

DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

2020

ANNUAL REPORT



EMBRACING
THE NEW NORMAL

DITP

CONTENTS

สารบัญ

4

สารจากรองนายกรัฐมนตรี
และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM
DEPUTY PRIME MINISTER AND MINISTER OF COMMERCE

6

สารจากรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM
DEPUTY MINISTER OF COMMERCE

8

สารจากปลัดกระทรวงพาณิชย์
MESSAGE FROM
PERMANENT SECRETARY,
MINISTRY OF COMMERCE

10

สารจากอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
MESSAGE FROM
DIRECTOR-GENERAL
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL
TRADE PROMOTION

12

กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
TIMELINE

14

โครงสร้างองค์กร
ORGANIZATION STRUCTURE

16

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน
VISION, MISSION, MISSIONS AS STIPULATED IN THE LAW

17

ค่านิยมองค์กร วัฒนธรรมองค์กร ประเด็นยุทธศาสตร์
CORE VALUES, CORPORATE CULTURE, STRATEGIC ISSUES

18

แนวทางยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
STRATEGIC APPROACHES, STRATEGIC PURPOSES

19

กลยุทธ์ ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ
STRATEGIES, EXPECTED OUTCOMES

20

คณะผู้บริหาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
EXECUTIVES

26

กิจกรรมสำคัญฝ่าวิกฤติโควิด-19
HIGHLIGHT PROJECTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ผลงานสำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ตามภารกิจยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ
MAJOR PROJECTS FOR INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

58

การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศ
เชิงรุกทั้ง Physical และ Digital Market
DEMAND-DRIVEN MARKETING APPROACH: PROACTIVELY EXPANDING EXPORT MARKETS AND BUSINESSES OVERSEAS THROUGH PHYSICAL AND DIGITAL MARKET PENETRATION

77

การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ พัฒนาและ
ส่งเสริมสินค้าและบริการที่ประเทศไทยให้มีศักยภาพ
CLUSTER PROMOTION: DEVELOPING AND PROMOTING HIGH POTENTIAL THAI PRODUCTS AND SERVICES

101

การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่ม
ในอุตสาหกรรมส่งออก
CAPACITY-BUILDING FOR ENTREPRENEURS AND VALUE CREATION FOR THE EXPORT INDUSTRY

110

การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์
และการพัฒนาองค์กรสู่ระบบราชการ 4.0
ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT AND ENHANCING SERVICE EFFICIENCY IN SUPPORT OF THE IMPLEMENTATION OF STRATEGIC POLICIES AND E-GOVERNMENT 4.0

112

DITP พร้อมส่งมอบสิ่งดีๆ เพื่ออยู่เคียงข้างสังคม
และสิ่งแวดล้อม
DITP'S CSR AND ENVIRONMENTAL ACTIVITIES

116

งบการเงิน
FINANCIAL REPORT

120

รายชื่อที่ปรึกษากิตติมศักดิ์
ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ
HONORARY TRADE ADVISORY TO THE MINISTRY OF COMMERCE

128

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
OFFICE OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION (OVERSEAS OFFICE)

MESSAGE FROM DEPUTY PRIME MINISTER AND MINISTER OF COMMERCE

สารจากรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ปี 2563 เป็นปีเริ่มต้นของความท้าทายในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ที่ส่งผลกระทบเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ ทำให้รัฐบาลต้องมีการทบทวน ปรับเปลี่ยนแนวทาง เครื่องมือ รวมถึงวิธีการทำงาน โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง เพื่อผลักดันให้เศรษฐกิจของไทยยังสามารถเดินหน้าต่อไปได้

การดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในช่วงปีที่ผ่านมา มีการกำหนดนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศให้สอดคล้องและทันต่อบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยใช้ยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ที่เน้นตอบสนองความต้องการของตลาดโลก และการผนึกกำลังระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการพลิกวิกฤติโควิด-19 ให้เป็นโอกาสของประเทศไทย ภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต - พาณิชย์ตลาด” เพื่อบรรลุเป้าหมายสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบหลักด้านการค้าระหว่างประเทศ และมีเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศตั้งอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของโลก มีบทบาทสำคัญในการผลักดันนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการปรับกลยุทธ์และกระบวนการทำงานในทุกภารกิจของกรมเข้าสู่ระบบออนไลน์ รองรับวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กันในสังคมทั่วโลกภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั้งภารกิจด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ การส่งเสริมช่องทางการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ และการให้บริการของกรมฯ โดยการเดินหน้าสู่ “พาณิชย์ทันสมัย” ตามที่ผมได้ให้นโยบายไว้ ที่เน้น 5 เรื่องสำคัญ คือ (1) การนำเทคโนโลยีและข้อมูลมาใช้ทำการตลาด (2) การสร้างทีมเซลส์แมนประเทศ ซึ่งประกอบด้วย “ทูตพาณิชย์” ผู้ส่งออก และผู้นำเข้าในต่างประเทศ และเชื่อมโยงการทำงานระหว่างทีมเซลส์แมนประเทศกับทีมเซลส์แมนจังหวัด เพื่อส่งเสริมการต่อยอดสินค้าท้องถิ่นจากเศรษฐกิจฐานรากสู่ตลาดโลก (3) การขยายตลาดส่งออกเชิงรุกโดยใช้ช่องทางการตลาดทุกรูปแบบ (4) การสร้างโมเดลการค้าใหม่ให้เกิดขึ้น และ (5) การส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศ พร้อมกันนี้ได้กระชับความร่วมมือกับภาคเอกชนในทุกๆ ด้าน เพื่อการจัดการวิกฤติในครั้งนี้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

The year 2020 marked the beginning of a series of challenges to the nation’s economic growth as the COVID-19 pandemic raged across the world. The fluctuations of the world economy have made it difficult to carry out economic activities both domestically and internationally. Thus, the government had to review and adjust its approaches by applying digital technology more broadly to drive the Thai economy forward.

In the past year, the Ministry of Commerce aligned our international trade policy with the changing global contexts by adopting a “market-driven” strategy. With an emphasis on responding to the global demands, the ministry joined force with the Ministry of Agriculture and Cooperatives (MOAC) in turning the COVID-19 crisis into an opportunity for Thailand under the vision “Kaset Palid, Panich Talad” or “Market-led Agricultural Production.” in an effort to make Thailand the global hub for quality agricultural and food products.

The Department of International Trade Promotion (DITP), Ministry of Commerce, is the main government agency responsible for Thailand’s international trade. Together with its network of Thai Trade Center Offices around the world, the DITP has been instrumental in driving Thailand’s international trade policy, and in turn the nation’s economic growth. Given the New Normal that emerged due to the COVID-19 pandemic, the DITP was quick to move its work online towards “modern commercial practice”. The five core policies are: (1) using technology and data analytic for marketing; (2) developing Thai Trade Representatives, exporters, and overseas importers to become the nation’s salesperson and connecting them to the local economy, This way, we will bring local products to international markets; (3) proactively expanding overseas markets; (4) creating new business models; and (5) promoting and building credibility of Thai products.

At the same time, the DITP has strengthened cooperation with the private sector in all aspects in order to swiftly and efficiently manage this COVID-19 induced crisis.

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้ทุ่มเทในการปฏิบัติราชการเพื่อผลประโยชน์ของผู้ประกอบการและประชาชนชาวไทย และแม้ว่าสถานการณ์ข้างหน้าของการแพร่ระบาดของโควิด-19 จะยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่ในวิกฤติย่อมมีโอกาส กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จะยังคงเดินหน้าปรับปรุงการให้บริการที่สอดคล้องกับยุคสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

I wish to thank every executive, official and staff of the DITP for their devotion and commitment to further the interests of Thai entrepreneurs and the general public. While there is still a lot of volatility with regards to the COVID-19 pandemic, every crisis has a silver lining.

I wish the DITP be blessed and be encouraged to continue developing services that fit well with the current context with a view to open up trade opportunities and enhancing competitiveness for all levels of entrepreneurs in every corner of the nation.



(นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์)
รองนายกรัฐมนตรีและ
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

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

MESSAGE FROM DEPUTY MINISTER OF COMMERCE

สารจากรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

เศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเต็มไปด้วยความสลับซับซ้อนมากขึ้นในทุกๆ มิติ ทำให้ทุกประเทศล้วนต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยเฉพาะในปี 2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ถือเป็นความท้าทายครั้งใหญ่ที่ทั่วทั้งโลกต้องเผชิญร่วมกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านวิถีชีวิตและพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของคนในทุกระดับ ทำให้กระทรวงพาณิชย์ในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจำเป็นต้องเร่งดำเนินการบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ดังกล่าว ตลอดจนแสวงหาแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เดินหน้าต่อไป

ภาคการส่งออกถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยตลอดระยะ 1 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะต้องเจอกับอุปสรรคจากสถานการณ์การแพร่การระบาดของโควิด-19 กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคงให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในทุกระดับ โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิตและผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ใดก็ยังสามารถเข้าถึงความรู้และข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนสามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นการยกระดับสินค้าในท้องถิ่นไทยสู่สากลได้เป็นอย่างดี

ขณะเดียวกัน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งหน่วยงานส่วนกลางและเครือข่ายสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ยังได้ดำเนินการในเชิงรุก โดยมุ่งเน้นการขยายตลาดต่างประเทศ ทั้งเมืองหลักและเมืองรองที่มีศักยภาพ รวมทั้งเร่งส่งเสริมคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าไทยที่เป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหาร ตลอดจนสนับสนุนการเจรจาความตกลงทางการค้าต่างๆ อาทิ ความตกลง RCEP ให้บรรลุผลสำเร็จ เพื่อให้ภาคการส่งออกไทยยังคงเดินหน้าต่อไปได้ท่ามกลางวิกฤติในครั้งนี้

The global economy has become increasingly fast-changing and complex. No country is exempted from having to face new challenges, particularly in 2020. The COVID-19 pandemic was an inevitable challenge for the world. It has caused devastating impact, upending ways of life and economic behavior of people at all levels. The Ministry of Commerce, as an agency tasked with driving the country's economy, was prompted to take up the challenge to alleviate the impact caused by the pandemic.

The export sector plays a crucial role in our economic growth. In the past year, despite various obstacles caused by COVID-19, the Ministry of Commerce through the Department of International Trade Promotion continued to emphasize the need to enhance competitiveness of all groups especially farmers, producers and local retail entrepreneurs. The department changed the format of various activities to allow community entrepreneurs to access knowledge and necessary information for their businesses wherever they are. They will be able to increase value and create new innovations that correspond to the need of international markets. This will in turn elevate local Thai products to international markets.

At the same time, the Department of International Trade Promotion with its network of overseas offices known as Thai Trade Centers has been proactive in expanding markets at main and secondary cities overseas. The department has sought to enhance the image for Thai products that are in demand especially agricultural and food products as well as supported negotiations of trade agreements, including the Regional Comprehensive Economic Partnership or RCEP with the determination to drive the Thai export sector forward.

ในโอกาสนี้ กระผมขออำนาจคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย โปรดจงคุ้มครองผู้บริหาร ข้าราชการ พนักงาน และลูกจ้างของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์ แข็งแรง เพื่อจะได้เป็นพลังร่วมกันในการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เจริญยิ่งขึ้นสืบไป

I would like to take this opportunity to wish all officials and staff at the Department of International Trade Promotion be blessed with strength and good health so we can work together and become a collective force to develop Thailand's economy and trade towards greater growth.



(นายวีรศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

(Mr. Weerasak Wangsuphakijkosol)
Deputy Minister of Commerce

MESSAGE FROM PERMANENT SECRETARY, MINISTRY OF COMMERCE

สารจากปลัดกระทรวงพาณิชย์

ในปี 2563 ทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและไทยอย่างรุนแรงและรวดเร็ว จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศได้อย่างที่เคยในช่วงปกติ เนื่องจากข้อจำกัดต่างๆ ที่เกิดขึ้น ถือเป็นประเด็นท้าทายอย่างยิ่งของประเทศไทยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศให้สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีบทบาทภารกิจในการผลักดันเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว พร้อมทั้งแสวงหาแนวทางการปรับตัวและกลไกต่างๆ เพื่อผลักดันให้การค้าระหว่างประเทศของไทยยังคงดำเนินต่อไปได้

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ผนึกกำลังทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชนในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถ “ตั้งรับได้ทัน ปรับตัวได้ไว และหาโอกาสได้เร็ว” ภายใต้สถานการณ์วิกฤตนี้ได้ โดยได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินงานและภารกิจต่างๆ ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่มาสนับสนุนการให้บริการ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่างๆ ทั้งผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผสมผสานกันอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างสำคัญ ได้แก่ การขยายช่องทางการค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มพันธมิตรต่างๆ และการพัฒนาองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ไปใช้ในการบริหารธุรกิจ เพื่อลดต้นทุน สร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้า ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคตามวิถี New Normal และสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจยุคใหม่ หรือ New Economy ซึ่งการค้าออนไลน์และการค้าโดยใช้นวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการในตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

ผมเชื่อว่า การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ แนวคิด และวิธีการในการดำเนินงานที่เกิดขึ้นของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถือเป็นก้าวสำคัญในการเดินหน้าสู่การเป็นองค์กรส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำที่สมัยใหม่และมีประสิทธิภาพ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมของบุคลากรในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการ “ปรับเปลี่ยน” และ “เรียนรู้” เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้สอดรับกับสถานการณ์และความเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที ความภูมิใจในองค์กรแห่งนี้คือ การได้มีส่วนร่วมในความสำเร็จของภาคการส่งออกอันเป็นกลไกสำคัญในการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ จะส่งผลให้กรมส่งเสริมการค้า

In 2020, the immense and swift impact of the COVID-19 pandemic wreaked havoc on both the Thai and global economies. Entrepreneurs could not travel overseas due to a number of restrictions that had been put in place. For us, the challenge was how to continue carrying out international trade in an efficient manner. In spite of the looming challenge, the Ministry of Commerce through the Department of International Trade Promotion, as the main agency responsible for Thailand’s international trade was aware of the issue from the beginning and attempted to find ways and mechanisms to adjust and continue to drive Thailand’s international trade.

The Department of International Trade Promotion has worked closely with the public and private sectors to “prepare, adapt, and look for opportunities” amidst the ongoing crisis. DITP has adjusted its strategies and operations by utilizing modern digital technology to support its services and continuously organized marketing activities both online and offline. Highlights included the expansion of online trading via a number of partner platforms and capacity-building activities for entrepreneurs so that they can use technology, innovations, and creativity to manage their businesses. As a result, they were able to reduce costs, add value and enhance their business potentials in line with consumer behavior under the “New Normal”. They also learned of the New Economy where online and innovative trading, brought about by technological advances, play a greater role in responding to the global demands.

I believe that changes in strategies, mindsets and working methods at the Department of International Trade Promotion constitute a major step for the department in becoming a leading international trade promotion organization. Such changes reflect the potential and readiness of the staff at the Department of International Trade Promotion to “adapt” and “learn” in accordance with the changing circumstances.

ระหว่างประเทศสามารถปฏิบัติงานตามภารกิจหน้าที่ในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในตลาดโลก

สุดท้ายนี้ ผมขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ได้โปรดดลบันดาลประทานพรให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ตลอดจนผู้ประกอบธุรกิจและผู้ส่งออกไทย ประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพร่างกายที่เข้มแข็ง มีกำลังกายและกำลังใจในการดำเนินชีวิต เพื่อร่วมแรงร่วมใจกันทำงานและสร้างสรรค์คุณประโยชน์เป็นกำลังสำคัญให้แก่ประเทศชาติต่อไป

I am proud that the department has been part of the successes of the export sector, an integral part of the nation's economic stability. I am sure that the Department of International Trade Promotion will continue to support Thai entrepreneurs and enhance their competitiveness in the international arena.

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



(นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร)
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

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

MESSAGE FROM DIRECTOR-GENERAL, DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

สารจากอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ตลอดระยะเวลา 69 ปี ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มุ่งมั่นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศของไทยอย่างต่อเนื่องผ่านภารกิจหลัก 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ การขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย การส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย ตลอดจนการยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ เพื่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและภาคการค้าระหว่างประเทศของไทยสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ท่ามกลางประเด็นท้าทายต่างๆ จากความเปลี่ยนแปลงของบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของโลก

ปี 2563 เป็นอีกปีของความท้าทาย และเป็นบททดสอบใหญ่ของศักยภาพในการปรับตัวของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการขับเคลื่อนการส่งออกของประเทศให้เดินหน้าต่อไป ท่ามกลางสถานการณ์การดำเนินไปของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศต่างๆ ที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะถดถอย และการดำเนินกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศหดตัว ผลจากมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของประเทศต่างๆ โดยกรมฯ ได้ดำเนินการปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ ด้วยการ “ตั้งรับ ปรับตัว และหาโอกาส” ทั้งในส่วนของตัวกรมฯ เองที่ต้องเปลี่ยนแปลงโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับทุกภาคส่วนขององค์กร และในส่วนของการผลักดันผู้ประกอบการให้เร่งพัฒนาองค์ความรู้และทักษะเพื่อปรับตัวเข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและสามารถฝ่าวิกฤติและคว้าโอกาสในยุค New Normal รวมถึงสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้ทันทีที่สถานการณ์ต่างๆ คลี่คลาย

ตลอดปี 2563 กรมฯ ได้เน้นการทำงานเชิงรุก ผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก และได้ริเริ่มกิจกรรมรูปแบบใหม่ๆ ที่ทำให้กรมฯ ยังสามารถดำเนินภารกิจทั้ง 4 ด้านของกรมฯ ท่ามกลางมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางและการขนส่งสินค้าทั้งในและระหว่างประเทศ โดยการปรับรูปแบบการจัดอบรมสัมมนาของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy: NEA) จากเดิมที่จัดในรูปแบบออฟไลน์ เป็นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกระดับทั่วทุกภูมิภาคสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างสะดวกโดยไม่ต้องเดินทาง ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ อาทิ การจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Business Matching) การจัดตั้งร้านขายสินค้าไทย TOP Thai Store บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำของต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนในการเข้าถึงผู้บริโภคในต่างประเทศได้โดยตรง การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในรูปแบบเสมือนจริง (Virtual Trade Fair) และในรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) การปรับรูปแบบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ จากเดิมที่ผู้ประกอบการต้องเดินทางไปร่วมออกคูหาภายในงาน เป็นการเข้าร่วมในรูปแบบ Mirror-Mirror

For over 69 years, the Department of International Trade Promotion (DITP) has been committed to steering Thailand’s international trade towards growth and greater competitiveness in the changing global economic and social landscape. This has been done through our four core missions, namely; enhancing the competitiveness of Thai entrepreneurs in the global context; promoting sustainable value creation for Thai products and services delivered internationally; developing and expanding overseas market access for Thai products and services; and continuously ensuring excellence in service for all stakeholders.

2020 was a challenging year for the Department of International Trade Promotion as it needed to cope with the widespread impact of COVID-19 while continuing to propel the country’s export. The DITP has adjusted its strategies in promoting international trade from offline to online.

We have been preparing, adapting, and looking for opportunities both internally and externally. Internally, we have applied digital technology to most units in the organization. Externally, we have encouraged entrepreneurs to acquire necessary knowledge and skills to adapt to the ever-changing era, overcome this crisis, thrive in the “New Normal”, and to be resilient.

Throughout the year, the DITP had been proactive in moving activities online and introducing new formats to carry out the four core missions. The DITP adjusted the format of the New Economy Academy’s (NEA) seminars and training from offline to online in various arrangements. This was to make it convenient for all entrepreneurs to access knowledge without the need to travel at a time when restrictions were imposed throughout the world. The department had also supported digital marketing including online business matching activities and the launch of TOP Thai Store on leading e-commerce platforms abroad. Entrepreneurs could now use cross-border e-commerce channels to directly access international consumers. Trade fairs were held in both virtual and hybrid formats. Moreover, the pandemic has also brought about changes in terms of the participation of Thai entrepreneurs in exhibitions abroad. Previously, they had to physically be there at the venues. With a mirror-mirror format, they can send product samples to be displayed and use the DITP team at Thai Trade Centers overseas as sales representatives. These were designed to help entrepreneurs overcome limitations and expand their presence in international markets. In terms of value creation, the department has promoted innovation, design and branding, while bolstering the image of Thai

โดยผู้ประกอบการมอบตัวแทนจำหน่าย หรือส่งตัวอย่างสินค้าไปจัดแสดงภายในงาน เป็นต้น เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ยังสามารถขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้ท่ามกลางข้อจำกัดต่างๆ นอกจากนี้ยังเร่งดำเนินการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม การออกแบบและการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าไทยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทั่วโลก

รายงานประจำปี 2563 ฉบับนี้ ถือเป็นรายงานที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจและปณิธานที่ตั้งมั่นของเหล่าข้าราชการและบุคลากรกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ได้ร่วมเป็นหนึ่งในฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เกิดผลอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมอย่างเต็มกำลังความสามารถ ท่ามกลางความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19

ในโอกาสนี้ ผมขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดีตลอดมา รวมทั้งข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทุกท่าน ที่ได้ทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถจนเกิดผลเป็นที่ประจักษ์ พร้อมทั้งขออาธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากลโลกโปรดดลบันดาลให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกท่าน หน่วยงานและองค์กรพันธมิตรจากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทยทุกท่าน ประสบแต่ความสุข ความเจริญ สมปรารถนาทุกประการ มีสุขภาพร่างกายและกำลังใจที่เข้มแข็ง พร้อมเป็นกำลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของไทยได้อย่างมีความมั่นคงมั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

products to enhance confidence among consumers from around the world.

The 2020 Annual Report is a reflection of pride and aspiration of the officials and staff at the Department of International Trade Promotion who have done their best as part and parcel of the engine of growth that drives the Thai economy and trade towards an even stronger future.

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



(นายสมเด็จ สุสมบูรณ์)

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(Mr. Somdet Susomboon)

Director-General,
Department of International Trade Promotion

DITP

TIMELINE

กว่าจะเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



กรมเศรษฐสัมพันธ์
Department of
Economic Relations

2495/1952

2515/1972

กรมพาณิชย์สัมพันธ์
Department of
Commercial Relations





กรมส่งเสริม
การส่งออก
Department
of Export
Promotion

THAILAND

2537/1994

DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION

2542/1999 | 2547/2004 | 2555/2012



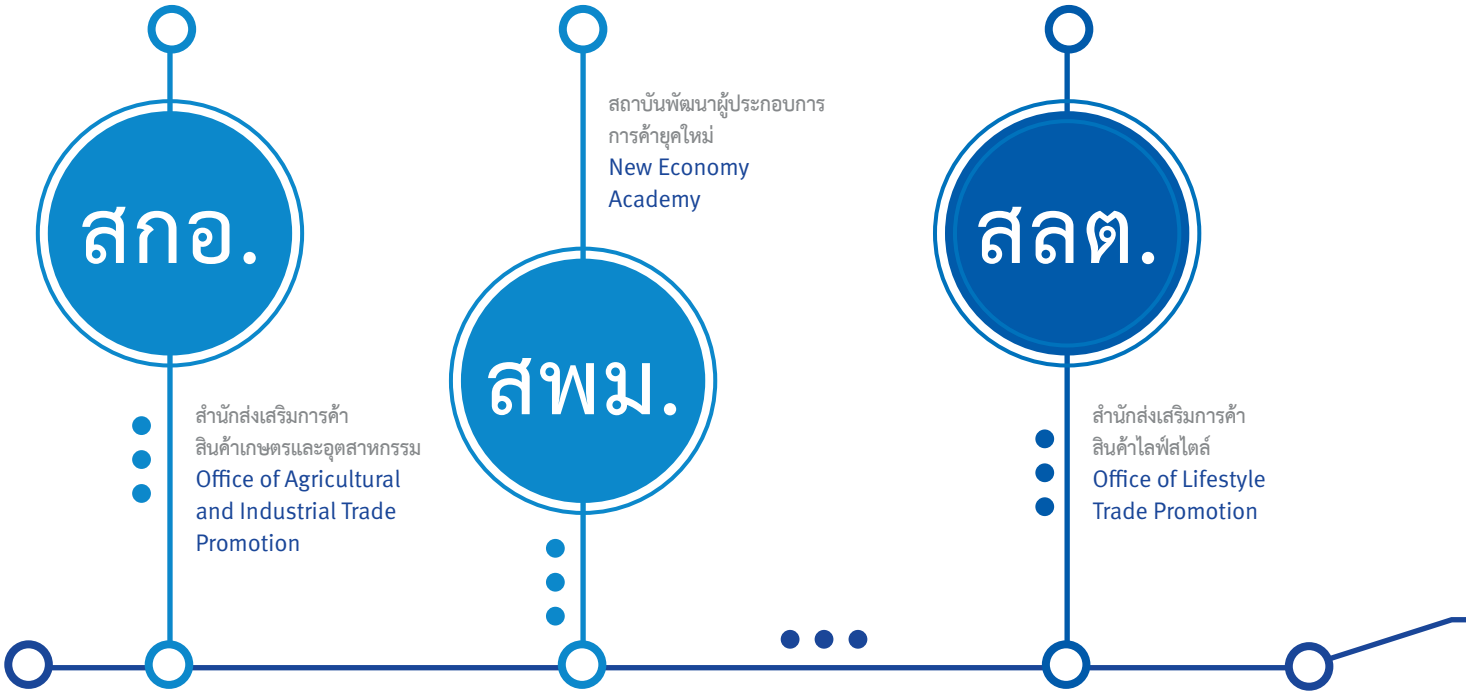


กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

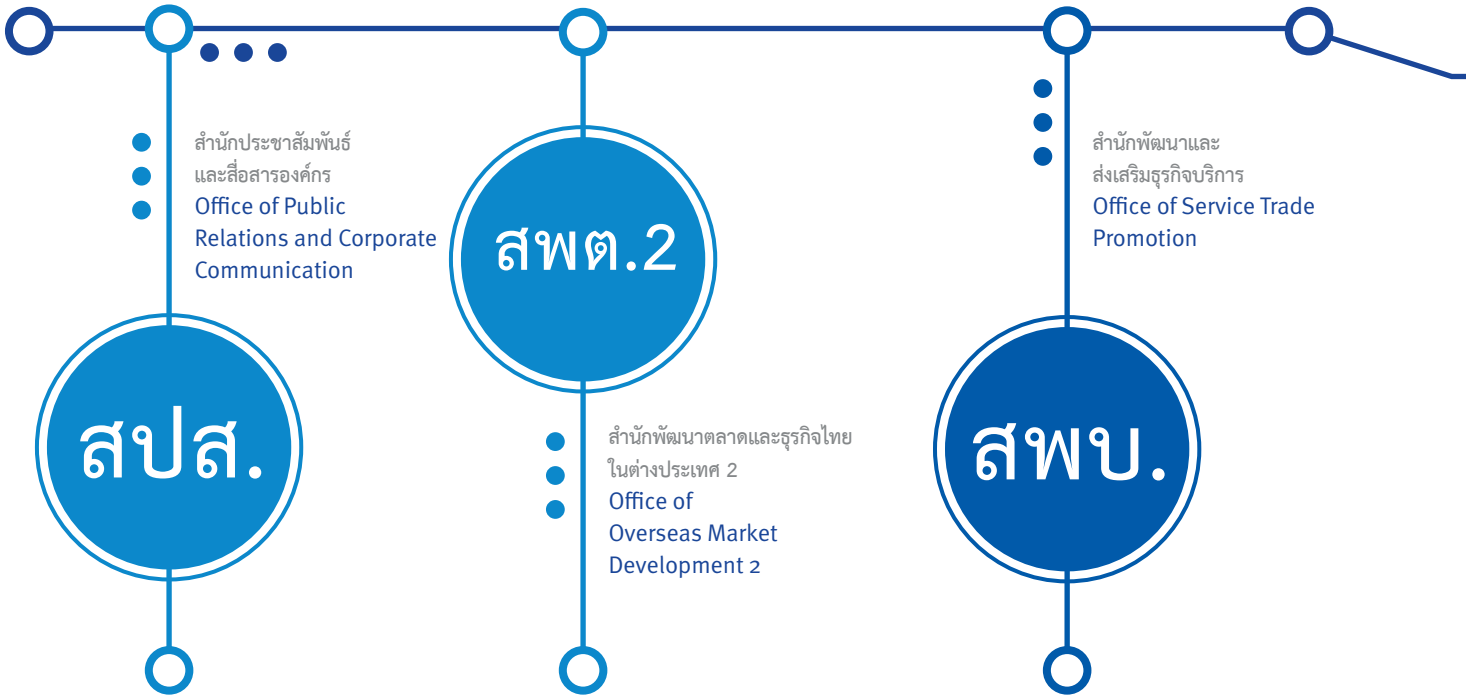
Department of International Trade Promotion (DITP)

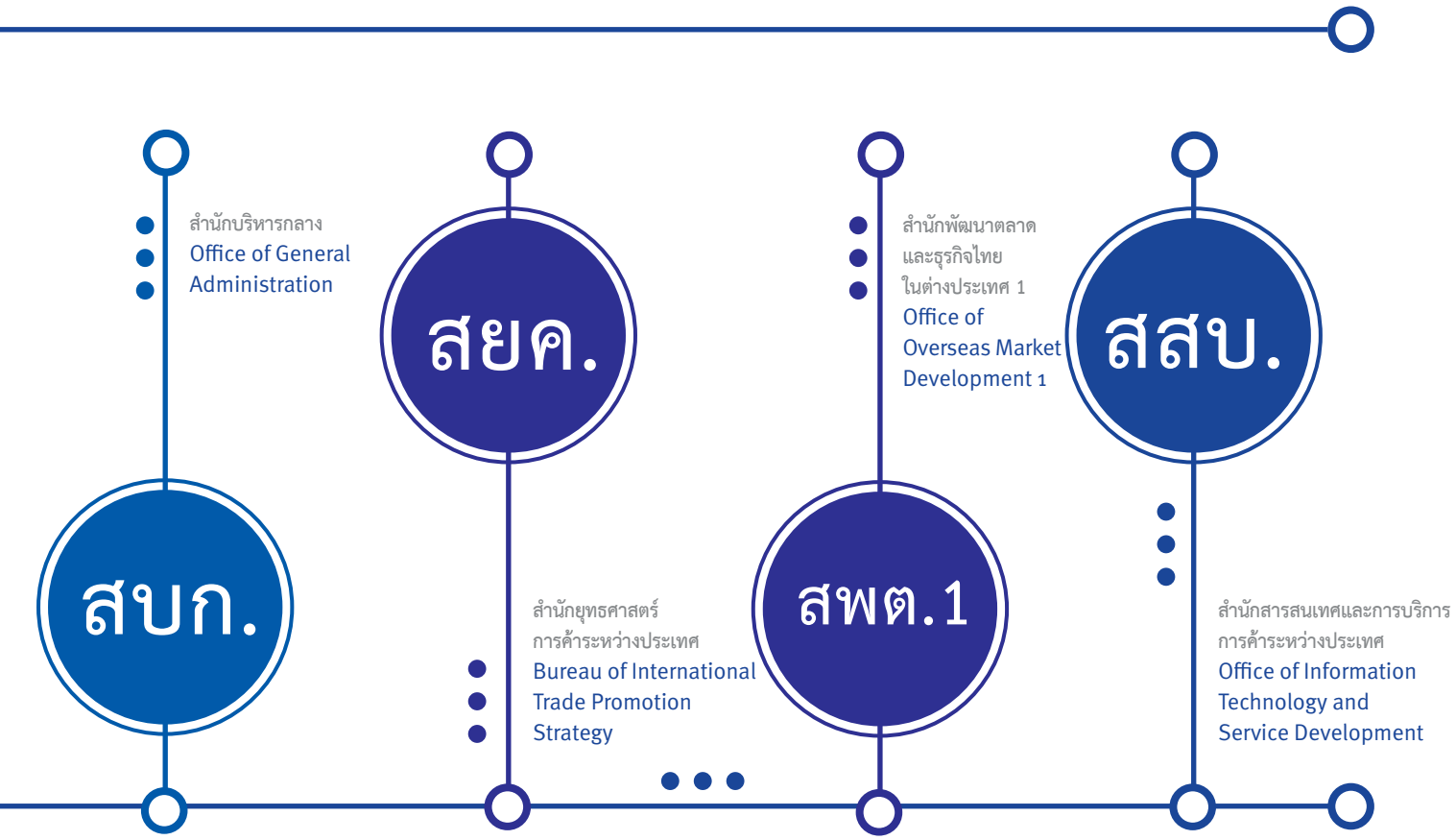
ORGANIZATION STRUCTURE

โครงสร้างองค์กร

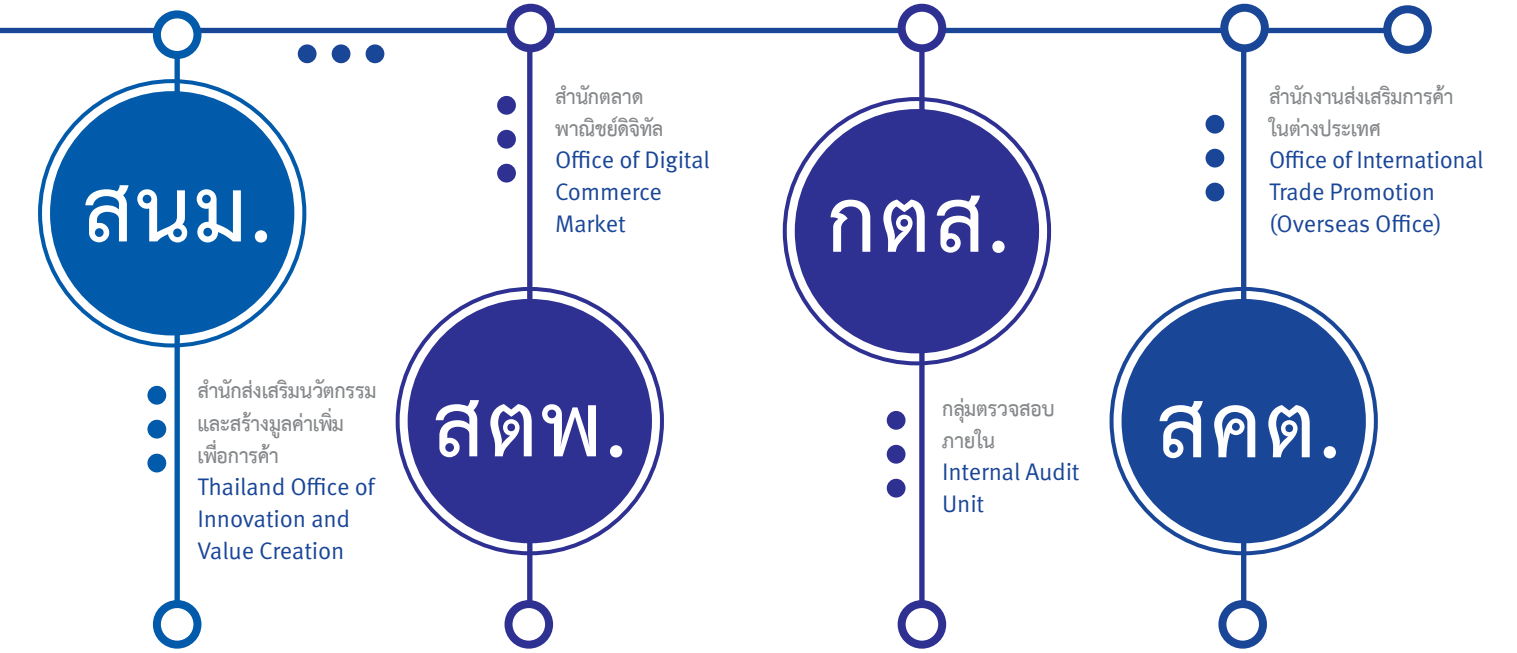


DITP





กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION



THINK TRADE



VISION
วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2564

Thailand's trade competitiveness becoming one of the Asia's top 5 in 2021



MISSION
พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
2. ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
3. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
4. ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

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



MISSIONS AS STIPULATED IN THE LAW
ON THE ESTABLISHMENT OF THE DEPARTMENT OF EXPORT PROMOTION (WHICH HAS CHANGED ITS NAME TO THE DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION)
ภารกิจตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน

ภารกิจหลักตามกฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2553 ให้กรมส่งเสริมการส่งออกมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด สินค้าและธุรกิจบริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

According to the Ministerial Regulation on the division of agencies and bodies within the Department of Export Promotion, B.E. 2553 (2010), the Department of Export Promotion (currently the Department of International Trade Promotion) is to promotion of exports, expand markets for Thai products and services, develop and create added value for exported goods and services, provide information on trade, and enhance competitiveness of Thai entrepreneurs.

[1] *กฎกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมฯ ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการ*
The Ministerial Regulation on the division of agencies and bodies within the Department of International Trade Promotion is currently being developed.

THINK DITP

CORE VALUES
ค่านิยมองค์กร

DITP

D	R	I	V	E
DEDICATED	RESPONSIVE	INTEGRITY	VALUE CREATION	EXCELLENT
มุ่งมั่น ขยัน อดทน Enthusiastic, Diligent and Endurable	ผลลัพธ์ฉับไว Prompt Results	ธำรงไว้ซึ่งคุณธรรม Uphold Virtues	สร้างสรรค์สิ่งใหม่ Innovative	เพื่อการค้าไทยเป็นเลิศ Bringing Thai Trade towards Excellence

CORPORATE CULTURE
วัฒนธรรมองค์กร

ความพร้อมในการปรับตัว
เพื่อตอบสนองภารกิจขององค์กร

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

STRATEGIC ISSUES
ประเด็นยุทธศาสตร์

ผลักดันการค้าระหว่างประเทศในเชิงรุก
เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

Proactively promote international trade to continuously add value to products and services.



STRATEGIC APPROACHES

แนวทางยุทธศาสตร์

1. Demand-Driven Marketing Approach การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศเชิงรุกทั้ง Physical และ Digital Market (City Focus)
2. การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์
3. การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก
4. การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ

1. Demand-driven marketing approach – Proactively expand overseas export markets and businesses both in terms of physical and digital markets (city focus)
2. Promotion of cluster industries
3. Capacity-building for entrepreneurs and value creation for export industries
4. Organizational development and enhancement of efficiency of services



STRATEGIC PURPOSES

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

1. เพื่อขยายการค้าการลงทุนในตลาดหลัก แสวงหาตลาดใหม่ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้า และสามารถประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร (Clusters) กับความต้องการของตลาด และรองรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ ของตลาดโลก
3. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย ในการสร้างนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องใหม่ๆ ของตลาดโลก
4. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ การอำนวยความสะดวก และข้อมูลการค้าระหว่างประเทศให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

1. To expand trade and investment in major markets, explore new markets, utilize trade agreements and conduct international trade and businesses.
2. To comprehensively develop and promote clusters of products and services corresponding to demands.
3. To enhance the competitiveness of Thai entrepreneurs in terms of innovation, value creation and brand creation for products and services according to global demands.
4. To increase the efficiency of the provision of services, facilitation and information on international trade in line with the needs of entrepreneurs.

STRATEGIES
กลยุทธ์

1. ส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางดิจิทัลและรูปแบบการค้าสมัยใหม่อื่นๆ
2. ผลักดันการขยายการค้าและการลงทุนกับพันธมิตรในตลาดศักยภาพ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA
3. ส่งเสริมการพัฒนาบริการและขยายบริการของผู้ให้บริการโลจิสติกส์
4. พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการเป็นกลุ่มอย่างครบวงจร (Clusters) และรองรับแนวโน้มความต้องการใหม่ๆ ของตลาดโลก
5. พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการไทย และสร้างมูลค่าเพิ่ม/สร้างแบรนด์สินค้าและบริการ
6. พัฒนาบุคลากร ระบบการทำงาน ตลอดจนระบบข้อมูลการค้าเพื่อการบริการ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง

1. Promote trade through digital and other modern trading formats.
2. Expand trade and investment with potential partners and encourage the utilization of FTAs.
3. Promote service development and expand services of logistics providers.
4. Comprehensively develop and promote clusters of products and services and accommodate emerging global demands.
5. Develop and strengthen Thai entrepreneurs and create added value/brands for products and services.
6. Develop human resources, work systems and service trade database as well as constantly applying modern technology to enhance work efficiency.

EXPECTED OUTCOMES
ผลสัมฤทธิ์ที่คาดว่าจะได้รับ

มูลค่าการเจรจาการค้าผ่านกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ได้รับ

Expected value as a result of trade negotiations through activities aimed at promoting international trade



EXECUTIVES

คณะผู้บริหาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



EXECUTIVES
คณะผู้บริหารระดับสูง



นายสมเด็จ สุสมบูรณ์
อธิบดี

Mr. Somdet Susomboon
Director-General



นายวิทยากร มณีเนตร
รองอธิบดี

Mr. Wittayakorn Maneenetr
Deputy Director-General



นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์
รองอธิบดี

Mr. Nantapong Chiralerspong
Deputy Director-General



นายเอกฉัตร ศีตวรรัตน์
รองอธิบดี

Mr. Ekachat Seetavorarat
Deputy Director-General

ASSISTANT DIRECTOR-GENERAL
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ



หม่อมหลวงคฑาทอง ทองใหญ่
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

M.L. Kathathong Thongyai
Assistant Director-General



นายพิสิษฐ์ กิจวิริยะ
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Pisit Kijviriya
Assistant Director-General



นางชฎา บุญจร
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mrs. Chada Boonchara
Assistant Director-General



นางสมรรัตน์ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา
นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mrs. Samornrat Snidvongs Na Ayudhya
Assistant Director-General



นายชัพพล โรจนเสน
รักษาการในตำแหน่งนักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Mr. Chappon Rochanasena
Acting Assistant Director-General



นางสาวกานดา อนันตกูล
รักษาการในตำแหน่งนักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Miss Kanda Anuntakul
Acting Assistant Director-General



นางสาวฐาปนี ภาณุโสภณ
รักษาการในตำแหน่งนักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ

Miss Tapanee Pharnusopon
Acting Assistant Director-General

DIRECTORS
ผู้อำนวยการสำนัก/สถาบัน



นางสาวณัฐิยา สุจินดา
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริม
การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม

Miss Natiya Suchinda
Director
Office of Agricultural and
Industrial Trade Promotion



นางอารดา เฟื่องทอง
ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนา
ผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่

Mrs. Arada Fuangtong
Director
New Economy Academy



นางนิศาบุษป์ วีรบุตร
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้า
สินค้าไลฟ์สไตล์

Mrs. Nisabudh Virabutr
Director
Office Lifestyle Trade Promotion



นางสาวอรไท เล็กสกุลชัย
ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

Miss Orathai Leksakulchai
Director
Office of General
Administration



นายพรวิช ศิลาอ่อน
ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์
การค้าระหว่างประเทศ

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



นายประคัลร์ กอดำรงค์
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาดและ
ธุรกิจไทยในต่างประเทศ 1

Mr. Prakhan Kordumrong
Director
Office of Overseas
Market Development 1



นางสาวพัดชา วุฒิพันธุ์
ผู้อำนวยการสำนักสารสนเทศและ
การบริการการค้าระหว่างประเทศ

Miss. Patcha Wutipan
Director
Office of Information Technology
and Service Development



นางสาวประจงพร ตันมณี
ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์
และสื่อสารองค์กร

Miss Prajongporn Tanmanee
Director
Office of Public Relations and
Corporate Communication



นายจิรกานต์ เพชรชาติ
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาตลาด
และธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2

Mr. Jirakarn Bejrajati
Director
Office of Overseas Market
Development 2



นางปรียากร ศังขวณิช
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนา
และส่งเสริมธุรกิจบริการ

Mrs. Preeyakorn Sankhavanija
Director
Office of Service
Trade Promotion



นางสาวประอรนุช ประนุช
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมนวัตกรรม
และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

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



นายฉันทพัทธ์ ปัญจมานนท์
ผู้อำนวยการสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล

Mr. Chanthapat Panjamanond
Director
Office of Digital Commerce Market



นางสาวยิ่วฟ้า จินต์จำเริญสุข
หัวหน้ากลุ่มตรวจสอบภายใน

Miss Yewfa Jinjumroernsuk
Head of the Internal Audit Group

HIGHLIGHT PROJECTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

กิจกรรมสำคัญฝ่าวิกฤติโควิด-19



ท่ามกลางสถานการณ์การดำเนินไปของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะถดถอย และการดำเนินกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศหดตัว กรมฯ ได้ดำเนินการ “ตั้งรับ ปรับตัว และหาโอกาส” ปรับรูปแบบและพัฒนาการทำงานรองรับวิกฤติโควิด-19 ปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ และเพิ่มโครงการ/กิจกรรมใหม่เพื่อกระตุ้นการค้าระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการไทย โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อสามารถฝ่าวิกฤติและคว้าโอกาสในยุค New Normal รวมถึงสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้ทันทีที่สถานการณ์ต่างๆ คลี่คลาย ผลงานหรือโครงการฝ่าวิกฤตโควิด-19 ที่สำคัญๆ อาทิ

Amid the ongoing COVID- 19 epidemic resulting in a major global recession, and throwing the path to economic growth off course. The Department of International Trade Promotion promptly adjusted its marketing strategies to “preparing, adapting, and looking for opportunities” by utilizing modern digital technology to support its services and continuously organized marketing activities both online and offline in order to continue carrying out international trade in an efficient manner. Some highlights are as follows:

22-26 กันยายน 2563 / 22-26 September 2020
งานแสดงสินค้าอาหาร และงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเสมือนจริง
THAIFEX-Anuga Asia 2020 “The Hybrid Edition” and THAIFEXporter Virtual Trade Show



งานแสดงสินค้า THAIFEX เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2534 โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และใน พ.ศ. 2546 (17 ปีที่ผ่านมา) กรมฯ จัดงานร่วมกับหอการค้าไทย และ Koelnmesse เยอรมนี ผู้จัดงาน Anuga ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอาหารที่ใหญ่ที่สุดในโลก ในรูปแบบของคณะกรรมการจัดงาน 3 ฝ่าย โดยใน พ.ศ. 2563 จัดภายใต้รูปแบบผสมผสานระหว่างการจัดงานออฟไลน์ระหว่างวันที่ 22-26 กันยายน พ.ศ. 2563 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี และงานออนไลน์บนแพลตฟอร์ม www.thaifex-vts.com ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเสมือนจริง ผู้เข้าชมแพลตฟอร์มสามารถเลือกชมคูหาและสินค้าของผู้ประกอบการแบบ 3 มิติ (หมุนได้รอบทิศทาง 360 องศา) รวมถึงรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถเจรจาการค้าผ่านทางวิดีโอคอล แชต หรือการฝากข้อความในระบบได้ ตามเวลาที่

THAIFEX-Anuga Asia, as ASEAN’s largest trade fair for the food and beverage industry, was first held in 1991 by the Department of International Trade Promotion. In 2003 (17 years ago), the department begun cohosting the fair in a tripartite format with the Thai Chamber of Commerce and Koelnmesse from Germany, the organizer of Anuga which is the largest food exhibition in the world. The organizing committee resolved to hold the exhibition from 22-26 September 2020 in a hybrid format combining an offline exhibition at the IMPACT Exhibition and Convention Center in Muang Thong Thani and an online exhibition which could be accessed at www.thaifex-vts.com. This was a virtual exhibition







สะดวก ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนภาพของการจัดงานให้ชัดเจน จึงปรับชื่อเป็นงานแสดงสินค้า THAIFEX-Anuga Asia 2020 “The Hybrid Edition” สรุปผลการจัดงานใน พ.ศ. 2563 มีมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์ จำนวน 7,918 ล้านบาท ดังนี้

where visitors could choose to visit booths and products of exhibitors in 3 dimensions (with 360 degrees rotation), receive details, and negotiate through functions that allow them to VDO call, chat or leave messages in the system at their convenience. To clearly reflect the innovative format of the exhibition, its title had been changed to THAIFEX-Anuga Asia 2020 “The Hybrid Edition”. The total value of offline and online transactions amounted to THB 7,918 million as follows:

การจัดงานแสดงสินค้า (ออฟไลน์) ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี
The offline exhibition at Impact Challenger Halls 1-3

ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าแบบออฟไลน์
Total exhibitors

797 บริษัท Companies

1,776 คูหา Booths

ผู้ประกอบการไทย
The number of Thai companies

527 บริษัท Companies

ตัวแทนที่อยู่ในประเทศไทยของผู้ประกอบการต่างชาติ
Representatives of foreign companies

13 ประเทศ Countries

270 บริษัท Companies

ออสเตรเลีย บราซิล จีน อินโดนีเซีย อิตาลี ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย นอร์เวย์ โปแลนด์ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และ 2 เขตเศรษฐกิจพิเศษ (ไต้หวัน และฮ่องกง)

Australia, Brazil, China, Indonesia, Italy, Japan, South Korea, Malaysia, Norway, Poland, Singapore, the USA, the UK and Special econonic zones (Taiwan and Hong Kong)



ผู้เข้าชมงานตลอดทั้ง 5 วัน
Total visitors

54,396 ราย **Visitors**



เป็นผู้เข้าร่วมเจรจาการค้า
Business matching

21,104 ราย **Numbers**



มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที
Immediate transactions

49.9 ล้านบาท **Million THB**



คาดการณ์การสั่งซื้อสินค้าภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions

7,658 ล้านบาท **Million THB**



มูลค่ารวม
Ttotal value

7,708 ล้านบาท **Million THB**

ทางคณะผู้จัดได้ใช้มาตรการการดูแลสุขอนามัยของผู้เข้าร่วมงานอย่างเคร่งครัด โดยกำหนดให้เข้าชมงานได้วันละ 2 รอบ รอบละไม่เกิน 15,000 คน

The organizer had imposed strict health protocols on visitors in which the exhibition could be visited in two rounds a day, with no more than 15,000 visitors per round.



การจัดงานแสดงสินค้า (ออนไลน์)
ได้รับความสำเร็จและได้รับความสนใจทั้งจากผู้ประกอบการไทยและผู้นำเข้าต่างชาติ
The THAIFEXporter Virtual Trade Show (VTS)
was a success. It attracted interests from both Thai entrepreneurs and foreign importers



ผู้ประกอบการไทย
The number of Thai companies

261 บริษัท **Companies**



มีการจับคู่ธุรกิจ
Business matching

1,018 คู่ **Matches**



ผู้นำเข้า ผู้ซื้อต่างชาติ
Foreign importers and buyers



77 ประเทศ **Countries**



752 บริษัท **Companies**

มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที
Immediate transactions

222,400 บาท THB

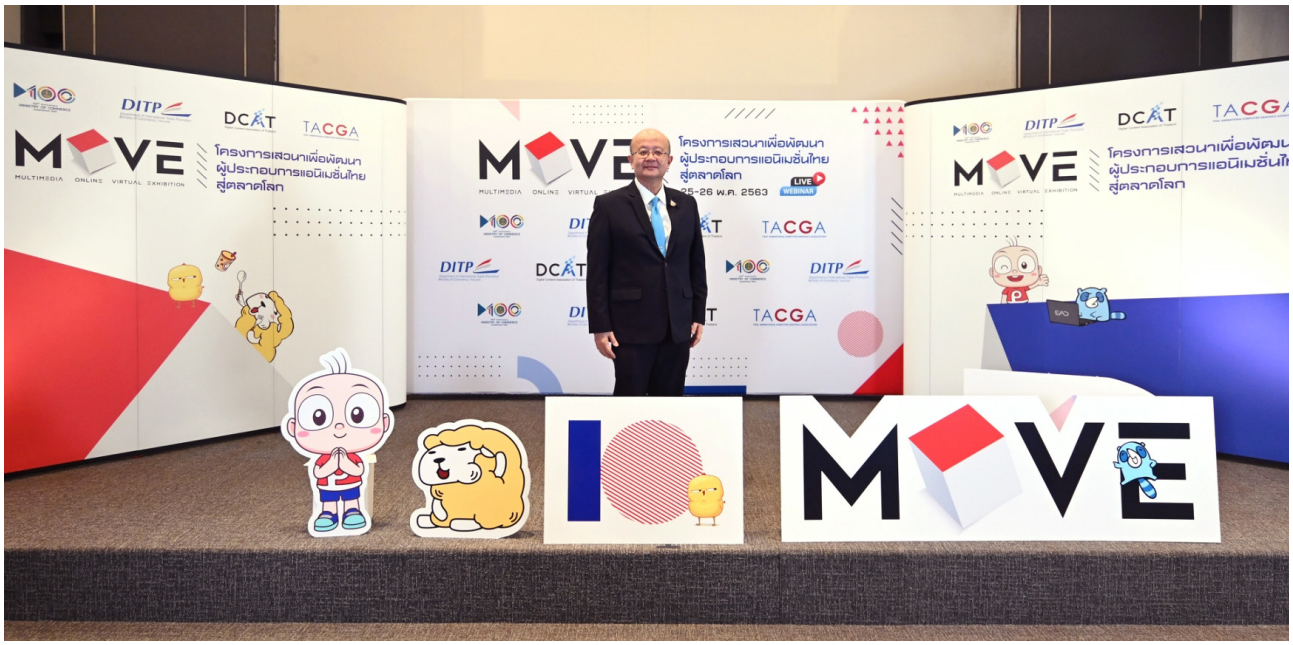
คาดการณ์การสั่งซื้อสินค้าภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions

209.8 ล้านบาท Million THB

มูลค่ารวม
Total value

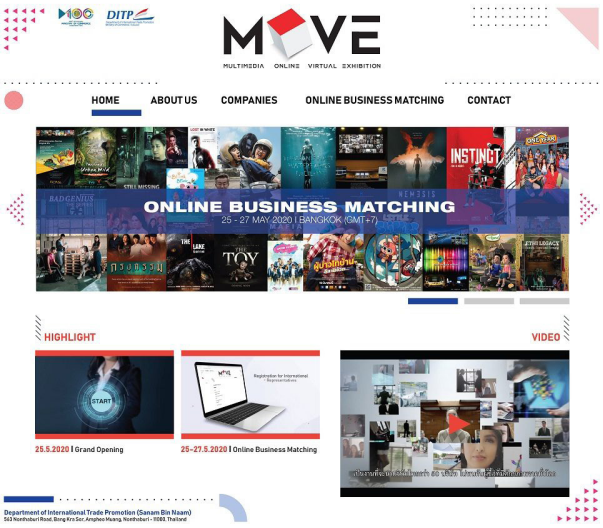
210 ล้านบาท Million THB

25-27 พฤษภาคม 2563 / 25-27 May 2020
งานแสดงสินค้าเสมือนจริง
Multimedia Online Virtual Exhibition 2020 (MOVE)



กรมฯ จัดกิจกรรมแสดงสินค้าในรูปแบบเสมือนจริงระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างชาติ ระหว่างวันที่ 25-27 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 โดยสร้างบรรยากาศให้ผู้ประกอบการได้เข้ามาพบปะกันเสมือนได้เข้ามาอยู่ในงานเทศกาลภาพยนตร์และตลาดซื้อขายคอนเทนต์ พร้อมทั้งส่งเสริมให้เข้าถึงข้อมูลและความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการชั้นนำทั้งภาพยนตร์ แอนิเมชัน คาแร็คเตอร์ มาจัดแสดงสินค้า บริการ และผลงานได้แบบเรียลไทม์ผ่านระบบออนไลน์ **จุดเด่นสำคัญภายในงาน ได้แก่ กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจผ่านระบบ VDO Conference ซึ่งเปรียบเสมือนห้องทำงานหรือพื้นที่เจรจาการค้าที่สามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล หรือประชุมแบบเรียลไทม์ได้แบบ One-on-One** กับผู้นำเข้าทั่วโลก ถือได้ว่างานนี้เป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของการจัดงานแสดงสินค้าและบริการแนวใหม่

The Multimedia Online Virtual Exhibition or MOVE was crafted for Thai and foreign entrepreneurs to feel like they were meeting each other in an actual film festival or a content market. The organizer provided ample information and opportunities for cooperation. Participants were able to put on display their films, animations and characters as well as various services and portfolios in real time through an online system. **The main highlights of the event included video conference business matching sessions which emulated a meeting room or space where discussions, exchange of information, or real-time meetings** could take place with importers from across the globe. This event was a crucial turning point, paving the way for new types of exhibitions.



นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเสวนาผ่านระบบ Webinar โดยเชิญกลุ่มนักออกแบบการ์ตูนแอนิเมชันชาวไทยในสหรัฐอเมริกาที่ร่วมงานกับบริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันระดับโลกมาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ รวมถึงจัดกิจกรรม Workshop เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตแอนิเมชันสำหรับผู้ประกอบการและนักศึกษาไทยให้มีมาตรฐานและแข่งขันได้ในระดับโลก อันจะเป็นการผลักดันคนไทยรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพได้มีโอกาสทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตการ์ตูนแอนิเมชันระดับโลก และยกระดับธุรกิจแอนิเมชันไทยในเวทีโลกต่อไป

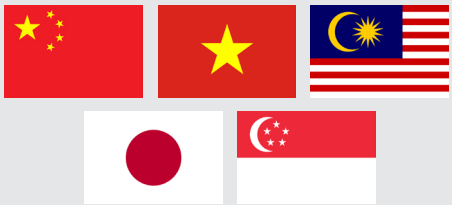
ผลการดำเนินงานเกิดการเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยกับต่างชาติจำนวน 354 คู่ โดยจีน เวียดนาม มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีการเข้าร่วมเจรจาการค้ามากที่สุด เกิดมูลค่าการเจรจาการค้าออนไลน์ทั้งสิ้นรวม 1,845 ล้านบาท ประเทศที่เข้าชมเว็บไซต์สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ไทย เวียดนาม เยอรมนี ตามลำดับ จำนวนการเข้าเยี่ยมชมงานรวมกว่า 130,000 ครั้ง ส่วนกิจกรรมเสวนาและ Workshop ออนไลน์ มีผู้เข้าร่วมประมาณ 200 ราย โดยผู้เข้าร่วมเสวนาได้รับความรู้จากประสบการณ์จริงในบริษัทชั้นนำระดับโลกของวิทยากร



Moreover, there was a webinar where a group of Thai animation cartoon designers from the USA who had experience working with world-class animation companies exchanged their knowledge and experience. Workshops were also held in parallel to enhance the competitiveness of entrepreneurs and Thai students in animation. This was a great drive to open up opportunities for young Thais with potential to work with globally renowned animation producers. It will eventually enhance the prestige of Thai animation business internationally.

The event was a success with 354 business matches between Thai and foreign entrepreneurs. The majority came from China, Vietnam, Malaysia, Japan and Singapore. Online trade negotiations generated value totaling THB 1,845 million. The top five countries where visitors to the website came from the USA, France, Thailand, Vietnam and Germany respectively. The number of visits reached 130,000. Online webinar and workshops had an audience of around 200 people. They were all inspired by speakers who have shared their experiences working in world-leading companies.

ประเทศที่เข้าร่วมเจรจาการค้าออนไลน์มากที่สุด
The top countries where visitors to the website



จีน เวียดนาม มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์
China, Vietnam, Malaysia, Japan and Singapore

เกิดมูลค่าการเจรจา
การค้าออนไลน์ทั้งสิ้น
Online trade negotiations majority
from generated value totaling

1,845 ล้านบาท / Million THB

กิจกรรมงานแสดงสินค้าในรูปแบบ Mirror-Mirror ปรับรูปแบบจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ (Overseas Trade Shows)

International Trade Fairs in Mirror-Mirror Format: The New Format for Overseas Trade Shows and Top Thai Brands Exhibitions Abroad



1. งานแสดงสินค้า China International Import Expo 2020 (CIIE 2020) ณ นครเซี่ยงไฮ้ จากเดิมที่ผู้ประกอบการไทยเดินทางจากประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมงาน ปรับเป็นการเข้าร่วมงาน 2 รูปแบบ ดังนี้

- ผู้ประกอบการไทยมอบหมายผู้แทนหรือตัวแทนการค้าในจีนเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในคูหาในนามของผู้ประกอบการไทย (รูปแบบออฟไลน์)
- ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานในรูปแบบพิเศษ Mirror-Mirror ซึ่งเป็นการจัดแสดงตัวอย่างสินค้าในพื้นที่รวม และกรมฯ จัดให้มีระบบการเจรจาการค้าออนไลน์พร้อมเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเจรจาระหว่างผู้ประกอบการที่ไทยกับผู้เข้าเยี่ยมชมสินค้าภายในงาน นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการเจรจาการค้าออนไลน์ (Online Business Matching) โดยนัดหมายผู้นำเข้าจากทั่วจีนร่วมเจรจาการค้าออนไลน์กับผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงาน CIIE 2020 คู่ขนานไปในเวลาเดียวกัน

1. China International Import Expo 2020 (CIIE 2020) in Shanghai: Previously, Thai entrepreneurs would travel from Thailand to participate in the exhibition. In 2020, they participated in two ways:

- Thai entrepreneurs assigned trade representatives or delegates in China to participate in the exhibition physically on their behalf (offline format).
- Thai entrepreneurs participated in the mirror-mirror format where the product samples would be displayed in the common space. The DITP then organized online trade negotiation sessions and assigned staff to facilitate the meetings between Thai entrepreneurs and visitors at the exhibition. Moreover, the DITP introduced an Online Business Matching platform. This online venue provided an opportunity for importers from all over China to participate in online business matching with Thai entrepreneurs who participated in the CIIE 2020 in parallel.



2. งานแสดงสินค้า The 17th China-ASEAN Expo ณ เมืองหนานหนิง เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง มีการปรับเป็นรูปแบบมอบหมายผู้แทนหรือตัวแทนการค้าในจีนเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในคูหาในนามของผู้ประกอบการไทย

จากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเข้าร่วมงานของผู้ประกอบไทยและการจัดกิจกรรมออนไลน์คู่ขนานในงานทั้งสองดังกล่าว พบว่ามูลค่าการซื้อขายทันทีและมูลค่าคาดการณ์ซื้อขายภายใน 1 ปี ในรูปแบบออนไลน์ มีมูลค่าสูงถึง 112.11 ล้านบาท มูลค่าการซื้อขายแบบออฟไลน์ 190.59 ล้านบาท รวมมูลค่าการซื้อขายทั้งสิ้น 302.70 ล้านบาท

2. The 17th China-ASEAN Expo: The DITP also made changes to the format whereby trade representatives or delegates in China were assigned to participate in the Expo on behalf of Thai entrepreneurs.

The changes made to how Thai entrepreneurs participated and the decision to organize online activities in parallel to the two aforementioned events resulted in immediate transactions and one-year forecast transactions reaching THB 112.11 million with offline trading value amounting to THB 190.59 million, bringing the total value from the two formats to THB 302.70 million.

การจัดเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์
Online Business Matching





กรมฯ ได้จัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจการค้าออนไลน์ (Online Business Matching: OBM) เพื่อสร้างช่องทางใหม่ในการพบปะเจรจาการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้นำเข้าคุณภาพที่ผ่านการคัดกรองจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ และผลักดันกลุ่มสินค้าเป้าหมายตามนโยบาย โดยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 ในกลุ่มสินค้าต่างๆ ได้แก่

Online Business Matching (OBM) Sessions allowed Thai entrepreneurs and importers who had been screened by our overseas Offices of International Trade Promotion to meet. They also provided an opportunity to promote targeted products in accordance with the government's policy. These sessions had been organized since April 2020 as follows:

สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ Agriculture and Agricultural Products
ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมการเจรจาการค้าแบ่งเป็น
Thai entrepreneurs attended trade negotiations

ผู้ส่งออก / Exporters	485	ราย Numbers
ผู้นำเข้า / Importers	352	ราย Numbers
เกิดการจับคู่ธุรกิจ Participated in the OBM sessions	1,705	คู่เจรจา Matches
คาดว่าสามารถสร้างมูลค่าซื้อขายภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	14,454.70	ล้านบาท Million THB

ผลงานเด่น อาทิ
Highlights included

16-17 กรกฎาคม 2563
16-17 July 2020

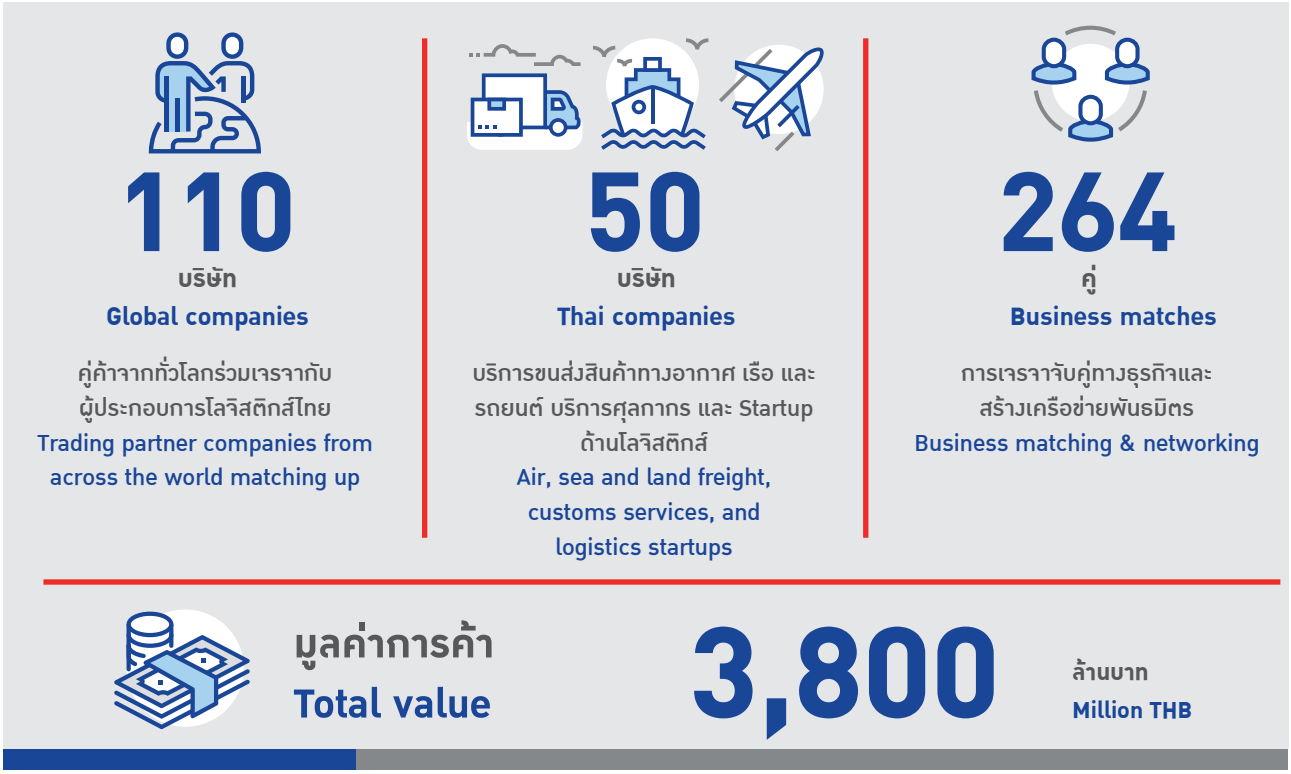
การระบายลำไยสด 73,397 ตัน
ลำไยอบแห้ง 820 ตู้คอนเทนเนอร์
มูลค่ารวม 5,152.51 ล้านบาท
The sale of 73,397 tons **of fresh longans and** 820 containers **of dried longans, amounting to** THB 5,152.51 million

30 พฤศจิกายน - 1 ตุลาคม 2563
30 November - 1 October 2020

การขายยางพาราเพื่อกระตุ้นราคายางภายในประเทศ
เป็นยอดยางพาราธรรมชาติ 27,907 ตัน
ผลิตภัณฑ์ยาง (หมอนและที่นอนยางพารา)
มูลค่ารวม 1,727.46 ล้านบาท
The sale of rubber to increase domestic rubber price totaling 27,907 tons **of natural rubber and** THB 1,727.46 million **in value of rubber products (rubber pillows and mattresses)**

- **ธุรกิจบริการ** การปรับรูปแบบกิจกรรมจับคู่เจรจาผู้ประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ไทยผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ TILOG-LOGISTIX Online Business Matching (26-27 สิงหาคม 2563) กิจกรรมนี้มีบริษัทคู่ค้าจากทั่วโลกร่วมเจรจากับผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยมากถึง 110 บริษัท และมีผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยเข้าร่วมกว่า 50 บริษัท ทั้งบริการขนส่งสินค้าทั้งทางอากาศ เรือ และรถยนต์ บริการศุลกากร และ Startup ด้านโลจิสติกส์ โดยมีคู่ค้าในต่างประเทศเข้าร่วมการเจรจาธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ อาทิ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์จากจีน มาเลเซีย พม่า อินเดีย ไต้หวัน แอฟริกาใต้ และรัสเซีย ฯลฯ โดยมีการเจรจาจับคู่ทางธุรกิจและสร้างเครือข่ายพันธมิตร จำนวน 264 คู่ เกิดมูลค่าการค้ากว่า 3,800 ล้านบาท

- Services: The DITP moved a business matching event for Thai logistics entrepreneurs online under the title TILOG-LOGISTIX Online Business Matching (26-27 August 2020). This was the first time such an event was held online. It featured as many as 110 global companies matching up with over 50 Thai logistics counterparts. These included air, sea and land freight, customs services and logistics startups. Logistics entrepreneurs came from China, Malaysia, Myanmar, India, Taiwan, South Africa and Russia, among others. A total of 264 matches amounted to THB 3,800 million in terms of international trade.



- **สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น** โครงการจับคู่เจรจาการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ ภายใต้ชื่อ STYLE Bangkok Telematching in Lifestyle Online Virtual Exhibition (LOVE) เพื่อส่งเสริมการตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นเชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์ ทดแทนกิจกรรมการเชิญผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าเดินทางเข้ามาเจรจาการค้ากับผู้ผลิต/ผู้ส่งออกในประเทศไทย

- Lifestyle and Fashion Products: This OBM event for lifestyle and fashion products under the title STYLE Bangkok Telematching in Lifestyle Online Virtual Exhibition (LOVE) was held to proactively explore new markets for lifestyle and fashion products.



ผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน
Participants registered **442** ราย Numbers





ผู้ส่งออก / Exporters **247** ราย Numbers



ผู้นำเข้า / Importers **195** ราย Numbers



เกิดการเจรจาการค้าใหม่สำเร็จ
Successful matches **208** คู่ Matches



มูลค่าสั่งซื้อรวมภายใน 1 ปี
Amount of one-year forecast transactions amounted to **215** ล้านบาท Million THB



เกิดคู่เจรจาการค้าใหม่
New business matching rate reached **100%**

นอกจากนี้ยังมีการริเริ่มโครงการพัฒนาระบบ Online Chat and Conference บนเว็บไซต์ Stay in STYLE Bangkok เพื่อเป็นแพลตฟอร์มเพิ่มเติมในการเจรจาการค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการไทยกับผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าต่างประเทศ ทั้งนี้ ผู้ซื้อ/ผู้นำเข้าสามารถขอเจรจาการค้ากับผู้แสดงสินค้าบน www.stayinstylebangkok.com ได้ตลอดเวลา

Development of Online Chat and Conference System on Stay in STYLE Bangkok website as an additional platform for online trade negotiations between Thai entrepreneurs and buyers/importers from abroad. Buyers and importers may request for meetings with exhibitors on www.stayinstylebangkok.com at any time.

STYLE
BANGKOK

การส่งเสริมการค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน
Cross-border E-commerce Promotion



กรมฯ มุ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ส่งออกไทยกับแพลตฟอร์ม E-commerce ชั้นนำในประเทศเป้าหมาย โครงการ TOPTHAI เป็นร้านค้าออนไลน์ของกรมฯ บนแพลตฟอร์ม E-commerce ชั้นนำในต่างประเทศ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “TOPTHAI ร้านจำหน่ายสินค้าท็อปๆ จากประเทศไทยที่ผ่านการคัดสรรจากหน่วยงานภาครัฐที่มีความน่าเชื่อถือ” โดยได้เปิดแล้วจำนวน 4 ร้าน บนแพลตฟอร์ม Amazon (สหรัฐฯ), Tmall ในเครือ Alibaba Group (จีน), BigBasket (อินเดีย) และ Klangthai.com (กัมพูชา) โดยมีผลดำเนินการรวมเป็นยอดขายมูลค่า 427.87 ล้านบาท ทั้งนี้ กรมฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านในรูปแบบต่างๆ อาทิ กิจกรรม Live Streaming โดยรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์กับ Tmall ประเทศจีน (9 มิถุนายน 2563) เพื่อประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยโดยใช้การสาธิตการปอกมังคุดด้วยมือเปล่า ซึ่งภายในเวลา 15 นาที มีผู้ชมชาวจีนกดไลค์กว่า 16 ล้านไลค์ หรือกิจกรรม Amazon Virtual Seller’s Conference (17 ธันวาคม 2563) โดยรองนายกรัฐมนตรีร่วมกล่าวปาฐกถาแก่ Amazon Sellers กว่า 2,000 ราย เพื่อประกาศความร่วมมือกับ Amazon.com และสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการไทยในการส่งเสริมการขายสินค้าไทยบนแพลตฟอร์ม Amazon.com

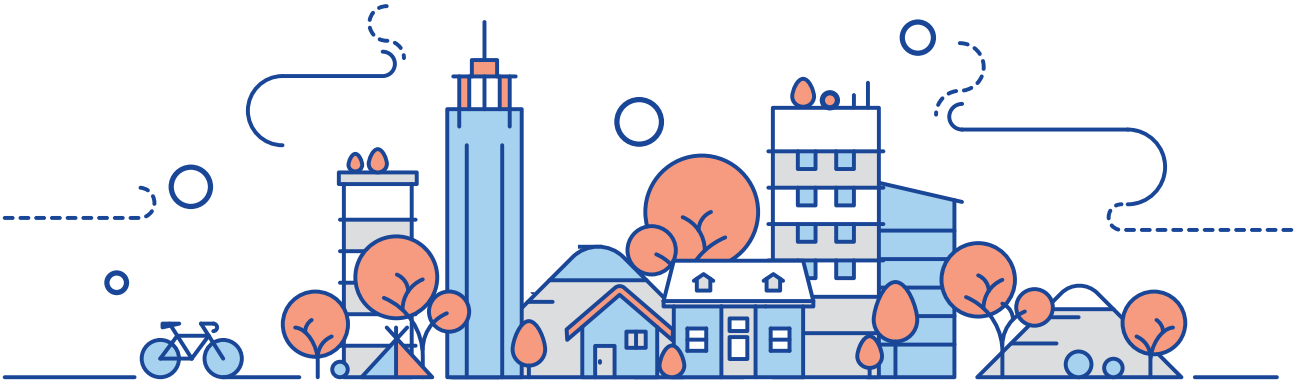


TOPTHAI is the DITP’s own online store on leading e-commerce platforms abroad. It was established with the concept of “TOPTHAI, a store selling only the top Thai products which have been carefully selected by credible government agencies”. The store has been operating on 4 platforms, namely Amazon (the USA), Tmall which is under Alibaba Group (China), BigBasket (India) and Klangthai.com (Cambodia). The overall performance value has amounted to THB 427.87 million. The DITP organized activities in several formats to advertise the store including live streaming between the Deputy Prime Minister and representatives from Tmall in China on 9 June 2020 to promote Thai fruit. The live streaming also featured a demonstration of how to peel mangosteens with your own hands. Within 15 minutes, there were more than 16 million “likes” from the Chinese audience. On 17 December 2020, at the Amazon Virtual Seller’s Conference, the Deputy Prime Minister gave a speech to more than 2,000 Amazon sellers to announce the cooperation with Amazon.com. This also enhanced Thai entrepreneurs’ confidence in selling their products on Amazon.com.



โครงการ Online In-Store Promotion เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายและสร้างการรับรู้ของสินค้าไทยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ E-commerce ชั้นนำของห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต E-marketplace ในตลาดเป้าหมาย โดยการทำแคมเปญสินค้าระยะสั้นร่วมกับการใช้ Key Opinion Leader/Influencer ร่วมกันถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีของสินค้าไทยผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ความรู้และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทยในตลาดเป้าหมาย ก่อให้เกิดมูลค่าการซื้อขายเป็นจำนวน 38.10 ล้านบาท

Online In-store Promotion was a marketing and an awareness-raising activity for Thai products on leading e-commerce platforms owned by department stores and supermarkets, and e-marketplace in targeted markets. The promotion involved short-term product campaign as well as using Key Opinion Leaders/Influencers to recount the good experience gained from using Thai products through online media. The outcome of such activities has resulted in trading value of THB 38.10 million.



การพัฒนาผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมออนไลน์ (E-learning)

กรมฯ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถประกอบธุรกิจตามแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ดังนี้

The DITP organized the following events with the aim of utilizing digital technology to help entrepreneurs continuing to adjust their businesses under the "New Normal".







1. งานสัมมนาออนไลน์ "New Normal E-commerce" ภายใต้โครงการออนไลน์ "สูตรสำเร็จ...ค้าออนไลน์ขายทั่วไทยไปทั่วโลก" ซึ่งเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในการส่งเสริมการค้าภายในประเทศควบคู่ไปกับการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้คนไทยพร้อม "ตั้งรับ ปรับตัว และหาโอกาส" ในการทำธุรกิจด้วยช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ผ่าน VTR)

1. "New Normal E-commerce" Webinar under the theme of "A Success Formula...Trading Online from Thailand to the World" resulted from a collaboration between the Department of International Trade Promotion and Department of Business Development with a view to communicate approaches of integrating the work of different agencies within the Ministry of Commerce to promote domestic and international trade. This was to ensure that Thai entrepreneurs "be prepared, adapt and look for opportunities" when doing business online both in Thailand and abroad during the COVID-19 pandemic (through VTR).



2. โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านการค้าออนไลน์สู่ตลาดโลก หลักสูตร “ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA” ผ่านการถ่ายทอดสดผ่าน Zoom พัฒนาองค์ความรู้ด้านการค้าออนไลน์เพื่อการค้าระหว่างประเทศอย่างครบวงจร โดยผู้ที่เข้าร่วมสัมมนาได้รับความรู้เรื่องทิศทางการตลาดผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ยุคใหม่ การเพิ่มยอดขายและสามารถพัฒนาเข้าสู่กระบวนการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นมาตรฐานสากล

3. โครงการสร้าง SMEs ไทยสู่เวทีการค้าสากล (ต้นกล้า ทู โกล) ประจำปี 2563 โดยดำเนินการเป็น 4 ระยะ ทั้งในกรุงเทพฯ และพื้นที่ส่วนภูมิภาค ผสมผสานระหว่างรูปแบบห้องเรียน (Offline) กับรูปแบบออนไลน์ (Online) ผ่านระบบ Zoom โดยการประกวดการเขียนแผนธุรกิจและการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการเจรจาการค้า โดยมีผู้ซื้อ (Buyers) ร่วมกิจกรรมกว่า 10 ราย ได้แก่ เครือเซ็นทรัล, เดอะมอลล์ กรุ๊ป, คิง เพาเวอร์, บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์, สหลอว์สัน, โรบินสัน, โรงแรมแกรนด์ เซ็นเตอร์พอยต์ เพลินจิต, สมาคมการค้าเพื่อความยั่งยืนของเกษตรกร (จีน), Grand Style (พม่า) และ TRS LAO (ลาว) โดยมีผู้ประกอบการรวมเจรจาการค้า 42 ราย และมีการจับคู่เจรจาธุรกิจ 132 คู่ คาดว่าจะมีมูลค่าคำสั่งซื้อในปีแรกอย่างน้อยกว่า 100 ล้านบาท





2. Workshop on Bringing Online Trading to the Global Markets was held under the title “Complete Course on Online Trading by NEA” via Zoom. The workshop was aimed at providing comprehensive knowledge on online trading for international trade. This opened up opportunities for Thai entrepreneurs and other interested parties to enhance their sales of products and services online. It also helped businesses to integrate into international trading systems in an efficient manner and in line with international standards.

3. Prepare Thai SMEs for the World (Ton Kla to Goal) 2020 – the format of the program had 4 phases in Bangkok and throughout the regions via offline to online via Zoom due to the COVID-19 pandemic. At the closing ceremony, there were presentations of certificates and prizes, competitions on writing business plans and designing creative product packages and trade negotiations. There were more than 10 buyers that participated, including Central Group, The Mall Group, King Power, Big C Supercenter, Lawson, Robinson, Grand Centre Point Ploenchit Hotel, Sustainable Trading for Agriculture Association (China), Grand Style (Myanmar), and TRS LAO (Lao PDR). A total of 42 entrepreneurs attended the event and there were 132 business matches. It was expected that the value of first-year transactions would amount to at least THB 100 million.



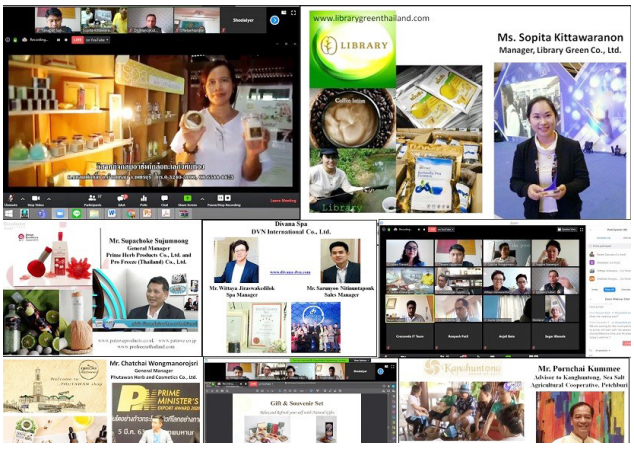
4. โครงการกระจายความรู้สู่ผู้ประกอบการยุคใหม่ (New Economy Amplifier) (17 กรกฎาคม - 14 กันยายน 2563) โดยบูรณาการหลักสูตรการศึกษาร่วมกับสถาบันชั้นนำ 7 แห่ง ในภาคเหนือ เพื่อกระจายองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศสู่ภูมิภาคของไทย และสร้างผู้ประกอบการที่เป็นคลื่นลูกใหม่สู่การค้าระหว่างประเทศ ภายใต้หลักสูตร “From Gen Z to be CEO” เป็นการฝึกอบรมออนไลน์ผ่านระบบ Zoom Webinar จำนวน 6 ครั้ง และฝึกอบรมรูปแบบ Offline จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละ 3 วัน มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่สนใจเข้าร่วมโครงการกว่า 1,597 ราย

5. การจัดสัมมนาออนไลน์ (Webinar) ระหว่างภาคเอกชนไทยกับอินเดียในกลุ่มสินค้าศักยภาพของไทย อาทิ อัญมณีและเครื่องประดับ สปา อาหาร และธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหาร (มิถุนายน-กรกฎาคม 2563) เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการขยายเครือข่ายธุรกิจระหว่างกัน



4. New Economy Amplifier Project was held during 17 July - 14 September 2020. The pilot project of integrating with the academic curriculum was done with 7 leading institutions from the north of Thailand. This project’s purpose was to distribute knowledge on international trades to different regions in Thailand and bring in a new generation of entrepreneurs to the international trading system. The course entitled “From Gen Z to be CEO” was an online training course done through 6 Zoom webinars as well as one set of offline training. Each offline training lasted for 3 days. There were 1,597 young entrepreneurs that attended the project.

5. Webinars were held between the Thai and Indian private sectors in the areas where Thailand had potentials including gems and jewelry, spa, food and food franchise businesses during June-July 2020 in order to provide suggestions on business opportunities and expansion of business networks in the future.



การผลักดันการส่งออกสินค้าไทยผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไปยังประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพ
Marketing Activities of Thai Products for Potential Countries



1. โครงการจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าแฟชั่นไปเจรจาการค้า ณ นครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบ Virtual Trade Website (tfto.jp) โดยนำภาพสินค้าของผู้ประกอบการแฟชั่นไทยที่สมัครเข้าโครงการฯ มาจัดแสดงบนเว็บไซต์ภาษาญี่ปุ่นที่สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา จัดทำขึ้นโดยกรมฯ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ผู้นำเข้าผ่านสื่อที่ได้รับความนิยมในประเทศญี่ปุ่น และประสานการเจรจาการค้าผ่านระบบออนไลน์ Online Business Matching (7-8 กรกฎาคม 2563) โดยผลดำเนินโครงการ **มีผู้นำเข้าและผู้ซื้อชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจและเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ 14,238 ครั้ง จาก 122 บริษัท มีมูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี 483,870 เหรียญสหรัฐ หรือ 15,000,000 บาท**

1. Sending fashion product trade delegation to negotiate in Osaka, Japan. Virtual Trade Website (ttfo.jp) was the platform that was used to promote sales by showing product photos of Thai fashion entrepreneurs who had applied for the project on the Japanese version of the Office of International Trade Promotion in Osaka's website. The DITP publicized information on importers through popular media in Japan and coordinated online business matching sessions between 7-8 July 2020. There were 14,238 Japanese importers and buyers from 122 companies visiting the website. The one-year forecast transactions totaled USD 483,870 or THB 15 million.





RENIM PROJECT

issue.

VL BY VEE

RAW X LUSTER

VT THAI
VT THAI GROUP CO.,LTD.

MANGO MOJITO
·Classic Craftsmanship with Comfort·

2. โครงการส่งเสริมแฟชั่นแบรนด์ไทยเจาะตลาดญี่ปุ่น การจัดกิจกรรมการพัฒนาสินค้าโดยผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นผ่านระบบออนไลน์ (VDO Conference) และการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการฯ ทั้งสิ้น 7 แบรนด์ ประกอบด้วยแบรนด์ ISSUE, Mango Mojito, RENIM PROJECT, RAW X LUSTER, SIMONSSISTER, VL by VEE และ VT THAI (มิถุนายน-ตุลาคม 2563) ประกอบด้วย 3 กิจกรรม ได้แก่

- กิจกรรมประชาสัมพันธ์จัดแสดงสินค้า ณ PR01 Tokyo Show Room (26 มิถุนายน - 30 กันยายน 2563) โดยสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทยได้ลงในสื่อ เว็บไซต์ และนิตยสารที่ได้รับความนิยมในญี่ปุ่น เช่น GINZA, ELLE Girl, Fashion SNAP, ELEMINEST, CanCam และ Shinbiyou เป็นต้น
- กิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบริษัท บริษัทละ 2 ครั้ง ผ่านระบบ Zoom โดยผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่น เพื่อให้แฟชั่นแบรนด์ไทยรับรู้ถึงเทรนด์สินค้าที่ได้รับความนิยมในญี่ปุ่น สามารถพัฒนาและผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด
- กิจกรรมด้านการตลาด โดยจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ZOZOTOWN, ร้าน Select Shop (Equaland) โดยมีมูลค่าการจัดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 484,200 เยน หรือ 140,226 บาท

ZOZOTOWN

2. Activities to promote Thai fashion brands in the Japanese market with selected shop featuring Thai fashion products. Due to the COVID-19 pandemic, the venue and format of the event had changed to online product development training with Japanese experts via video conference and online product sales. There were 7 brands participating in the program, namely ISSUE, Mango Mojito, RENIM PROJECT, RAW X LUSTER, SIMONSSISTER, VL by VEE and VT THAI. The program ran between June and October 2020. It comprised three related events:

- Product Promotion and Exhibition at PR01 Tokyo Show Room during 26 June - 30 September 2020. Thai fashion brand products were featured on Japan's popular websites and magazines such as GINZA, ELLE Girl, Fashion SNAP, ELEMINEST, CanCam and Shinbiyou.
- In-depth company counseling where each company was given 2 counseling sessions was held via Zoom by Japanese experts. This was aimed at raising awareness of popular fashion trends in Japan for Thai fashion entrepreneurs.
- Marketing activities including selling products through a number of platforms such as ZOZOTOWN and Select Shop (Equaland) websites. The total value of sales amounted to JPY 484,200 or THB 140,226.



3. โครงการความร่วมมือสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มระหว่างไทยกับญี่ปุ่น ในงานแสดงสินค้า Fashion World Tokyo Factory October 2020 : (6th Textile Tokyo) (27-29 ตุลาคม 2563) ในรูปแบบ Mirror Mirror ภายใต้แนวคิด "Functional, Sustainable and Eco- Friendly" มีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยเข้าร่วมโครงการ 20 บริษัท

ผลการดำเนินโครงการมีผู้เข้าชมงานฯ เยี่ยมชมคูหาประเทศไทยประมาณ 500 ราย สามารถจับคู่การเจรจาทางธุรกิจ (Zoom) ได้มากกว่า 100 คู่ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ของญี่ปุ่นที่มีศักยภาพ เช่น Trading Firm (Marubeni, Mitsui, Mitsubishi) ผู้ผลิตรองเท้ารายใหญ่อย่าง ASICS (Onitsuka Tiger) รวมทั้งห้างสรรพสินค้า (AEON) และโรงแรมห้าดาว (Hoshino Resort) เข้ามาร่วมเจรจาการค้าด้วย โดยคาดว่าจะมีมูลค่าการซื้อขายภายใน 1 ปี ประมาณ 115 ล้านบาท

3 . Thailand and Japan Textile and Apparel Cooperation Project in Fashion World Tokyo Factory October 2020 (6th Textile Tokyo) which was held during 27-29 October 2020. The DITP thus initiated the "Mirror Mirror Model". Thailand's booth was built with the concept "Functional, Sustainable and Eco-Friendly". A total of 20 Thai entrepreneurs in the textile and apparel industry participated.

With regard to the outcome of the project, Thailand's booth attracted 500 visitors. The Zoom online business matching resulted in more than 100 matches. Large potential entrepreneurs from Japan such as trading firms Marubeni, Mitsui, and Mitsubishi, large shoe producer such as ASICS (Onitsuka Tiger), AEON department store and five-star hotel Hoshino Resort also participated in the negotiations. It was expected that the one-year forecast transactions would amount to approximately THB 115 million.



4. **โครงการจ้างเหมาบริการส่วนจัดแสดงพิเศษสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับผ่านรูปแบบออนไลน์ภายใต้ชื่อ BGJF Special Edition – On Ground to Online Exhibition** (2-4 พฤศจิกายน 2563) ในรูปแบบการจัดแพลตฟอร์ม Virtual Trade Show (www.bkkgems-vts.com) และการเจรจาการค้าออนไลน์ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมในแพลตฟอร์ม 648 บริษัท แบ่งเป็นผู้ประกอบการในประเทศจำนวน 633 บริษัท ผู้ประกอบการต่างประเทศจำนวน 15 บริษัท จำนวนผู้ลงทะเบียนเข้าชมแพลตฟอร์ม จำนวน 1,568 บริษัท จาก 101 ประเทศ โดยประเทศที่มีการลงทะเบียนสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อินเดีย จำนวน 132 บริษัท จีน จำนวน 59 บริษัท สหรัฐอเมริกา จำนวน 56 บริษัท เมียนมา จำนวน 52 บริษัท ฮ่องกง จำนวน 46 บริษัท ตามลำดับ

4. BGJF Special Edition – On Ground to Online Exhibition was held during 2-4 November 2020 featuring a Virtual Trade Show platform (www.bkkgems-vts.com) and online trade negotiations. There were 648 companies that participated. Among these, 633 were domestic entrepreneurs and 15 were from overseas. A total of 1,568 companies from 101 countries registered to visit the platform. The top 5 countries and economic zone whose companies registered were from India (132 companies), China (59 companies), the USA (56 companies), Myanmar (52 companies) and Hong Kong (46 companies).



ผลดำเนินโครงการ / The Project Result



ผู้เข้าชมเว็บไซต์
www.bkkgems-vts.com
Website visitors

8,737
ครั้ง / Visits

การเจรจาการค้า
Business matching

489
คู่ / Matches



บริษัทผู้นำเข้า
Importers

128
บริษัท / Companies



การขอนัดหมายเจรจาธุรกิจล่วงหน้า
Pre-business matching

819
คู่ / Matches





ผู้ประกอบการที่ได้รับการจับคู่ธุรกิจ
Entrepreneurs who had been matched



237 บริษัท
Companies



ประเทศที่จับคู่เจรจาการค้าสูงสุด 5 อันดับ
Top 5 countries with highest number of matches were

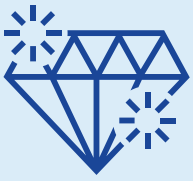


จีน อาร์เจนตินา สเปน อินเดีย เมียนมา
China, Argentina, Spain, India and Myanmar



มูลค่าการเจรจาธุรกิจ รวมมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี
The value of business negotiations including one-year forecast transactions

914.97 ล้านบาท
Million THB



สินค้าที่เกิดการเจรจาการค้าสูงสุด 5 อันดับแรก
The top 5 products that were negotiated were

เพชรพลอย เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับที่ใช้อัญมณีคุณภาพสูง เครื่องเพชร เครื่องจักร

Gemstones, Silver Jewelry, Fine Jewelry, Diamond, Machinery



5. การส่งเสริมผู้ประกอบการนวัตกรรมอาหารไทยเพื่อเจาะตลาดเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกาในงาน Natural Products Expo West (NPEW)

กรมฯ ได้พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในสินค้าธรรมชาติเพื่อสุขภาพและเกษตรอินทรีย์เข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการกระตุ้น/เจาะตลาดสหรัฐฯ โดยงาน Natural Products Expo West เป็นงานแสดงสินค้าสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ อาหารเฉพาะกลุ่ม และสินค้าเพื่อสุขภาพ/ความงามของสหรัฐฯ

ทั้งนี้ กรมฯ ได้ปรับเปลี่ยนการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการแบบ One-on-One Workshop กับผู้เชี่ยวชาญจากสหรัฐอเมริกา โดยให้คำปรึกษาแบบ One-on-One ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West ณ เมืองอนาไฮม์ แคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา





5. Promoting entrepreneurs with Thai food innovation in the USA's organic market in the Natural Products Expo West (NPEW)

The DITP has continually been organizing projects to improve the potential of Thai entrepreneurs in the category of natural, health and organic products for the US market for 6 consecutive years. The aim is to stimulate and penetrate the US market in line with the strategy to reach the target groups in the US market in order to increase opportunities and value of Thai exports to the USA. Natural Products Expo West is one of the largest exhibitions in the USA for environmentally friendly, natural, organic, special food, health and beauty products.

The DITP changed the counseling services to enhance the potential of entrepreneurs from one-on-one workshops with experts from the USA to one-on-one online services. These were to prepare them for the Natural Products Expo West at Anaheim in California, the USA.

เจาะตลาดเมืองรอง โดยการขยายความร่วมมือทางการค้ากับหน่วยงานภาครัฐ/องค์กรเอกชน ในระดับรัฐ/มณฑล
Market Penetration of Secondary Cities by Expanding Trade Cooperation with Agencies in the Public and Private Sectors at the Provincial Level

1. การจัดคณะผู้แทนการค้าไทยเดินทางเยือนสาธารณรัฐอินเดีย (เบงกาลูรู-ไฮเดอราบาด) (16-20 มกราคม 2563) โดยได้รับเกียรติจากรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) เป็นหัวหน้าคณะนำภาคเอกชนไทยเข้าร่วมกิจกรรมเจรจาการค้าและสร้างเครือข่ายธุรกิจกับนักธุรกิจอินเดีย กิจกรรมสัมมนา การลงนาม MOU ซื้อขายสินค้าระหว่างภาคเอกชนไทยกับอินเดีย กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าไทยร่วมกับห้างค้าปลีกชั้นนำ ตลอดจนการหารือกับผู้แทนรัฐบาลระดับรัฐและภาคเอกชนรายสำคัญของเมืองเบงกาลูรูและไฮเดอราบาด คาดการณ์มูลค่าสั่งซื้อสินค้ารวมกว่า 2,785 ล้านบาท

2. พิธีลงนามความร่วมมือ (MOU) ทางออนไลน์ (22 กันยายน 2563) ณ ห้องจูปิเตอร์ 13 อาคารชาเลนเจอร์ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ภายในบริเวณงาน THAIFEX-Anuga Asia 2020 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจัดพิธีลงนามความร่วมมือ (MOU) กับแพลตฟอร์ม ABOUTTHAI ของฮ่องกง โดยได้ทดลองนำเทคโนโลยีโฮโลแกรม (Hologram) ฉายภาพ 3D ของผู้ลงนาม MOU จากฮ่องกง ให้เสมือนว่าได้มานั่งร่วมอยู่ในพิธีจริง ซึ่งพิธีนี้เป็นที่แรกๆ ของโลกที่นำเทคโนโลยีเข้ามาทดลองใช้

การลงนาม MOU กับแพลตฟอร์ม ABOUTTHAI ที่ดำเนินธุรกิจนำเข้าและกระจายสินค้าอาหารและสินค้าสุขภาพและความงามจากประเทศไทย โดยมีการจำหน่ายทั้งผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และผ่านร้าน ABOUTTHAI Retail Shop ซึ่งกระจายอยู่ในฮ่องกงกว่า 22 สาขา อีกทั้งยังมีการกระจายสินค้าเข้าสู่ Modern Trade ในฮ่องกงกว่า 1,000 แห่ง โดยทางบริษัทมียอดขายสินค้าไทยถึง 1,008.62 ล้านบาทต่อปี ทั้งนี้ หลังจากพิธี MOU นี้ ABOUTTHAI มีแผนจะขยายการจำหน่ายสินค้าไทย โดยจะมีการเข้ามาคัดเลือกสินค้าใหม่ๆ ไปจัดจำหน่าย และมีแผนที่จะขยายร้าน ABOUTTHAI Retail Shop เป็น 30 สาขา เพื่อรองรับปริมาณสินค้าไทยที่เพิ่มขึ้น โดยคาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าไทยได้อีก 33% หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 1,341.28 ล้านบาท ภายในปี 2564





1. Organized a Thai trade delegation to India (Bengaluru-Hyderabad) during 16-20 January 2020. The delegation was headed by the Deputy Prime Minister and the Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit). During the trip, they attended trade negotiations and networking events with Indian businesspeople, seminars, MOU signing between Thai and Indian private sectors, marketing activities for Thai products with leading retailers in India as well as meetings with representatives from the Indian government at the state level and important representatives from the private sector of Bengaluru and Hyderabad. The visit to India was an immense success as seen from the projected total value of transactions amounting to over THB 2,785 million.

2. Online MOU Signing. On 22 September 2020 at Jupiter 13 Room, Challenger Hall, IMPACT Exhibition and Convention Center in Muang Thong Thani during the THAIFEX-Anuga Asia 2020, the Department of International Trade Promotion (DITP) organized an MOU signing ceremony with ABOUTTHAI platform of Hong Kong. The event also experimented with hologram technology which projected a 3D image of Hong Kong representatives who would sign the MOU.

The DITP has signed MOU with ABOUTTHAI platform which imports and distributes food, health and beauty products from Thailand. The sale has been done through both online platform and 22 branches of ABOUTTHAI retail shops located across Hong Kong. Moreover, the products are also distributed to more than 1,000 modern trade shops in Hong Kong. The company's total sale of Thai products reaches THB 1,008.62 million annually. Following the MOU signing ceremony, ABOUTTHAI has a plan to expand the sale of Thai products with a new selection. ABOUTTHAI retail shops will also increase to 30 branches to accommodate more Thai products. It is expected that the sale of Thai products will be increased by 33% which amounts to the total value of THB 1,341.28 million within 2021.

ส่งเสริมแบรนด์ไทยด้วยการสร้างประสบการณ์ออนไลน์
Platform Was Created to Promote Thai Brands by Generating an Online Experience Called the G.R.O.O.V.E. Brand Project (Global Reach Online to Offline Virtual Experience)





กรมฯ สร้างเวทีส่งเสริมแบรนด์ไทยด้วยการสร้างประสบการณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ The G.R.O.O.V.E brand project พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับแบรนด์ไทยและนำเสนอเรื่องราว จุดเด่นของแบรนด์ การปรับรูปแบบสินค้าของแบรนด์ไทย พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเจรจาการค้าและการนำเสนอสินค้าทางออนไลน์ โดยใช้นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนให้เกิดการเจรจาธุรกิจและส่งเสริมการขายและนำไปสู่การต่อยอดการซื้อขายในดิจิทัลแพลตฟอร์มระดับโลก

การเปิดตัวแบรนด์โชว์รูมรูปแบบดิจิทัลอย่างเป็นทางการ ผ่านทาง THAIGROOVE.COM (15-17 กันยายน 2563) มีผู้ประกอบการเข้าร่วมแฟลตฟอร์ม 103 แบรนด์ แบ่งประเภทสินค้า 6 ประเภท ภายใต้แนวคิดวิถีชีวิตรูปแบบใหม่จาก THAIGROOVE ได้แก่

The DITP has changed its approach of promoting brands with potential by focusing on foreign consumers' or buyers' experience of Thai products and building credibility through the G.R.O.O.V.E brand project. At the same time, marketing activities for Thai brands were organized along with the presentation of stories, strengths of the brands as well as how the brands have adjusted to cope with the COVID-19 pandemic. Trade negotiations and product presentation were held online, making use of digital technology to stimulate business and marketing activities which in turn would lead to expansion of sales in the global digital platforms.

From the above undertakings, the digital showroom was officially launched through THAIGROOVE.COM (15-17 September 2020). 103 brands joined the platform. The products were divided into 6 categories under the THAIGROOVE's New Normal concept, namely:

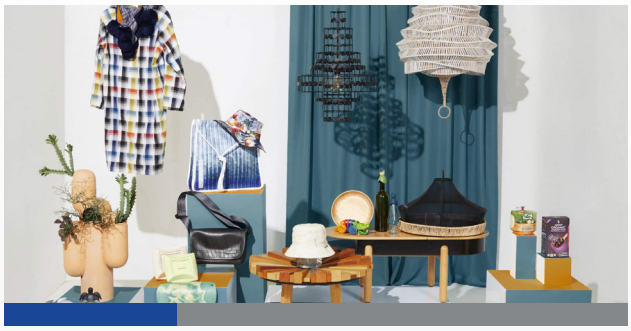




(1) LFH LIVE FROM HOME:

สินค้าที่ช่วยสร้างสรรค์การใช้ชีวิตเพื่อให้บ้านเป็นที่ที่มีความสุขมากยิ่งขึ้น

Making your home the best hub of living. Products in this category hope to uplift the experience of living at home.



(2) LIVE ECO:

ให้ความสำคัญกับความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและแนวคิดเชิงนิเวศ การอนุรักษ์ธรรมชาติ สินค้าแฟชั่นรักษ์โลก

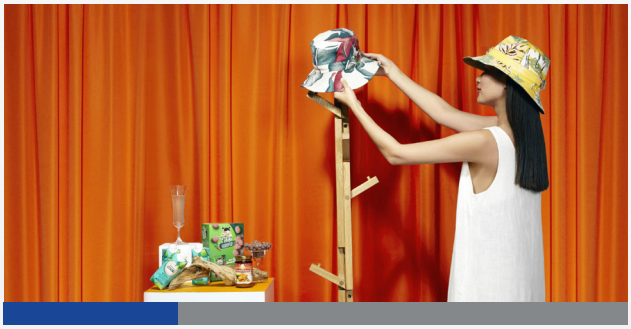
Products in this category emphasize aspects of being environmentally friendly and conscious of environmental conservation.



(3) LIVE HAPPY:

ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพและความงาม อาหารและขนมขบเคี้ยว อ่างอาบน้ำนวัตกรรมล้ำสมัย

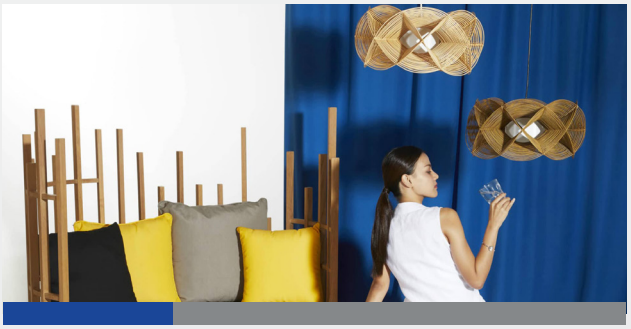
Living life happily with health and beauty products, food and snacks of excellent taste, and innovative bathtubs.



(4) LIVE LITE:

รายการสินค้าที่จะช่วยทำให้คุณเกิดความยืดหยุ่น คล่องแคล่ว และความสงบภายในจิตใจ

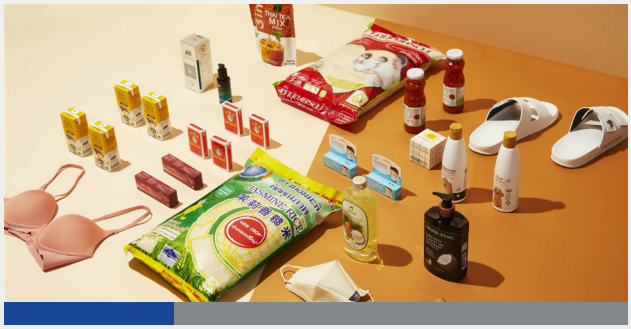
Products lineup includes those used in daily life allowing you to be flexible, agile and calm at heart.



(5) LIVE CRAFT:

สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว งานหัตถกรรมและงานฝีมือที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อการใช้ชีวิตแบบล้ำยุค

Products with their unique identity, handicrafts that have been created for life in the modern world.



(6) LIVE SAFE:

นำเสนอสินค้าสร้างสรรค์เสริมสร้างวิถีชีวิตที่ปลอดภัย

Presenting creative products for safe and secure life.



ผลจากการดำเนินงานในช่วงการเจรจาการค้า เกิดมูลค่าการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์ม THAIGROOVE
The outcome of trade negotiations through THAIGROOVE platform

สั่งซื้อทันที
Immediate transactions

25,296,900

ล้านบาท
Million THB

คาดว่าจะได้รับการสั่งซื้อหลังงานภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions

137,450,000

ล้านบาท
Million THB

การจับคู่ธุรกิจ / Business Matching

327
ครั้ง / matches

113
บริษัท / Companies

38
ประเทศ / Contries

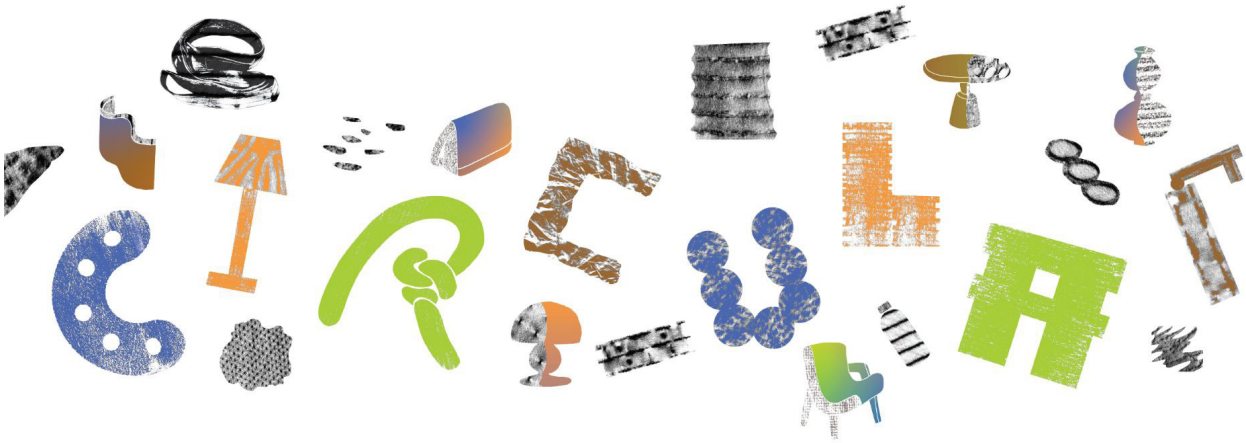
มีคู่ค้าสนใจเข้าชมและลงทะเบียนบนแพลตฟอร์ม 956 ราย และมีประเทศที่เข้าชมแพลตฟอร์มมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **สหรัฐอเมริกา อินเดีย และจีน**

There were 956 trade partners who were interested and registered on the platform. The top three countries with the highest number of visits to the platform were **the USA, India and China respectively.**

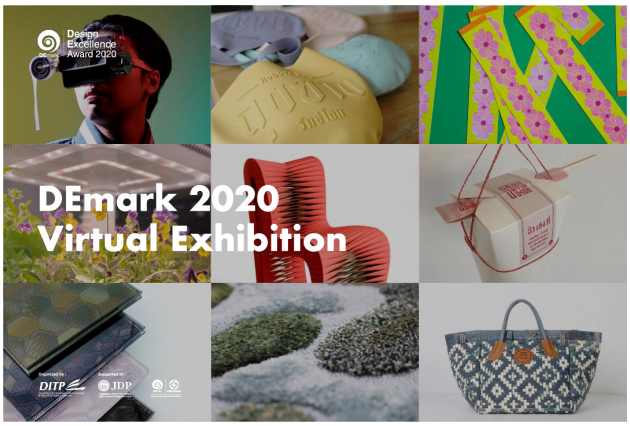
www.thaigroove.com

การจัดนิทรรศการออนไลน์โลกเสมือนจริง DEmark Virtual Exhibition 2020 นำเสนอสินค้าที่มีการออกแบบดีในรูปแบบออนไลน์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าที่มีการออกแบบดีของไทยสู่เวทีสากล

DEmark Virtual Exhibition 2020 Presents Good Design Products Online to Promote Thai Design Products on the International Stage



โครงการพิจารณาคัดเลือกและตัดสินสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีหรือรางวัล Design Excellence Award (DEmark) 2020 จัดขึ้นเป็นปีที่ 13 เพื่อส่งเสริมผลงานที่โดดเด่นด้านการออกแบบ และยกระดับสินค้าและบริการไทยให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายในตลาดโลก โดยกรมฯ ได้รับความร่วมมือจากองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) และ Japan Institute of Design Promotion (JDP) ในการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญจากรางวัล Good Design Award (G-mark) ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นรางวัลด้านการออกแบบที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลมาร่วมพิจารณาตัดสินรางวัล รวมทั้งให้ความร่วมมือในด้านอื่นๆ เพื่อให้รางวัลได้มาตรฐานในระดับสากล รางวัล DEmark เป็นการรับรองผลงานที่มีการออกแบบดีและใช้ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความแตกต่าง สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทยและขยายตลาดสินค้าไทยทั้งในประเทศญี่ปุ่นและระดับนานาชาติ โดย พ.ศ. 2551-2563 มีผลงานได้รับรางวัล DEmark ทั้งสิ้น 893 รายการ และมีผลงานได้รับรางวัล G-mark ทั้งสิ้น 464 รายการ





The project which considers and selects Thai products with good designs or Design Excellence Award (DEmark) 2020 was held for the 13th time to promote products with outstanding designs and promote Thai products and services to be widely accepted in the global markets. The DITP was supported by Japan External Trade Organization (JETRO) and Japan Institute of Design Promotion (JDP) in providing experts from Good Design Award (G-mark) of Japan which is a widely accepted international design award to join the judging panel.

The DEmark awarded products can be used by entrepreneurs for marketing purposes thus differentiating them from other products and adding value to Thai products. It also helps expand the market for Thai products both in Japan and other countries. Between 2008 and 2020, a total of 893 products have received the DEmark award. During the same period, 464 products have received the G-mark award.

ปี 2563 ผลงานได้รับรางวัล DEmark 72 รายการ
In 2020, a total of 72 products received the DEmark award

แบ่งประเภท Divided into **7** กลุ่มสินค้า design categories







เฟอร์นิเจอร์
Furniture



ไลฟ์สไตล์
Lifestyle products



ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นเครื่องแต่งกาย
Creative and innovative fashion and apparels



อุตสาหกรรมและดิจิทัล
Industry and digital products



ออกแบบบรรจุภัณฑ์
Packaging design



กราฟิกดีไซน์
Graphic design



การออกแบบตกแต่งภายในที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านค้า พื้นที่ทำงานร่วมกัน อาคารชุด
Interior design (hotel/restaurant/café/retail shop/co-working space/condominium project)

ผลงานที่ได้รับรางวัล DEmark 2020 จำนวน 72 ชิ้น จัดแสดงในรูปแบบของนิทรรศการออนไลน์โลกเสมือนจริง (Virtual Exhibition) นิทรรศการออนไลน์มาพร้อมรายละเอียดผลงานแต่ละชิ้น สามารถสัมผัสประสบการณ์การชมผลงานแบบใหม่ได้ในมุมมองแบบ 360 องศา ทั้งยังเชื่อมต่อกับช่องทางการค้าออนไลน์ของสินค้าและบริการนั้นๆ สร้างประสบการณ์ใหม่ในการเข้าถึงผลงานออกแบบของไทย เชื่อมต่อไปสู่ผู้ซื้อและผู้นำเข้าที่สนใจงานออกแบบจากทั่วโลก



DEmark Virtual Exhibition

To be in line with the current New Normal, all 72 products with the DEmark award were presented on a virtual exhibition. The online exhibition came with details of each piece which could be seen in 360 degrees. Each product presented online was also linked to the online outlet of that product or service thus bringing the new experience in engaging with Thai design products, connecting with buyers and importers who were interested in good designed products from all over the world.

KEY ACTIVITIES TO PROMOTE INTERNATIONAL TRADE

ผลงานสำคัญของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตามภารกิจยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ



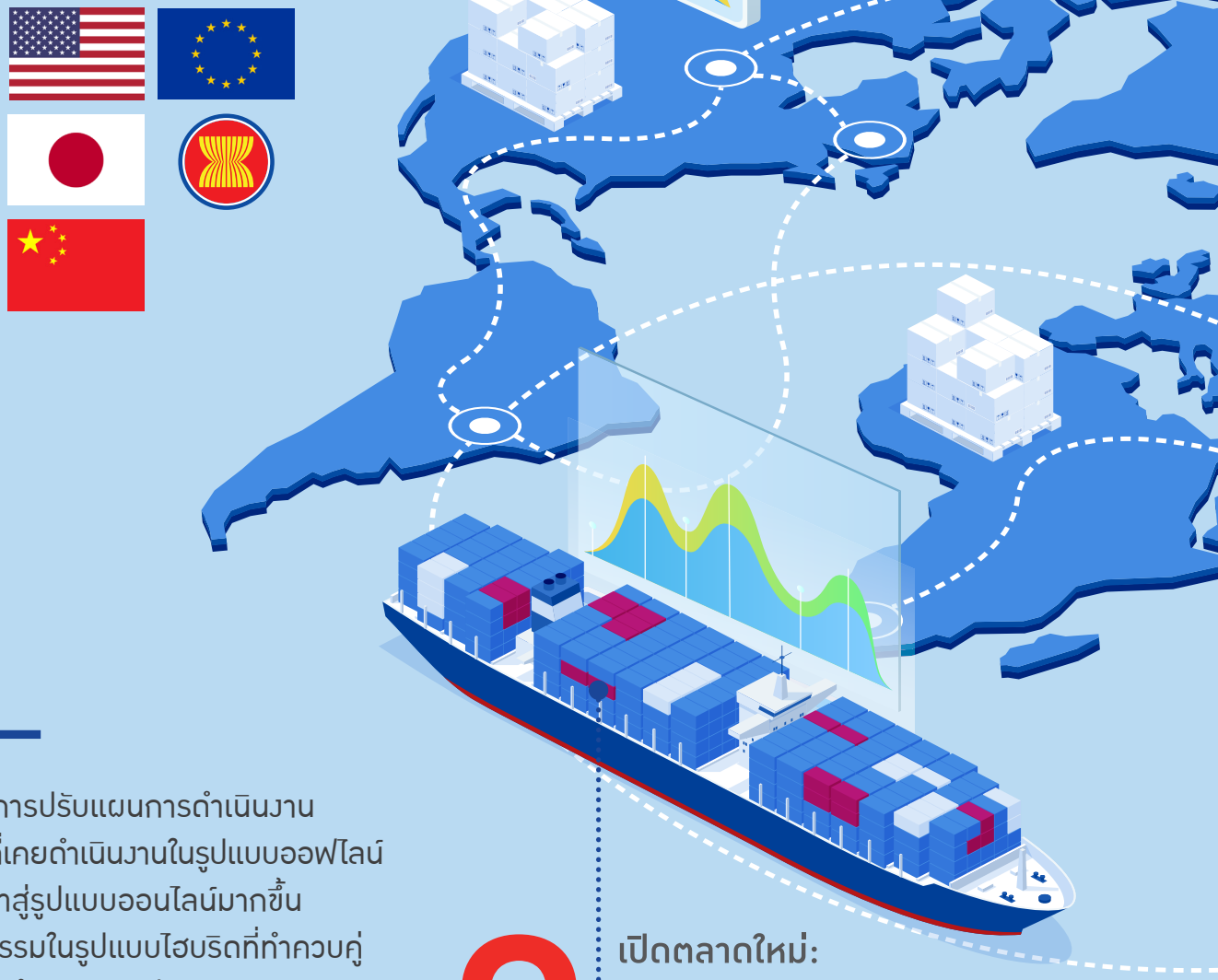
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้นำยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2565) แผนปฏิรูปประเทศ 11 ด้าน นโยบายรัฐบาล 12 ด้าน และนโยบายเร่งด่วน 12 ด้าน แนวนโยบาย Thailand 4.0 แผนแม่บทกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2555-2564 แผนปฏิบัติราชการกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2563-2565 ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2559-2564 เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าหมาย และแนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2564” โดยกำหนดมาตรการผลักดันการส่งออกเร่งด่วนใน 4 กลุ่มตลาด ดังนี้

The Department of International Trade Promotion developed its strategies, goals and approaches to promote international trade with due consideration to a number of national strategies and plans such as the 20-year National Strategy (2018-2037), Master Plans under the National Strategy, the 12th National Economic and Social Development Plan (2017-2022), National Reform Plans, Government’s Policies, Government’s Priority Policies, Thailand 4.0 Policy, Ministry of Commerce Master Plan 2012-2021, Ministry of Commerce Implementation Plan 2020-2022, and Ministry of Commerce Strategy on International Trade 2016-2021. Building on the past successes, DITP continues to work to realize the vision of making “Thailand’s competitiveness in terms of international trade among the top 5 of Asia by 2021”. There are 4 priority measures to promote export:

1

รักษาตลาดเดิม:
Maintaining current markets:

สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น
อาเซียน และจีน
The USA, the EU, Japan,
ASEAN and China



กรมฯ มีการปรับแผนการดำเนินงาน
จากเดิมที่เคยดำเนินงานในรูปแบบออฟไลน์
ปรับให้เข้าสู่รูปแบบออนไลน์มากขึ้น
หรือกิจกรรมในรูปแบบไฮบริดที่ทำควบคู่
ไปกับการดำเนินงานรูปแบบเดิม

The Department has moved many
of its operations online as well
as explored a hybrid format that
allows activities to be conducted
in parallel to the conventional
offline format

2

เปิดตลาดใหม่:
Opening up new markets:

เอเชียใต้ ลาตินอเมริกา แอฟริกา
และตะวันออกกลาง
South Asia, Latin America,
Africa and the Middle East



3 ฟื้นฟูส่วนแบ่งตลาดที่เคยขยายตัวได้ดี:
Recuperating market shares that used to perform better:

อิรัก สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน
Iraq, United Arab Emirates and Bahrain

4 ผลักดันการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดน:
Promoting border and cross-border trades:

ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมา มาเลเซีย
Neighboring countries including Myanmar and Malaysia

ทั้งนี้ ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว บริบทการค้าโลกยุคดิจิทัล และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยการใช้เทคโนโลยีและการมีวิถีชีวิตใหม่ที่เรียกว่าความปกติในรูปแบบใหม่ หรือ New Normal กรมฯ จึงมีการปรับแผนการดำเนินงานจากเดิมที่เคยดำเนินงานในรูปแบบออฟไลน์ให้เข้าสู่รูปแบบออนไลน์มากขึ้น หรือกิจกรรมในรูปแบบไฮบริดที่ทำควบคู่ไปกับการดำเนินงานรูปแบบเดิม อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า การเจรจาจับคู่ธุรกิจ กิจกรรมส่งเสริมการขาย การอบรมสัมมนา ฯลฯ โดย 4 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศประกอบด้วย

In the contexts of the global recession, trade in the digital era, and the changing consumers' behavior due to the COVID-19 and the New Normal, the Department has moved many of its operations online as well as explored a hybrid format that allows activities such as product exhibitions, business matching sessions, promotional events, training and seminars to be conducted in parallel to the conventional offline format. The four strategies for promoting international trade are as follows:

1 DEMAND-DRIVEN MARKETING APPROACH: PROACTIVELY EXPANDING EXPORT MARKETS AND BUSINESSES OVERSEAS THROUGH PHYSICAL AND DIGITAL MARKET PENETRATION

การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกและธุรกิจในต่างประเทศเชิงรุก ทั้ง Physical และ Digital Market

1.1 เจาะตลาดเชิงลึก (City Focus) In-depth Market Penetration (City Focus)

โดยเจาะเข้าสู่เมืองเศรษฐกิจรองควบคู่ไปกับการยกระดับตลาดในเมืองหลวงหรือเมืองเศรษฐกิจหลัก โดยเน้นสินค้าและบริการแบรนด์ไทย ขยายช่องทางการตลาดให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่และวัฒนธรรมการบริโภคยุคสังคมเมือง (Urbanization) และเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับบน

This strategy aims to penetrate secondary cities while escalating the level of penetration in capitals or key economic cities. This is done by focusing on promoting Thai products and services, expanding distribution channels, and attempting to reach the high-end market.

(1) เจาะลึกตลาดอาเซียน Deepening ASEAN Market

- **จัดงานแสดงสินค้านานาชาติ International Trade Exhibitions**



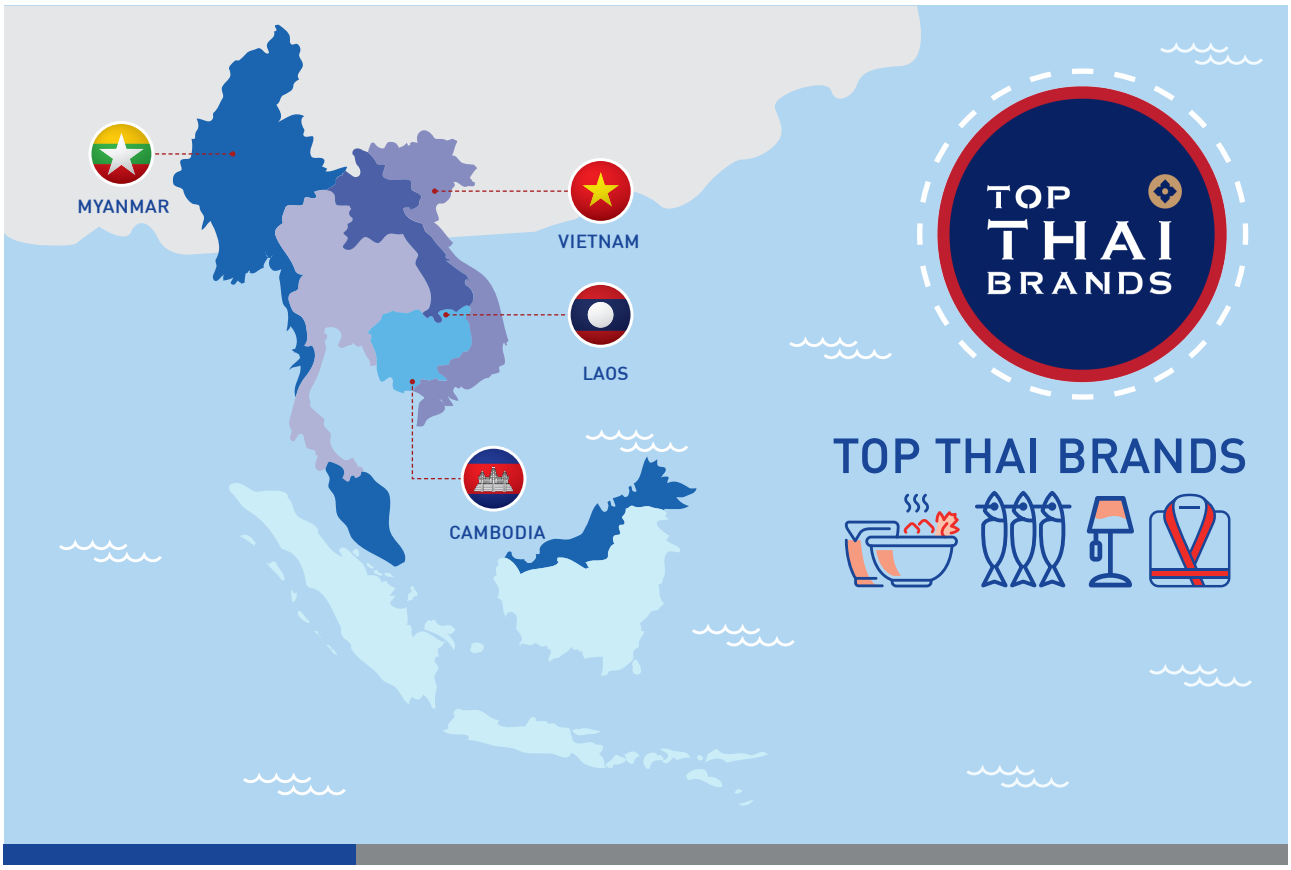
- **2-4 พฤศจิกายน 2562** งานแสดงสินค้าไทย (ASEAN STYLES) คู่ขนานกับการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 35 (ASEAN SUMMIT) ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ แสดงศักยภาพสินค้าและบริการของไทยต่อผู้เข้าร่วมประชุม ASEAN Summit โดยมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมแสดงสินค้าในงาน 61 ราย

- **15-18 ธันวาคม 2562** Cambodia Import-Export & OPOP Exhibition 2019 ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 6 บริษัท มูลค่าการสั่งซื้อทันที 0.22 ล้านบาท และคาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี มูลค่า 1.00 ล้านบาท

- **2-4 November 2019** ASEAN STYLES Exhibition was held in parallel with the 35th ASEAN Summit at the IMPACT Exhibition and Convention Center in Muang Thong Thani. This was to showcase the potential of Thai products and services to delegates of the ASEAN Summit. There were 61 Thai entrepreneurs that participated in the exhibition.

- **15-18 December 2019** Cambodia Import-Export & OPOP Exhibition 2019 was held in Phnom Penh with 6 companies that participated. Immediate transactions amounted to THB 0.22 million with one-year forecast transactions amounting to THB 1 million.

• จัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย Top Thai Brands Exhibitions



กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา Phnom Penh, Cambodia
6-9 กุมภาพันธ์ 2563 / 6-9 February 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	173	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	50.61	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	257.61	ล้านบาท Million THB

กรุงเวียงจันทน์ ประเทศลาว Vientiane, Lao PDR
2-9 มีนาคม 2563 / 2-9 March 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	27	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	165.42	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน =1 ปี One-year forecast transactions	59.20	ล้านบาท Million THB

กรุงย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา Yangon, Myanmar
12-15 มีนาคม 2563 / 12-15 March 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	104	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	6.00	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	113.20	ล้านบาท Million THB

กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม Hanoi, Vietnam
9-12 กรกฎาคม 2563 / 9-12 July 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	45	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	15.28	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	9.30	ล้านบาท Million THB

นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม Ho Chi Minh City, Vietnam
17-20 กันยายน 2563 / 17-20 September 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	49	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	3.66	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	115.74	ล้านบาท Million THB



- จัดงานแสดงสินค้าไทย Mini Thailand Week



แขวงหลวงน้ำทา ประเทศลาว Luang Namtha Province, Lao PDR
5-9 กุมภาพันธ์ 2563 / 5-9 February 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	22	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.91	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	2.19	ล้านบาท Million THB

เมืองมะริด ประเทศเมียนมา Myeik, Myanmar
6-9 กุมภาพันธ์ 2563 / 6-9 February 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	25	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	5.00	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	61.00	ล้านบาท Million THB

กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ Manila, The Philippines
5-8 มีนาคม 2563 / 5-8 March 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	76	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	32.64	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	311.89	ล้านบาท Million THB

เมืองไฮฟอง ประเทศเวียดนาม Haiphong, Vietnam
25-28 มิถุนายน 2563 / 25-28 June 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	40	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	19.10	ล้านบาท Million THB

เมืองเกิ่นเทอ ประเทศเวียดนาม Can Tho, Vietnam
3-5 กรกฎาคม 2563 / 3-5 July 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	62	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	5.61	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	309.56	ล้านบาท Million THB

เมืองเสียมราฐ ประเทศกัมพูชา Siem Reap, Cambodia
3-6 กันยายน 2563 / 3-6 September 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	30	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.20	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	25.00	ล้านบาท Million THB

• จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทย Marketing Event to Promote Thai Products

กิจกรรมเจาะตลาดกลุ่มสินค้า Supply Chain ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม
Marketing Event for Supply Chain Products in Ho Chi Minh, Vietnam
14 กรกฎาคม 2563 / 14 July 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	12	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.29	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	163.52	ล้านบาท Million THB



(2) เจาะลึกตลาดเอเชียตะวันออก Deepening East Asia Market

• **จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทย** ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ รวมมูลค่าการสั่งซื้อทันที 42.26 ล้านบาท และรวมมูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี 259.89 ล้านบาท รายละเอียดดังนี้

• Marketing events to promote Thai products were held via modern retail distribution channels. This resulted in immediate transactions of THB 42.26 million and one-year forecast transactions of THB 259.89 million. Details are as follows:

ซูเปอร์มาร์เก็ต Hyundai 5 สาขา ประเทศเกาหลีใต้
Hyundai Supermarket (5 branches) in South Korea
30 เมษายน - 4 มิถุนายน 2563 / 30 April - 4 June 2020

ห้างสรรพสินค้า AEON ทุกสาขาในฮ่องกง
All branches of AEON Department Store in Hong Kong
7-20 พฤษภาคม 2563 / 7-20 May 2020

ห้าง Songlei เมืองฮาร์บิน มณฑลเฮย์หลงเจียง
Songlei Department Store, Harbin, Heilongjiang, China
22 พฤศจิกายน - 1 ธันวาคม 2562 /
22 November - 1 December 2019

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.70	ล้านบาท Million THB

ห้าง Jasons Supermarket ไต้หวัน
Jasons Supermarket in Taiwan
23 พฤษภาคม - มิถุนายน 2563 / 23 May - June 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	7.35	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	17.85	ล้านบาท Million THB

ห้าง Parkson เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน
Parkson Department Store, Kunming, Yunnan Province
20-25 มิถุนายน 2563 / 20-25 June 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	0.69	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	3	ล้านบาท Million THB

ห้าง Rainbow เมืองตงก่วน มณฑลกวางตุ้ง
Rainbow Department Store, Dongguan, Guangdong Province
15-28 กรกฎาคม 2563 / 15-28 July 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	17	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	180	ล้านบาท Million THB

ห้าง Yonghui Super Species เมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน
Yonghui Super Species Department Store, Xiamen, Fujian Province
17-26 กรกฎาคม 2563 / 17-26 July 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.95	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	11.5	ล้านบาท Million THB

ห้าง LOTUS Xi'an เมืองซีอาน มณฑลฉ่านซี
LOTUS Xi'an Department Store, Xi'an, Shaanxi Province
22-31 กรกฎาคม 2563 / 22-31 July 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	4.13	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	14.37	ล้านบาท Million THB

ห้าง Dream Island เมืองหนานหนิง เขตฯ กว่างซี
Dream Island Department Store, Nanning, Guangxi Autonomous Region
25 กรกฎาคม - 9 สิงหาคม 2563 / 25 July - 9 August 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	7.5	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	22	ล้านบาท Million THB

ห้าง Dashang Xiansheng Supermarket เมืองต้าเหลียน มณฑลเหลียวหนิง
Dashang Xiansheng Supermarket, Dalian, Liaoning Province
31 กรกฎาคม - 6 สิงหาคม 2563 / 31 July - 6 August 2020

มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.93	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	11.18	ล้านบาท Million THB

(3) เจาะลึกตลาดเอเชียใต้ Deepening South Asia Market

- จัดงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย Top Thai Brands Exhibitions

กรุงโคลัมโบ ประเทศศรีลังกา Colombo, Sri Lanka
6-8 มีนาคม 2563 / 6-8 March 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	12	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.76	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	15.04	ล้านบาท Million THB

นครจัณฑีครห์ ประเทศอินเดีย Chandigarh, India
12-15 มีนาคม 2563 / 12-15 March 2020

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม The number of Thai companies	18	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	1.19	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์การสั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	118.73	ล้านบาท Million THB

1.2 สร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ Strategic Partnership

กระชับความสัมพันธ์ เสริมสร้างความเชื่อมั่น และแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เพื่อผลักดันการขยายตลาด รวมถึงส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA เพื่อขยายการค้าและการลงทุนร่วมกับพันธมิตรในตลาดศักยภาพ

Fostering closer ties, increasing confidence, exploring new market opportunities, and utilizing FTAs to further expand trade and investment with potential partners.

1.2.1 เสริมสร้างความสัมพันธ์กับประเทศอาเซียน Enhancing Partnership with ASEAN Member States





- จัดคณะผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงพาณิชย์ พร้อมผู้บริหารระดับสูงในภาคเอกชน ร่วมกับคณะรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) เดินทางเยือนกรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

- The Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) led a delegation of high-level executives from the Ministry of Commerce and the private sector to Phnom Penh, Cambodia on 7 February 2020.

- จัดคณะผู้นำเข้าชาวมาเลเซียมาจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการภาคใต้ของไทย ณ จังหวัดนราธิวาส ระหว่างวันที่ 15-17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 โดยมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ให้เกียรติเป็นประธานเปิดงานสัมมนา “การพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวสู่การส่งออก” ณ โรงแรมอิมพีเรียล จังหวัดนราธิวาส มีผู้ประกอบการภาคใต้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 100 ราย พร้อมพบปะผู้นำเข้าชาวมาเลเซียในกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) จำนวน 54 ราย เกิดการเจรจาจับคู่ธุรกิจรวม 201 คู่ คิดเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที 0.24 ล้านบาท คาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี 82.17 ล้านบาท



- The Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) presided over the opening ceremony of a seminar, “Developing Tourism as an Exports Product” at the Imperial Hotel, Narathiwat. The event also featured business matching sessions where a delegation of importers from Malaysia attended during 15-17 February 2020. With 100 Thai entrepreneurs from the southern provinces also in attendance, the sessions resulted in 201 business matches. Immediate transactions amounted to THB 0.24 million and one-year forecast transactions reached THB 82.17 million.

การจัดคณะผู้นำเข้าชาวมาเลเซียมาจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการภาคใต้ของไทย
Business matching sessions where a delegation of importers from Malaysia attended

ผู้ประกอบการภาคใต้เข้าร่วมกิจกรรม Thai entrepreneurs from the southern provinces in attendance	100	ราย Numbers
เกิดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ The sessions resulted in	201	คู่ Business matches
คิดเป็นมูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	0.24	ล้านบาท Million THB
คาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	82.17	ล้านบาท Million THB

1.2.2 การผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในภูมิภาคเอเชียตะวันออก
Promoting International Trade with Partners in East Asia

- รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) พร้อมคณะผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์ เดินทางเยือนนครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน (5-7 พฤศจิกายน 2562) เพื่อเข้าร่วมงาน China International Import Expo (CIIE) 2019 เปิดตัว TOPTHAI Flagship Store ตลอดจนพบปะ หารือผู้บริหารในเครืออาลีบาบา ผู้บริหารซูเปอร์มาร์เก็ตเหอหม่าเฟรช และผู้บริหารตลาดผลไม้หลงอู่

- The Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) led a delegation of high-level executives from the Ministry of Commerce to Shanghai, People's Republic of China (5-7 November 2019) to attend the China International Import Export (CIIE) 2019, the launch of TOPTHAI Flagship Store, and meetings with executives from Alibaba group, Hema Fresh Supermarket, and Long Wu fruit market.





- 15-18 ธันวาคม 2562 อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศพร้อมคณะผู้บริหารระดับสูงของกรมฯ เดินทางเยือนไต้หวัน

- 15-18 December 2019 Director-General of the Department of International Trade Promotion and high-level executives visited Taiwan.

1.2.3 การเดินทางเยือนประเทศไทยของผู้บริหารระดับสูงจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก
Visits to Thailand by High-level Government Executives from East Asian Countries

- **18 พฤศจิกายน 2562** รองอธิบดีกรมอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ (Ms. Wu Hong) และคณะฯ เข้าพบเพื่อหารือด้านการค้าการลงทุนกับรองอธิบดี (นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์)

- **3 ธันวาคม 2562** รองประธานเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง คนที่ 1 (Mr. Qin Rupei) เข้าพบเพื่อหารือด้านการค้าการลงทุนผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์

- **13 ธันวาคม 2562** คณะอธิบดีสำนักงานการต่างประเทศเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง (Mr. Shi Donglong) เข้าพบเพื่อหารือด้านการค้าการลงทุนกับอธิบดี (นายสมเด็จ สุสมบูรณ์)

- **19 ธันวาคม 2562** คณะผู้บริหารเขตจินหนิว นครเฉิงตู เข้าพบเพื่อหารือด้านการค้าการลงทุนกับรองอธิบดี (นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์)



- 18 November 2019 Deputy Director-General of the Department of Industry and Information Technology (Ms. Wu Hong) led a delegation to discuss trade and investment issues with Deputy Director-General of the Department of International Trade Promotion (Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit).

- 3 December 2019 Executive Vice-Governor of Guangxi Zhuang Autonomous Region (Mr. Qin Rupei) discussed trade and investment with high-level executives from the Ministry of Commerce.

- 13 December 2019 Mr. Shi Donglong, Director-General of the Foreign Affairs Office, Guangxi Zhuang Autonomous Region, led a delegation to discuss trade and investment with the Director-General of the Department of International Trade Promotion (Mr. Somdet Susomboon).

- 19 December 2019 Executives of Jinniu District, Chengdu discussed trade and investment with the Deputy Director-General of the Department of International Trade Promotion (Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit).

1.2.4 การผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในภูมิภาคเอเชียใต้
Promoting International Trade with Partners in South Asia







รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) นำคณะผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์และคณะผู้แทนภาคเอกชน เดินทางเยือนเมืองเบงกาลูรู-ไฮเดอราบาด ประเทศอินเดีย (16-20 มกราคม 2563) เพื่อขยายตลาดการค้าสินค้าไม้ยางพารา ยางพารา และผลิตภัณฑ์ผลไม้ น้ำมันปาล์ม แป้งมันสำปะหลัง อาหารสำเร็จรูป Bioplastic วัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) led a delegation of high-level executives from the Ministry of Commerce and the private sector to visit Bengaluru-Hyderabad, India (16-20 January 2020) to promote products from rubberwood, rubber, fruit, palm oil, tapioca starch, ready-to-eat food, bioplastic and construction materials.



กิจกรรม ณ เมืองเบงกาลูรู
Activities in Bengaluru



เจรจาการค้าและสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างภาคเอกชนไทยกับอินเดีย
Trade negotiation and business networking event between Thai and India



เกิดมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions

918 ล้านบาท Million THB



โครงการความร่วมมือเพื่อผลักดันสินค้าไทยเจาะตลาดอินเดีย ผ่านช่องทางการค้าออนไลน์ ภายใต้ชื่อ TOPTHAI Store บนเว็บไซต์ Bigbasket.com
Cooperation project to promote Thai products in India through TOPTHAI Store on Bigbasket.com



คาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions

50 ล้านบาท Million THB



การเป็นสักขีพยานในการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างภาคเอกชนไทยกับอินเดีย
Signing ceremony (MOU) between Thai and Indian private sector



จำนวน 3 ฉบับ มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี
3 MOUs with the total one-year forecast transactions

132 ล้านบาท Million THB



1-31 มกราคม 2563 / 1-31 January 2020
โครงการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตฟู้ดฮอลล์ เครือฟิวเจอร์กรุ๊ป 5 สาขา
Marketing events were held in cooperation with 5 branches of Foodhall Supermarket under Future Group.



มูลค่าการสั่งซื้อทันที
Immediate transactions

2.96 ล้านบาท Million THB



กิจกรรม ณ เมืองไฮเดอราบาด
Activities in Hyderabad



เจรจาการค้าและสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างภาคเอกชนไทยกับอินเดีย
Trade negotiation and business networking event between Thai and India



เกิดมูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions

1,617 ล้านบาท Million THB



การเป็นสักขีพยานในการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU)
ระหว่างภาคเอกชนไทยกับอินเดีย
Signing ceremony (MOU) between Thai and Indian private sector

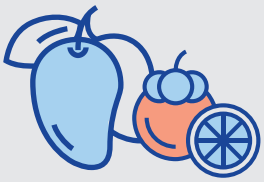


จำนวน 2 ฉบับ มูลค่าสั่งซื้อภายใน 1 ปี
2 MOUs with the total one-year forecast

68 ล้านบาท Million THB



กิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าอาหารและผลไม้ไทย
Thai Food and Fruits Fiesta was held to promote Thai food and fruit products.





ร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตรีไลแอนซ์
Cooperation with Reliance Supermarket

25 สาขา Branches

1.2.5 การผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในตลาดสหรัฐอเมริกา
Promoting International Trade with Partners in the United States of America



- กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบันเทิงไทย (Thai Night) เมื่อวันศุกร์ที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ นครลอสแอนเจลิส ภายใต้ธีม “Thailand Where Films Come Alive: Thailand Film Brilliance” เพื่อเฉลิมฉลองความเจิดจรัสของวงการภาพยนตร์ไทย โดยได้รับพระกรุณาธิคุณจากทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จไปทรงเป็นประธานในพิธีเปิดงาน ทั้งนี้ งาน Thai Night นับเป็นเวทีที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้แสดงความสามารถและศักยภาพในการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต พร้อมด้วยกิจกรรมการแสดงผลงานต่างๆ จากบริษัทภาพยนตร์ของไทย

- Thai Night, an activity to promote Thai entertainment business, was held on 8 November 2019 in Los Angeles under the theme “Thailand Where Films Come Alive: Thailand Film Brilliance” to celebrate the splendor of the Thai film industry. Princess Ubolratana Rajakanya Sirivadhana Barnavadi presided over the opening ceremony of the Thai Night. This event was a platform for the Thai film industry to showcase its potentials in production and post-production.



- กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า American Film Market 2019 (AFM 2019) ระหว่างวันที่ 6-13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ นครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา โดยกรมฯ นำผู้ประกอบการไทย จำนวน 8 ราย เข้าร่วมกิจกรรม เกิดการเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการต่างชาติทั้งสิ้น 312 ครั้ง รวมเป็นมูลค่าเจรจาการค้าทั้งสิ้นประมาณ 1,727 ล้านบาท

- Business matching sessions at the American Film Market 2019 (AFM 2019) were held during 6-13 November 2019 in Los Angeles, the USA. The Department led 8 Thai entrepreneurs to the event, resulting in 312 matches. The total value amounted to approximately THB 1,727 million.

กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า
Business matching sessions at the American Film Market 2019 (AFM 2019)

ระหว่างวันที่ 6-13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ นครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา
During 6-13 November 2019 in Los Angeles, the USA

กรมฯ นำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมกิจกรรม The Department led Thai entrepreneurs to the event	8	ราย Numbers
เกิดการเจรจาการค้ากับผู้ประกอบการต่างชาติ Resulting in trade negotiation	312	ครั้ง Matches
รวมเป็นมูลค่าเจรจาการค้าประมาณ The total value amounted to approximately	1,727	ล้านบาท Million THB

1.2.6 การผลักดันการค้าระหว่างประเทศกับพันธมิตรในภูมิภาคยุโรปและภูมิภาคตะวันออกกลาง
Promoting International Trade with Partners in Europe and the Middle East



- รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) พร้อมคณะผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์ เดินทางเยือนเมืองดีสเซิลดอร์ฟ และนครแฟรงก์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี และนครอิสตันบูล ประเทศตุรกี (12-19 พฤศจิกายน 2562) เพื่อพบหารือผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานเอกชนและกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า รวมถึงเป็นสักขีพยานในพิธีลงนาม MOU ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการทั้งตุรกีและเยอรมนี ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 15 ราย โดยสรุปสาระสำคัญดังนี้

- The Deputy Prime Minister and Minister of Commerce (Mr. Jurin Laksanawisit) led a delegation of high-level executives from the Ministry of Commerce to Düsseldorf and Frankfurt, Germany and Istanbul, Turkey (12-19 November 2019) to meet and strengthen ties with the private sector in respective countries. The Thai delegation witnessed the MOU signing ceremonies between Thai entrepreneurs and their Turkish and German counterparts. A total of 15 Thai representatives participated. The visits can be summarized as follows:



กิจกรรม ณ เมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี
Activities in Istanbul, Turkey



การเป็นสักขีพยานในการลงนามความร่วมมือ (MOU)
จำนวน 10 ฉบับ ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับบริษัทผู้นำเข้าตุรกี
Signing ceremony of 10 MOUs Between
Thai entrepreneurs and Turkish importers



มูลค่าภายใน 1 ปี
with the total one-year forecast
transactions of

3,516.59 ล้านบาท Million THB



การนำภาคเอกชนเข้าร่วมกิจกรรม Business Networking
ระหว่างนักธุรกิจไทยกับตุรกี
A delegation from the private sector attended a business networking
event between Thai and Turkish entrepreneurs.



จำนวน 2 ฉบับ มูลค่า
2 MOUs with the total value
reached

12,000 ล้านบาท Million THB



กิจกรรม ณ เมืองดึสเซิลดอร์ฟ ประเทศเยอรมนี
Activities in Düsseldorf, Germany



การเป็นสักขีพยานในการลงนามความร่วมมือ (MOU)
จำนวน 2 ฉบับ ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับบริษัทผู้นำเข้าเยอรมนี
Signing ceremony of 2 MOUs
Between Thai entrepreneurs and German importers



มูลค่าภายใน 1 ปี
with the total one-year forecast
transactions of

238.00 ล้านบาท Million THB



- เยี่ยมชมกิจกรรมสาธิตการปรุงอาหารไทย และ Thai Food Corner ณ ห้าง METRO Deutschland GmbH เมืองดีสเซิลดอร์ฟ
- Thai cooking demonstration and Thai food corner at METRO Deutschland GmbH, Düsseldorf.

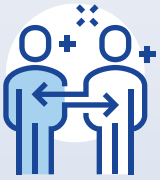
1.3 การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ Outward Business Development Promotion





พัฒนาองค์ความรู้และข้อมูลเชิงลึก รวมทั้งสถานการณ์การค้าและการตลาดเชิงลึก

Market Intelligence: develop knowledge and in-depth information on trade and market.



พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

Capacity-Building: enhance capacities of Thai entrepreneurs in their conduct of international business.



เชื่อมโยงพันธมิตรธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการต่างชาติ

Business Matching: build business partnership between Thai and foreign counterparts.



สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในประเทศเป้าหมาย

Networking: foster networks with public and private entities in targeted countries.



จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่ไปดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ

Market Promotion: organize marketing activities for Thai entrepreneurs with businesses overseas.



อำนวยความสะดวกและประสานงาน
แก้ไขปัญหาอุปสรรคในการจัดตั้งหรือดำเนินธุรกิจแก่ผู้ประกอบการไทย

Business Facilitation: facilitate and coordinate to resolve problems that may arise for Thai businesses.

พัฒนาพาณิชย์ดิจิทัลเพื่อพัฒนาและส่งเสริม SMEs สู่สากล
Developing E-commerce to Promote Thai SMEs abroad

1. **พัฒนาต่อยอดระบบ Thaitrade.com** ให้รองรับความต้องการใช้งานสำหรับการค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและสะดวกมากยิ่งขึ้น

   Improve Thaitrade.com to accommodate online trade more efficiently by connecting to overseas platforms.

2. **เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มของพันธมิตรในต่างประเทศ** และขยายช่องทางการค้า Offline to Online Strategy ในการส่งเสริมสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าไทยที่ได้ตราสัญลักษณ์ T Mark DEmark PM Award เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในตลาดสำคัญ

   Expand distribution channels through "Offline to Online" strategy for Thai products with T Mark, DEmark, and PM Award in key market.

3. **พัฒนาศูนย์ให้บริการ Thaitrade.com Center** เพื่ออำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ SMEs ด้านการเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และให้บริการจัดหาสินค้า Sourcing Service ตามความต้องการของผู้ซื้อ

   Develop Thaitrade.com Center to facilitate and provide advice to SMEs in areas such as online trade negotiations as well as offer sourcing service.



4. **พัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถทำการค้าออนไลน์** รวมถึงพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มผู้ให้บริการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Enables) ให้มีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ภายใต้กิจกรรมและโครงการดังนี้

   Build capacity for Thai entrepreneurs on online trading and support e-commerce providers to enhance their credibility internationally. Specific activities and projects conducted are listed below.

- TOPTHAI Flagship Store ร่วมมือกับแพลตฟอร์มต่างประเทศจัดเจรจาคัดเลือกสินค้าไทยไปจำหน่ายในแพลตฟอร์มต่างๆ อาทิ
  Cooperated with overseas platforms in selecting Thai products for sale such as:

Klangthai.com	Tmall.com	Bigbasket.com	Amazon.com
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค for Consumer goods	กลุ่มสินค้าอาหารและผลไม้ for Food and fruit products	กลุ่มสินค้าอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ for Food and health-related products	กลุ่มสินค้าอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ for Food and health-related products

รวมมูลค่าการซื้อขายภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions amounted to **420.70** **ล้านบาท Million THB**

- Online In-store Promotion จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ
  Conducted marketing activities in cooperation with online platforms such as:



สิงคโปร์ / Singapore

- Lazada
- OctoRocket
- Redmart



ญี่ปุ่น / Japan

- AEON Retail



จีน / China

- ห้าง ITO Yokado, JD.com, Pinduoduo, GESO, HEMA



ฮ่องกง / Hongkong

- HKTVmall



รวมมูลค่าการซื้อขายภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions amounted to **918.07** **ล้านบาท Million THB**

- Online Business Matching จัดกิจกรรมเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์
  Organized trade negotiations online



กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร
OBM sessions on agricultural and food products

ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา แคนาดา อินเดีย ศรีลังกา บังกลาเทศ แอฟริกาใต้ โมซัมบิก มอริเชียส ฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ โปแลนด์ ชิลี รัสเซีย อาร์เจนตินา เปรู อิตาลี และจีน

Overseas importers from countries and economic zones such as South Korea, the USA, Canada, India, Sri Lanka, Bangladesh, South Africa, Mozambique, Mauritius, Hong Kong, Indonesia, Malaysia, Singapore, The Philippines, Poland, Chile, Russia, Argentina, Peru, Italy and China



กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม
OBM sessions on industrial products

ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลีใต้ ฮ่องกง อียิปต์ สหรัฐอเมริกา อินเดีย และเคนยา

Overseas importers from countries such as South Korea, Hong Kong, Egypt, the USA, India and Kenya



กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์
OBM sessions on lifestyle products

ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอินเดีย

Overseas importers from countries such as Malaysia, the USA, Japan and India



กลุ่มธุรกิจบริการ
OBM sessions on services

ผู้นำเข้าจากต่างประเทศ อาทิ เมียนมา เกาหลีใต้

Overseas importers from countries such as Myanmar and South Korea



รวมมูลค่าการซื้อขายภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions amounted to **5,402.35** **ล้านบาท Million THB**

5. การลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 ฉบับ
Signing of 2 MOUs on E-commerce



• การลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) ระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกับแพลตฟอร์ม Bigbasket.com (บริษัท Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd.) เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ ห้องหอวัง โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซา ลาดพร้าว กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมลงนามประกอบด้วย นายสมเด็จ สุสมบูรณ์ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ Mr. Vishal Das, National Group Category Head (VP), Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd. เกิดประโยชน์ร่วมกัน ดังนี้

• The signing of the MOU between the Department of International Trade Promotion and Bigbasket.com platform (Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd.) was held on 20 November 2019 at Horwang Room, Centara Grand at Central Plaza Ladprao, Bangkok. Mr. Somdet Susomboon, Director-General of the Department of International Trade Promotion and Mr. Vishal Das, National Group Category Head (VP), Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd., signed the abovementioned MOU which stipulates the following provisions:

(1) จัดตั้งร้านค้าประเทศไทยในรูปแบบแฟล็กชิพสโตร์ (Flagship Store) พาวิลเลียน (Pavilion) เพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการของไทยบน Bigbasket.com และ Bigbasket แอปพลิเคชัน

(2) เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ด้วยข้อมูลแนวโน้มด้านการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในตลาดอินเดีย การบริการด้านการค้าระหว่างประเทศ และโอกาสในการเข้าสู่ตลาดอินเดียผ่านช่องทางของบริษัท Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd.

(3) จัดกิจกรรมเพื่อการจับคู่ธุรกิจให้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อจาก Thaitrade.com และ Bigbasket.com

(4) ร่วมมือกับ Thaitrade.com ในการนำเสนอสินค้าไทยบน Bigbasket.com

(5) ร่วมมือในการวางแผนด้านการตลาดเพื่อนำเสนอร้านค้าไทยในรูปแบบแฟล็กชิพสโตร์ (Flagship Store) พาวิลเลียน (Pavilion) เพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่สินค้าไทยบนช่องทางของ Bigbasket

(1) Establish a store in Thailand in the form of a Flagship Store Pavilion to promote Thai products and services on Bigbasket.com and Bigbasket application.

(2) Enhance the competitiveness of Thai SMEs with information on e-commerce trends in India, international trade services and opportunities to penetrate the Indian market through Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd.

(3) Organize business matching sessions for sellers and buyers from Thaitrade.com and Bigbasket.com.

(4) Cooperate with Thaitrade.com in showcasing Thai products on Bigbasket.com.

(5) Cooperate in drawing up marketing plans for Thai products in the form of Flagship Store Pavilion in order to increase sales volume for Thai products on Bigbasket.



• การลงนามบันทึกข้อตกลง (MOU) ระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ บริษัท Abouthai (Hong Kong) Limited เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2563 ณ ห้องจูปิเตอร์ 13 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีผู้เข้าร่วมลงนามประกอบด้วย นายสมเด็จ สุสมบูรณ์ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ลงนามจากประเทศไทย และ Mr. Lam King Nam, Mike ผู้บริหาร (CEO & CO-Founder) บริษัท Abouthai (Hong Kong) Limited ลงนามจากประเทศฮ่องกง โดยการถ่ายทอดสดผ่านระบบ Hologram ทำการ Live Streaming ผ่านระบบ VDO Conference โดยแสดงภาพ Hologram เสมือนผู้ลงนามจากประเทศฮ่องกงร่วมอยู่ในสถานที่จริงและถ่ายทอดสดพิธีลงนามผ่าน Facebook Live โดยมีสาระสำคัญของ MOU ได้แก่

(1) ร่วมกันกำหนดแนวทางการตลาด เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ตลาดฮ่องกงผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ของ Abouthai (Hong Kong) Limited

(2) จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ขายสินค้าอาหาร ข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าวไทยบน Thaitrade.com และผู้ซื้อจากแพลตฟอร์ม Abouthai.com

(3) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ไทย เกี่ยวกับแนวโน้มการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดฮ่องกง

• The signing of the MOU between the Department of International Trade Promotion and Abouthai (Hong Kong) Limited was held on 22 September 2020 at the Jupiter 13 Hall, IMPACT Exhibition and Convention Center in Muang Thong Thani. Mr. Somdet Susomboon, Director-General of the Department of International Trade Promotion and Mr. Lam King Nam, Mike, the CEO and Co-Founder of Abouthai (Hong Kong) Limited signed the abovementioned MOU via VDO Conference with hologram technology. The technology projected the delegates from Hong Kong as though they were physically present at the ceremony. The MOU signing ceremony was broadcast on Facebook Live. The essence of the MOU is as follows:

(1) Work together to determine marketing directions to promote Thai entrepreneurs in Hong Kong through online and offline channels of Abouthai (Hong Kong) Limited.

(2) Organize business matching sessions between sellers of Thai food, rice, and rice-related products on Thaitrade.com and buyers from Abouthai.com.

(3) Build capacities for Thai SMEs by providing information on Hong Kong's e-commerce marketing trends and consumer behavior.

การให้บริการผ่าน / Activities on THAITRADE.COM

YOUR ULTIMATE SOURCING DESTINATION





สมาชิกใหม่บนเว็บไซต์
The number of new members

7,005 ราย Members



สมาชิกผู้ซื้อ
Registered buyers

6,744 ราย Members



สมาชิกผู้ขาย
Registered sellers

261 ราย Members



มีมูลค่าคาดการณ์การซื้อขายผ่านกิจกรรม Business matching
Forecast transactions amounting to

1,250.58 ล้านบาท Million THB



มีการจับคู่เจรจาธุรกิจ
Business matching resulted in

1,337 คู่ Matches

ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ (ไม่นับซ้ำ)
The number of visitors (non-duplicative) was

256,488 ราย / Numbers



มีความต้องการซื้อที่โพสต์ผ่านระบบ
The number of buying requests was



2,237 รายการ Numbers

มีมูลค่าคาดการณ์การซื้อขายผ่านระบบ (Buying Request)
Forecast transactions amounting to



2,649.07 ล้านบาท Million THB



มูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์
The total value of transactions through Thaitrade.com and its online network of partners amounted to

1,452.94 ล้านบาท Million THB

2 CLUSTER PROMOTION
DEVELOPING AND PROMOTING HIGH POTENTIAL THAI PRODUCTS AND SERVICES
การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์
พัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการที่ประเทศไทยให้มีศักยภาพ

กลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการ
The target groups of products and services



- สินค้าเกษตรและแปรรูป Agriculture and Agircultural products

  (ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน ฯลฯ)

  (Rice, Rubber, Tapioca, and Palm oil)



- สินค้าอาหาร ผักผลไม้ และธุรกิจร้านอาหารไทย

  Food products, vegetables and fruits and Thai restaurant business



- สินค้าอุตสาหกรรม

  Industrial products



- สินค้าไลฟ์สไตล์ OTOP และแฟชั่น

  Lifestyle and OTOP fashion products

ธุรกิจบริการศักยภาพสูง
High Value Services



- ธุรกิจบริการ Wellness and Medical Services

  Wellness and medical services

  (สปา โรงพยาบาล คลินิกเฉพาะทาง ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ)

  (Spas, Hospitals, Specialized clinics and Elderly care centers)



- สินค้าเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจบริการ Digital Content

  Related products, digital content services

  (ภาพยนตร์ ภาพยนตร์สารคดี เกม แอนิเมชัน คาแร็คเตอร์ ซอฟต์แวร์ โฆษณา)

  (Movies, Documentaries, Games, Animation, Characters, Software and Advertisements)



- ธุรกิจบริการสนับสนุน

  Institutional Services & Trade Supporting Services

  (การบริหารโรงแรม บริหารการจัดงาน การศึกษา สตาร์ทอัพ แฟรนไชส์ รับเหมาก่อสร้างและตกแต่งภายใน บริการสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์)

  (Hotel management, Event management, Education, Startup, Franchise, Construction and Interior decoration, Printing and Packaging)

2.1 การพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและแปรรูป Development and Promotion of Agriculture and Agricultural Products

2.1.1 กิจกรรมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Overseas trade exhibitions



- **ANUGA 2019, Cologne, Germany**
  เมืองโคโลญจน์ ประเทศเยอรมนี
  5-9 ตุลาคม 2562 / 5-9 October 2019

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	**141**	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	**410.26**	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	**7,008.22**	ล้านบาท Million THB

- กิจกรรมจับคู่ธุรกิจสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปประจำปีงบประมาณ 2563
  Business matching sessions on Agriculture and Agricultural products for fiscal year 2020
  19-22 พฤศจิกายน 2562 / **19-22 November 2019**

ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน **The number of Thai companies**	**160**	ราย **Companies**
ผลการจับคู่เจรจาธุรกิจ **Business matching result**	**1,430**	คู่ **Matches**
มูลค่าสั่งซื้อสินค้าทันที **Immediate transactions**	**2,088.40**	ล้านบาท **Million THB**
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี **One-year forecast transactions**	**24,191.59**	ล้านบาท **Million THB**



- **BIOFACH 2020, Nürnberg, Germany**
  เมืองเนิร์นแบร์ก ประเทศเยอรมนี
  12-15 กุมภาพันธ์ 2563 / **12-15 February 2020**

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน **The number of Thai companies**	**16**	ราย **Companies**
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที **Immediate transactions**	**3.20**	ล้านบาท **Million THB**
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี **One-year forecast transactions**	**6.28**	ล้านบาท **Million THB**



- **Gulfood 2020, Dubai, United Arab Emirates**
  เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
  16-20 กุมภาพันธ์ 2563 / 16-20 February 2020

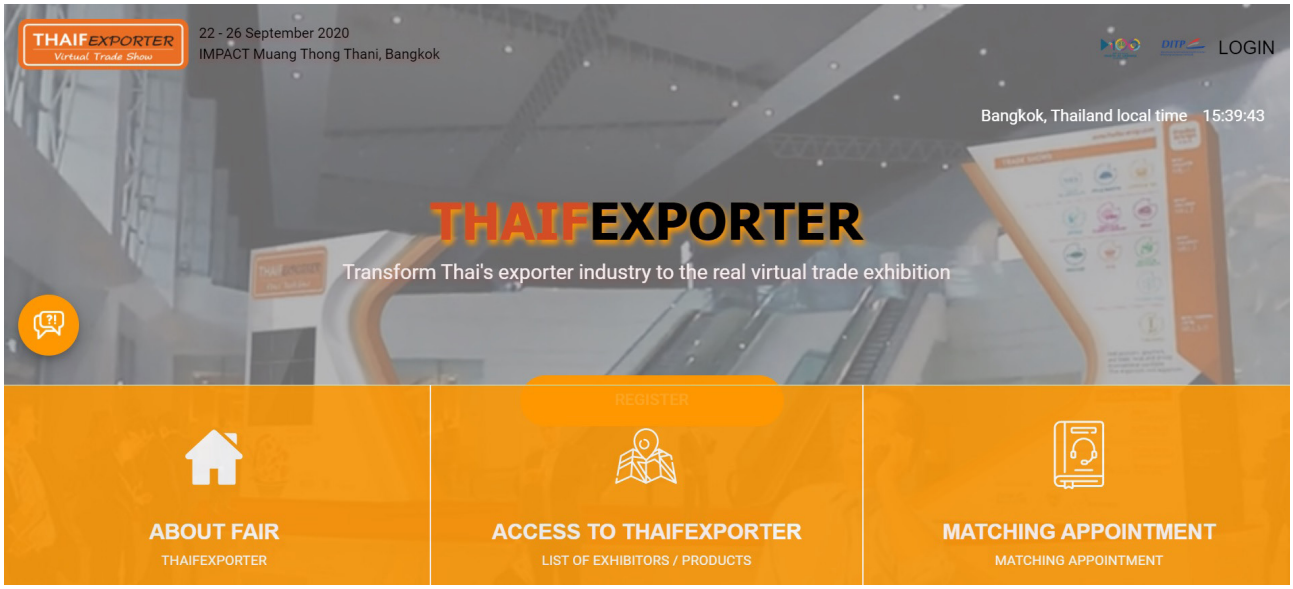
ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	127	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	505.42	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	7,609.27	ล้านบาท Million THB

2.1.2 กิจกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ
Domestic trade exhibitions



- งานแสดงสินค้าอาหาร 2563
  THAIFEX-ANUGA ASIA 2020 “The Hybrid Edition”
  22-26 กันยายน 2563 / 22-26 September 2020

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	527	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	49.90	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	7,658.00	ล้านบาท Million THB



- การจัดงานแสดงสินค้าเสมือนจริง
  THAIFEXporter: Virtual Trade Show (VTS)

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	261	ราย Companies
ผลการจับคู่เจรจาธุรกิจ Business matching result	1,018	คู่ Matches
มูลค่าสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	0.22	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	209.82	ล้านบาท Million THB

2.1.3 กิจกรรมส่งเสริมการขาย
Instore promotion



- **Thai Fruit Golden Months 2020**
  กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าผลไม้ไทยเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย
  Promotion events for Thai fruits in the target markets

มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที **Immediate transactions**	**202.02**	ราย **Million THB**
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี **One-year forecast transactions**	**614.25**	ล้านบาท **Million THB**

รายละเอียดดังนี้ / Detail as below

วันที่ **Date**	ช่องทาง **Channel**	มูลค่าการสั่งซื้อทันที **Immediate transactions**	คาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี **One-year forecast transactions**
25-26 ตุลาคม 2562 25-26 October 2019	HANG YANG Shopping Mall, Nanning, China นครหนานหนิง ประเทศจีน	3 ล้านบาท Million THB	100 ล้านบาท Million THB
15 มกราคม -14 กุมภาพันธ์ 2563 15 January -14 February 2020	ซูเปอร์มาร์เก็ต รีไลแอนซ์ 25 สาขา เมืองไฮเดอราบาด ประเทศอินเดีย RELIANCE Supermarket (25 branches) in Hyderabad, India	0.32 ล้านบาท Million THB	-

วันที่ Date	ช่องทาง Channel	มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	คาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions
15-24 พฤษภาคม 2563 15-24 May 2020	GRAN VID Supermarket, HISENSE Department Store, Qingdao, China เมืองชิงต่าว ประเทศจีน	3.34 ล้านบาท Million THB	178 ล้านบาท Million THB
16-17 พฤษภาคม 2563 16-17 May 2020	NANNING YUEHUI SQUARE Department Store, Guangxi, China นครหนานหนิง เขตกว่างซี ประเทศจีน	1.50 ล้านบาท Million THB	100 ล้านบาท Million THB
22 พฤษภาคม -4 มิถุนายน 2563 22 May -4 Jun 2020	WELLCOME Department Store, Hong Kong ฮ่องกง	79.05 ล้านบาท Million THB	-
30 พฤษภาคม -7 มิถุนายน 2563 30 May -7 Jun 2020	OLÉ Supermarkets in Chengdu, Chongqing and Xi'an, China นครเฉิงตู ฉงชิ่ง ซีอาน ประเทศจีน	1.71 ล้านบาท Million THB	100 ล้านบาท Million THB
1-30 มิถุนายน 2563 1-30 June 2020	CITY' SUPER Supermarket, Shanghai, China นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน	0.6 ล้านบาท Million THB	10 ล้านบาท Million THB
2-15 มิถุนายน 2563 2-15 June 2020	HKTV MALL, Hong Kong ฮ่องกง	12.68 ล้านบาท Million THB	-
12-21 มิถุนายน 2563 12-21 June 2020	RAINBOW Supermarket, Xiamen, Fujian Province, China เมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน ประเทศจีน	2.53 ล้านบาท Million THB	-
17-23 มิถุนายน 2563 17-23 June 2020	แอปพลิเคชัน "PINDUODUO" Application	87.88 ล้านบาท Million THB	-

วันที่ Date	ช่องทาง Channel	มูลค่าการสั่งซื้อทันที Immediate transactions	คาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions
25 มิถุนายน -2 กรกฎาคม 2563 25 June -2 July 2020	BRAVO-YH Supermarket, PARK N SHOP, and TASTE SUPERMARKET, Guangzhou, Guangdong Province, China เมืองกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน	5.40 ล้านบาท Million THB	64.50 ล้านบาท Million THB
1-8 กรกฎาคม 2563 1-8 July 2020	OLÉ and BLT Supermarkets, Shenzhen, China เมืองเซินเจิ้น ประเทศจีน	3.40 ล้านบาท Million THB	59.50 ล้านบาท Million THB
1-31 กรกฎาคม 2563 1-31 July 2020	ISETAN Department Store, Singapore ประเทศสิงคโปร์	-	-
1-5 สิงหาคม 2563 1-5 August 2020	PARKSON Department Store, Kunming, Yunnan Province, China เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน	0.93 ล้านบาท Million THB	2.25 ล้านบาท Million THB

2.1.4 กิจกรรมอื่นๆ Other activities











จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าเกษตรและแปรรูปในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ

The DITP adopted various types of PR activities to promote agricultural and processed products, for example:

- 4 มีนาคม 2563 / 4 March 2020
  กิจกรรมจับคู่ธุรกิจสินค้าผลไม้สดและแปรรูป
  ณ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่า
  ลาดพร้าว กรุงเทพฯ
  Business matching sessions on fresh and processed fruit products at the Centara Grand at Central Plaza Ladprao Bangkok

- 12-30 พฤษภาคม 2563 / 12-30 May 2020
  กิจกรรมส่งเสริมสินค้าฮาลาลและผลไม้สด
  (Thai Food Festival)
  ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
  A promotional event for halal products and fresh fruits (Thai Food Festival)
  Dubai, United Arab Emirates

- 25 พฤษภาคม - 28 มิถุนายน 2563
  25 May - 28 June 2020
  กิจกรรมส่งเสริมร้านอาหาร Thai Select
  ร่วมกับ GrabFood สิงคโปร์
  An event held in cooperation with GrabFood to promote Thai select restaurants in Singapore

- 15 มิถุนายน 2563 / 15 June 2020
  จัดคูหาประชาสัมพันธ์ข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทย
  ในงานแสดงสินค้า Naturally Good Expo 2019
  ประเทศออสเตรเลีย ภายใต้แนวคิด
  "Think Rice Think Thailand"
  "Think Rice Think Thailand" information booth about Thai rice and rice products at the Naturally Good Expo 2019, Australia

- จัดกิจกรรมเกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด สินค้ายางพารา
  และผลิตภัณฑ์ยาง
  ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จังหวัดนนทบุรี
  The "Kaset Palid, Panich Talad" market fair for rubber and rubber products at the DITP, Nonthaburi

2.2 การพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าอุตสาหกรรม Development and Promotion of Industrial Products

2.2.1 กิจกรรมงานแสดงสินค้า Trade exhibitions









- 5-7 พฤศจิกายน 2562 / 5-7 November 2019
  AAPEX 2019 ณ นครลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา
  Las Vegas, the USA

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	20	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	9.30	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	582.64	ล้านบาท Million THB

- 18-21 พฤศจิกายน 2562 / 18-21 November 2019
  MEDICA 2019 ณ เมืองดึสเซิลดอร์ฟ ประเทศเยอรมนี
  Düsseldorf, Germany

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	15	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	60.15	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	411.54	ล้านบาท Million THB

- 25-28 พฤศจิกายน 2562 / 25-28 November 2019
  The Big 5 Show 2019 ณ นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
  Dubai, United Arab Emirates

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	19	ราย Companies
มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที Immediate transactions	7.02	ล้านบาท Million THB
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	76.64	ล้านบาท Million THB

- 2-4 ธันวาคม 2562 / 2-4 December 2019
  THAITAM กิจกรรมจับคู่ธุรกิจสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรในงานมหกรรมแทรกเตอร์และจักรกลการเกษตรไทย จังหวัดนครปฐม
  Business matching sessions on agricultural machineries at Thailand Tractor & Agri-Machinery Show (THAITAM), Nakhon Pathom

ผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน The number of Thai companies	43	ราย Companies
ผลการจับคู่เจรจาธุรกิจ Business matching result	153	คู่ Matches
มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี One-year forecast transactions	238	ล้านบาท Million THB

- 25 พฤศจิกายน 2562 / 25 November 2019
  กิจกรรมคณะผู้แทนการค้า จัดคณะผู้แทนการค้า ผู้นำเข้าสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้จากประเทศเม็กซิโก จำนวน 8 ราย เข้าเจรจาการค้ากับผู้ผลิต ผู้ส่งออกสินค้าไม้ MDF และ Plywood ไทย ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
  Trade delegation: a trade delegation consisting of 8 wood product importers from Mexico visited the DITP to negotiate trade deals with Thai producers and exporters of MDF and plywood.



2.3 การพัฒนาและส่งเสริมการค้าสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ OTOP Development and Promotion of OTOP Fashion and Lifestyle Products

2.3.1 กิจกรรมงานแสดงสินค้า Trade exhibitions





- 17-21 ตุลาคม 2562 / 17-21 October 2019
  STYLE Bangkok
  ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา
  at Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC), Bang Na

- 25-29 กุมภาพันธ์ 2563 / 25-29 February 2020
  งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 65
  ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี
  65th Bangkok Gems & Jewelry Fair
  at IMPACT Exhibition and Center, Muang Thong Thani

- 11-14 สิงหาคม 2563 / 11-14 August 2020
  กิจกรรมจับคู่เจรจาการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์
  ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถนนรัชดาภิเษก
  STYLE Bangkok Telematching in Lifestyle Online Virtual Exhibition (L.O.V.E.) at the DITP, Ratchadaphisek Road



2.3.2 กิจกรรมการเจรจาการค้า
Trade negotiations



- 7-8 กรกฎาคม 2563 / 7-8 July 2020
  จัดคณะผู้แทนการค้า สินค้าแฟชั่นไปเจรจาการค้า ณ นครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น ในรูปแบบออนไลน์
  An online trade delegation negotiated deals on fashion products with their counterparts in Osaka, Japan.



2.3.3 กิจกรรมอื่นๆ เพื่อส่งเสริมสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ในรูปแบบต่างๆ
Other activities for support the OTOP fashion and lifestyle products

- กิจกรรมเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการแฟชั่น Qurated Fashion Incubation Project 2020 ณ ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคกลาง กรุงเทพฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอุดรธานี และภาคใต้ จังหวัดสงขลา
  Qurated Fashion Incubation Project 2020 in Chiang Mai for the northern region, in Bangkok for the central region, in Udon Thani for the northeastern region, and in Songkhla for the southern region

- โครงการพัฒนาและส่งเสริมนักสร้างต้นแบบการตัดเย็บสู่ระดับสากล ปี 2563 (The Pattern Creator 2020) ภาคเหนือ จังหวัดน่านและเชียงใหม่ ภาคกลาง กรุงเทพฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอุบลราชธานีและสกลนคร ภาคใต้ จังหวัดกระบี่และสงขลา
  The Pattern Creator 2020: in Nan and Chiang Mai for the northern region, in Bangkok for the central region, in Ubon Ratchathani and Sakon Nakhon for the northeastern region, and in Krabi and Songkhla for the southern region

- กุมภาพันธ์ - ตุลาคม 2563
  February - October 2020
  กิจกรรมพัฒนา Material สำหรับผลิตสินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่นสู่ตลาดญี่ปุ่น
  Developing materials for lifestyle and fashion products for the Japanese market

- 11 กันยายน - 19 ตุลาคม 2563
  11 September - 19 October 2020
  กิจกรรมพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์ใหม่ (Collaboration)
  Developing new lifestyle products (Collaboration)

- 29 กรกฎาคม - 17 กันยายน 2563
  29 July - 17 September 2020
  กิจกรรมพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์พลาสติกให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
  Developing new lifestyle products (Eco-Plastic)

- 31 สิงหาคม - 6 ตุลาคม 2563
  31 August - 6 October 2020
  กิจกรรมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ SMEs และ New Faces สินค้าไลฟ์สไตล์ไทยสู่ตลาดโลก
  Preparing Thai SMEs and New Faces on lifestyle products for the global markets

2.4 ธุรกิจบริการศักยภาพสูง High Value Services

ได้แก่ ธุรกิจบริการ Wellness and Medical Services (สปา โรงพยาบาล คลินิกเฉพาะทาง ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ) และสินค้าเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจบริการ Digital Content (ภาพยนตร์ ภาพยนตร์สารคดี เกม แอนิเมชัน คาแร็คเตอร์ ซอฟต์แวร์ โฆษณา) ธุรกิจบริการสนับสนุน Institutional Services & Trade Supporting Services (การบริหารโรงแรม บริหารการจัดงาน การศึกษา สตาร์ทอัพ แฟรนไชส์ รับเหมาก่อสร้างและตกแต่งภายใน บริการสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์) โดยส่งเสริมผ่านการจัดกิจกรรม ดังนี้

These are wellness and medical services (spas, hospitals, specialized clinics, and elderly care centers) and related products; digital content (movies, documentaries, games, animation, characters, software and advertisements); institutional services and trade supporting services (hotel management, event management, education, startup, franchise, construction and interior decoration, and printing and packaging). Details of the promotional activities are as follows:

2.4.1 กิจกรรมงานแสดงสินค้า Trade exhibitions

- 13-15 พฤศจิกายน 2562 / 13-15 November 2019
  "COSMOPROF ASIA 2019"
  ณ ฮ่องกง
  at Hong Kong



- 12-15 กุมภาพันธ์ 2563 / 12-15 February 2020
  "Vivaness 2020"
  ณ เมืองเนิร์นแบร์ก ประเทศเยอรมนี
  โดยจัดคูหาในลักษณะ Information Stand
  at Nürnberg, Germany



2.4.2 กิจกรรมอื่นๆ Other activities

- 16 มีนาคม - 31 พฤษภาคม 2563
  16 March - 31 May 2020
  จัดกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมสินค้าความงามและเครื่องใช้ในโรงแรมสู่ตลาดญี่ปุ่น ณ ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น
  Thai Cosmetics and Hotel Amenity Supplies in Osaka Japan: Thai Cosmenity, in Thailand and Japan market

- 27 สิงหาคม 2563
  27 August 2020
  จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าเครื่องสำอางไทยในตลาดรัสเซียผ่านสื่อสังคมออนไลน์ท้องถิ่น (Influencers/Celebrity) และจัดกิจกรรมขยายธุรกิจบริการระยะยาวแก่ผู้สูงอายุในตลาดฮ่องกง
  Marketing promotion of Thai cosmetics in the Russian market using social media influencers/celebrities and holding an event on business expansion of long-term elderly care services in the Hong Kong market

2.5 ธุรกิจบริการดิจิทัลคอนเทนต์ Digital Content Services

2.5.1 กิจกรรมงานแสดงสินค้า Trade exhibitions





- 17-21 ตุลาคม 2562 / 17-21 October 2019
  กิจกรรมส่งเสริม Thai Licensing Character ในงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok
  Promoting Thai Licensing Character at STYLE Bangkok

- 7-24 พฤศจิกายน 2562 / 7-24 November 2019
  กิจกรรมส่งเสริมภาพยนตร์ไทยในไต้หวันร่วมกับเทศกาลภาพยนตร์ Taipei Golden Horse Film Festival ณ กรุงไทเป ไต้หวัน
  Promoting Thai movies in Taiwan in cooperation with Taipei Golden Horse Film Festival, Taipei, Taiwan

- 6-10 พฤศจิกายน 2562 / 6-10 November 2019
  American Film Market & Conference ณ นครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา
  American Film Market & Conference at Los Angeles, the USA

- 20-22 พฤศจิกายน 2562 / 20-22 November 2019
  กิจกรรม Pitching ในงาน Asian Animation Summit กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้
  Asian Animation Summit
  Pitching session at Asian Animation Summit, Seoul, South Korea

- 13-17 พฤศจิกายน 2562 / 13-17 November 2019
  กิจกรรมเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า Global Game Exhibition (G-STAR) 2019 ณ ประเทศเกาหลีใต้
  Trade negotiations at Global Game Exhibition (G-Star), South Korea

- 25-27 พฤษภาคม 2563 / 25-27 May 2020
  งานแสดงสินค้าเสมือนจริง Multimedia Online Virtual Exhibition (M.O.V.E.) บนแพลตฟอร์ม move.ditp.go.th
  Multimedia Online Virtual Exhibition (M.O.V.E.) via move.ditp.go.th

- 19-21 สิงหาคม 2563 / 19-21 August 2020
  กิจกรรมส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ในงาน Bangkok International Digital Content Festival 2020 (BIDC 2020)
  Promoting digital content businesses at Bangkok International Digital Content Festival 2020 (BIDC 2020)

2.5.2 กิจกรรมอื่นๆ
Other activities

25-26 พฤษภาคม 2563 กิจกรรมเสวนาเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการแอนิเมชันไทยสู่สากล ประกอบด้วย กิจกรรมเสวนาในรูปแบบ Webinar (ออกอากาศเทปบันทึกเสวนา) หัวข้อ “เคล็ดลับหนทางสู่ Hollywood” โดยวิทยากรที่มีผลงานในบริษัทชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา และกิจกรรม Online Workshop หัวข้อ “การสร้าง Cartoon Character ให้ประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศ” โดยวิทยากรในประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา และกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการรับรู้การ์ตูนคาแร็คเตอร์ และแอนิเมชันไทย ในเขตพื้นที่กรุงโตเกียว พ.ศ. 2563 โดยมี 9 คาแร็คเตอร์ไทยเข้าร่วมโครงการ พร้อมจัดนิทรรศการ Pop-up Exhibition ณ Character Street สถานีโตเกียว มีผู้สนใจชาวญี่ปุ่นเข้าชมประมาณ 1,300 คน พร้อมกับประชาสัมพันธ์โครงการผ่านสื่อออฟไลน์และออนไลน์ยอดนิยมในญี่ปุ่น

On 25-26 May 2020, public talks were held for Thai animators. They included a webinar (pre-recorded) on the topic “Secret Path to Hollywood” by renowned speakers from leading US companies, and an online workshop on the topic “Creating a Successful Cartoon Character in International Markets” by Thai and US speakers. In 2020, the DITP also implemented an awareness-raising campaign for Thai cartoon characters and animation in Tokyo. Nine Thai cartoon characters took part in the campaign and a pop-up exhibition was staged at Character Street, Tokyo Station, which attracted about 1,300 Japanese residents. The publicity of the campaign was boosted by using popular offline and online Japanese media.

2.6 ธุรกิจบริการสนับสนุนและธุรกิจบริการเกี่ยวเนื่อง
Institutional Services & Trade Supporting Services



2.6.1 กิจกรรมงานแสดงสินค้า
Trade exhibitions

- 16-20 ตุลาคม 2562 / 16-20 October 2019
  Frankfurt Book Fair 2019
  ณ นครแฟรงเฟิร์ต ประเทศเยอรมนี
  At Frankfurt, Germany



2.6.2 กิจกรรมอื่นๆ
Other activities

- 14 มีนาคม 2563 / 14 March 2020
  โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของไทยในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดโลก ภาคเหนือ ณ จังหวัดเชียงใหม่
  A capacity building program for Thai printing and packaging businesses in Chiang Mai for the northern region

- 11 กันยายน 2563 / 11 September 2020
  โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจบริการเพื่อพัฒนาศักยภาพและปรับตัวสู่ยุค New Normal ณ ห้องบุรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์
  A networking session for service sector businesses focusing on how to adjust to the "New Normal", Burachat Chaiyakon Room, Ministry of Commerce

- 15 กันยายน 2563 / 15 September 2020
  โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์อสังหาริมทรัพย์ไทยเพื่อที่อยู่อาศัยในตลาดฮ่องกง
  A brand promotion event for Thai residential real estate targeting the Hong Kong market

2.7 ธุรกิจบริการโลจิสติกส์การค้า
Trade Logistics Business

2.7.1 กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ
Business matching



- 26-27 สิงหาคม 2563 / 26-27 August 2020
  กิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจให้คำปรึกษาด้านโลจิสติกส์ Logistics Pavilion ภายในงาน STYLE Bangkok 2019 และงาน (THAIFEX-ANUGA ASIA 2020) และกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจผู้ประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ไทยผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ TILOG-LOGISTIX Online Business Matching
  Logistics pavilions for business matching and providing information at STYLE Bangkok 2019; THAIFEX -ANUGA ASIA 2020; and TILOG-LOGISTIX Online Business Matching

- 31 สิงหาคม 2563 / 31 August 2020
  จัดพิธีมอบรางวัล Excellence Logistics Management Award (ELMA) 2020 รางวัลผู้ประกอบการที่มีความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ประจำปี 2563 ณ ห้องประชุมบุรฉัตรไชยากร กระทรวงพาณิชย์ และโครงการเชื่อมโยงโลจิสติกส์การเกษตรสู่การส่งออกประจำปี 2563
  Excellence Logistics Management Award (ELMA) 2020, Burachat Chaiyakon Room, Ministry of Commerce and 2020 annual event on agri-logistics and export.

2.8 สินค้าตลาดเฉพาะ Niche Markets



2.8.1 การพัฒนาผู้ประกอบการด้านการตลาดและสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ (Aging Market Access: AMA) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้าสำหรับผู้สูงอายุเข้ารับการพัฒนาศักยภาพผ่านกิจกรรม เช่น การสัมมนา (Seminar) การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบริษัท (Coaching) ในเรื่องของแนวโน้มตลาด การออกแบบโดยเน้นเรื่องการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) Business Model และกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างประเทศ จนได้ออกมาเป็นสินค้าต้นแบบ (Prototype) ที่นำไปทดสอบตลาดกับผู้สูงอายุจริง ณ สวางคนิเวศ เพื่อรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะนำไปพัฒนาต่อยอดให้เป็น Final Product ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และสินค้าดังกล่าวจะได้นำไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok ใน พ.ศ. 2564 ต่อไป

2.8.2 การพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็ก (Mom & Kids Project) มุ่งเน้นการพัฒนาในเรื่องการวิเคราะห์แนวโน้มตลาด การออกแบบและพัฒนาสินค้า Packaging Design และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้สื่อสารให้ตรงใจผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กได้พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การสัมมนา (Seminar) การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบริษัท (Coaching) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้าสำหรับแม่และเด็กเข้ารับการอบรมพัฒนาต่อยอดการออกแบบและพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของตลาดเป้าหมาย และปรับกลยุทธ์ธุรกิจให้เหมาะกับสถานการณ์ในยุคโควิด-19 สินค้าดังกล่าวจะได้นำไปจัดแสดงในงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok ใน พ.ศ. 2564 ต่อไป





2.8.1 Aging Market Access: AMA – a capacity building program for producers of aging-focused products including seminars, workshops and coaching on market trends, story-telling, universal design, business models and international marketing strategies. Prototype products were developed and tested at Sawangkhanivas Rehabilitation Center. Views and comments received were used to make improvements on the final products. The products will be displayed at STYLE Bangkok in 2021.

2.8.2 Mom & Kids Project – This capacity building project focused on market trends, product design and development, packaging design and marketing strategies. The selected participants greatly benefited from attending the seminars, workshops as well as coaching sessions, and were able to improve their product designs and business strategies to be more attuned to the target markets as well as the prevailing COVID-19 situation. These products will be displayed at STYLE Bangkok in 2021.

2.8.3 การสนับสนุนผู้ประกอบการกลุ่มสินค้า OTOP สู่ตลาดสากล (OTOP Premium Go Inter) จัดการสัมมนาออนไลน์ (Online Seminar) เพื่อให้ผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด สามารถเข้าถึงการอบรมสัมมนาและการพัฒนาศักยภาพดังกล่าว ซึ่งเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มตลาดสินค้าประเภทต่างๆ อาทิ

2.8.3 OTOP Premium Go Inter – Online capacity building seminars for provincial entrepreneurs on market trends, such as:

สินค้าสิ่งทอและแฟชั่น
กับการปรับตัวในยุควิกฤติ
ที่เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค

Textile and fashion products: adjusting to changing consumer behaviors

สินค้าของแต่งบ้าน
และเฟอร์นิเจอร์
กับโลกธุรกิจไร้พรมแดน

Home and furniture products in the borderless business world

สินค้าไลฟ์สไตล์และของใช้
กับผู้บริโภคสัญชาติดิจิทัล

Lifestyle products and appliances and digital consumers

สินค้ารักษ์โลก
กับการใช้ทรัพยากรให้เกิด
ประโยชน์สูงสุด

Green products and circular economy

นอกจากนี้ยังมีการคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่มีศักยภาพจำนวน 40-50 ราย เพื่อเข้าอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบและพัฒนาสินค้า (Design Workshop) และการให้คำปรึกษาเชิงลึกรายสินค้า (Coaching) เพื่อออกแบบและพัฒนาสินค้า OTOP ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดและมีมาตรฐานสากล เป็นสินค้า OTOP Premium ที่พร้อมออกสู่ตลาดสากล ทั้งนี้ การส่งเสริมอุตสาหกรรมยังมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าและบริการให้มีความรู้ ผลิตสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการของตลาด ขยายช่องทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ ดังนี้

- **ผลักดันสินค้าเป้าหมาย** นอกจากสินค้าส่งออกกลุ่มหลักที่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ สินค้าที่มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และมีนวัตกรรม สินค้าตามเทรนด์หลักของโลกให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจสมัยใหม่หรือเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) ทั้งในเรื่องของ Digital Economy, Bio-Economy, Green Economy, Sharing Economy, Creative Economy
- **ส่งเสริมธุรกิจบริการเป้าหมายที่มีมูลค่าสูงและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง** ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างและพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การสร้างโอกาสและขยายช่องทางการตลาดต่างประเทศ รวมถึงการสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ในอนาคต
- **ส่งเสริมและสนับสนุนการนำเข้าวัตถุดิบ** ปัจจัยการผลิต และสินค้าที่จำเป็นต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศและการส่งออกของไทย

40-50 high potential OTOP entrepreneurs were selected for the OTOP premium-product design & development workshop and a coaching session. These capacity building activities would enable them to better respond to the needs of consumers and to meet the required international standards. In addition, the industrial promotion efforts strive to better educate the producers and service providers on market trends, marketing expansion and international brand recognition

- **Promoting target products** These are creative and innovative value-creation products as well as products that respond to new global trends and serve the “New Economy” – digital economy, bio-economy, green economy, sharing economy and creative economy.
- **Promoting target services** which are of high value and growing. This is to be achieved by raising the competitive advantage, developing innovation and technology, creating opportunities for international expansion as well as formulating new future business models.
- **Promoting and supporting the import of raw materials,** factors of productions, and products necessary for enhancing Thailand’s competitive advantage in international trade and export.

- **ขยายช่องทางและกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ** สร้างภาพลักษณ์ทางการค้าของประเทศไทย รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ โดยมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในการเผยแพร่ข้อมูลโครงการ กิจกรรมของกรมที่ปรับรูปแบบให้รองรับสถานการณ์โควิด-19 เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้ท่ามกลางข้อจำกัดต่างๆ โดยครอบคลุมสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) สื่อใหม่ (New Media) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)



- **การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ** มีการวางแผนงาน บริหารจัดการ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (Country Image) และภาพลักษณ์ของกรมฯ (Corporate Image) ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้า และสร้างโอกาสทางการค้าเพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการได้ท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 รวมทั้งการนำคณะสื่อมวลชนร่วมเดินทางพร้อมคณะผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงพาณิชย์ และนำคณะสื่อมวลชนต่างประเทศเยือนงานแสดงสินค้านานาชาติของไทย เพื่อเร่งรัดการส่งออกสินค้าและบริการของไทย พร้อมทั้งกระชับความสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจและความร่วมมือด้านการค้าระหว่างกัน



- **ยกระดับตราสัญลักษณ์สินค้าไทยด้านคุณภาพการผลิต การออกแบบ และการสร้างแบรนด์ให้มีมาตรฐาน** เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดโลก ผ่านกิจกรรมด้านการสร้างแบรนด์ประเทศด้านการค้า โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า บริการและผู้ประกอบการไทยในเวทีสากล เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ซื้อ-ผู้บริโภคทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์การค้าปัจจุบัน ผู้บริโภคอยู่ในเศรษฐกิจแห่งความเชื่อมั่น (Trust Economy) เสาะแสวงหา

- **Exploring new marketing platforms and activities** to enhance Thailand's image as well as building confidence and international acceptance of Thai products and services. The DITP's marketing strategy was adjusted to encompass traditional media, new media as well as social media to support Thai entrepreneurs in expanding their businesses internationally amid the restrictions and limitations brought about by COVID-19.



- **Overseas marketing.** With the COVID-19 pandemic raging around the globe, the DITP and its overseas offices have worked to assure our trading partners and explored new opportunities for Thai exports. This work covers overseas marketing planning and management as well as the production of promotional materials aimed at enhancing Thailand's country image and the DITP's corporate image. The DITP regularly invites Thai media representatives to accompany high-level executives from the Ministry of Commerce on overseas trips. Conversely, foreign media are invited to Thailand to attend international trade exhibitions, to stimulate the export of Thai products and services as well as fostering business partnerships and trade cooperation.

- **Enhancing the prestige and global acceptance of Thailand Trust Mark (T Mark) to be known for production and design quality as well as high standard.** The goal is international recognition for Thai products, services and entrepreneurs as well as winning the trust and confidence of buyers and consumers from around the world. This is highly relevant in today's economic climate where consumers are geared toward the "Trust Economy". They seek products and services that can be trusted in terms of quality and standards as well as being modern, innovative, and unique. Despite the COVID-19 pandemic, the DITP had carried out

สินค้าและบริการที่ตนไว้ใจ ทั้งคุณภาพ มาตรฐาน สรรหาสินค้าที่แปลกใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ แตกต่าง มีนวัตกรรม ตลอดจนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น โดยภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กรมฯ ได้ปรับปรุงกิจกรรมให้ตอบสนองผู้ประกอบการไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้จังหวะเจาะเข้าไปในตลาดต่างประเทศด้วยวิธีการเชิงรุก ผ่านกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

- **ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทยที่มีเอกลักษณ์ T-Style** ภายใต้โครงการ T-Style Renorm โดยจัดกิจกรรม Workshop เข้มข้น เพื่อระดมสมองและกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านแนวโน้มสินค้าในยุค New Normal และการทำงานร่วมกันของ SMEs ในรูปแบบการ Co-branding ของแบรนด์สินค้าไลฟ์สไตล์และเฟอร์นิเจอร์ 30 แบรนด์ เพื่อปรับเปลี่ยนแนวทางการทำการตลาดของสินค้าไทยในกลุ่ม Industrial Design กลุ่ม Craft-Based Product และกลุ่มธุรกิจ HORECA เพื่อสร้างสรรค์เป็นสินค้าคอลเล็คชั่นพิเศษ ตอบโจทย์วิถีความปกติแบบใหม่ (New Normal) พร้อมกันนี้ ได้นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าแบบออนไลน์ โดยเริ่มจากให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำการค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มของงานแสดงสินค้า Maison & objet : MOM (Maison & more) ส่งเสริมการถ่ายภาพอย่างมืออาชีพให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ซื้อ มีการวางกลยุทธ์การนำเสนอ ซึ่งนำไปสู่ผลตอบรับที่ดีเหนือความคาดหมาย ผู้ประกอบการได้รับการติดต่อและคำสั่งซื้อจำนวนมากแม้ในยามที่เศรษฐกิจไม่แน่นอนเช่นในปัจจุบัน



- **สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบที่ดีผ่านตรา DEmark** (Design Excellence Award) จัดทำนิทรรศการเสมือนจริง แสดงผลงานที่ได้รับรางวัล DEmark 2020 ในรูปแบบออนไลน์ (Virtual Exhibition) เพื่อจัดแสดงสินค้าที่ได้รับรางวัลและเป็นผลงานที่มีการออกแบบดีจำนวน 72 ผลงาน ทดแทนการนำสินค้าและผู้ประกอบการที่ได้รับ DEmark เข้าร่วมงานบนเวทีการออกแบบระดับโลกในงาน Milan design Week สาธารณรัฐอิตาลี ซึ่งได้ประกาศเลื่อนการจัดงานไปในปีหน้า และปรับเป็นการเผยแพร่ข้อมูลสินค้าไทยผ่านสื่อด้านการออกแบบของอิตาลี INTERNI Magazine และสื่อออนไลน์ พร้อมทั้งจัดนิทรรศการผลงานที่ได้รับรางวัลภายในงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok October 2019 และหจัดนิทรรศการแสดงผลงานที่ได้รับรางวัล Demark และ G-Mark 2019 ภายในงาน Good Design Exhibition 2019 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น โดยมีสินค้าจากผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล DEmark และ ได้รับรางวัล G-Mark จำนวน 21 รายการ

the following activities to support the needs of Thai entrepreneurs and proactively seeking opportunities for overseas market penetration:



- **T-Style campaign.** A workshop, under the T-Style campaign, was organized to brainstorm and exchange ideas on the “New Normal” product trends. Cooperation among SMEs in the form of co-branding of 30 lifestyle product and furniture brands was also discussed. The aim was to revamp the marketing of Thai industrial design and craft-based products as well as the HORECA business, to come up with new products suitable for the “New Normal”. The DITP enabled entrepreneurs to participate in online trade exhibitions. The support provided included using the platform Maison & Objet : MOM (Maison & more) for online transactions, professional product photography, and presentation strategies. The program was a success with better-than-expected contacts and sale orders.

- **DEmark (Design Excellence Award)** is awarded to creative and well-designed Thai products and services. A virtual exhibition displaying 72 products awarded with DEmark 2020 was staged instead of physical participation in the Milan Design Week in Italy which had been postponed to 2021. In addition, Thai products were featured in INTERNI Magazine, a leading Italian design magazine, as well as using online media platforms. Twenty-one products awarded with DEmark and G-Mark 2019 were displayed at the Good Design Exhibition 2019, Tokyo, Japan.

- **สร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ผ่านตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark)** โดยดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยตรา T Mark รับรองคุณภาพ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการใช้แรงงานที่เป็นธรรม ดังนี้

  (1) ประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร เพื่อสร้างความเข้าใจให้ผู้ประกอบการและเผยแพร่ตรา T Mark ให้เป็นที่รู้จัก

- Thailand Trust Mark (T Mark) is a certification for Thai products and services. T Mark is an assurance of quality, green manufacturing and fair labor practices, which in turn creates additional value for the brands.

  (1) The DITP conducted a comprehensive PR campaign to promote and raise awareness of T Mark.





จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาเชิงลึกรายบริษัท (T Mark Clinic) เน้นให้ข้อมูลการพิจารณา T Mark ด้านมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียวและมาตรฐานแรงงานไทย โดยจัดที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา และจัดพิธีมอบมอบประกาศนียบัตร T Mark เมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2563 เพื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการที่ได้รับตรา T Mark รายใหม่ 17 บริษัท รวมทั้งประชาสัมพันธ์ข้อมูลบริษัทที่ได้รับตรา T Mark บนสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ www.thailandtrustmark.com

A T Mark Clinic was held in Bangkok, Chiang Mai, Khon Kaen, and Songkhla to provide in-depth consultation on green industry and labor standards for interested companies. The presentation of T Mark certificates was held on 10 September 2020 to highlight 17 new companies awarded with T Mark. Information about T Mark-awarded companies can be found on DITP's social media platforms and a dedicated website www.thailandtrustmark.com.

www.thailandtrustmark.com

Visitors
354,872 ครั้ง / Times
ตุลาคม 2562-กันยายน 2563 /
During October 2019-September 2020)

คนไทย / Thais **245,944** ราย / Numbers

ต่างชาติ / Non-Thais **108,928** ราย / Numbers

3 ประเทศแรก / Top 3 Countries

จีน China
39,185
ราย / Numbers

อินเดีย India
12,432
ราย / Numbers

ฟิลิปปินส์ The Philippines
7,335
ราย / Numbers



(2) **ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าและบริการจากประเทศไทยในด้านคุณภาพ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการใช้แรงงานที่เป็นธรรม** โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ตรา T Mark ภายในงานแสดงสินค้า THAIFEX 2020 มีบริษัทเข้าร่วมแสดงสินค้า 19 บริษัท และจัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการ T Mark อาหารไทย เจาะตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตระดับ Mainstream ในรัฐไมอามี่ สหรัฐอเมริกา อีกทั้งประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ T Mark ในสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยจัดทำข้อมูล Thailand Trust Mark Series เผยแพร่ต่อสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในภูมิภาคจีน เช่น WeChat และ Weibo พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ตรา T Mark ณ เมืองคุนหมิง ผ่านช่องทาง Tiktok Official สร้างประสบการณ์ที่ดีของผู้บริโภคจีนต่อ T Mark ภายใต้แคมเปญ I Found T Mark 6 ครั้ง ในห้างสรรพสินค้า Shuncheng ห้าง Joy City ห้าง 1903 ห้าง Nanya ห้าง Joy City ห้าง TKP และในเมืองหนานหนิง

(2) **Promoting the image of Thai products and services for their quality, environmental consideration and fair labor practices.** 19 companies participated in the T Mark promotion event at THAIFEX 2020. To help T Mark-certified Thai food businesss making headway in mainstream US supermarkets, a PR event was held in Miami, The USA In the People's Republic of China, Thailand Trust Mark Series was promoted via the social media accounts of the DITP's overseas offices, such as WeChat and Weibo. Six marketing and PR events under the campaign "I Found T Mark" were held on 6 occasions at department stores in Kunming (Shuncheng Shopping Mall, Joy City Shopping Mall, Park 1903, Nanya Mall, and TKP Mall) and Nanning. Tiktok Official was also used to enhance the publicity of this T Mark campaign among the Chinese consumers.





(3) **รางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น 2563** (Prime Minister's Export Award 2020): จัดกิจกรรมส่งเสริมและต่อยอดผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก PM Award: Expand the Horizon สู่ภูมิภาค (3 จังหวัด เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา) โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงนวัตกรรม Innovation Market ภายใต้โครงการ PM Award: Expand the Horizon ซึ่งเป็นการเจรจาธุรกิจผ่านระบบ Online ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดาภิเษก) จัดพิธีมอบรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น ประจำปี 2563 หรือ Prime Minister's Export Award 2020 (PM Award 2020) ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล โดยมีนายกรัฐมนตรี (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) เป็นประธานในการมอบรางวัล ผู้ประกอบการไทยได้รับรางวัลฯ จำนวน 37 รางวัล 34 บริษัท

(3) **Prime Minister's Export Award 2020.** Events under the PM Award: Expand the Horizon campaign were organized in Chiang Mai, Khon Kaen and Songkhla. Online business negotiations highlighting the innovation market under the PM Award: Expand the Horizon campaign was conducted at the DITP (Ratchadaphisek Road). The Prime Minister's Export Award 2020 (PM Award 2020) was held at the Santi Maitree Building, Government House where the Prime Minister (General Prayut Chan-o-cha) presented 37 awards to 34 companies.

3 CAPACITY-BUILDING FOR ENTREPRENEURS AND VALUE CREATION FOR THE EXPORT INDUSTRY

การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก



มุ่งเน้นการเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ชั้นนำสำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลและเวทีการค้ายุคใหม่

Become the leading hub of knowledge for entrepreneurs.



เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการอาเซียน

Enhance competitiveness of ASEAN entrepreneurs.



อำนวยความสะดวกในการเข้าระบบข้อมูลองค์ความรู้ดิจิทัล เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

Facilitate access to digital database to enhance competitiveness.



สร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ

Build a network of partnerships both domestic and overseas.



มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรอย่างเป็นเลิศ

Provide excellent and comprehensive services.

3.1 ดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ Development of Entrepreneurs to the New Normal Economy

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 / Strategy 1
  มุ่งเน้นการเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ชั้นนำสำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลและเวทีการค้ายุคใหม่
  Become the leading hub of knowledge for entrepreneurs in the modern era of digitalization.
  - จัดทำและพัฒนาหลักสูตรโดยบูรณาการร่วมกับภาคีเครือข่ายพันธมิตร เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้เศรษฐกิจการค้ายุคใหม่และการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศทั้งในด้าน Fundamental Business และ New Economy
  - ศึกษา วิเคราะห์ สำรวจ และสรรหาองค์ความรู้ด้านการค้ายุคใหม่
  - Produce and develop training courses by working with a network of partners to enhance knowledge on modern trade and economics as well as international business.
  - Study, analyze, survey, and look for insights on modern trade.

- ยุทธศาสตร์ที่ 2 / Strategy 2
  เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการอาเซียนในเวทีการค้ายุคใหม่
  Enhance competitiveness of ASEAN entrepreneurs.
  - ดำเนินการให้ความรู้ทางการค้าอย่างครบวงจรแก่ผู้ประกอบการไทย โดยแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการออกเป็นระดับต่างๆ ตามความพร้อมและศักยภาพของแต่ละบุคคล เพื่อให้การพัฒนาผู้ประกอบการเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด รวมทั้งติดตามประเมินผลการดำเนินการ เพื่อพัฒนาคุณภาพสถาบันและศักยภาพของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ
  - ให้คำแนะนำ ปรึกษา เผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ด้านการค้ายุคใหม่ และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับภาคีเครือข่ายพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่าน NEA Consulting Center ทั้งในส่วนภาคกลางและภูมิภาค
  - จัดฝึกอบรม สัมมนา และบูรณาการการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการร่วมกับภาคีเครือข่ายพันธมิตรในส่วนกลาง ภูมิภาค และระหว่างประเทศ
  - Provide comprehensive knowledge on trade for Thai entrepreneurs. Participants are divided into different levels according to their individual readiness and potential for greater efficiency. Training sessions are monitored to further improve their quality.
  - Provide advice, suggestions, and information on modern trade and cooperation between New Economy Academy (NEA) and a network of partners both domestic and overseas through NEA Consulting Center.
  - Conduct training and seminars, and integrate training with a network of partners in Bangkok, other regions, and overseas.

- ยุทธศาสตร์ที่ 3 / Strategy 3
  อำนวยความสะดวกในการเข้าระบบข้อมูลองค์ความรู้ดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
  Facilitate access to digital database to enhance competitiveness.
  - วิเคราะห์ พัฒนา และบริหารจัดการฐานข้อมูลองค์ความรู้ เครือข่าย ผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แนวคิด และประสบการณ์ระหว่างกันในภาคีเครือข่าย จัดทำแผนงบประมาณตัวชี้วัด กำหนดยุทธศาสตร์และติดตามผลการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานภายในประเทศ และสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล
  - ศึกษา วิเคราะห์ พัฒนา และบริหารจัดการเครื่องมือเพื่อการเรียนรู้ยุคใหม่ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การเรียนออนไลน์ (E-learning) การพัฒนาองค์ความรู้ผ่าน Social Media เป็นต้น
  - วิเคราะห์ ประมวลผล และบริหารจัดการฐานข้อมูล (Database) เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการไทย เช่น ฐานข้อมูลผู้เข้ารับการฝึกอบรม ฐานข้อมูลหลักสูตรต่างๆ ฐานข้อมูลวิทยากร เพื่อเป็นศูนย์กลางฐานข้อมูลพัฒนาผู้ประกอบการของไทยและภูมิภาคอาเซียน
  - Analyze, develop and manage database of knowledge and networks of entrepreneurs both in Thailand and abroad. Budget plans, indicators and strategies are produced and monitored to ensure that the implementation is in accordance with the integrated plans laid down by agencies as well as the government's policies.
  - Study, analyze, develop, and manage tools for learning both online and offline such as e-learning and knowledge development through social media.
  - Analyze, evaluate, and manage databases that contribute to the development of Thai entrepreneurs including a database of those who have attended training, a database of various training courses, and a database of speakers.

- ยุทธศาสตร์ที่ 4 / Strategy 4
  สร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศกับองค์กรต่างๆ
  Build a network of partnerships both domestic and overseas.

  เพื่อประสานความร่วมมือ ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาบุคลากรการค้าระหว่างประเทศยุคใหม่ ตลอดจนสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทยและกลุ่มประเทศอาเซียนในระดับต่างๆ

  In order to foster cooperation on the development of staff whose work are related to international trade as well as to create networks of entrepreneurs from Thailand and other ASEAN member states at various levels.

- ยุทธศาสตร์ที่ 5 / Strategy 5
  มุ่งเน้นการให้บริการครบวงจรอย่างเป็นเลิศ
  Provide excellent and comprehensive services.
  - บริหารจัดการและอำนวยความสะดวกด้านสถานที่ เพื่อจัดกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ เช่น ระบบโสตทัศนูปกรณ์ของสถาบัน ห้องฝึกอบรม เพื่อเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการไทย
  - ปฏิบัติหน้าที่เป็นเลขานุการคณะกรรมการบริหารสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
  - ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่น
  - AManage and provide facilities to organize activities that are aimed at enhancing the capacity of entrepreneurs.
  - Work as the secretariat for the executive board of the New Economy Academy (NEA).
  - Support the work of other agencies.

3.2 ดำเนินการจัดทำหลักสูตรเพื่อใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการ จำนวน 4 หลักสูตร
Produce 4 Training Courses for Entrepreneurs



3.2.1 หลักสูตรความรู้พื้นฐานด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะเบื้องต้นที่เป็นความรู้ขั้นพื้นฐานในการทำธุรกิจและการค้าระหว่างประเทศ

3.2.2 หลักสูตรการสร้างช่องทางตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการด้านการทำการค้าออนไลน์ กลยุทธ์การตลาดแบบครบวงจร และการเรียนรู้ผ่านแพลตฟอร์ม E-learning

3.2.3 หลักสูตรการสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกและเครือข่าย เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการทุกระดับ เพิ่มศักยภาพการทำการค้าระหว่างประเทศให้ผู้ประกอบการ ด้วยข้อมูลเชิงลึกและเชิงปฏิบัติการ รวมถึงสร้างความแข็งแกร่งให้กลุ่มผู้ประกอบการไทยได้มีเครือข่ายที่เข้มแข็งและสามารถพาธุรกิจไทยไปเติบโตได้ในเวทีการค้าสากล

3.2.4 หลักสูตรสร้างมูลค่าเพิ่มและธุรกิจกระแสใหม่ ช่วยพัฒนาผู้ประกอบการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการทุกวัย ทุกประเภท ให้สามารถดำเนินธุรกิจผ่านช่องทางดิจิทัล การค้าออนไลน์ เชื่อมโยงโลกทั้งใบให้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางการค้ายุคดิจิทัล

3.2.1 Training Course on the Foundation of International Trade aims at providing basic knowledge and skills for international business and trade.

3.2.2 Training Course on Marketing corresponds to the demand of entrepreneurs who wish to learn more about online trading, comprehensive marketing strategies and e-learning.

3.2.3 Training Course on Strengthening Exporters and Their Networks aims at supporting all levels of entrepreneurs by enhancing their potentials in international trade with in-depth and practical information. The course also seeks to build networks for Thai entrepreneurs to help them grow in the international markets.

3.2.4 Training Course on Value Creation and New Businesses helps develop entrepreneurs in the area of value creation for products and services, inspires entrepreneurs of all ages and types, thus helping them to connect to the world with digital trading.

ผลดำเนินงานด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ
Performance of Training Courses for Entrepreneurs



62 กิจกรรม Activities



78 หลักสูตร Training Courses



27,229 ราย Number of Participants

การจัดกิจกรรมระบบปิด
On-site Activities

10 จังหวัด Provinces

22 หลักสูตร Training Courses

6,828 ราย Number of Participants

30 กิจกรรม Activities

= 25.08%

การจัดกิจกรรมออนไลน์ผ่าน Webinar
Online Activities through Webinar

53 จังหวัด Provinces

18 หลักสูตร Training Courses

6,850 ราย Number of Participants

31 กิจกรรม Activities

= 25.16%

เรียนออนไลน์ผ่านเว็บไซต์
E-learning

77 จังหวัด Provinces

38 หลักสูตร Training Courses

13,550 ราย Number of Participants

= 49.77%



เงินงบประมาณ In terms of Budgets

ตัวชี้วัด The target indicator 11,350 ราย Participants

ผลดำเนินงาน The actual numbers 11,402 ราย

= 100.45% ของผลสำเร็จตัวชี้วัด / of the target



เงินกองทุน In terms of Funds

ตัวชี้วัด The target indicator 52,570 ราย Participants

ผลดำเนินงาน The actual numbers 184,892 ราย

= 351.70% ของผลสำเร็จตัวชี้วัด / of the target

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม 3,693 ราย รับรู้ข่าวสารจากโครงการเผยแพร่และสร้างภาพลักษณ์ หลักสูตรการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยจาก Local to Global จำนวน 181,199 ราย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามช่องทางการจัดกิจกรรม จำนวนทั้งสิ้น 27,229 ราย จาก 62 กิจกรรม 78 หลักสูตร ดังนี้

This number was divided into 3,693 participants who attended the trainings and 181,199 persons who gained information from the Local to Global entrepreneurs development course. The total number of participants amounted to 27,229 from 62 activities and 78 training courses.

- การต่อยอดกิจกรรมและโอกาสทางการค้า จากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมกับกรมฯ 27,229 ราย โดยได้ต่อยอดเข้าร่วมกิจกรรมของกรมฯ จำนวน 1,019 ครั้ง จาก 532 ราย ตามกิจกรรม ดังนี้

- Further explore trade opportunities by building on the success of previous activities and programs – from 27,229 entrepreneurs who had joined activities organized by the DITP, 532 of them attended additional activities 1,019 times. This can be enumerated further as follows:

กิจกรรม / Activities	จำนวนครั้ง / Times	
(1) Thaitrade.com	492	47.54%
(2) Top Thai Brands	217	20.97%
(3) SMEs Pro-Active	129	12.46%
(4) Special activities	60	5.80%
(5) Overseas exhibitions	44	4.25%
(6) Thailand Week	33	3.19%
(7) Domestic exhibitions	32	3.09%
(8) Trade Mission	6	0.58%
(9) Design development	6	0.58%

นอกจากนี้ การพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก โดยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven) และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้กับสินค้าและบริการผ่านการออกแบบ การสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าสู่สากล (Brand) และการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรม (Innovation) โดยมีกิจกรรมผ่านโครงการขยายการค้าการลงทุน เป้าหมายเพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคการส่งออกและสร้างโอกาสทางการค้าให้กับสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน มีแบรนด์ที่ดี และมีนวัตกรรม ซึ่งในปีที่ผ่านมา แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาจะส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจในวงกว้าง กรมฯ ก็ไม่ได้หยุดนิ่ง โดยได้เร่งปรับรูปแบบ หาโอกาสใหม่ๆ เชิงรุกให้กับผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการปรับรูปแบบกิจกรรม ปรับช่องทางการขาย ตลอดจนเพิ่มเติมกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้ผู้ประกอบการ อาทิ

Moreover, the DITP has undertaken programs to develop entrepreneurs and create value in the export industry with a focus on innovation and value creation. Activities to promote trade and investment were held with the aim of generating new entrepreneurs who are driven by innovation and creativity. Opportunities had to be created for products with good quality, high standards, branding and innovation. In 2020, despite the COVID-19 pandemic, the department did not stop. On the other hand, the department had embarked on various adjustments such as changing the format of activities, modifying distribution channels, as well as adding activities that would strengthen the entrepreneurs further including:

(1) สร้างโอกาสทางการค้า ในกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีแบรนด์ของตนเอง มีนวัตกรรม รวมทั้งกลุ่มนักออกแบบและผู้ให้บริการด้านการออกแบบของไทยไปเสาะหาช่องทางขยายตลาด อาทิ

(1) Opening up opportunities for new generation of entrepreneurs as well as designers and design service providers.





- การแสดงผลงานแฟชั่นในงาน MQ Vienna Fashion Week เป็น Fashion Event ใหญ่ที่สุดของกรุงเวียนนา ซึ่งแม้ว่าในปีนี้สถานการณ์จะไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางเข้าร่วมงาน แต่ก็ได้มีการจัดทำสื่อแนะนำนักออกแบบและผลงานในรูปแบบดิจิทัล ทั้งภาพนิ่งและวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีนักออกแบบเข้าร่วมงาน 6 ราย

- คูหานักออกแบบไทย Talent Thai & Designer's Room ในงานแสดงสินค้า STYLE เดือนตุลาคม 2562 จำนวน 56 ราย มูลค่าการซื้อขายทันที 1,719,615 บาท มูลค่าการเจรจาการค้าคาดการณ์ 1 ปี 24,579,000 บาท และในงานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair เดือนกุมภาพันธ์ 2563 จำนวน 20 ราย มูลค่าการซื้อขายทันที 1,376,046 บาท มูลค่าการเจรจาการค้าคาดการณ์ 1 ปี 4,300,000 บาท

- เสริมสร้างศักยภาพนักออกแบบสู่ตลาดโลก โดยอบรมนักออกแบบ และพัฒนาสินค้าของนักออกแบบรุ่นใหม่ร่วมกันระหว่างนักออกแบบ ห้างสรรพสินค้า และกิจกรรม Pop-up Store ร่วมกับห้างสรรพสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และการตลาดดิจิทัล ภายใต้กิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาดดิจิทัลนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก The Creator: Globalize Thai Creators 2020 โดยเรียนรู้การทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล (E-learning) จำนวน 5 วัน 8 ครั้ง ผู้ประกอบการได้เรียนรู้วิธีทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล 60 ราย กิจกรรมสร้างความร่วมมือพัฒนาสินค้า (Co-Brand) โดยมีผู้เข้ารับคำปรึกษา 78 ราย และกิจกรรมทดลองตลาดแนวใหม่ (Pop-up Store) มีผู้ประกอบการเข้าร่วม Pop-up Siam Piwat 30 ราย และ Pop-up Online 54 ราย

- Fashion exhibition at MQ Vienna Fashion Week, the largest fashion event in Vienna. Given the travel restrictions in 2020, the department produced a digital information set to introduce designers and their products. A total of 6 designers from Thailand participated in the event.

- Talent Thai and Designer's Room at STYLE exhibition in October 2019 featured 56 Thai designers and resulted in immediate transactions of THB 1,719,615 and one-year forecast transactions of THB 24,579,000. Later, in the Bangkok Gems and Jewelry Fair in February 2020, 20 Thai designers participated. The immediate transactions reached THB 1,376,046 and one-year forecast transactions amounted to THB 4,300,000.

- Training courses were also conducted for designers. They had an opportunity to work with product developers in collaboration with department stores and showcase their products at online pop-up stores and digital marketplaces where 30 entrepreneurs joining Pop-up Siam Piwat and 54 joining Pop-up Online. These were part of "The Creator: Globalize Thai Creators 2020" project. During the period of implementation, 60 entrepreneurs learned about marketing through e-learning for 8 sessions over the period of 5 days. The project also included a co-brand counseling session in which 78 used the service.



- ส่งเสริมแบรนด์ศักยภาพที่มีการออกแบบและนวัตกรรมสู่ตลาดสากล (IDEA LAB) เจาะตลาดกัมพูชา ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา (6-9 กุมภาพันธ์ 2563) จำนวน 6 แบรนด์ มูลค่าการเจรจาการค้า 9,198,500 บาท และเจาะตลาดเมียนมา กรุงย่างกุ้ง ในงาน TOP Thai Brands (12-15 มีนาคม 2563) จำนวน 6 แบรนด์ มูลค่าการเจรจาการค้า 3,235,159 บาท รวมทั้งประชาสัมพันธ์ส่งเสริมแบรนด์ไทยในตลาดเกาหลีใต้ โดยจัดทำสื่อในรูปแบบดิจิทัล (E-catalogue) เกี่ยวกับแบรนด์ศักยภาพของไทยเพื่อกระตุ้นการรับรู้ถึงแบรนด์ไทยในประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 23 แบรนด์ โดยกลุ่มผู้บริโภคในเกาหลีใต้มีการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ศักยภาพของไทยผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 17,948 ครั้ง รวมทั้งเสริมศักยภาพแบรนด์ไทยหน้าใหม่ให้สามารถเจาะตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านกิจกรรม IDEA LAB GO DIGITAL BRANDING โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการตัวต่อตัวผ่านช่องทางออนไลน์ ปรับปรุงวิธีสื่อสาร ภาพลักษณ์ และกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้โดดเด่น แตกต่างและสอดคล้องกับคุณค่าของแบรนด์

- ส่งเสริมผู้ประกอบการในภาคธุรกิจบริการ ออกแบบสู่ภาคการค้าระหว่างประเทศ โดยส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และเป็นผู้ให้บริการด้านการออกแบบ อาทิ นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ โดยจัดกิจกรรมสัมมนาออนไลน์เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจบริการด้านการออกแบบ เจาะกลุ่มตลาดเวียดนาม กัมพูชา และเมียนมา ผ่านระบบ Zoom Meeting รวมทั้งจัดกิจกรรมเจรจาการค้าสำหรับผู้ให้บริการด้านการออกแบบและนักออกแบบมืออาชีพในตลาดต่างประเทศทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมทั้งสร้างเวทีเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบมืออาชีพกับผู้ประกอบการในภาคการผลิต โดยจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาด้านการออกแบบภายในงาน Bangkok Design Week 2020 และให้คำปรึกษาผ่านทางออนไลน์



- Promoting potential brands with good design and innovations in the international markets (IDEA LAB). IDEA LAB was held in Phnom Penh, Cambodia (6-9 February 2020) where 6 brands participated and resulted in trade value of THB 9,198,500. TOP Thai Brands in Yangon, Myanmar (12-15 March 2020) where 6 brands participated and resulted in trade value of THB 3,235,159. The department also supported promotion campaigns for Thai brands in South Korea. An E-catalogue featuring 23 Thai brands with potential was produced to raise awareness. The online impressions reached 17,948. IDEA LAB GO DIGITAL BRANDING was an online workshop for emerging Thai brands to help them improve communication, image and strategies.

- Promoting entrepreneurs in the design service industry in the international markets. The department has been promoting a new generation of entrepreneurs who offer design service with creativity such as product designers, graphic designers and package designers. To help them prepare to engage in international markets including Vietnam, Cambodia and Myanmar, an online seminar and trade negotiation sessions both online and offline were organized. The Bangkok Design Week 2020 also included an online advice session on design. It was also a platform that connected professional designers with entrepreneurs in the production.



(2) ยกระดับแบรนด์ผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดโลก สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีนวัตกรรม มีการออกแบบที่ดีและมีแบรนด์ของตัวเอง โดยผลักดันแบรนด์ไทยสู่ตลาดระดับบนของจีนผ่านช่องทางออนไลน์ในกิจกรรม Road To Shanghai – THAI 10/10 โดยดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 แล้ว มีการปรับกลยุทธ์ให้เข้าถึงผู้บริโภคชาวจีนในเชิงรุกและวงกว้าง สร้างการรับรู้และช่องทางการขายออนไลน์ที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ของจีน มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มของผู้มีอิทธิพลทางความคิด (KOL) จีน โดยสามารถสร้างการรับรู้ที่มีต่อแบรนด์ไทยมากขึ้น มีผู้ชมรวม 52,588,600 ครั้ง มูลค่าการสั่งซื้อสินค้ากว่า 100,000 บาท และ Online Business Matching มีผู้ประกอบการจีนที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 83 ราย จำนวนการขอนัดหมาย 77 คู่ จำนวนการเจรจาที่เกิดขึ้นจริง 46 คู่ มูลค่าการเจรจาที่คาดว่าจะได้รับการสั่งซื้อหลังงานภายใน 1 ปีกว่า 4,700,000 บาท รวมทั้งมีการจัดทำ WeChat Miniprogram ด้วย





(2) Elevating Thai Brands in International Markets especially for products with high added value, innovation, good design and branding. The department promoted Thai brands to the high-end market in China through an online activity “Road to Shanghai – THAI 10/10”. This was the fourth year that the event had been held. Strategies were adjusted in order to proactively reach as many Chinese consumers as possible. And Thai entrepreneurs need to be aware of new online trading channels that Chinese consumers use. Relevant information on Thai brands was publicized through platforms of Chinese Key Opinion Leaders (KOLs). This was found to have increased the awareness of Chinese consumers on Thai brands. The total impressions amounted to 52,588,600. The total amount of transactions was over THB 100,000. Online Business Matching sessions attracted 83 Chinese entrepreneurs with 77 appointments made. The number of actual matches was 46, resulting in one-year forecast transactions of over THB 4,700,000. A WeChat miniprogram was also launched in parallel.

ผลักดันแบรนด์ไทยสู่ตลาดระดับบนของจีน ผ่านแพลตฟอร์ม KOLs
The department promoted Thai brands to the high-end market in China through Chinese Key Opinion Leaders (KOLs).

ผู้ชม
The total impressions
52,588,600 ครั้ง

ขอนัดหมาย
Appointments made
77 คู่ Matches

มูลค่าการสั่งซื้อสินค้า
Total amount of transactions was over
100,000 บาท THB

การเจรจาที่เกิดขึ้นจริง
The number of actual matches
46 คู่ Matches

เกิดการจับคู่ธุรกิจ
Online Business Matching
83 ราย Chinese entrepreneurs

คาดการณ์การสั่งซื้อหลังงานภายใน 1 ปี
One-year forecast transactions
4,700,000 บาท THB

(3) สร้างเวทีส่งเสริมแบรนด์ไทยภาพรวมสู่สากล The G.R.O.O.V.E. Brand Project (Global Reach Online to Offline Virtual Experience) 15-17 กันยายน 2563 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับแบรนด์ไทยและนำเสนอเรื่องราวจุดเด่นของแบรนด์ พร้อมจัดกิจกรรมเจรจาการค้าและนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยใช้นวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนให้เกิดการเจรจาธุรกิจและส่งเสริมการขาย นำไปสู่การต่อยอดซื้อขายในดิจิทัลแพลตฟอร์มระดับโลกต่อไป มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ 103 ราย จำนวนการขอนัดหมาย 530 คู่ เกิดการเจรจาที่เกิดขึ้นจริง 327 คู่ จาก Buyer 113 บริษัทจาก 38 ประเทศ มูลค่าการสั่งซื้อทันที 25,296,900 บาท มูลค่าการเจรจา คาดว่าจะได้รับการสั่งซื้อหลังงานภายใน 1 ปี 137,450,000 บาท

(4) ส่งเสริมสินค้า/บริการด้านนวัตกรรมและการออกแบบไทยสู่สากล (Thailand Innovation and Design Promotion) โดยส่งเสริมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ขับเคลื่อนผลงานด้วยนวัตกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติภายในประเทศ Innovation and Design Zone (IDZ) ในงาน STYLE Bangkok October 2019 ซึ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่มีนวัตกรรมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Circular Economy การนำวัสดุเหลือใช้ทางเกษตรและวัสดุเหลือใช้อื่นๆ จากชุมชนและสถานประกอบการมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าไลฟ์สไตล์ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม จำนวน 20 ราย มีมูลค่าซื้อขายผ่านกิจกรรม จำนวน 3,256,800 บาท และร่วมแสดงผลงานในงานแสดงสินค้า THAIFEX 2020 จำนวน 30 ราย เกิดมูลค่าการเจรจาธุรกิจและยอดขายภายในงานทันที 6,461,700 บาท คาดการณ์มูลค่าการซื้อขายภายใน 1 ปี 155,930,000 บาท รวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มีนวัตกรรม โดยจัดกิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ออกสู่ตลาดสากล DEWA 2019 (DEsign from Waste of Agriculture) พร้อมจัดกิจกรรมให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาสินค้า ในกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมสินค้านวัตกรรมและสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่ตลาดญี่ปุ่น (T-STYLE : ECO) โดยผู้เชี่ยวชาญจากประเทศญี่ปุ่น และกิจกรรม SMART VALUE CREATION จับคู่ผู้ประกอบการกับหน่วยงานด้านนวัตกรรม เพื่อต่อยอดและพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรม





(3) The G.R.O.O.V.E. Brand Project (Global Reach Online to Offline Virtual Experience) 15-17 September 2020 This was a marketing activity to showcase the strengths of Thai brands, conduct trade negotiations and present products online with full utilization of digital innovation and technology. A total of 103 entrepreneurs attended the event with 530 appointments made. The total number of actual matches was 327 from 113 buyers in 38 countries. The immediate transactions amounted to THB 25,296,900 while one-year forecast transactions was THB 137,450,000.

(4) Thailand Innovation and Design Promotion – The department encouraged a new generation of entrepreneurs with innovation to participate in the Innovation and Design Zone (IDZ) at Style Bangkok which was held in October 2019. The Design Zone focused on products that are innovative and environmentally friendly including those with circular economy in mind. A total of 20 entrepreneurs attended. The transactions resulting from this event amounted to THB 3,256,800. At the THAIFEX 2020, there were 30 entrepreneurs participated. The immediate transactions amounted to THB 6,461,700 and one-year forecast transactions reached THB 155,930,000. The department also organized the DEsign from Waste of Agriculture or DEWA 2019 to encourage innovations from agricultural wastes. The T-STYLE : ECO, an event to promote innovations and products that are environmentally friendly to Japan also included a counseling session by experts from Japan as well as a SMART VALUE CREATION activity which sought to match entrepreneurs with innovation agencies to build on and develop innovative products.

4 ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT AND ENHANCING SERVICE EFFICIENCY IN SUPPORT OF THE IMPLEMENTATION OF STRATEGIC POLICIES AND E-GOVERNMENT 4.0

การพัฒนาองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการพัฒนาองค์กรสู่ระบบราชการ 4.0

4.1 พัฒนาบุคลากรภายในให้มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน
Internal human resource development

4.2 พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การให้บริการแก่ประชาชน และการพัฒนาระบบราชการและระบบบริหารจัดการ
DITP upgraded its ICT capability to improve work efficiency, provision of public services, public administration and management system.

4.3 เสริมสร้างพันธมิตรและเครือข่ายกับองค์กรทั้งในและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการในทุกภูมิภาค เพื่อที่จะมีความรู้ความเข้าใจในการผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด และสามารถส่งออกหรือประกอบธุรกิจในต่างประเทศได้ เพื่อให้ประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ผ่านกิจกรรม ดังนี้
DITP seeks to build domestic and international alliances and networks. The goal is to enable entrepreneurs across the country to make their products more in sync with market demands and become more competitive internationally, which in turn would lead to the sustainable development and lasting prosperity of Thailand. To achieve this end, the following activities were implemented:

- **ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ** (One Stop Export Service Center: OSEC) เป็นศูนย์อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ส่งออกในการออกเอกสารรับรองและใบอนุญาตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการส่งออก รวมทั้งให้คำปรึกษา แนะนำด้านเอกสารส่งออกเชิงลึก โดยนำหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 17 หน่วยงานที่ให้บริการเหล่านี้มารวมไว้ ณ จุดเดียว นอกจากนี้ ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จยังได้ขยายขอบเขตการดำเนินงาน โดยให้บริการข้อมูลคำปรึกษาเชิงลึกในรูปแบบออนไลน์ ด้วยการบูรณาการบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศด้านต่างๆ ในรูปแบบ Expertise (ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน) ผู้ใช้บริการสามารถฝากคำถาม และข้อปรึกษาแก่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งในเรื่องการส่งออกและการนำเข้าเพื่อแสวงหาวัตถุดิบเป็นหลัก โดยได้มีการเพิ่ม Expertise ลงใน Digital Platform ของกรมฯ ได้แก่ www.ditptouch.com นอกจากนี้ ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จยังช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าตลอดจนบริการให้ความรู้ผ่านระบบออนไลน์ (E-knowledge) ผ่านอีเมลและเฟซบุ๊ก รวมทั้งจัดทำคู่มือคำถามที่ถามบ่อย (FAQ) **โดยในปี 2563 มีผู้ใช้บริการจาก OSEC จำนวน 223,666 ราย และจำนวนการออกใบรับรองใบอนุญาต จำนวน 488,795 ฉบับ**

- **One Stop Export Service Center (OSEC)** facilitates exporters regarding the documentation and permits needed for exports as well as the import of raw materials. Counseling and in-depth advisory services are also available. At the OSEC, 17 relevant agencies work together to provide a one stop service. Moreover, the OSEC has extended its services to cover online in-depth counseling via the DITP's digital platform www.ditptouch.com. Users can post questions about export and import of raw materials, and they will be answered by a team of international trade experts. Additional services offered by the OSEC include international trade solutions, e-knowledge via email and Facebook, as well as FAQs. **In 2020, the OSEC served 223,666 users and issued a total of 488,795 certificates and permits.**

OSEC ONESTOP Export Service Center

- **DITP Service Center** บริการให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจระหว่างประเทศผ่านสายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169 และเคาน์เตอร์ให้บริการ ซึ่งจัดตั้งอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ จังหวัดนนทบุรี และถนนรัชดาภิเษก โดยในปี 2563 มีผู้ใช้บริการสายตรงฯ 1169 จำนวน 13,853 ราย ผู้ขอรับบริการผ่านเคาน์เตอร์ (Generation Information) จำนวน 559 ราย และให้บริการข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ (IVR) จำนวน 5,699 ราย

- **หน่วยเคลื่อนที่ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ (Mobile Unit)** ให้คำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศในงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศ งานสัมมนา งานแสดงสินค้าของภาครัฐ ที่เกี่ยวเนื่องกับ SMEs และการค้าระหว่างประเทศ มีผู้รับบริการในปี 2563 จำนวนทั้งสิ้น 1,482 ราย





- **โมบายแอปพลิเคชัน: DITP Connect** ให้บริการข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน DITP Connect บนสมาร์ทโฟนทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ประกอบด้วย ข้อมูลรายงานตลาดต่างประเทศเชิงลึก กระแสแนวโน้มตลาดโลก สินค้าเด่นน่าจับตามอง กิจกรรมด้านการค้าระหว่างประเทศ และข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย

- **DITP Touch บริการคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศผ่านระบบ Live Chat** ให้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.30-16.30 น. (ไม่พักเที่ยง) นอกจากนี้ยังมีบริการฝากคำถามเชิงลึกถึงผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าระหว่างประเทศ (Expertise) สามารถดาวน์โหลด DITP Touch บนสมาร์ทโฟนได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android และเว็บไซต์ ditptouch.com



- **DITP Service Center** provides international trade counseling via its Hotline 1169 and service counters at the Ministry of Commerce in Nonthaburi and at the DITP office on Ratchadaphisek Road. In 2020, the Hotline received 13,853 calls and the service counters served 559 users. The interactive voice response (IVR) handled 5,699 calls.

- **DITP Mobile Unit** provides international trade counseling at international trade exhibitions, seminars and state-organized exhibitions concerning SMEs and international trade. In 2020, these mobile units served 1,482 users.

- **DITP Connect Mobile Application**, which is available on both iOS and Android mobile devices, provides international trade data on in-depth overseas market analyzes, global trends, outstanding products, international trade activities and Thailand's international trade statistics.

- **DITP Touch** is a Live Chat service offering international trade counseling between Monday and Friday from 8.30 a.m. to 4.30 p.m. (with no lunch break). Users can also submit specific questions for international trade experts via this platform. DITP Touch is available on both iOS and Android mobile devices and can be downloaded from ditptouch.com.

DITP'S CSR AND ENVIRONMENTAL ACTIVITIES

DITP พร้อมส่งมอบสิ่งดีๆ เพื่ออยู่เคียงข้างสังคมและสิ่งแวดล้อม



เนื่องในโอกาสครบรอบ 68 ปี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมฯ ได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ขึ้นหลายโครงการ ไม่เพียงเฉพาะภารกิจหลักขององค์กรในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเท่านั้น แต่กรมฯ ยังคำนึงถึงการอยู่ร่วมกับทุกคนในสังคมได้อย่างมีความสุข มีการแบ่งปันในทุกภาคส่วน และร่วมสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นไปตามแนวทางการทำงานของกรมฯ ที่สอดคล้องกับแผนงานและโครงการนโยบายการกำกับดูแลองค์การที่ดี ประจำปี 2563 ภายใต้นโยบายที่ 1 ด้านรัฐ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีหลายโครงการและกิจกรรมที่ดำเนินการไปแล้ว เช่น

On the 68th anniversary of its founding, in addition to focusing on the organization's core missions, the DITP has implemented several CSR programs to foster a harmonious and sharing society as well as promoting environmental conservation. These initiatives are in accordance with the 2020 DITP's work plan and program on good corporate governance, under Policy 1 on state, society and the environment. Examples of the programs and activities implemented are:





- กิจกรรมจิตอาสา ส่งมอบถุงผ้าให้โรงพยาบาล "บริจาคถุงผ้าใส่ยากลับบ้าน" มอบให้แก่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตำบลท่างาม อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี

  Donating cloth bags to Chao Phraya Abhaibhubejhr Hospital, Tha Ngam Sub-district, Mueang Prachin Buri District, Prachin Buri, to be used as carrying bags for medicines.

- กิจกรรมมอบเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้แล้วให้แก่โรงเรียนบ้านนาตาโพ อำเภอสามเงา จังหวัดตาก

  Donating used computers to Ban Na Ta Pho School, Sam Ngao District, Tak.





- กิจกรรม "DITP ทำดีเพื่อสังคม" โดยการสนับสนุนอุปกรณ์ทางการศึกษา ให้แก่โรงเรียนธัมมสิริศึกษานนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

  Donating school equipment to Thammasiri Suksa School, Nonthaburi.

- กิจกรรม "DITP ช่วยน้องโรงเรียนบ้านบ่อแก้ว" จังหวัดแพร่

  Lending assistance to the students of Ban Bo Kaeo School, Phrae.





- กิจกรรมจิตอาสา “DITP ให้ความรู้ เพื่อพัฒนาคน คืนสู่สังคม” ณ ทัณฑสถานบำบัดพิเศษกลาง โดยบริจาคหนังสือและครุภัณฑ์ภายในห้องสมุดกลางและมุมการเรียนรู้ประจำแดน

  Donating books and other items to the Central Special Treatment Center’s main library and learning areas.

- กิจกรรม “DITP Run for UNICEF” กิจกรรมดีๆ เพื่อสังคม ที่ทำให้ภาครัฐได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมกับภาคเอกชน

  Working with the private sector to organize “DITP Run for UNICEF”.



- กิจกรรมมอบขวดพลาสติกใสที่ไม่ใช้แล้วเพื่อนำไปผลิตเป็นผ้าไตรจีวรให้แก่ วัดจากแดง ซึ่งถือเป็นการช่วยเหลือสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม

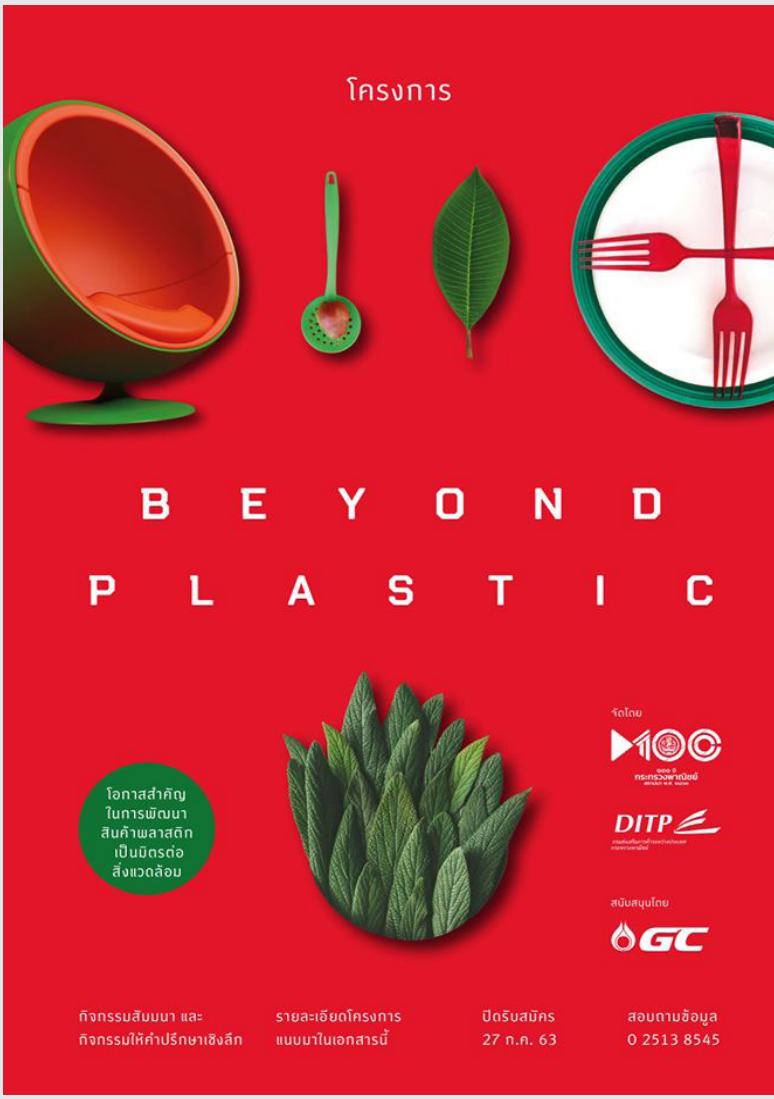
  Donating plastic bottles to Wat Chak Daeng to be recycled as monk robes.

อีกกิจกรรม CSR หนึ่งที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผลักดัน และให้ความร่วมมือในการดำเนินการเคียงข้างสังคม เพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนมากที่สุดคือ “Circular Economy” หรือเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเป็นการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในห่วงโซ่คุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสียให้กลับไปเป็นทรัพยากรที่อยู่ในระบบด้วยกระบวนการที่เหมาะสม เป็นแนวทางธุรกิจบนความสัมพันธ์ของตลาด ลูกค้า และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ โดยใช้เทคโนโลยีใหม่เข้าสู่ระบบการหมุนเวียน โดยมีเป้าหมายในการรักษาทรัพยากรและใช้ทรัพยากรใหม่ให้น้อยที่สุด ภายใต้ระบบผลิตและออกแบบใหม่ สร้างนวัตกรรมและความร่วมมือให้เพิ่มขึ้นทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ นำไปสู่คุณค่าและความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม และธุรกิจ โดยกรมฯ ได้จัดโครงการและกิจกรรมต่างๆ อาทิ

Another CSR area that the DITP has devoted its efforts and push for substantive and sustainable implementation is the circular economy. The term “circular economy” denotes a circulation of resource utilization in the value chain and an effective process that turns waste into resource. It is a business model built on the relationships between the market, customers and existing natural resources, supplemented by the use of new technology to generate a circulation. The objectives of the circular economy are twofold. The first is the preservation and efficient use of limited natural resources, using new production processes and designs. Another objective is to stimulate business and non-business innovation and cooperation that will ultimately lead to value creation and sustainability of the environment, community, society and businesses. Examples of the programs and activities implemented are:







- โครงการพัฒนาสินค้าผ้าไทยสู่ตลาดโลกด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยกรมฯ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

  Working with the Thailand Textile Institute, a DITP partner agency, to promote Thai textile products in the global markets highlighting the concept of circular economy.

- กิจกรรมพัฒนาผลผลิตเหลือใช้ทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สู่สากล หรือ DEsign from Waste of Agriculture (DEWA)

  DEsign from Waste of Agriculture (DEWA).

- โครงการ BEYOND PLASTIC ที่กรมฯ ตั้งใจพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์ด้วยพลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ พลาสติกชีวภาพ พลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับแนวโน้มของสินค้าพลาสติกในตลาดโลกและความต้องการของตลาดต่างประเทศ

  BEYOND PLASTIC – a project that promotes the development of lifestyle products made from environmentally friendly plastics, such as bioplastic and reusable plastic, taking into account the trends of the global plastic market as well as international demands.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังคงมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งใจอย่างเต็มที่ในการนำองค์กรให้เติบโตก้าวไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดี และเกิดประโยชน์สูงสุดในสังคมโลกยุคปัจจุบัน

DITP is committed to carrying out its CSR activities with a strong determination to pursue organizational growth while being responsible towards society and the environment as well as maximizing the social benefits.

FINANCIAL REPORT
งบการเงิน



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงฐานะการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2563

หน่วย : บาท

สินทรัพย์	หมายเหตุ	2563	2562 (ปรับปรุงใหม่)
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	45,807,545.11	33,429,914.44
เงินจ่ายให้หน่วยงานในต่างประเทศ	6	172,116,480.22	107,839,040.63
ลูกหนี้ระยะสั้น	7	4,279,509.88	10,761,663.89
วัสดุคงเหลือ		3,803,399.24	4,933,265.09
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น			14,391,786.37
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		**226,006,934.45**	**171,355,670.42**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	8	152,138,499.20	147,861,865.97
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	9	4,188,423.87	2,590,362.91
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		**156,326,923.07**	**150,452,228.88**
รวมสินทรัพย์		**382,333,857.52**	**321,807,899.30**
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้ระยะสั้น	10	24,416,960.40	166,104,594.09
เงินรับฝากระยะสั้น	11	37,985,587.45	27,007,406.66
รวมหนี้สินหมุนเวียน		**62,402,547.85**	**193,111,994.75**
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว		5,800,000.00	5,800,000.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	12	442,661.87	695,394.73
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		**6,242,611.87**	**6,495,394.73**
รวมหนี้สิน		**68,645,159.72**	**199,607,389.48**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		**313,688,697.80**	**122,200,509.82**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน			
ทุน		9,199,571.81	9,199,571.81
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม	16	304,489,125.99	113,000,938.01
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		**313,688,697.80**	**122,200,509.82**

FINANCIAL STATEMENT
AS OF THE 30 SEPTEMBER 2020

Unit : Baht

ASSETS	Note	2020	2019 (Update)
Current assets			
Cash and cash equivalents	5	45,807,545.11	33,429,914.44
Payments to overseas office	6	172,116,480.22	107,839,040.63
Short-term account receivable	7	4,279,509.88	10,761,663.89
Inventory		3,803,399.24	4,933,265.09
Other current assets		-	14,391,786.37
Total current assets		**226,006,934.45**	**171,355,670.42**
Fixed assets			
Property, plant, and equipment (net)	8	152,138,499.20	147,861,865.97
Intangible assets (net)	9	4,188,423.87	2,590,362.91
Total fixed assets		**156,326,923.07**	**150,452,228.88**
Total assets		**382,333,857.52**	**321,807,899.30**
LIABILITIES			
Current liabilities			
Accounts payable	10	24,416,960.40	166,104,594.09
Short-term deposit	11	37,985,587.45	27,007,406.66
Total current liabilities		**62,402,547.85**	**193,111,994.75**
Non-current liabilities			
Receipt of government advanced payment		5,800,000.00	5,800,000.00
Other non-current liabilities	12	442,661.87	695,394.73
Total non-current liabilities		**6,242,611.87**	**6,495,394.73**
Total liabilities		**68,645,159.72**	**199,607,389.48**
Net Assets/Equity		**313,688,697.80**	**122,200,509.82**
NET ASSETS/EQUITY			
Fund		9,199,571.81	9,199,571.81
Income higher than accrued expense	16	304,489,125.99	113,000,938.01
Total Net Assets/Equity		**313,688,697.80**	**122,200,509.82**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2563

(หน่วย : บาท)

รายได้	หมายเหตุ	2563	2562 (ปรับปรุงใหม่)
รายได้จากงบประมาณ	17	2,413,356,786.52	1,991,918,853.35
รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค		306,708.30	362,368.01
รายได้อื่น	18	11,257,077.57	66,072.00
รวมรายได้		**2,424,920,572.39**	**1,992,347,293.36**
ค่าใช้จ่าย			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	19	649,079,232.70	634,902,548.79
ค่าบำเหน็จบำนาญ	20	110,698,379.09	105,343,421.68
ค่าตอบแทน	21	29,331,249.75	30,872,228.00
ค่าใช้สอย	22	672,957,958.86	1,067,964,053.34
ค่าวัสดุ		10,432,008.64	11,602,809.29
ค่าสาธารณูปโภค	23	32,622,450.10	36,481,132.37
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	24	30,586,283.71	34,538,127.65
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนและบริจาค	25	697,457,695.60	2,368,097.15
ค่าใช้จ่ายอื่น	26	267,125.96	14,540,429.87
รวมค่าใช้จ่าย		**2,233,432,384.41**	**1,938,612,848.14**
รายได้สูง (ต่ำ) กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ		**191,448,187.98**	**53,734,445.22**

INCOME STATEMENT
FOR THE YEAR ENDED 30 SEPTEMBER 2020

(Unit: Baht)

INCOME	Note	2020	2021 (Update)
Income from annual and central budget	17	2,413,356,786.52	1,991,918,853.35
Income from subsidization and donation		306,708.30	362,368.01
Other incomes	18	11,257,077.57	66,072.00
Total income		**2,424,920,572.39**	**1,992,347,293.36**
EXPENSES			
Personal expense	19	649,079,232.70	634,902,548.79
Pension	20	110,698,379.09	105,343,421.68
Remuneration	21	29,331,249.75	30,872,228.00
Administrative	22	672,957,958.86	1,067,964,053.34
Supplies		10,432,008.64	11,602,809.29
Utilities	23	32,622,450.10	36,481,132.37
Depreciation and amortization	24	30,586,283.71	34,538,127.65
Subsidization expense and donation	25	697,457,695.60	2,368,097.15
Other expenses	26	267,125.96	14,540,429.87
Total expenses		**2,233,432,384.41**	**1,938,612,848.14**
Income higher (lower) than net expense		**191,448,187.98**	**53,734,445.22**

รายชื่อที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของกระทรวงพาณิชย์ด้านการค้าระหว่างประเทศ
HONORARY TRADE ADVISORY TO THE MINISTRY OF COMMERCE

China / Hong Kong / Taiwan

Mr. Lin Sun Mo, Willy
Address:
Unit 301, 3/F, Fabrico Factory Building,
78-84 Kwai Cheong Road, Kwai Chung, N.T.
Hong Kong
E-mail: willy_lin@milos.com.hk

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Chairman
the Hong Kong Productivity
Council (HKPC)
Country: Republic of China
HTAs: Hong Kong

Mr. Lino, Ho Weng Cheong
Address:
Avenida de Praia Grand No. 815,
1 -andar, Edf. Centro Com. Talento, Macau
E-mail: lino@ho-chun-kei.com.mo

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
President
Macau-Thai Chamber of Commerce
Country: Republic of China
HTAs: Macau

Mr. Thong Sae-Tern
Address:
No. 469 Meihesan Road, Light Industry (Food)
Industrial Park, Tong An District, Xiamen,
Fujian, China
Tel: (+86 592) 711 0888, (+86 136) 0097 5928
E-mail: chokchai@day-bright.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
President
Xin Day
Country: Thailand (Thai Nationality)
HTAs: TTC-Xiamen

Dr. Chainarong Ittipanuvat
Address:
502-29 Chengdu Hua Feng Shi Pin Cheng,
Chengbai Road, Chengdu City, Sichuan,
610211
Tel: (+86 28) 8524 1155
E-mail: cnrthailand@163.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Distributor Center
Country: People's Republic of China
HTAs: Chengdu

Mr. Xie Mingqiang
Address:
No. 8, Tongguling Rd, Qingxiu District,
Nanning, Guangxi, China
Tel: (+86 771) 550 9888, 551 4166
E-mail: xmq99@yahoo.com.cn

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Guangxi Taihua Real Estate Development
Co., Ltd.
Country: People's Republic of China
HTAs: Nanning

Mr. Gao Hang
Address:
Room 6016 No. 403 Wuxiang Rd. Linangqing
District, Nannning, Guangxi, PRC
Tel: (+86-182) 7711 6699
E-mail: capanorama@126.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Editor in Chief
China-ASEAN Magazine Agency
Country: People's Republic of China
HTAs: Nanning

ASEAN

Mr. Adisai Prasertsri
Address:
60/26 Yen The Street, Ward 2,
Tan Binh Dist., HCMC, Vietnam
Tel: (+84 93) 353 9729
E-mail: adisaipra@yahoo.com,
management@cacvietnam.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Distributor
Internaltional Trade Consultant
Country: Vietnam
HTAs: Vietnam

Mr. Oknha Thai Tino
Address:
No. 5, Steet International School,
Toekthla, Phnom Penh, Cambodia
Tel: (+855) 12 818 282
E-mail: infokth@kth.com.kh

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Wholesale Business, Trading Firm, Distributor
Country: Cambodia
HTAs: Phnom Penh

Mr. Khemsath Philaphandeth
Address:
013 Ban Wat Chan, Souphanouvong Road,
Chanthabuly District, Vientiane Province,
Lao PDR, P.O. Box 256
Tel: (+856-20) 7777 3666
E-mail: p.khemsath@hotmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Import/Export Business, Electronics
and Automotive Parts Manufacturer,
Internaltional Trade Consultant
Country: Lao PDR
HTAs: Lao PDR

Mr. Eric B. H. Gooi
Address:
GD-1, Anzen Business Park, 3-9 Lalan
4/37A, Taman Bukit Maluri, Kepong, 52100
Kuala Lumpur, Malaysia
Tel: (+603)-6275 9162
E-mail: m_shrooms6001@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Thaifoodstuff Import,
Internaltional Trade Consultant
Country: Malaysia
HTAs: Malaysia

East Asia

Dr. Pimjai Matsumoto
Address:
4-9-6 Kinshi Sumida-ku,
Tokyo 130-0013, Japan
Tel: (+81 80) 4155 9456
E-mail: pimjai@pk-siam.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Trading Companies and Agents in Japan
(Thai products)
Country: Japan
HTAs: Tokyo

Mr. Stanley Park
Address:
#104-406, SK M-City, 195, Baengma-Ro, Ilsan
Dong Gu, Goyang City, Gyeonggi Province
10403, Republic of Korea
Tel: (+82 31) 908 5710
E-mail: stanpark@coman.or.kr

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Korean Importers
(Foods, Catering Service and Gift)
Country: Republic of Korea
HTAs: Seoul

South Asia

Mr. Arif Suleman
Address:
304 Progressive Centre Shahrah-e-faisal
Karachi 75400, Pakistan
Tel: (+92 30) 0823 3696 (mobile)
E-mail: arif.suleman@hotmail.com,
arif.suleman@thaicarkopk.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Pakistan Market/Business
Country: Pakistan
HTAs: Pakistan

Mr. Chetan Arun Narake
Address:
1187 A Shivaji Peth Kolhapur Maharashta,
India
Tel: (+91 98) 5151 1500 (mobile)
E-mail: chetanarun@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
CEO
Agriculture and Dairy Industry, Healthcare,
IT, Construction, Real estate, etc.
Country: India
HTAs: India

Europe

Mr. Eberhard J. Trempel
Address:
Burggrafenstr. 3 10787, Berlin
Tel: + 49 30 212 48 30
E-mail: info@trempel.de

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Specialized in International Trade/Lawyer
Country: Germany
HTAs: Berlin

Mr. Keerachai Kittiyadisai (Kim)
Address:
Novodmitrovskaya Street,
Moscow, Russian Federation 127015
Tel: +7 499 280 4062
E-mail: kimkitiyadisai@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Owner
Kinvest Co., Ltd. and Kab Kao Restaurant
Country: Russian Federation
HTAs: Moscow

Andrei V. Chistov
Address:
10 Gorodetsky Str., Kiev, Ukraine
Tel: +38 050 311 48 80
E-mail: borshevska666@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Importer / Thai Boxing Gym
Country: Ukraine
HTAs: Warsaw

America

Mr. Ralph P. McMurray
Address:
7349 Via Paseo Del Sur PMB 311 Suite 515
Scottdale, AZ 85258
Tel: 001-913-269-9959
E-mail: ralph@phillipworth.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
International Trade
Country: The USA
HTAs: Mr. Ralph P. McMurray

Ms. Pat S Charnveja
Address:
12662 Day Hollow Ln. Houston, TX 77076
Tel: 001-832-607-2857
E-mail: prapatip2493@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Consultant
Country: The USA
HTAs: Western United States

Mr. Pramook Jirdpongsatorn
Address:
3583 Investment Blvd., Suite 7
Hayward, CA 94545
Tel: 001-510-604-9892
E-mail: pramook@pjusgroup.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
CEO
PJ US Group
Country: The USA
HTAs: Western United States

Mr. John F Sammons Jr
Address:
580 N. Beach St.
Ft. Worth, TX 76111
Tel: 001-817-838-8600
E-mail: jsammons@1mmsi.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Chairman and CEO
Mid-States Services, Inc.
Country: The USA
HTAs: Western United States

Mark Phillips
Address:
916 Finch Avenue, High Point, NC 27263
Tel: 001-336-884-9260
E-mail: mark@phillipscollection.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Furniture President
Phillips Collection (www.phillipscollection.com)
Country: The USA
HTAs: NEW YORK

Mr. Somchai Ansuj
Address:
Rue dos Andradas, Centro,
Porto Alegre 90020-005
Tel: 001-55-51-98143-8308
E-mail: ansuj.s@gmail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Associate Professor (retired)
Country: Brazil
HTAs: Brazil (Rio Grande Do Sul State)

Africa

Jean Michel Ng Fo Shing
Address:
Valentina, Phoenix, Mauritius
Tel: 001 222 698 8301
E-mail: jmnfs@intnet.mu

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Director
Century Trading Co., Ltd.
Country: Mauritius
HTAs: Pretoria

Tiago Joao Pires Antune
Address:
No 186. Kwame, Nkrumah
Tel: 001 244 923401453
E-mail: tiago_antunes@ymail.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Businessman
Country: Angola
HTAs: Pretoria

Middle East

Mr. Cemil Camar
Address:
Sakip Sabanci Cad. Park Apt. No: 6/1
Emirgan Sariyer, Istanbul, Turkey
Tel: 001 90 212 2290288
E-mail: cemil@karex.com.tr

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Present Chairman
Kareks Energy A.S
Country: Turkey
HTAs: Turkey

Mr. Harun Uluyol
Address:
Aksoy Mh. 1768 Sokak No:22 K:2
Karsiyaka 35580, Izmir, Turkey
Tel: 001 90 532 7958878
E-mail: harunuluyol@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Managing Director
Agrobynature Company
Country: Turkey
HTAs: Turkey

Mr. Albert Aoun
Address:
Freeway Tower, 12th Floor, Sin El-Fil Blvd,
P.O. Box 55576, Beirut, Lebanon
Tel: 001 961 1 485555
E-mail: aaoun@ifpexpo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
Chairman and CEO
FP Group
Country: Lebanon
HTAs: Lebanon

Mr. Naji R. Kalpakji
Address:
Parliament Street, Thai Consulate-General
Bldg., P.O. Box 7836, Damascus Syria
Tel: 001 96311 331-6144, 331-6214
E-mail: thailux@net.sy, nkalpakji@yahoo.com

SPECIALIZATION/OCCUPATION:
President
Rimco Int'l Co., Ltd.
Country: Syria
HTAs: Syria

MAIN OFFICE
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สนามบินน้ำ)

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

NONTHABURI OFFICE

563 Nonthaburi Rd., Bang Krasor,
Mueang Nonthaburi, Nonthaburi 11000
Tel: +66 (0) 2507 7999
Fax: +66 (0) 2547 5657
E-mail: tiditp@ditp.go.th

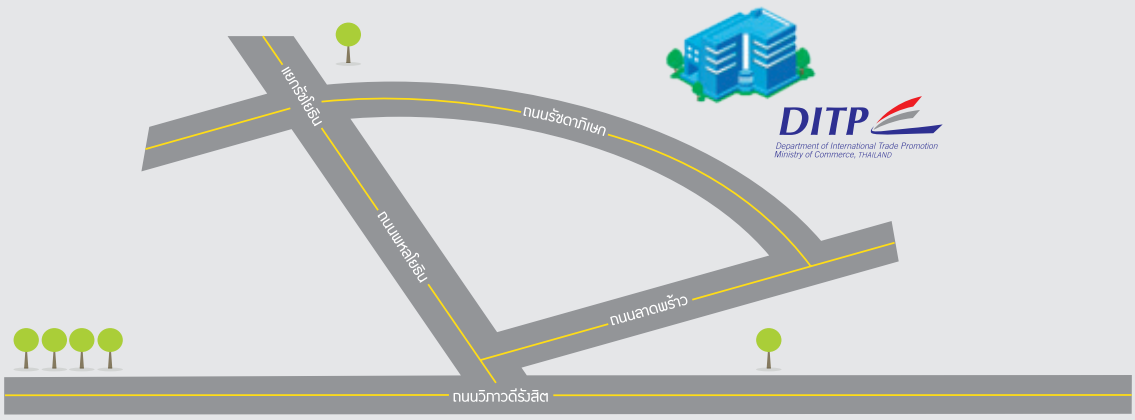


กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดาภิเษก)

22/77 ถนนรัชดาภิเษก เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์: 0 2513 1909
โทรสาร: 0 2511 5200
อีเมล: tiditp@ditp.go.th

RATCHADAPHISEK OFFICE

22/77 Ratchadaphisek Rd.,
Chatuchak, Bangkok 10900
Tel: +66 (0) 2513 1909
Fax: +66 (0) 2511 5200
E-mail: tiditp@ditp.go.th



ADDRESS OF OVERSEAS OFFICES
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ






MOSCOW
COPENHAGEN
LONDON
THE HAGUE
BERLIN
WARSAW
FRANKFURT
PRAGUE
VIENNA
BUDAPEST
PARIS
MILAN
MADRID
ANKARA
TEHRAN
TEL AVIV
CAIRO
JEDDAH
DUBAI
CHENGDU
SHANGHAI
SEOUL
TOKYO
OSAKA
QINGDAO
XIAMEN
NEW DELHI
KUNMING
GUANGZHOU
TAIPEI
DHAKA
NANNING
HONG KONG
HANOI
MUMBAI
YANGON
VIENTIANE
MANILA
CHENNAI
PHNOM PENH
HO CHI MINH CITY
ABUJA
KUALA LUMPUR
SINGAPORE
NAIROBI
JAKARTA
PRETORIA
SYDNEY

OFFICE OF INTERNATIONAL TRADE PROMOTION (OVERSEAS OFFICE)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ



China / Hong Kong / Taiwan

• People's Republic of China

Hong Kong

Address: Office of Trade Commissioner,
Royal Thai Consulate General
8th Floor, Fairmont House, 8 Cotton Tree Drive,
Hong Kong
Tel: (+852) 2525 9716
Fax: (+852) 2868 4927
E-mail: thaicomm@netvigator.com
Director: Mrs. Chanunpat Pisanapipong

Shanghai

Address: Commercial Section, Royal Thai Consulate General
No. 18, Wanshan Road, Changning District,
Shanghai 200336, PRC
Tel: (+86) 21 5260 9881, 5260-9882
Fax: (+86) 21 5260 9880
E-mail: ttcshanghai@thaitradechina.cn
Director: Ms. Jeeranun Hirunyasumlith

Kunming

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Consulate General
Kunming Crowne Plaza, No. 399, Qingnian Road,
Wuhua District, Kunming, Yunnan
Tel: (+86 871) 6316 5006, 6316 5011, 6316 5019
Fax: (+86 871) 6316 5026
E-mail: thaitckunming@ditp.go.th
Director: Mrs. Natchathorn Manopanjasiri

Guangzhou

Address: Commercial Section,
Royal Thai Consulate General
36 Youhe Rd., Kecun, Haizhu District, Guangzhou,
Guangdong Province, PRC
Tel: (+86 20) 8384 9453
Fax: (+86 20) 8384 9760
E-mail: thaitcguangzhou@ditp.go.th
Director: Ms. Suppara Seakacharn

Xiamen

Address: Commercial Section,
Royal Thai Consulate General
Xiamen Bldg. 3, Xiamen City Hotel, No. 16
Huyuan Rd., Siming District, Xiamen
Tel: (+86 592) 266 3064-68
Fax: (+86 592) 266 3061
E-mail: thaitcxiamen@ditp.go.th
Director: Mrs. Wichuda Akaramethathip

Chengdu

Address: Commercial Section,
Royal Thai Consulate General
Fl.12 Building C, Fund International Plaza,
No. 6, Hangkong Road, Chengdu,
Sichuan 610041, PRC
Tel: (+86 28) 6689 7861 ext. 8011, 8013, 8014
Fax: (+86 28) 6687 7904
E-mail: thaitcchengdu@ditp.go.th
Director: Miss Netnapit Chulakanista

Nanning

Address: Commercial Section,
Royal Thai Consulate General
52-1 Jinhu Road, Orient Manhattan,
Nanning 530022
Tel: (+86 771) 556 1373
Fax: (+86 771) 558 1797
E-mail: thaitcnanning@hotmail.com
Director: Ms. Wanlada Ratanapanich

Qingdao

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

• Taiwan

Taipei

Address: Thai Trade Office
TWTC Rm.7E10, No. 5, Xinyi Road., Sec.5,
Xinyi District, Taipei City, 11011
Tel: (+886 2) 2723 1800
Fax: (+886 2) 2723 1821
E-mail: thaicom.taipei@msa.hinet.net
Director: Ms. Kallaya Leewongcharoen

ASEAN

• Cambodia

Phnom Penh

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
196, M.V. Preah Norodom Boulevard,
Sangkat Tonle Bassac, Khan Chamkar Mon
Phnom Penh, Cambodia
Tel: (+855 23) 726 304
Fax: (+855 23) 726 305
E-mail: thaicompnh@gmail.com
Director: Mr. Jirawuth Suwanna-Arj

• Indonesia

Jakarta

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung Kav.
E3.3 No. 3, Kawasan Mega Kuningan,
Jakarta 12950, Indonesia
Tel: (+62 21) 2932 8217-18
Fax: (+62 21) 2932 8219
E-mail: enquiry@thaitrade.co.id, thaitradejkt@gmail.com
Director: Miss Bhornbhat Punngok

• Lao PDR

Vientiane

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

• Malaysia

Kuala Lumpur

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
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: Mr. Worawan Wanwil

• Myanmar

Yangon

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
86 (A) Shin Saw Pu Road, Sang Chaung Township,
Yangon, The Republic of the Union of Myanmar.
Tel: (+95 1) 510 731
E-mail: ditpyangon@gmail.com,
ditpthailand9@gmail.com
Director: Asst. Prof. Thanawut Naigowit, Ph.D.

• The Philippines

Manila

Address: Thai Trade Center/Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
107 Rada Street, Legaspi Village, Makati City
1229, Metro Manila, Philippines
Tel: (+63 2) 8894 0403, 8894 0406
E-mail: thaicommnl@ymail.com
Director: Miss Janthana Chotimunee

• Singapore

Singapore

Address: Thai Trade Center/Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
370 Orchard Rd., Royal Thai Embassy
Singapore 238870
Tel: (+65) 6737 3060, 6732 7769
E-mail: enquiry@thaitrade.sg
Director: Miss Supranee Kongkiatkamon

• Vietnam

Hanoi

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

Ho Chi Minh City

Address: Thai Trade Center/Commercial Office,
Royal Thai Consulate General
18th Fl., Unit 1805, Saigon Centre Tower2,
67 Le Loi Boulevard, District 1, Ho Chi Minh City,
S.R. Vietnam
Tel: (+84 828) 3914 1838, 3914 1865
Fax: (+84 828) 3914 1864
E-mail: ttc_hcmc@vnn.vn, ttchcmc.ditp@gmail.com
Director: Miss Suparporn Sookmark, Ph.D.

East Asia

• Japan

Tokyo

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
SETANI Building, Floor 6, 5-4, Kojimachi
Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083, Japan
Tel: (+81 3) 3221 9482-3
Fax: (+81 3) 3221 9484
E-mail: thaitctokyo@thaitrade.jp
Director: Mr. Kittiwat Patchimnan

Osaka

Address: Commercial Section,
Royal Thai Consulate-General
Bangkok Bank Bldg. 8F, 1-9-16, Kyutaromachi,
Chuo-ku, Osaka 541-0056, Japan
Tel: (+81 6) 6262 4418
Fax: (+81 6) 6271 1053
E-mail: ttcosaka@thaitrade.jp
Director: Mr. Theeraphon Kowphatthanakit

• Republic of Korea

Seoul

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
#304/305, Namsan Lotte Castle Iris,
35 Sogong-Ro, Jung-Gu, Seoul 04632,
Republic of Korea
Tel: (+82 2) 795 2431, 795 4446
Fax: (+82 2) 795 2998
E-mail: info@thaitrade.kr
Director: Ms. Vilasinee Nonsrichai

Oceania

• Australia

Sydney

Address: Commercial Office,
Royal Thai Consulate General
Level 21 Suite 21.02, The Royal
Exchange Building, 56, Pitt Street, Sydney,
NSW 2000, Australia
Tel: (+61 2) 9241 1075
Fax: (+61 2) 9251 5981
E-mail: thaitradesydney@gmail.com
Director: Mrs. Salila Tepkasetkul

South Asia

• Bangladesh

Dhaka

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
Red Cresent Concord Tower 3rd Floor,
17 Mohakhali C/A, Dhaka 1212
Tel: (+88 02) 2222 90056-7
E-mail: thaitcdhaka@gmail.com
Director: Mr. Khemathat Archawathamrong

• India

Mumbai

Address: Thai Trade Center
Mumbai Express Towers, 3rd Floor,
Nariman Point, Mumbai 400021, India
Tel: (+91 22) 2283 0242 to 3
E-mail: thaitrademumbai@gmail.com
Director: Ms. Supatra Sawaengsri

New Dehli

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
78 Paschimi Marg, Vasant Vihar,
New Delhi 110057, India
Tel: (+91 11) 4326 8888
E-mail: thaitcnewdelhi@gmail.com
Director: Ms. Saithong Soiphet

Chennai

Address: Thai Trade Center, Commercial Section,
Royal Thai Consulate General
Ramcon Fortuna Towers, 5th Floor,
No. 2, Kodambakam High Road, Nungambakkam,
Chennai 600034 TN, India
Tel: (+91 44) 4218 8514
Fax: -
E-mail: business@thaitradechennai.in (Business Enquiry),
office@thaitradechennai.in
Director: Mrs. Hataichanok Sivara

Europe

• Austria

Vienna

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
Kopalgasse 47, A-1110, Vienna
Tel: 001 431 748 5020
Fax: 001 431 748 5020 12
E-mail: viennaoffice@tradewiththailand.com
Director: Mrs. Natama Koonpol

• Denmark

Copenhagen

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
Hellerupvej 76, 2900 Hellerup
Tel: +45 39626999
Fax: -
E-mail: ditp@thaicom.dk
Director: Miss Rachakorn Saksri

• Hungary

Budapest

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy H-1025 Budapest,
Vend u. 26., Hungary
Tel: +36 1 212 2738
Fax: +36 1 212 2736
E-mail: thaitradebudapest@thaicomm.hu,
thaitradebp@gmail.com
Director: Mrs. Prapa Vijaykadga

• Germany

Berlin

Address: Commercial Affairs Division,
Royal Thai Embassy
Petzower Str. 1, 14109 Berlin
Tel: +49 30 80 500 450
Fax: + 49 30 80 500 451
E-mail: thaicom.berlin@t-online.de
Director: Mr. Virajit Suwanpradith

• Czech Republic

Prague

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
Holečkova 29, Praha 5 – Smíchov,
Prague, 150 95 Czech Republic
Tel: 001-420-257-323-030, 001-420-257-325-867,
001-420-257-325-882
Fax: 001-420-257-327-555
E-mail: thaitcprague@gmail.com
Director: Ms. Wipawee Wanapongs

• France

Paris

Address: Commercial Affairs Office Royal Thai Embassy 8,
rue Greuze 75116 Paris, France
Tel: 001-33-1-56901212
Fax: 001-33-1-56901213
E-mail: thaitradeparis@orange.fr
Director: Mrs. Ponpimon Petcharakul

• Germany

Frankfurt

Address: Commercial Section
Royal Thai Consulate-Gereral /
Thai Trade Center Rossmarkt
23/5 OG, 60599 Frankfurt am Main
Tel: +49 (0) 69 2100 0870
Fax: -
E-mail: info@thaitradefrankfurt.de
Director: Ms. Pitinun Samanvorawong

• Russian Federation

Moscow

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy 10 fl., 52 k.1,
Kosmodamianskaya nab., Moscow 115054
Tel: +7 499 653 5989
Fax: +7 499 653 6959
E-mail: moscow@thaitrade.ru
Director: Mr. Kittinand Yingcharoen

• United Kingdom

London

Address: Office of Commercial Affaris
Royal Thai Embassy 11 Hertford Street,
Mayfair, London W1J 7RN
Tel: 001-44-20 74935749
Fax: 001-44-20 74937416
E-mail: info@thaitradelondon.com
Director: Ms. Supawadee Yamgamol

• Poland

Warsaw

Address: Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy ul. Grzybowska
12/14, lok.28 00-132 Warsaw, Poland
Tel: 001-48-22 6201508
Fax: 001-48-22 8900931
E-mail: info@ttcw.pl
Director: Mr. Thum Niemskul

• The Netherlands

The Hague

Address: Office of Commercial Affairs
Royal Thai Embassy Thai Trade Center WTC
The Hague, Tower C, Unit 11.01-B Prinses
Beatrixlaan 582, 2595 BM, The Hague,
The Netherlands
Tel: 001-31-70 345 5444
Fax: 001-31-70 346 1005
E-mail: info@thaitradehague.com
Director: Mr. Nissana Thaveepanit

• Italy

Milan

Address: Thai Trade Center, Milano Via A. Albricci, 8 20122 Milano, Italy
Tel: 001-39-02 89011467
Fax: -
E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com
Director: Mrs. Kornkamol Anekamai

• Spain

Madrid

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy Calle de Segre 29, 2°A, 28002 Madrid, Spain
Tel: 001-34-91 5630190, 563 0196
Fax: -
E-mail: info@thaitradespain.com
Director: Miss Triyaporn Boonsiriya

America

• Republic of Argentina

Buenos Aires

Address: Thai Trade Center Av. Manuela Saenz 323 Office 507-508, Puerto Madero, CABA, Argentina, ZP 1107
Tel: 001 54 11 5272 0572
Fax: -
E-mail: info@ttc-ba.com
Director: Ms. Orapa Buddharuksa

• United States of America

Chicago

Address: Commercial Office of Royal Thai Consulate General 700 N. Rush Street, 2nd Floor, Chicago, IL 60611
Tel: 001-1-312 787-3388
Fax: 001-1-312 787-9733
E-mail: ttcc@thaitradechicago.com
Director: Ms. Usasri Kheorayab

Los Angeles, CA 90004

Address: Thai Trade Center, 611 N. Larchmont Blvd., 3rd Floor
Tel: 001-1-323 466-9645
Fax:
E-mail: ttcla@live.com
Director: Ms. Kwanapa Phivnil

New York

Address: Thai Trade Center 1359 Broadway, Suite 1530, New York, NY 10018
Tel: 001 212 4820077
Fax: 001 212 4821177
E-mail: info@thaitradeny.com
Director: Mr. Napadol Thongmee

Miami

Address: Thai Trade Center 6100 Blue Lagoon Dr., Ste. 100 Miami FL 33126
Tel: 001-1-786-388-7888
Fax: -
E-mail: ttcmiami@gmail.com
Director: Ms. Nithima Siriphokakij

• Chile

Santiago

Address: Thai Trade Center Av. Andres Bello 2777, Of.2802
Tel: 001-56-2 203 3386, 203 3387
Fax: -
E-mail: thaitrade@ttcsantiago.cl
Director: Miss Chulalak Khemthong

• Brazil

Sao Paulo

Address: Thai Trade Center Rua Gomes de Carvalho 1356 Sala Cj 112, Vila Olimpia 04547-005 Sao Paulo - SP Brazil
Tel: 001 55 11 3044-7301, 3044-7347
Fax: 001 55 11 3045-1913
E-mail: thaitcsp@terra.com.br
Director: Mr. Sakda Sinsuksai

• Canada

Toronto

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy 31 Gloucester Street, Toronto, Ontario M4Y 1L8
Tel: 001-1-416 9215400
Fax: 001-1-416 9217545
E-mail: toronto@thaitrade.ca
Director: Mr. Thanakrit Luangasnathip

Vancouver

Address: Thai Trade Center, The Royal Thai Consulate General 1009-1166 Alberni Street, Vancouver, BC V6E 3Z3, Canada
Tel: 001-1-604 6876400
Fax: 001-1-604 6836775
E-mail: vancouver@thaitrade.ca
Director: Mr. Suttichat Nilkuha

• Mexico

Mexico

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
Gauss No. 9, 102-B, 1st Floor, Col. Anzures,
Miguel Hidalgo, Mexico, D.F. 11590, Mexico
Tel: 001-5255 5557 5418, 5557 9960
Fax: 001-5255 5580 4214
E-mail: thaitcmexico@gmail.com
Director: Mr. Thanit Ngansampantrit

Africa

• Arab Republic of Egypt

Cairo

Address: Thai Trade Center, 59 Mosadak Str.,
5th Floor-Apt. No. 10 Dokki, Giza, Cairo, Egypt
Tel: 001-202-37620901, 37620419
Fax: 001-202-33363062
E-mail: ditpcairo@gmail.com
Director: Mr. Thalerngsak Vongsamsorn

• Federal Republic of Nigeria

Abuja

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
No. 3 Osun Close, Off Osun Crescent,
Maitama District
Tel: 001 234 703 905 2313
Fax: -
E-mail: ditpabuja@gmail.com
Director: Mr. Supat Sanoy

• Kenya

Nairobi

Address: Office of Commercial Affair,
Royal Thai Embassy (Nairobi)
P.O. Box 58349-00200, Rose Avenue
(Off. Lenana Road) Nairobi, Kenya
Tel: 001 254 20 291 9131
Fax: -
E-mail: info@ocanairobi.co.ke
Director: Mr. Natthapong Senanarong

• South Africa

Pretoria

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
248 Hill Street, Pretoria 0083
Tel: 001 27 12 342 0835/50/56
Fax: -
E-mail: trade@thaiembassy.co.za
Director: Mr. Aphirak Paepuang

Middle East

• United Arab Emirates

Dubai

Address: Thai Trade Center, Unit 264 The Galleria,
Hyatt Regency Al Khaleej Rd., Deira P.O. Box 1083
Dubai, U.A.E.
Tel: 001-9714 2284553
Fax: -
E-mail: ttcdubai@emirates.net.ae
Director: Mr. Panot Punyahotra

• Islamic Republic of Iran

Tehran

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
No. 15, 10th Alley, Hassan Seif Street, Sharak Gharb
Tel: +9821 8807 5517, +9821 88 57 1881
Fax: +9821 88 59 1255
E-mail: ttctehran.ir@gmail.com
Director: Mr. Taweep Rachaphakdee

• Israel

Tel Aviv

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
144 Hayarkon Steet, Tel Aviv 63451, Israel
Tel: 001 972 3 5244277-8
Fax: 001 972 3 5244270
E-mail: thaicomt@zahav.net.il, thaicomt@internet-zahav.net,
nawapatnoppakun1@gmail.com
Director: Mr. Nawapat Noppakun

• Saudi Arabia

Jeddah

Address: Thai Trade Center, AL DRAS TOWER,
7th Floor, King Abdullah Road. P.O. Box 8014
Jeddah 21482, Saudi Arabia
Tel: +966-12-653-3132, 653-3280
Fax: +966-12-650-4544
E-mail: thaitcjeddah@gmail.com, thaitcjeddah@ditp.go.th
Director: Mr. Athikhom Tuntiwong

• Turkey

Ankara

Address: Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy
Mahatma Gandi Cad. No:17/8 Büyükesat Mah.
G.O.P. Ankara, Turkey
Tel: 001 90 312 4365868, 312 4365869
Fax: 001 90 312 4365870
E-mail: thaitcankara@gmail.com
Director: Mr. Poonsak Khunudom



จัดทำโดย: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
Published: Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce

พิมพ์ที่: สายธุรกิจโรงพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
Printed: Printing & Packaging Division, Amarin Printing & Publishing Public Company Limited
www.amarin.com

EMBRACING
THE NEW NORMAL



DITP

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

Department of International Trade Promotion
563 Nonthaburi Rd., Bang Krasor,
Mueang Nonthaburi, Nonthaburi 11000,
Thailand

www.ditp.go.th
DITP Call Center: 1169
Phone: 0 2547 5657
Email: tiditp@ditp.go.th