจำหน่ายสินค้าอาหารเอเชียในประเทศไทย อิตาลี จึงทำให้บริษัทต้องการที่จะนำเข้าอาหารสดและอาหารแห้งจากหลายประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค

พร้อมกันนี้ Mr. Luigi Sun ซึ่งเป็นเจ้าของบริษัท Unicash จำกัด จะมีกำหนดการเดินทางมาประเทศไทยในระหว่างวันที่ 20-24 พฤษภาคม

พ.ศ. 2558 เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX 2015 ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดขึ้น ในกร

เสาะหาสินค้าใหม่ๆ โดยผู้ประกอบการไทยที่สนใจ จะทำการค้ากับบริษัท สามารถติดต่อเจรจาธุรกิจ หรือทำความรู้จักกันก่อนพบหน้ากันที่งาน THAIFEX 2015 ได้ที่ Email : artasia2000@hotmail.com ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยควรมีการศึกษาลักษณะของสินค้าที่บริษัท Unicash จำกัด ได้เคยมีการนำเข้า มาจำหน่ายในประเทศไทยผ่านทาง www.artasi-amilano.it ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของบริษัท เสียก่อน เพื่อให้การเจรจาเป็นไปอย่างราบรื่นขึ้น ○



(ข้อมูลจาก สคร. ณ เมืองมิลาน)

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดการค้าออนไลน์ในสวีเดน

สถาบันวิจัยสวีเดน HUI Research และสมาคมการค้าออนไลน์ในสวีเดน เผยถึงผลการสำรวจพฤติกรรมการค้าปลีกออนไลน์ในประเทศสวีเดนปีล่าสุด ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 5.10 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือ คิดเป็นอัตราการเติบโตกว่าร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

จากผลการสำรวจ ทำให้ทราบอีกว่า ในจำนวนร้อยละ 35 ของผู้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ทั้งหมดที่มีอายุระหว่าง 18-79 ปี มีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์อย่างน้อยถึงเดือนละ 1 ครั้ง ตัวอย่างสินค้าที่มีการสั่งซื้อ เช่น หนังสือ เครื่องสำอาง เสื้อผ้า กีฬา และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น พฤติกรรมดังกล่าวทำให้เห็นว่าประเทศสวีเดนแม้จะเป็นประเทศที่มีประชากรเพียง 9.37 ล้านคน แต่ถือเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงผู้ซื้อมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น

เรื่อยๆ ประกอบกับบริษัทค้าปลีกหลายแห่งต่างก็มี

การปรับตัว เช่น หาสินค้าใหม่ๆ และเพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวสาร เพื่อชิงส่วนแบ่งการค้าออนไลน์ และให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการสั่งซื้อสินค้าให้ได้ง่ายขึ้น

โดยผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะทำการค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ในประเทศสวีเดนและต้องการหาคู่ค้าทางธุรกิจชาวสวีเดนมาเป็น Partner ให้ แต่ยังไม่ทราบถึงช่องทางการหาข้อมูล สามารถขอคำปรึกษาจาก สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน ได้ที่ Email : ditp@thai-com.dk หรือหาข้อมูลความเคลื่อนไหวตลาดสินค้าและบริการในประเทศสวีเดนเพิ่มเติมได้ที่ Website : www.thaicom.dk ○

(ข้อมูลจาก สคร. ณ กรุงโคเปนเฮเกน)



ผู้นำเข้าเครื่องประดับในสหรัฐฯ สนใจนำเข้าสินค้า Silver Jewelry จากประเทศไทยมากขึ้น

สำนักส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครชิคาโก เข้าพบเพื่อหารือกับบริษัท MBM Company จำกัด ผู้นำเข้าและผู้ผลิตสินค้าเครื่องประดับ Jewelry ซึ่งมีลูกค้าครอบคลุมอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา ซึ่งในหลายปีที่ผ่านมามีการนำเข้าสินค้าเครื่องประดับเงิน และหินสี จากประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

จากการเข้าพบทำให้ทราบอีกว่า ปัจจุบันบริษัท MBM Company จำกัด กำลังมองหาแหล่งวัตถุดิบและสินค้า Silver Jewelry (เครื่องประดับเงิน) เพิ่มเติม เพื่อรองรับการขยายตัวของยอดขายในอนาคต ที่บริษัทจะนำไปจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ เช่น หน้าที่ร้านในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในสหรัฐอเมริกา และเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ต่างๆ ที่บริษัทมีฐานข้อมูลอยู่ ซึ่งในแต่ละปีสามารถสร้าง



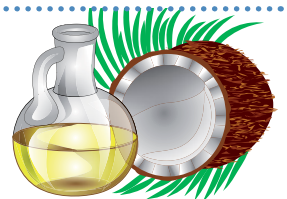
รายได้ให้กับบริษัทฯ ถึงร้อยละ 80 ของรายได้ทั้งหมด ด้วยเหตุนี้จึงมองว่าประเทศไทยในฐานะแหล่งผลิตวัตถุดิบที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก มีสินค้าที่ได้มาตรฐาน จึงอยากเพิ่มการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยให้มากขึ้น โดยผู้ประกอบการไทยที่สนใจสามารถติดต่อทำการค้าผ่าน Mr. Douglas Patinkin ซึ่งเป็น President ของบริษัท MBM Company จำกัด ได้ที่ Email : dpatinkin@mbmcompany.com ○

(ข้อมูลจาก สคร. ณ นครชิคาโก)

ข้อได้เปรียบของสินค้าน้ำมันมะพร้าว ที่ส่งออกจากไทยไปญี่ปุ่น

ต้องยอมรับว่าคนญี่ปุ่นนั้นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่รักและเอาใจใส่ต่อสุขภาพของตนเองเป็นอย่างมาก ซึ่งในแต่ละปีจะมีสินค้าเพื่อสุขภาพโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์และนิตยสารในญี่ปุ่นจำนวนมาก โดยสินค้าเพื่อสุขภาพที่กำลังมีกระแสแรงตัวล่าสุด ก็คือ สินค้าน้ำมันมะพร้าว เนื่องจากมีสรรพคุณมากมาย ทั้งทำให้ปริมาณแคลอรีในอาหารเผาผลาญได้ดี ช่วยชะลอให้ดูอ่อนกว่าวัย รวมถึงป้องกันการเกิดโรคหัวใจ ฯลฯ

โดยจากผลการสำรวจของ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองฟูกูโอกะ พบว่าสินค้าน้ำมันมะพร้าวที่จำหน่ายตามร้านค้าผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและการขายผ่านระบบออนไลน์ จะมีการนำเข้าจากประเทศในทวีปเอเชียเป็นหลัก ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย และการส่งออกน้ำมันมะพร้าวจากประเทศไทยไปสู่ตลาดของประเทศ



ญี่ปุ่น จะถือว่าได้เปรียบสินค้าจากประเทศคู่แข่งไม่น้อยเพราะสินค้าไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าตามกฎหมายภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)

แต่ทั้งนี้ การส่งออกสินค้าน้ำมันมะพร้าว ไปประเทศญี่ปุ่นนั้น ผู้ประกอบการไทยจะต้องมีความระมัดระวังเรื่องการติดฉลากระบุรายละเอียด เช่น ชื่อประเทศที่ผลิต วิธีการเก็บรักษา วันผลิต วันหมดอายุที่ชัดเจน และหากเป็นสินค้าออร์แกนิกจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย Japanese Agricultural Standard ซึ่งเป็นกฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าและการติดฉลาก เนื่องจากคนญี่ปุ่นจะใช้ข้อมูลดังกล่าวในการช่วยตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ○

(ข้อมูลจาก สคร. ณ เมืองฟูกูโอกะ)

เจาะตลาดสินค้าอุปกรณ์ช่าง DIY ในสาธารณรัฐจีน

ด้วยลักษณะนิสัยที่เป็นนักประดิษฐ์ของชาว
จีนในสาธารณรัฐจีนที่มีติดตัวมาหลายรุ่นตั้งแต่
สมัยบรรพบุรุษ ทำให้ชาวจีนมักสร้างบ้านและผลิต
สิ่งของเครื่องใช้ภายในบ้านด้วยตนเองอยู่ตลอด เช่น
เตียง ตู้เสื้อผ้า ชั้นวางของ โขฟาขนาดเล็ก เตาย่าง/
ปิ้ง ไซมไฟ ซิงช้านั่งเล่น ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ภาพ
รวมของตลาดสินค้าอุปกรณ์ช่าง DIY ในประเทศ
สาธารณรัฐจีนไม่เคยซบเซาลงเลย

สังเกตได้จากกรณีเติบโตของตลาดในหลาย
ปีที่ผ่านมามีบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์ช่าง DIY
ยักษ์ใหญ่จากกลุ่มประเทศในแถบยุโรปและเอเชีย
จำนวนมากเข้ามาลงทุนเปิดกิจการ รวมถึงสินค้า
จากประเทศไทยซึ่งแม้จะมีสัดส่วนไม่มาก แต่สินค้า
ก็ได้รับการตอบสนองจากช่างฝีมือชาวจีนเป็นอย่างดี
อย่างไรก็ตาม การเจาะตลาดสินค้า
อุปกรณ์ช่าง DIY ในสาธารณรัฐจีนให้ได้
ประสิทธิภาพนั้น นอกจากจะต้องผลิตสินค้าที่มีทั้ง



คุณภาพและควบคุมราคาที่ไม่สูงมากนักแล้ว แรกเริ่ม
ผู้ประกอบการไทยจะต้องดำเนินการขยายตลาดผ่าน
ผู้นำเข้าในประเทศเยอรมนีและออสเตรเลียเป็นหลัก
เนื่องจากสินค้าอุปกรณ์ช่าง DIY ที่จำหน่ายใน
สาธารณรัฐจีนส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากสองประเทศ
ข้างต้น พร้อมกับเพิ่มการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย
ร่วมกับ Trade Partner และตัวแทนจำหน่ายใน
สาธารณรัฐจีนเพิ่มมากขึ้น ○

(ข้อมูลจาก สคร. ณ กรุงป्राก)

บริษัทนำเข้าไปฮ่องกงต้องการสั่งซื้อสินค้าขนมเบเกอรี่ จากประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ
เมืองฮ่องกง เข้าร่วมเพื่อหารือ บริษัท Nexus Sea-
food (Hong Kong) จำกัด ผู้นำเข้าสินค้าอาหารและ
เครื่องดื่มในเมืองฮ่องกง โดยประเภทสินค้าที่นำเข้าไป
มาส่วนใหญ่ จะนำไปจำหน่ายต่อยังร้านค้าปลีก
ทั่วเมืองฮ่องกงและจีนแผ่นดินใหญ่ ได้แก่ อาหาร
สำเร็จรูป อาหารทะเล ขนมขบเคี้ยว ที่มีปริมาณนำ
เข้ามากกว่า 50 คอนเทนเนอร์ต่อสัปดาห์

โดยผลจากการเข้าร่วมหารือในครั้งนี้ ทำให้
ทราบว่าบริษัท Nexus Seafood (Hong Kong)
จำกัด กำลังต้องการนำเข้าสินค้าหลายประเภท
จากประเทศไทย เช่น ขนมขบเคี้ยว ขนมหวานทุก
ชนิด ผลไม้แห้ง รวมถึงเครื่องดื่มกาแฟ ซา ไซดา
เบียร์ นมปรุงแต่ง (ยกเว้นเครื่องดื่มบำรุงกำลัง) โดย
สินค้าจะต้องมีน้ำหนักและขนาดไม่เกิน 500 ml
เพื่อป้อนให้กับร้านค้าสะดวกซื้อในจีนแผ่นดินใหญ่ที่



มีจำนวนทั้งสิ้นกว่า 6,900 ร้าน ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่
สนใจทำการค้าจะต้องมีคุณสมบัติที่เป็นโรงงานผู้ผลิต
และเคยมีประสบการณ์ส่งออกสินค้าไปยังประเทศจีน
เพราะการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งจะสั่งซื้อเป็นจำนวน
มาก โดยสามารถติดต่อเจรจาการค้าได้ตามที่อยู่ 1524
Capital Building, 6-10 Sun Wui Road, Causeway
Bay, Hong Kong. หรือ โทร. : (852) 23448811 และ
Email : nexushk@netigator.com ○

(ข้อมูลจาก สคร. ณ เมืองฮ่องกง)

สินค้าอาหารฮาลาลไทย

ศักยภาพสูง กับช่องทางส่งออกในอินโดนีเซีย

สำหรับประเทศอินโดนีเซียนั้น ถือเป็นตลาดสินค้าอาหารฮาลาลที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากราร้อยละ 85 เปอร์เซนต์ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศที่มีอยู่ราว 248 ล้านคน เป็นประชากรชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งหมด ซึ่งจะเรียกว่ามากที่สุดในโลกก็ว่าได้

จากจำนวนประชากรมุสลิมที่มหาศาลขนาดนี้ ทำให้ผู้ผลิตในประเทศอินโดนีเซียเองไม่สามารถผลิตอาหารฮาลาลได้เพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศ ในแต่ละปีประเทศอินโดนีเซียจึงต้องมีการนำเข้าอาหารฮาลาลสูงถึงร้อยละ 90 ของการนำเข้าอาหารทั้งหมด ซึ่งมูลค่าดังกล่าวได้ส่งผลให้อาหารฮาลาลของไทยหลายชนิดสามารถส่งออกป้อนอินโดนีเซียได้อย่างมีศักยภาพ ทั้งนี้เรามาศึกษากันสิว่าอาหารอะไรกันบ้างที่อยู่ในกลุ่มนี้

ผลไม้สดแช่เย็น : ความอุดมสมบูรณ์ของน้ำและแผ่นดินไทยได้ช่วยสร้างผลิตผลผลไม้สดที่มี

รสชาติคุณภาพถูกปากนักบริโภคชาวอินโดนีเซียเป็นอย่างยิ่ง ทั้งยังถูกยกให้เป็นอาหารฮาลาลทานเล่นอย่างหนึ่งเลยทีเดียว และสิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างคือ ผลไม้ไทยชนิดใดก็ตามที่มีจำหน่ายในตลาดอินโดนีเซีย จะมีการนำคำว่า “Bangkok” ต่อท้ายชื่อผลไม้ เช่น “Durian Bangkok” เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงที่มาที่ไปเพื่อถือก่อนเลือกซื้อนั่นเอง

ฮาลาลอินทรีย์ : ใช่ว่าจะมีเฉพาะคนยุโรป คนญี่ปุ่น หรือ คนไทยเท่านั้นที่รักการทานอาหารเพื่อสุขภาพ แต่หากชาวอินโดนีเซียเองก็นิยมทานอาหารฮาลาลอินทรีย์ “Organic Halal Food” หรือที่เรียก ผู้บริโภคที่รักสุขภาพ สมัยปัจจุบันมักเรียกรวมๆ กันว่า อาหารคลีน “Clean Food” นั่นเอง โดยการเจาะตลาดสินค้าอาหารฮาลาลอินทรีย์ให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเน้นการเจาะตลาดชาวมุสลิมที่มีรายได้ระดับปานกลางจนถึงรายได้สูง เนื่องจากผลิตผลประเภทนี้จะมีต้นทุนการผลิตที่สูง เพราะสินค้าต้องการความสดใหม่





ที่มากกว่าอาหารทั่วไป

เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ : การที่ศาสนาอิสลามมีข้อห้ามที่มีให้ชาวมุสลิมดื่มน้ำที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ บวกกับแนวโน้มทางเศรษฐกิจในประเทศอินโดนีเซียที่กำลังขึ้น จึงถือเป็นปัจจัยส่งเสริมที่ทำให้ชาวอินโดนีเซียยกย่องที่จะกินดื่มมากขึ้น โดยอินโดนีเซียมีส่วนการนำเข้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์จากประเทศไทยเป็นอันดับที่ต้นๆ ในอาเซียน โดยน้ำที่ชาวอินโดนีเซียโปรดปราน ก็คือ น้ำอัดลม นิยมกันมากในกลุ่มคนหนุ่มสาวที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งคิดเป็นจำนวนประชากรเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรทั้งหมดในประเทศ นอกจากนี้ก็มีเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น น้ำผักผลไม้รวม น้ำส้ม น้ำฝรั่ง และน้ำผลไม้ตระกูลเบอร์รี่

อาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน

ประเภท : เศรษฐกิจดีเพราะคนมีงานทำ เช่นเดียวกับสุขภาพสตรีชาวอินโดนีเซียที่มีบทบาทของตนเอง ออกไปทำงานนอกบ้าน ส่งผลให้ชั่วโมงเวลาปรุงอาหารในครัวเรือนลดน้อยลง ด้วยเหตุนี้ อาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และขนมขบเคี้ยว จึงถูกนำมาเป็นตัวเลือกในชีวิตประจำวันมากขึ้น

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาล

อย่างที่กล่าวไปข้างต้นว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่อยู่ในวัยทำงาน สุขภาพสตรีเองก็มีบทบาทในสังคมการทำงานนอกบ้านมากขึ้น เวลา

การอยู่ในภาคครัวเรือนจึงลดน้อยลง ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จึงนิยมความสะดวกสบาย จึงนิยมหาเวลามาจับจ่ายสินค้าอาหารผ่านซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานที่มีจำนวนเกือบร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมดในประเทศ โดยสินค้าทุกชนิดจะมีการกำหนดจุดวางจำหน่ายที่ตายตัว และยังไม่ต้องเสียเวลาเดินสำรวจนานเหมือนร้านค้าตามตลาดนัด

สำหรับผู้ประกอบการไทย ที่ต้องการส่งอาหารฮาลาลมาจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตประเทศอินโดนีเซีย ควรใช้วิธีการติดต่อผ่านผู้นำเข้าหรือตัวแทนจำหน่ายจะดีที่สุด เนื่องจากซูเปอร์มาร์เก็ตในอินโดนีเซียส่วนใหญ่ไม่นิยมนำเข้าอาหารจากผู้ผลิตไทยโดยตรง เพราะต้องการหลีกเลี่ยงภาวะปัญหาจากการนำเข้า

ความเข้มงวดของการนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาล

แม้ชาวอินโดนีเซียจะนิยมอาหารฮาลาลที่ส่งตรงจากประเทศไทย แต่สำหรับเรื่องการเข้มงวดในการรับประทานอาหารฮาลาลของชาวอินโดนีเซีย ก็ถือว่าไม่แพ้ชาวมุสลิมชาติใดในโลก ดังนั้น ก่อนที่ผู้ประกอบการไทยจะทำการส่งออก จึงควรมีการศึกษากฎหมายและมาตรการนำเข้าให้ดีเสียก่อน ตามข้อแนะนำดังนี้

ประเทศอินโดนีเซียกำหนดให้สินค้าอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิดที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศจะต้องมีการขึ้นทะเบียนอาหารและยา (ML Registration) ตามกฎระเบียบของหน่วยงานอาหารและยาของประเทศอินโดนีเซีย (National Agency for Drug and Food Control) เสียก่อน โดยผู้ประกอบการไทยสามารถให้ผู้นำเข้าเป็น





ผู้ชวยยื่นเรื่องจดทะเบียนดังกล่าวให้ได้

แม้จะได้รับการขึ้นทะเบียนอาหารและยาของประเทศอินโดนีเซียเรียบร้อยแล้ว แต่หากไม่ทำการติดตราสัญลักษณ์ฮาลาล รวมถึงรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิดของสินค้า เช่น ชื่อสินค้า ที่อยู่ผู้ผลิต รายละเอียดส่วนผสม วันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดเดือนปีที่หมดอายุ ให้เห็นอย่างชัดเจนบนแพ็คเกจหรือผลิตภัณฑ์อาหารที่ส่งออกไป ก็อาจเป็นเหตุที่ทำให้ชาวอินโดนีเซียเสียที่จะจับจ่ายสินค้าชิ้นนั้นได้เช่นกัน

ข้อมูลทั้งหมดที่นำเสนอมา สามารถสรุปได้ว่า แม้ประเทศอินโดนีเซียจะมีความน่าสนใจอย่างมากในตลาดส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล แต่การส่งออกนั้นจะต้องปฏิบัติตามระเบียบการนำเข้าของอินโดนีเซียอย่างเคร่งครัด และเช่นเคย สำหรับผู้อ่าน AEC FOCUS ที่ต้องการทราบถึงกิจกรรมหรือโครงการที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดขึ้น ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นที่นำเสนอ ในระหว่างวันที่ 14-17 เมษายน พ.ศ. 2558 สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรมร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา จะมีการจัด “โครงการเชื่อมโยงสินค้าอาหารฮาลาลพร้อมรับประทานในตลาดอินโดนีเซีย” โดยจัดคณะผู้แทนการค้าไปเจรจากับร้านค้าสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และผู้นำเข้า ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เพื่อขยายตลาดการค้า

และสร้างเครือข่ายสินค้าอาหารไทยไปสู่ตลาดอินโดนีเซียให้มากขึ้น ซึ่งสามารถรายละเอียดต่างๆ ได้ที่ www.ditp.go.th ในหัวข้อ “ปฏิทินกิจกรรม”

ไม่เพียงเท่านั้น สำหรับผู้ที่ไม่สะดวกเดินทาง ไปสำรวจตลาดยังต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ก็มีการจัด “โครงการให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านการค้าการลงทุนในตลาดอาเซียน โดยทูตพาณิชย์ ผ่าน VDO Conference” โดยมีระยะเวลาดำเนินการมาแล้วตั้งแต่ช่วงเดือนมกราคม-เดือนกันยายน พ.ศ. 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขอรับการปรึกษาเชิงลึกจากผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในแต่ละแห่งได้โดยตรง นำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาสินค้าของตนเอง ผู้ที่สนใจสามารถติดต่อเพื่อนัดเวลาปรึกษาได้ที่ ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน โทร : 0-2507-8218-20 โทรสาร : 0-2 547-4212 และ Email : aecplus.tdc@gmail.com (ไม่เสียค่าใช้จ่าย)



ที่มาข้อมูล :

เอกสาร “โครงการเชื่อมโยงสินค้าอาหารฮาลาลพร้อมรับประทานในตลาดอินโดนีเซีย”

เอกสาร “โครงการให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านการค้าการลงทุนในตลาดอาเซียน โดยทูตพาณิชย์ ผ่าน VDO Conference”

เอกสาร “ตลาดอาหารฮาลาลในอินโดนีเซีย... โอกาสรออยู่ข้างหน้า”

ตามติดพฤติกรรมผู้บริโภค... กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการเจาะตลาดมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างแข็งแกร่ง และเป็นตลาดที่สินค้าไทยมีศักยภาพสูง ดังเห็นได้จากมูลค่าส่งออกของไทยไปมาเลเซียที่ขยายตัวเฉลี่ยราวร้อยละ 7.5 ต่อปี ในช่วงปี 2552-2556 ส่งผลให้ปัจจุบันมาเลเซียก้าวขึ้นเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับ 1 ของไทยในอาเซียน ขณะที่ในระยะถัดไปการค้าระหว่างไทยกับมาเลเซียยังมีแนวโน้มเติบโตได้อีก ตามสายสัมพันธ์ทางการค้าที่แน่นแฟ้นและการพึ่งพาซึ่งกันและกันในห่วงโซ่การผลิตของหลายอุตสาหกรรม อาทิ รถยนต์ คอมพิวเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ

ทั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนับเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้การเจาะตลาดมาเลเซียประสบความสำเร็จ ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่เกาะติดเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ล้ำสมัย เนื่องจากราวร้อยละ 60 ของประชากรวัยทำงานเป็นคนหนุ่มสาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ มักจับจ่ายใช้สอยเพื่อความสะดวกสบาย ชอบทดลองสินค้าใหม่ๆ และเปลี่ยนรุ่นไปตามนวัตกรรมในแต่ละยุคสมัย โดยเฉพาะสินค้าเทคโนโลยี เช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนอย่างโทรทัศน์และเครื่องปรับอากาศ ซึ่งมีการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อการประหยัดพลังงานที่สอดคล้องกับกระแสการบริโภคสินค้าของโลกในปัจจุบัน

ชาวมาเลเซียใส่ใจและหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประชากรในช่วงอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งมีทัศนคติเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น อาทิ การนิยมดื่มเครื่องดื่มที่เน้นคุณประโยชน์และเสริมสุขภาพ เช่น เครื่องดื่มผสมโสม ชูบไก่สกัด รังนก ชาสมุนไพร เครื่องดื่มเกลือแร่ และเครื่องดื่มสมุนไพรชนิดต่างๆ แทนการดื่มน้ำอัดลม ส่งผลให้ตลาดสินค้านี้มีแนวโน้มเติบโต



โน้มเติบโต และเป็นโอกาสสำหรับสินค้าเครื่องแต่งกายของไทยที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการดังกล่าว

ชาวมาเลเซียนิยมซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา เปรียบเทียบราคาสินค้าได้ง่าย และสินค้าจัดส่งถึงประตูบ้าน ทำให้สะดวกและประหยัดเวลา การจำหน่ายและโฆษณาสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจึงเป็นอีกช่องทางที่น่าสนใจในการเจาะตลาดมาเลเซีย เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มาก โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ภายในบ้าน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งยอดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ตขยายตัวสูง

นอกจากนี้ ผู้ส่งออกที่สนใจขยายตลาดมาเลเซียควรศึกษากฎระเบียบการนำเข้าเป็นรายสินค้าจากเว็บไซต์ของกระทรวงพาณิชย์และอุตสาหกรรมของมาเลเซีย (<http://www.miti.gov.my/cms/index.jsp>) รวมทั้งใช้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยเฉพาะด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีนำเข้าที่ปัจจุบันอัตราภาษีนำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ของมาเลเซียภายใต้ AEC อยู่ในระดับต่ำ คือ ร้อยละ 0-5 ซึ่งจะช่วยลดภาระต้นทุนและอุปสรรคทางการค้าให้แก่ผู้ส่งออกไทยในการส่งสินค้าไปยังมาเลเซีย ○

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

การตลาดคอนเน็คชั่น

กลยุทธ์ส่งออก ยาหม่อง “ตรา ถ้วยทอง” สู่อุตสาหกรรมโลก

คุณผู้อ่าน Good Idea เคยสงสัยมั้ยว่าสินค้าที่แพ็คเกจดีไซน์ที่มองผ่านๆ แล้วแสนจะดูธรรมดาอย่างผลิตภัณฑ์ยาหม่อง “ตราถ้วยทอง” (Golden Cup Balm) เหตุใดจึงสามารถรักษาตลาดและตรึงใจผู้ใช้สินค้าทั่วโลกไม่ว่าจะเป็น เมียนมาร์ สปป.ลาว กัมพูชา ฮ่องกง อินโดนีเซีย อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ สวีเดน สาธารณรัฐเช็ก ฯลฯ ได้อย่างเหนียวแน่นมาหลายสิบปี

คุณเมธัส ลีลาวัศม์ กรรมการบริหารการโรงงานและผลิต บริษัทถ้วยทองโอสถ จำกัด เล่าว่า “ยาหม่อง ตราถ้วยทอง อยู่คู่กับคนไทยมานานกว่า 60 ปี แต่สำหรับการทำตลาดส่งออกนั้น เราเริ่มต้นเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว ซึ่งเหตุผลที่ทำให้เราสามารถเรียกเงินจากผู้ใช้สินค้าต่างชาติได้นั้น ประการแรกเรามีความเข้มงวดในการรักษาระดับคุณภาพสินค้าอยู่เสมอ ประการที่สองเรามีโรงงานผลิตยาที่ได้มาตรฐาน GMP ประการที่สามเรามีทีมที่จะขอความร่วมมือจากผู้ช่วยเหลือด้านการตลาดส่งออก”

คุณเมธัสให้ความเห็นว่า การที่บริษัทฯ ต้องการเปิดตัวสินค้าให้ผู้ซื้อต่างชาติรู้จักนั้น การร่วมงานกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในหลายปีที่ผ่านมานี้ เช่น การร่วมออกบูธแสดงสินค้าในหลายๆ ประเทศ ถือเป็นใบเบิกทางที่ทำให้ลูกค้าในต่างประเทศรู้จัก ก่อนจะต่อยอดไปถึงการสะสมคอนเน็คชั่น

“เมื่อมีลูกค้าและคอนเน็คชั่นในตลาดต่างประเทศแล้ว เราก็ต้องย้อนกลับมาดูแลเรื่องคุณภาพของสินค้าอีกครั้ง เพราะผู้ใช้สินค้าไม่ว่าจะประเทศไหนก็ล้วนแล้วแต่ต้องการสินค้าที่สรรพคุณดีจริง สามารถ



■ คุณเมธัส ลีลาวัศม์

รักษาหรือบรรเทาอาการได้ตามที่โฆษณาไป หลังจากนั้นตลาดผู้ใช้สินค้าก็จะกระจายข่าวออกไปด้วยตนเอง ยกตัวอย่าง ในบางประเทศเราไม่เคยทำการตลาดเลย แต่กลับมีออเดอร์จากการบอกปากต่อปากของลูกค้าชาวต่างชาติด้วยกัน ซึ่งหลักคิดนี้ ทำให้เรามั่นใจว่าการมีสินค้าที่ดี สินค้าก็จะสามารถขายได้ด้วยตัวเอง”

คุณเมธัสยังเสริมอีกว่า สิ่งที่ทำให้ยาหม่องตราถ้วยทอง แข็งแกร่งได้ในตลาดส่งออกนั้น นอกจากการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในด้านคุณภาพแล้ว การตั้งราคาของสินค้าก็ไม่ควรเกินจริง ส่วนในเรื่องของกลยุทธ์การตลาดก็ต้องปรับแก้ไปตามสถานการณ์ แต่สิ่งสำคัญคือเราได้สร้างแบรนด์ให้มีประวัติศาสตร์จนลูกค้าเกิดการจดจำ เกิดความโบราณที่ล้นตัว และทุกครั้งที่ใครเกิดอาการวิงเวียนศีรษะ เเคล็ดขัดยอก ก็จะมีถึงยาหม่อง ตราถ้วยทอง ก่อนเสมอ ○



สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม บริษัทถ้วยทองโอสถ จำกัด 28/9 หมู่ ต.บางแม่นาง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 0-2191-8755 โทรสาร. 0-2191-8756 หรือ www.goldencup.co.th



63 ปีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

นางอภิรติ ตันตราภรณ์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ให้เกียรติเป็นประธานในงานครบรอบวันสถาปนากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีที่ 63 พร้อมด้วย นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยปีนี้ จะมีการเดินหน้านโยบายเศรษฐกิจเพื่อกระตุ้นยอดส่งออกไทย ช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อย หรือ SME พร้อมทั้งเพิ่มความสามารในการส่งออกให้มีประสิทธิภาพ ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ○



จับคู่ธุรกิจอินเดียขยายการค้าการลงทุนสู่ภูมิภาคเอเชียใต้เพิ่มส่งออกปี 2558

พล.อ.ฉัตรชัย สาริกัลยะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ พร้อมด้วยนางสาวชุติมา บุญยประภัศร ปลัดกระทรวงพาณิชย์ นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เดินทางเข้าร่วมการขยายการค้าการลงทุน ด้วยการเป็นพันธมิตรทางเศรษฐกิจการค้าไทย-อินเดีย ซึ่งมีกลุ่มผู้ประกอบการระดับกลางและระดับสูงที่มีกำลังซื้อสูงถึง 350 ล้านคน ณ เมืองมุมไบ-กรุงนิวเดลี สาธารณรัฐอินเดีย เมื่อวันที่ 25-27 กุมภาพันธ์ 2558 ที่ผ่านมา ○



เปิดงาน Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair 2015

นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair 2015 ครั้งที่ 33 พ.ศ. 2558 เพื่อเป็นแหล่งของความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงเป็นศูนย์กลางของงานแสดงสินค้าแฟชั่นและเครื่องหนังที่ครบวงจรที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ.2558 ณ ศูนย์การแสดงนิทรรศการและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ○



แถลงข่าวงาน “PM Award 2015”

นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้เกียรติเป็นประธานในการแถลงข่าวงาน “PM Award 2015” เชิญชวนผู้ประกอบการส่งออกไทยสมัครเข้ารับรางวัล ในโครงการรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น ประจำปี พ.ศ. 2558 (Prime Minister’s Export Award 2015: PM Award 2015) เพื่อเป็นการปลุกความนิยมสินค้าไทย และเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจในเวทีการค้าโลก ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2558 ○

การให้บริการตรวจรับรอง

คุณสมบัติถิ่นกำเนิดสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ต

Int'l Trade
Tips by DFT

กรมการค้าต่างประเทศ มีความตระหนักและให้ความสำคัญยิ่งในการให้บริการการตรวจสอบก่อนการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า เพื่อให้ภาคการส่งออกของไทยเกิดความคล่องตัวและสามารถใช้สิทธิประโยชน์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าภายใต้ระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

นวัตกรรม “การให้บริการตรวจรับรองคุณสมบัติถิ่นกำเนิดสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต”

ขณะนี้กรมการค้าต่างประเทศมีระบบบริการตรวจรับรองคุณสมบัติถิ่นกำเนิดสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ด้วยโปรแกรมระบบตรวจรับรองคุณสมบัติถิ่นกำเนิดสินค้า (Rules of Origin Verification System) มาใช้ โดยเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการจากระบบ Manual เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในพันธกิจของกรมการค้าต่างประเทศด้าน “การอำนวยความสะดวกทางการค้าให้ได้ตามความคาดหวังของผู้ประกอบการ” โดยมีระบบสารสนเทศในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ สามารถลดปริมาณเอกสาร



หลักฐานประกอบการพิจารณาคำขอ ทำให้ประหยัดเวลาและลดค่าใช้จ่ายมากขึ้น

กรมการค้าต่างประเทศ ในฐานะผู้ให้บริการตรวจรับรองคุณสมบัติถิ่นกำเนิดสินค้า ขอเชิญชวนผู้ประกอบการที่ใช้บริการในระบบ Manual เปลี่ยนมาใช้บริการในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และในอนาคตจะได้พัฒนานวัตกรรมบริการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยผู้สนใจสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่สำนักบริหารการนำเข้าและส่งออกถิ่นกำเนิด กรมการค้าต่างประเทศ โทร. 02-547-4809 หรือสายด่วนกรมการค้าต่างประเทศ 1385 หรือทางเว็บไซต์ www.dft.go.th ○



กรมการค้าต่างประเทศ

หลักสูตรผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter รุ่นที่ 15



สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กำหนดจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ “หลักสูตรผู้ส่งออกอัจฉริยะ : Smart Exporter รุ่นที่ 15” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทายาททางธุรกิจ หรือผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีเม็ดเงิน เตรียมพร้อมสู่การเป็น Trading Nation เพื่อเข้าสู่ AEC อย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงการร่วมสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในการบุกเจาะตลาดต่างประเทศ ซึ่งมีหัวข้อในการอบรม เช่น กลยุทธ์การเจาะตลาดระหว่างประเทศ แผนการตลาดระหว่างประเทศ พร้อมทั้งการฝึกปฏิบัติการเขียนแผนการตลาดระหว่างประเทศ เป็นต้น โดยมีกำหนดการจัดโครงการระหว่างวันที่ 23 เมษายน-24 กรกฎาคม 2558 รวมระยะเวลาในการอบรม 180 ชั่วโมง อบรมเฉพาะวันศุกร์และวันเสาร์

เวลา 09.00-16.15 น. ที่ห้องสัมมนา 1-2 สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ถนนรัชดาภิเษก)

โดยผู้สนใจเข้าร่วมสัมมนาสามารถสมัครและเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.ditp.go.th หรือสอบถามเพิ่มเติมที่ โทร. 02-5120093 ต่อ 360,477 รับจำนวน 30 คน (ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการคนละ 30,000 บาท) ○

การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ : เครื่องมือยกระดับการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารไทยในยุคโลกร้อน

สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์: เครื่องมือยกระดับการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารไทยในยุคโลกร้อน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการอาหารไทยเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานด้านฟุตพริ้นท์ ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นจุดแข็งในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศได้ โดยมีหัวข้อในการอบรม เช่น แนวทางการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์อาหาร และการขึ้นทะเบียนฉลาก เป็นต้น

โดยมีกำหนดการจัดการฝึกอบรมในวันศุกร์ที่ 8 พฤษภาคม 2558 ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น.



เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมใหญ่ สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ (ถนนรัชดาภิเษก) ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่ www.ditp.go.th ภายในวันที่ 6 พฤษภาคม 2558 หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ โทร. 02-5120093 ต่อ 604, 665 รับสมัครเพียง 100 ท่านเท่านั้น (ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการ) ○



โครงการฝึกอบรม/สัมมนา หลักสูตร E-Learning

สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ

ฝึกอบรม สัมมนา-เสวนา ส่วนกลาง

หลักสูตร

วันที่

สถานที่

» โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการผู้ส่งออกอัจฉริยะ :
Smart Exporter รุ่นที่ 15

23 เมษายน -
24 กรกฎาคม 2558

สถาบันองค์ความรู้ด้าน
การค้าระหว่างประเทศ



ฝึกอบรม สัมมนา-เสวนา ภูมิภาค

หลักสูตร

วันที่

สถานที่

» โครงการสร้าง SMEs สู่งานการค้าสากล
(ต้นกล้าทุกล) ประจำปี 2558

กุมภาพันธ์ 2558 -
กันยายน 2558

ภาคเหนือ ภาคใต้
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
และภาคตะวันออก



หลักสูตร E-Learning

หลักสูตร

วันที่

สถานที่

» ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก รุ่นที่ 11

1 เมษายน -
15 พฤษภาคม 2558

E-Learning

» การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อการส่งออก

15 เมษายน -
30 พฤษภาคม 2558

E-Learning

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

สถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ (ถ.รัชดาภิเษก)

22/77 ถ.รัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0 2512 0093 ต่อ 326, 329, 359 โทรสาร 0 2513 1904

www.ditp.go.th อีเมล: ttdep@ditp.go.th

“ย่อโลกการค้ากับ DITP”

รู้ลึก...รู้จริง...รู้ทันการค้าโลก ในรายการวิทยุ

ON AIR

ทุกวันพุธ เวลา 14.10-15.00 น.
สวท. FM 92.5 MHz

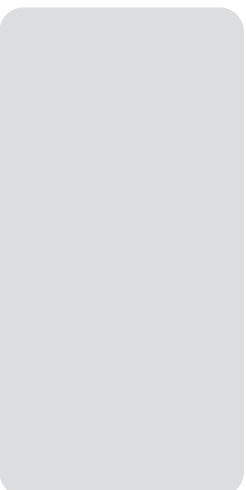


ติดตามฟังและสอบถามข้อมูลรายการเพิ่มเติมได้ที่
สายตรง **1169** www.ditp.go.th





ส่งตัวพิมพ์



ชำระค่าพิมพ์ส่วนนี้รายเดือน
เลขที่ชอขงพชชท 7/2558
บณกรรกรรจวบพทผฝ 11005

- เหตุขัดข้องที่นำำผู้รับไปได้
- 1. ำค่นำใช้ตารน
 - 2. ำมีเลขที่ำตามำค่นำ
 - 3. ำมีผู้รับตามำค่นำ
 - 4. ำไม่รับตามำค่นำ
 - 5. ำยอไม่ำรับที่อยู่ที่
 - 6. ำเลืกรำกร
 - 7. ำยอรับ
 - 8. ำนุ
- สำอ

