



ส่วนที่สาม ส่วนที่สาม ส่วนที่สาม

รองอธิบดี สก. (3)
รับเลขที่ 1254
วันที่ 26 มี.ย. 63
เวลา 16.46

ส่วนราชการ สำนักงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. ๐๒ ๕๐๗ ๗๘๑๒
ที่ พณ ๐๙๐๓.๓/ ๒๕๖๓ วันที่ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีในรายงานความคืบหน้าการเพิ่มประสิทธิภาพกองทุนของกระทรวงพาณิชย์
ประจำเดือนมีนาคม ๒๕๖๓

เรียน ปลัดกระทรวงพาณิชย์

ความเห็น/คำสั่ง

เพื่อโปรดทราบ

๑. เรื่องเดิม

ตามที่กระทรวงพาณิชย์ได้รายงานความคืบหน้าการเพิ่มประสิทธิภาพกองทุนของกระทรวงพาณิชย์ ประจำเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ ซึ่งประกอบด้วย กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร โดยนายกรัฐมนตรีมีบัญชา ดังนี้

๑) ให้กระทรวงพาณิชย์เน้นย้ำการใช้กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร เพื่อแก้ไขสถานการณ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจในขณะนี้

๒) ให้เร่งรัดประสานความร่วมมือกับประเทศคู่เวต ซึ่งมีความต้องการเรื่องสินค้าประมง เกษตร และพลังงานจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

(เรื่องเดิมดัดแปลง)

๒. ข้อเสนอเพื่อทราบ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะสำนักงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ขอรายงานผลการดำเนินงานตามข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรี ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขสถานการณ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจ (เอกสารแนบ ๑) และความร่วมมือกับประเทศคู่เวต (เอกสารแนบ ๒)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

25 มิ.ย. 63

(นางสาวภาวีย์ แวรัตน์)

รองอธิบดี ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมการค้าและเขตการค้าเสรีและกรมการค้าระหว่างประเทศ

การใช้เงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อแก้ไขสถานการณ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจ

กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดสรรเงินให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อใช้ในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปีงบประมาณ ๒๕๖๓ รวม ๑๐ หน่วยงาน วงเงินทั้งสิ้น ๑,๔๙๙,๑๖๐,๒๐๐ บาท ในส่วนของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้รับจัดสรรเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน ๗๔ โครงการ วงเงินทั้งสิ้น ๑,๒๙๘,๔๔๙,๒๐๐ บาท โดยกรมได้ปรับกลยุทธ์ส่งเสริมการส่งออกเพื่อรองรับสถานการณ์ COVID-19 โดยเปลี่ยนรูปแบบจากออฟไลน์สู่ออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยมีการดำเนินกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

๑. On-line Business Matching จัดเจรจาธุรกิจทางออนไลน์ผ่าน VDO Conference ระหว่างผู้นำเข้าในต่างประเทศ (ผ่านสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ) กับผู้ส่งออกในสินค้าที่เป็นความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยได้ดำเนินการแล้วในหลายสินค้าและหลายตลาด อาทิ เกาหลีใต้ (ไก่แช่เย็นแช่แข็ง ผักผลไม้กระป๋อง ผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง ชิ้นส่วนยานยนต์) ฮองกง (ถุงมือยาง) สหรัฐฯ (อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเครื่องใช้ภายในบ้านและสินค้าแฟชั่น สินค้าอุปกรณ์ทางการแพทย์/สินค้าเกี่ยวกับปลาสวยงาม/อุปกรณ์สำหรับร้านขายยางรถยนต์) อียิปต์ (ยางล้อ) และมีกำหนดจัดเจรจาออนไลน์กับอีกหลายตลาดต่อเนื่องจนถึงเดือนกันยายน ๒๕๖๓

๒. TOP Thai Flagship Store เปิดร้านขายสินค้าแบรนด์ไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสการส่งออกให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรไทย ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border E-commerce) ได้แก่ Tmall (สินค้าอาหารและผลไม้ – จีน) / Tmall Global (สินค้าไลฟ์สไตล์ – ฮองกง) Big Basket (สินค้าอาหาร – อินเดีย) Klangthai (สินค้าอาหารแฟชั่น สุขภาพและความงาม และของประดับตกแต่งบ้าน – กัมพูชา) / Amazon (สินค้าอาหาร – สหรัฐฯ) / Coupang (สินค้าอาหาร – เกาหลีใต้) พร้อมจัดรายการ “จับคู่ธุรกิจติดปีกการค้าออนไลน์” แบบ Live Streaming ที่ผสมผสานระหว่างการเรียนรู้และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ โดยถ่ายทอดสดผ่าน Facebook Page ของ www.thaitrade.com ทุกวันอังคาร เพื่อให้ผู้ประกอบการที่สนใจสามารถทำความเข้าใจโมเดลธุรกิจการทำการค้าแบบ Cross-border E-commerce

๓ จัดงานแสดงสินค้าในรูปแบบออนไลน์แบบเสมือนจริง อาทิ

- THAIFExporter : Virtual Trade Show โดยมีสินค้าเป้าหมาย คือ ผลไม้สดและแปรรูปกล้วยไม้ อาหารฮาลาลและออร์แกนิก เครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยว อาหารทะเลและอาหารแช่แข็ง

- Multimedia Online Virtual Exhibition (M.O.V.E.) สำหรับธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ระหว่างวันที่ ๒๕ – ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๖๓ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเสมือนจริงสำหรับธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ที่ครบวงจรแห่งแรกของโลก มี exhibitors จำนวน ๕๐ บริษัทไทย ประกอบด้วย ผู้ผลิตภาพยนตร์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ เกมส์ แอนิเมชั่น บริการหลังถ่ายทำ และลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ มีผู้ซื้อจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกจำนวน ๓๑,๕๓๓ ราย ผลการจัดงาน มีการนัดหมายเจรจาการค้าผ่านระบบ VDO Conference จำนวน ๓๕๔ ครั้ง มูลค่าเจรจาธุรกิจ ๑,๗๘๘ ล้านบาท

- Lifestyle Online Virtual Exhibition (L.O.V.E) สำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์และของใช้ในบ้าน ในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๓ โดยจะเชิญผู้ซื้อจากประเทศต่างๆ เยี่ยมชมงานและเจรจาธุรกิจทางออนไลน์

- The GROOVE Project : Global Reach online to offline Virtual Experience สำหรับกลุ่มสินค้าที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบนวัตกรรม มีอัตลักษณ์ไทยที่เป็นสากลและมีการสร้างแบรนด์ตนเองสู่ตลาดโลกผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้ระบบ Online Virtual Exhibition

๔. จัดโครงการ Online In-Store Promotion อาทิ กิจกรรมส่งเสริมผลไม้ทางออนไลน์กับห้าง ITO Yokado ณ นครเฉิงตู/ กิจกรรมส่งเสริมสินค้าข้าว ผลไม้ และอาหารไทยบนแพลตฟอร์ม HKTV Mall ฮองกง/ กิจกรรมส่งเสริมสินค้าข้าวบนแพลตฟอร์ม JD.com/ กิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้ทางออนไลน์บนแอปพลิเคชัน WECHAT และ Dao Jia ของซูเปอร์มาร์เก็ต Rainbow ณ นครเฉิงเหมิน/ กิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้ทางออนไลน์ร่วมกับ City Super WECHAT E SHOP/ กิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้ทางออนไลน์กับซูเปอร์มาร์เก็ต Lotus ณ นครฉงชิ่ง/ กิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้ไทยออนไลน์บนแอปพลิเคชัน GESO/ กิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้ไทยออนไลน์ บนแอปพลิเคชัน HEMA/ และกิจกรรมส่งเสริมสินค้าข้าว หมอนยางพารา และอาหารไทยบนแพลตฟอร์ม Taobao เป็นต้น

๕. การปรับโฉมรูปแบบการจัดโครงการฝึกอบรมและสัมมนาต่างๆ ของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy : NEA) ที่เคยจัดขึ้นในรูปแบบห้องเรียน (Offline) ให้มีรูปแบบสัมมนาออนไลน์ (Online) โดยใช้ระบบ Facebook Live และระบบ Webinar เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้ง่ายขึ้น จำนวนมากขึ้น โดยไม่ต้องเดินทาง และจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาผ่านระบบ VDC และ application Zoom เป็นต้น

๖. ในส่วนของช่องทางออฟไลน์ กรมยังคงมีแผนที่จะส่งเสริมการส่งออกผ่านกิจกรรมต่างๆ และเตรียมความพร้อมเมื่อสถานการณ์ COVID-19 ในต่างประเทศดีขึ้นจะได้ดำเนินการได้ทันที ดังนี้

๖.๑ จัดกิจกรรมขยายโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการและเกษตรกรไทย เช่น งาน THAI FRUIT Golden Months in China ระหว่างพฤษภาคม – กรกฎาคม ๒๕๖๓ ใน ๙ เมืองของประเทศจีน (ชิงเต่า หนานหนิง เฉิงตู ฉงชิ่ง ซีอาน เซี่ยงไฮ้ เซี่ยเหมิน कुนหมิง กวางโจว) และฮองกง โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้ไทย (ทุเรียน มังคุด ส้มโอ มะม่วง มะพร้าว ลำไย ฯลฯ) ร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศจีน เช่น HISENSE Plaza/ LEADER Department Store/ YUEHUI Plaza/ CHENGDU OLE/ XI'AN LOTUS Supermarket/ SHANGHAI City Super/CARREFOUR/Parkson เป็นต้น

๖.๒ Offline In-store Promotion จัดกิจกรรม In store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในฮองกง UAE สิงคโปร์ และเมียนมา

๖.๓ การจัดงานแสดงสินค้า Top Thai Brands/Mini Thailand Week ซึ่งกรมยังคงมีแผนการดำเนินกิจกรรมงานแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ อาทิ เวียดนาม กัมพูชา และอินเดีย อยู่ระหว่างพิจารณาปรับรูปแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ยังมีข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ

๖.๔ งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ได้แก่

(๑) งาน Thailand International Auto Parts & Accessories (TAPA) 2020

กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๓ - ๖ กันยายน ๒๕๖๓

(๒) งาน THAIFEX Anuga Asia 2020 กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๒๒ - ๒๖ กันยายน ๒๕๖๓

(๓) งาน 66th Bangkok Gems and Jewelry Fair กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๗ - ๑๑ กันยายน ๒๕๖๓

อยู่ระหว่างการหารือการปรับรูปแบบเป็น Virtual Fair

๖.๕ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ได้แก่

(๑) งาน The 17th China – ASEAN Expo (CAEXPO) ณ เมืองหนานหนิง จีน

กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๑ กันยายน ๒๕๖๓

(๒) งาน SIAL ณ กรุงปารีส กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๒ ตุลาคม ๒๕๖๓

(๓) งาน NXTAsia 2020 ณ สิงคโปร์ กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๒๙ กันยายน - ๑ ตุลาคม ๒๕๖๓

ทั้งนี้ อยู่ระหว่างการปรับรูปแบบการจัดงาน

(๔) งาน China International Import Expo 2020 (CIIE 2020) ณ เซี่ยงไฮ้

กำหนดจัดระหว่างวันที่ ๕ - ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

๖.๖ การสนับสนุน SMEs ไทย ขยายตลาดต่างประเทศ ผ่านโครงการ SMEs Pro-active โดยยังคงมีแผนที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ไทยทุกกลุ่มสินค้าจำนวนกว่า ๒๖๐ ราย เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ภายใต้โครงการ SMEs Pro-active ระยะที่ ๓ ระหว่างเดือนมิถุนายน – ธันวาคม ๒๕๖๓ จำนวน ๔๖ งานทั่วโลก

ทั้งนี้ กรมยังคงติดตามและประเมินสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศต่างๆ อย่างใกล้ชิด ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม รูปแบบการจัดกิจกรรมต่างๆ ของกรมจะพิจารณาปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของสถานการณ์

.....
สำนักงานกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ณ วันที่ ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓

ความร่วมมือกับประเทศคูเวตเกี่ยวกับสินค้าประมง เกษตร และพลังงาน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มีการเร่งรัดประสานสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ เมืองดูไบ เพื่อสอบถามความต้องการสินค้าไทยในประเทศคูเวต ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดทำรายละเอียดข้อมูลประเภทสินค้านี้แล้ว รวมทั้งสถานเอกอัครราชทูตไทยในประเทศคูเวต เพื่อกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจะได้เตรียมการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์ (Online Business Matching : OBM) ต่อไป

สคต. ณ เมืองดูไบ ได้จัดทำข้อมูลการนำเข้าสินค้าประมงของประเทศคูเวต (เบื้องต้น) ดังต่อไปนี้

๑) คูเวตเป็นประเทศเล็กที่มีประชากรเพียง ๔.๓ ล้านคน แต่เป็นประเทศที่มีรายได้ต่อหัวถึง ๓๔,๐๐๐ เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งสูงเป็นอันดับสามของกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ๒๒ ประเทศ รองจากประเทศกาตาร์และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

๒) คูเวตต้องนำเข้าอาหารกว่า 90% ของที่บริโภคทั้งหมด รวมทั้งอาหารทะเล แม้ว่าจะมีการทำประมงจับปลาและกุ้งบ้าง แต่ก็ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ

๓) ในปี ๒๕๖๑ คูเวตนำเข้าสินค้าประมงเป็นมูลค่า ๙๗.๐๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แบ่งออกเป็นกลุ่มสินค้าสำคัญ ได้แก่

- ปลาสด มีชีวิตและแช่เย็น มูลค่า ๖๙.๖๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- กุ้งสด แช่เย็น แช่แข็ง มูลค่า ๑๙.๖๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- ปลาแช่แข็ง มูลค่า ๑๑.๐๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- ปลากระป๋องและแปรรูป มูลค่า ๒๖.๗๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- กุ้งและหอยแปรรูป ๐.๗๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

๔) สินค้าประมงข้างต้นนำเข้าจากประเทศผู้ส่งออกหลัก ดังนี้

- สัตว์น้ำที่มีชีวิต แช่เย็น แช่แข็ง (มูลค่าและสัดส่วนการนำเข้า)

(๑) อินเดีย	๒๙.๗๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (42.8%)
(๒) ตุรกี	๙.๘๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (14.1%)
(๓) ซาอุดีอาระเบีย	๘.๒๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (11.9%)
(๔) นอร์เวย์	๗.๒๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (10.4%)
(๕) ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ ๖	มูลค่า ๒.๓๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (3.4%)

สำคัญคือปลาน้ำจืดแช่แข็ง เช่น ปลานิล ปลาสวาย และอื่นๆ

- ปลากระป๋องและแปรรูป (มูลค่าและสัดส่วนการนำเข้า)

(๑) ไทย	๒๐.๓๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (75.9%)	สินค้าสำคัญได้แก่ ปลาทูน่าและปลาซาตินกระป๋อง
(๒) ฟิลิปปินส์	๓.๐๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (11.3%)	
(๓) โมร็อกโก	๑.๓๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (4.9%)	

8-6-63

รป	เลขที่	ว/ด/ป	เวลา
2	3576	02/06/63	11.39



๑๑๐๐๖
๒ มิ.ย. ๒๕๖๓ ๑๐.๐๘

ด่วนมาก

ที่ นร ๐๔๐๕/ ๒๕๐๖

สำนักยุทธศาสตร์การค้า
รับเลขที่ ๒๕๐๖
วันที่ ๕ มิ.ย. ๖๓
เวลา ๑๓.๕๕ น.

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
ทำเนียบรัฐบาล กทม. ๑๐๓๐๐

๖๕ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีในรายงานความคืบหน้าการเพิ่มประสิทธิภาพกองทุนของกระทรวงพาณิชย์ ประจำเดือนมีนาคม ๒๕๖๓

เรียน ปลัดกระทรวงพาณิชย์

อ้างถึง หนังสือกระทรวงพาณิชย์ ที่ พณ ๐๒๐๘.๕/๑๕๗๖ ลงวันที่ ๓ เมษายน ๒๕๖๓

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
รับเลขที่ ๓๖๐๖
วันที่ ๕ มิ.ย. ๒๕๖๓ ๑๑:๓๐

ตามที่กระทรวงพาณิชย์รายงานความคืบหน้าการเพิ่มประสิทธิภาพกองทุนของกระทรวงพาณิชย์ ประจำเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ ซึ่งประกอบด้วย กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร นั้น

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรีได้นำกราบเรียนนายกรัฐมนตรีทราบ ในการนี้ มีบัญชา ดังนี้
๑. ให้กระทรวงพาณิชย์เน้นย้ำการใช้กองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร เพื่อแก้ไขสถานการณ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจในขณะนี้
๒. ให้เร่งรัดประสานความร่วมมือกับประเทศคู่เวต ซึ่งมีความต้องการเรื่องสินค้าประมงเกษตร และพลังงานจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ หากมีผลการดำเนินงานตามข้อสั่งการ ขอได้โปรดนำกราบเรียนนายกรัฐมนตรีทราบในโอกาสแรก

ขอแสดงความนับถือ

กษ. เพื่อโปรดทราบ

เรียน ท่านปลัดกระทรวง

- เพื่อโปรดทราบ

- เห็นควรมอบ กษ.

กษ. ๒๕๐๖

๕ มิ.ย. ๖๓

๒ มิ.ย. ๒๕๖๓

(นางนิชา หิรัญบุรณะ สุวรรณ)
รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรีฝ่ายบริหาร
ปฏิบัติราชการแทน เลขาธิการนายกรัฐมนตรี

กองประสานนโยบายและยุทธศาสตร์
โทร. ๐ ๒๒๘๘ ๔๐๐๐ ต่อ ๔๖๒๑
โทรสาร ๐ ๒๒๘๘ ๔๔๒๖
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ spmpolicy1@thaigov.go.th

- มอบ คน. / สค. ดำเนินการตามบัญชา
พชค. ๓
- กษ. รวบรวม.

กษ.

(นายพิทักษ์ อุดมวิชัยวัฒน์)
รองปลัดกระทรวง ปฏิบัติราชการแทน
ปลัดกระทรวงพาณิชย์
- ๒ มิ.ย. ๒๕๖๓

สำเนา
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
สบ. - รับจากภายนอก
รับคืนเลขที่ ๓๖๐๖
วันที่ ๕ มิ.ย. ๒๕๖๓