

THINK TRADE

THINK DITP ชี้ช่องการค้า

ปีที่ 6 ฉบับที่ 67 / กรกฎาคม 2560

Trade Highlight
สุดยอดเมืองรอง
ต้องไม่พลาด

Friends of DITP
EXIM BANK
เปิดสำนักงานอย่างคึก

Trade Insight
อินโดนีเซีย
เครื่องสำอางสมุนไพรแรง

DITP Insider
รู้ทันความหลากหลาย
ก่อนพืชตลาดเวียดนาม

One Vision
One Identity
One Community

ยกระดับแบรนด์ไทย ก้าวไกลสู่ความสำเร็จ กับงานแสดงสินค้า

TOP THAI BRAND 2018 in ASEAN

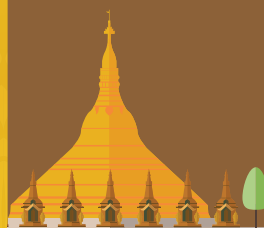


พณเปณ กัมพูชา

กุมภาพันธ์ – มีนาคม

กลุ่มสินค้า

1. วัสดุก่อสร้าง
2. อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน
3. ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง
(ออกแบบตกแต่งภายใน
บริหารจัดการ
อสังหาริมทรัพย์)



ย่างกุ้ง เมียนมา

มีนาคม

กลุ่มสินค้า

1. แฟรนไชส์บริการ
(อาหาร/เครื่องดื่ม/คาร์แคร์
/ค้าปลีก/การศึกษา/
สุขภาพและความงาม)
2. ธุรกิจบริการ
(การศึกษา/โรงแรม/ก่อสร้าง)
3. สินค้าที่เกี่ยวข้องเนื่อง



คุนหมิง สาธารณรัฐ ประชาชนจีน

มิถุนายน

กลุ่มสินค้า

1. อาหารและเครื่องดื่ม
2. ผลไม้สด
3. เสื้อผ้า เครื่องประดับ
4. เครื่องสำอาง สปา
5. เฟอร์นิเจอร์
ของตกแต่งบ้าน



โฮจิมินห์ เวียดนาม

พฤษภาคม

กลุ่มสินค้า

1. กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า
ภายในบ้าน
2. กลุ่มสินค้าชิ้นส่วน
ยานยนต์และอุปกรณ์
3. ธุรกิจบริการและ
แฟรนไชส์บริการ



เวียงจันทน์ สปป.ลาว

มิถุนายน

กลุ่มสินค้า

1. วัสดุก่อสร้าง
2. อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน
3. ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง
กับการก่อสร้าง



เสียมราฐ กัมพูชา

กรกฎาคม

กลุ่มสินค้า

1. วัสดุก่อสร้าง
2. อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน
3. ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง
กับการก่อสร้าง



ฮานอย เวียดนาม

สิงหาคม

กลุ่มสินค้า

1. สินค้าอาหารและ
เครื่องดื่ม
2. สินค้าอุปกรณ์
ตกแต่งบ้าน
3. ธุรกิจบริการ และ
แฟรนไชส์บริการ

สนใจเข้าร่วมงานฯ ติดต่อ
สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทย
ในต่างประเทศ
โทร 02-507 8224 – 8225
อีเมล tteditp@gmail.com
ทั้งนี้ อาจมีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียด
ตามความเหมาะสม

Contents

- 04 Trade Highlight
- 06 Trade Insight
- 08 Happening
- 10 Inspiration & Success
- 12 DITP Society
- 14 DITP Insider
- 16 Friends of DITP
- 18 Trade Watch
- 21 DITP Club
- 22 DITP Calendar
- 23 Healthy Thought



ที่ปรึกษา:

อธิบดี

มาลี โชคล้ำเลิศ

รองอธิบดี

สุพัต อ่องแสงคุณ

สมเด็จ สุสมบัติ

วรรณภรณ์ เกตุทัต

บรรณาธิการบริหาร: มาลี โชคล้ำเลิศ

รองบรรณาธิการบริหาร: จักรินทร์ โกมลศิริ

บรรณาธิการบทความ: อรอนุช ผดุงวิทย์

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์: อาจพงษ์ ฉันทภักญา

กองบรรณาธิการ:

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

www.ditp.go.th

DITP Call Center 1169

หมายเหตุ: THINK TRADE THINK DITP เป็นนิตยสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในนิตยสารเป็นข้อมูลล่าสุดขณะจัดพิมพ์ทางกรรม และทีมผู้จัดทำขอสงวนสิทธิในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์



www.thinktradethinkditp.com

Executive Editor



สวัสดิ์ค๊ะ

บทบาทและความสัมพันธ์ของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียนมีความเป็นมาด้วยกันยาวนาน อาเซียนมีการประกาศใช้เขตการค้าเสรีและพัฒนาความร่วมมือระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนได้ในปี 2558 โดยมีข้อตกลงที่จะช่วยกันสร้างสรรค์อาเซียนให้เป็นหนึ่งเดียวกันภายใต้แนวคิด One Vision, One Identity, One Community

อาเซียนมีประชากรมากกว่า 630 ล้านคน ในปี 2559 มูลค่าการส่งออกจากไทยไปอาเซียนมีมูลค่าสูงกว่า 1.92 ล้านล้านบาท คิดเป็น 25.43% ของสัดส่วนการส่งออกทั้งหมดของไทยไปตลาดโลก มีตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน สามารถเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมือได้อย่างเสรีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและมีอำนาจต่อรองในเวทีโลก

ในส่วนประเทศไทย อาเซียนเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย สินค้าและบริการของไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพ และเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในอาเซียน โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลาง

และประชากรวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังซื้อสูงและมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยพฤติกรรมการสื่อสารที่สอดคล้องไปกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ทำให้พฤติกรรมการบริโภคของประชากรในอาเซียนมีความคล้ายคลึงกัน มีการใช้จ่ายใช้สอยและใช้ชีวิตแบบสังคมเมืองมากขึ้น นี่จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจไทยที่จะสร้างแบรนด์สินค้าไทยให้ติดตลาดอาเซียนได้ไม่ยาก

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้พาทุกท่านไปพบกับโอกาสทางการค้าในตลาดอาเซียนทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ DITP มุ่งมั่นผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถเติบโตและก้าวต่อไปในตลาดไกลบ้านอย่างอาเซียนได้อย่างมั่นคง

นางมาลี โชคล้ำเลิศ

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

กระทรวงพาณิชย์



สุดยอดเมืองรอง ต้องไม่พลาด

หลังเปิดเสรีทางการค้าอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี 2558 ทำให้ “อาเซียน” ผงาดขึ้นเป็น “ตลาดเดียว” ที่มีผู้บริโภครวมกันถึง 640 ล้านคน และกลายเป็น “ฐานการผลิต” สำคัญ พร้อมด้วยทรัพยากรธรรมชาติและแรงงาน ส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดมากศักยภาพที่ผู้ประกอบการไทยต้องสนใจอย่างจริงจัง

โดยนอกจาก “เมืองหลวง” ที่เป็นศูนย์กลางความเจริญอยู่แล้ว ปัจจุบัน “เมืองรอง” หลายแห่งเป็น “ตลาดใหม่” ที่มีขนาดทางธุรกิจสดใสรออยู่

ถ้าสนใจทำการค้าใน “เมียนมา” ต้องพุ่งไปที่ “มัณฑะเลย์” ศูนย์กลางการค้า แหล่งกระจายสินค้าทางการเกษตร และแหล่งค้าอัญมณีและหยกสำคัญของประเทศ มีระบบคมนาคมขนส่งที่เชื่อมต่อกับเมืองอื่นและประเทศเพื่อนบ้านได้สะดวก รวมถึง “เมียวดี” ซึ่งอยู่ใกล้เมืองเศรษฐกิจสำคัญ เช่น ย่างกุ้ง และมะละละหม่าง และอยู่บนเส้นทางเศรษฐกิจตามแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor) เป็นจุดกระจายสินค้าสำคัญของไทยในเมียนมาได้อย่างดี

แต่ถ้าสนใจลงทุน “มะริด” เป็นเป้าหมายที่มีทรัพยากรทางทะเลอุดมสมบูรณ์ มีโอกาสด้านอุตสาหกรรมอาหารทะเล และอสังหาริมทรัพย์ของคนไทยอยู่ เช่นเดียวกับ “ทวาย” ที่โดดเด่นด้านประมง การเกษตร และการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจที่คนไทยมีความเชี่ยวชาญและสามารถเข้าไปร่วมพัฒนาธุรกิจเหล่านี้ได้

ด้าน “กัมพูชา” มีหลายเมืองรองที่เหมาะสมกับการลงทุนทำธุรกิจ เช่น “เสียมราฐ” เมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่มีโอกาสเปิดกว้างหลายด้าน เช่น ก่อสร้าง ท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง สินค้าและบริการด้านสุขภาพและความงาม ส่วน “พระสีหนุ” เมืองชายทะเลยอดนิยมของกัมพูชาเหมาะแก่การทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด

ขณะที่ “สปป.ลาว” มี “หลวงพระบาง” แขวงสำคัญทางภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ “สะหวันนะเขต” แขวงสำคัญทางภาคใต้ของประเทศ เด่นด้านการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ เป็นที่ตั้งของเขตเศรษฐกิจพิเศษ สะหวัน-เซโน ที่เน้นดึงดูดนักลงทุนทั้งภาคการผลิต การค้า บริการ และโลจิสติกส์ ตอนใต้ของลาวยังมี “จำปาสัก” ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ดินมีคุณภาพดี เหมาะกับการเกษตร

ส่วน “เวียดนาม” เมืองรองที่น่าสนใจสำหรับการค้า ได้แก่ “เกิ่นเทอ” ทางภาคใต้บริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง “โฮฟอง” ซึ่งอยู่ทางภาคเหนือ ไม่ไกลจากกรุงฮานอย และ “ดานัง” ศูนย์กลางเศรษฐกิจและเมืองใหญ่ที่สุดในภาคกลาง

นอกจากประเทศกลุ่มซีแอลเอ็มวีแล้ว “อินโดนีเซีย” และ “ฟิลิปปินส์” เป็นชาติอาเซียนที่มีตลาดผู้บริโภคขนาดใหญ่ที่เหมาะสมกับการขยายธุรกิจ

เมืองรองที่ต้องจับตาในอินโดนีเซียคือ “สุราบายา” เมืองใหญ่อันดับ 2 ของประเทศ เป็นท่าเรือสำคัญของชาวตะวันออก ผู้บริโภคมีจำนวนมหาศาลและมีกำลังซื้อสูง เป็นโอกาสของการค้าปลีก เป็นแหล่งกระจายสินค้าและฐานการผลิตที่ดี มีค่าแรงถูก “เมดาน” ในสุมาตราเหนือ เป็นเมืองท่าสำคัญใช้เป็นประตูการค้าเข้าสู่ตลาดนี้ได้อีกทางหนึ่ง

ด้าน “ฟิลิปปินส์” ก็มี “เซบู” เมืองใหญ่อันดับ 2 รองจากกรุงมะนิลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมเหมาะแก่การขยายธุรกิจด้านโรงแรมและการท่องเที่ยว และเป็นแหล่งปลูกผลไม้ที่สามารถใช้วัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าแปรรูปส่งออกได้

แม้ว่าเมืองเหล่านี้จะเป็นเพียง “เมืองรอง” ทว่าศักยภาพการเติบโต กำลังซื้อของผู้บริโภค และโอกาสการค้าการลงทุน ไม่ได้เป็น “รอง” เมืองหลัก หรือเมืองหลวงในประเทศนั้นๆ การก้าวเป็น “ผู้นำ” ในเมืองรองที่มีขนาดเศรษฐกิจไม่ใหญ่ร่ายหากเตรียมตัวเองให้พร้อม มีที่ปรึกษาผู้รอบรู้ และคู่ค้าที่มีศักยภาพ

รับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจในเมืองรองทั่วอาเซียน ติดต่อ AEC Business Support Center โทร. 02-507-6902

ที่มา: www.ditp.go.th
www.boi.go.th
www.hktcdc.com
www.linkedin.com

รัฐบาลมีแผนมาเร่งปฏิรูปแผนพัฒนาประเทศในหลายด้าน โดยเฉพาะแผนพัฒนาสุขภาพ ในระบบประกันสุขภาพแห่งชาติ ให้ครอบคลุมการดูแลประชากรกว่า 52 ล้านคน เพื่อให้ชาวเมียนมาได้เข้าถึงบริการสุขภาพขั้นพื้นฐานได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น ในปี 2559 อุตสาหกรรมสุขภาพเมียนมาเติบโตมากกว่าร้อยละ 10 มีมูลค่าตลาดรวมกว่า 533 ล้านเหรียญสหรัฐ (1.77 หมื่นล้านบาท) ถือเป็นโอกาสดีของผู้ประกอบการไทยที่จะลงทุนในธุรกิจสุขภาพในเมียนมา โดยเฉพาะการส่งออกเวชภัณฑ์และอุปกรณ์การแพทย์ และธุรกิจสนับสนุนโรงพยาบาล

6 THINK TRADE កម្ពុជា 2560

สปป.ลาว วางแผนพัฒนาแขวงหลวงน้ำทาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยเงินลงทุนมากกว่า 15 ล้านเหรียญสหรัฐ (500 ล้านบาท) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนพื้นเมือง และกิจกรรมทางวัฒนธรรม โดยมุ่งหวังให้เป็นประตูเชื่อมต่อ สปป.ลาว และจีน รวมถึงประเทศอื่นในภูมิภาคอาเซียน เป็นจังหวัดดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่มีความชำนาญในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวสามารถขยายตลาดใหม่ได้อีกด้วย

มองหาโอกาสขยายธุรกิจใน สปป.ลาว ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้า
ในต่างประเทศ ณ นครเวียงจันทน์
อีเมล : vtditplaos@gmail.com



3. กัมพูชา เปิดจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าออนไลน์

ทุกประเทศในโลกต่างนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการทำธุรกิจ เช่นเดียวกับกัมพูชาที่เพิ่งเปิดตัวระบบการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าออนไลน์สำหรับบริษัทท้องถิ่นและบริษัทต่างชาติ ซึ่งช่วยให้การจดทะเบียนง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็วมากขึ้น เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในกัมพูชา และประเทศที่เป็นสมาชิกภาคีสมาชิกมาดริดอีกกว่า 100 ประเทศทั่วโลก

สนใจขยายธุรกิจในกัมพูชา ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงพนมเปญ
อีเมล: thaicomphn@gmail.com

6. อินโดนีเซีย เครื่องสำอางสมุนไพรไทยแรง

ชาวอินโดนีเซียยุคใหม่ให้ความสำคัญกับเครื่องสำอางที่ไม่ใช้สารเคมี ทำให้ตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรในประเทศเติบโตอย่างรวดเร็ว นี่เป็นโอกาสของเครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่มีทั้งความหลากหลายและคุณภาพดี ซึ่งรัฐบาลอินโดนีเซียพร้อมสนับสนุนนักลงทุนต่างชาติที่สนใจอุตสาหกรรมนี้อย่างเต็มที่ หากอยากรู้ว่าวัตถุดิบใดจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคบ้าง สามารถตรวจสอบได้จากคู่มือของสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางของอินโดนีเซีย

หาโอกาสเจาะตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรในอินโดนีเซีย
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร
อีเมล: enquiry@thaitrade.co.id

5. มาเลเซีย สะดวกซื้อ-อีคอมเมิร์ซสดใส

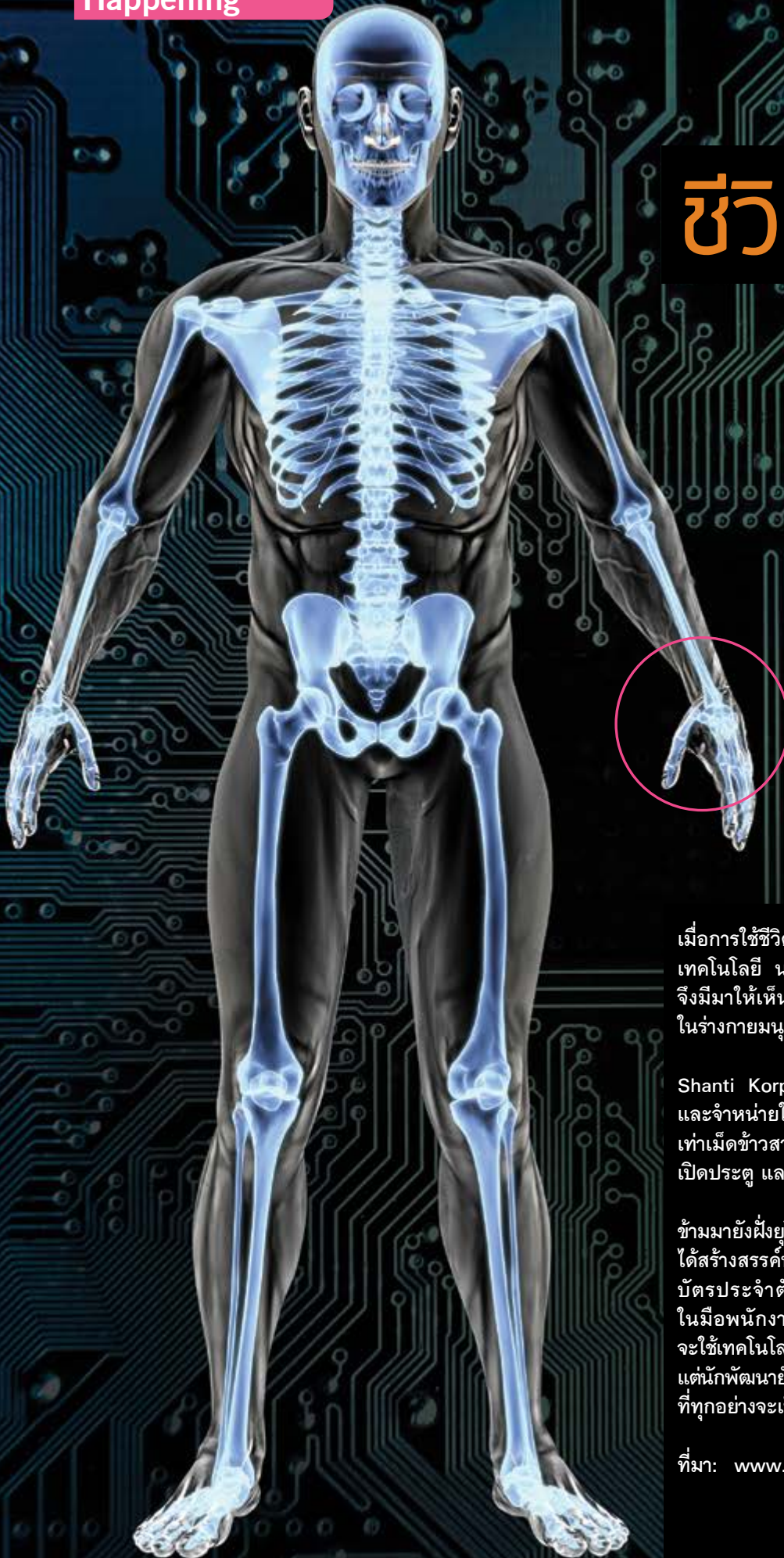
หากจะมัดใจลูกค้าในประเทศเพื่อนบ้านให้อยู่หมัด ต้องรู้ว่าตอนนี้ชาวมาเลเซียใช้ชีวิตแบบเร่งรีบมากขึ้น จึงนิยมซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อและช่องทางออนไลน์ เช่นเดียวกับอาหารพร้อมรับประทาน และธุรกิจบริการอาหารที่ตลาดกำลังขยายตัว เพราะสามารถตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนยุคใหม่ได้ แต่ก็ต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม เพื่อเอาใจชาวมาเลเซียที่กำลังซื้อตึงตัวจากภาระหนี้สินและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

ทำความรู้จักตลาดและผู้บริโภคชาวมาเลเซีย ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์
อีเมล: enquiry@thaitrade.my

4. เวียดนาม กระแสลงทุนไหลเข้าเกาะฟู้ก๊วก

หน่วยงานภาครัฐของเกาะฟู้ก๊วก พยายามดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยการผลักดันกิจกรรมส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์สถานที่สำคัญบนเกาะ โดยปีนี้ได้อนุมัติโครงการลงทุนไปแล้ว 223 โครงการ มูลค่ากว่า 9.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ (3.3 แสนล้านบาท) แต่เกาะฟู้ก๊วกยังคงขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ นี่จึงเป็นโอกาสดีสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจดังกล่าว

หาโอกาสขยายธุรกิจและการลงทุนในเวียดนาม ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์
อีเมล : ttc_hcmc@vnn.vn



ชีวิตติด “ชิป”

เมื่อการใช้ชีวิตในยุคปัจจุบันเดินหน้าควบคู่ไปกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต จึงมีมาให้เห็นอย่างต่อเนื่อง โดยหนึ่งในนั้นคือการฝังไมโครชิป ในร่างกายมนุษย์!

Shanti Korporaal หญิงสาวจากแดนจึงใจได้คิดค้นนวัตกรรมนี้ และจำหน่ายในชื่อ “Chip My Life” ซึ่งไมโครชิปที่มีขนาดเล็กเท่าเม็ดข้าวสารนี้จะถูกฝังไว้ที่มือของคน ผู้ที่ฝังไมโครชิปสามารถเปิดประตู และล็อกอินเครื่องคอมพิวเตอร์ได้โดยไม่ต้องใช้รหัสผ่าน

ข้ามมายังฝั่งยุโรป กลุ่มผู้ผลิต Smart Watch ยักษ์ใหญ่ในเยอรมนีได้สร้างสรรค์นวัตกรรมชิปเพื่อบันทึกข้อมูลส่วนบุคคลและใช้แทนบัตรประจำตัว ขณะที่บริษัทในสวีเดนก็ได้มีการฝังไมโครชิปในมือพนักงาน เพื่อใช้แทนบัตรพนักงานสำหรับคนที่สมัครใจจะใช้เทคโนโลยีนี้ แม้นวัตกรรมชิปจะยังเป็นที่ถกเถียงกันในวงกว้าง แต่นักพัฒนายังคงเดินหน้าพัฒนานวัตกรรมนี้ เพื่อรองรับโลกอนาคตที่ทุกอย่างจะเป็นดิจิทัลนั่นเอง

ที่มา: www.dailymail.co.uk, www.techtalkthai.com



“เนื้อสัตว์ปลูก” เขย่าการบริโภคทั่วโลก

หลังจากประสบความสำเร็จจากการผลิตไข่ที่ไม่ต้องมีไก่ บริษัท แฮมพ์ตันครีก สตาร์ทอัพผลิตโปรตีนทางเลือกกำลังวางแผนจะปล่อยผลิตภัณฑ์ใหม่ในปีหน้านั้นคือ เนื้อสัตว์ปลูก (In Vitro Meat) ที่มาจากการนำสเต็มเซลล์ในเนื้อสัตว์มาเพาะเลี้ยงให้เพิ่มจำนวนจนกลายเป็นเนื้อสัตว์ขึ้นมา ซึ่งเนื้อสัตว์ปลูกนั้นนอกจากจะช่วยยุติการทรมานหรือฆ่าสัตว์ ตลอดจนลดปัญหาผลกระทบที่เกิดจากการทำฟาร์มปศุสัตว์ในปัจจุบัน ยังถือเป็นการปฏิวัติธุรกิจเลี้ยงสัตว์และขายเนื้อสัตว์ครั้งใหญ่ของโลกเลยทีเดียว

ที่มา: www.futurism.com



ฝีมือไทย หัวใจอินเตอร์

จากธุรกิจตุ๊กตาประดิษฐ์ทำมือที่ขายตามห้างร้านภายในประเทศ สู่อุตสาหกรรมส่งออกที่มีลูกค้ารายใหญ่ทั้งทางฝั่งยุโรป อเมริกา และอาเซียน Thai Artborne คือหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกที่ยืนหยัดอยู่ในวงการสินค้าตกแต่งมายาวนานถึง 30 ปี โดยใช้หลักคิด “เข้าใจตัวเรา เข้าใจตลาด”

คุณเจี๊ยบ กุลทวี ถาวรพาณิชย์ ผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจ ผู้สานต่อกิจการรุ่นที่ 2 เล่าถึงที่มาของการพา Thai Artborne ออกสู่ตลาดต่างประเทศ

“หลังจากที่ตุ๊กตาเราได้รับการตอบรับในประเทศระดับหนึ่ง มีหลายเสียงแนะนำว่าสินค้าเรามีคุณภาพพอที่จะไปเปิดตลาดต่างประเทศได้ คุณแม่จึงตัดสินใจไปออกงานเทศกาล Christmas World ที่เยอรมนี กับกรมส่งเสริมการส่งออกเป็นที่แรก เพราะที่นั่นเป็นตลาดใหญ่ในวงการตุ๊กตาประดิษฐ์และของตกแต่งมีคนจากทั่วโลกไปหาซื้อของประดับจากงานนี้เยอะมาก และเราก็ได้ลูกค้าจากที่นี่”

ถึงแม้ตุ๊กตาของ Thai Artborne จะมีรูปลักษณ์แบบตะวันตกและใช้วัสดุนำเข้าจากต่างประเทศบ้าง แต่ฝีมือการประดิษฐ์ที่ละเอียดแบบไทยก็สร้างความโดดเด่นให้ชิ้นงานได้อย่างชัดเจน

“งานของเราเน้นรายละเอียดมาก เนื้อผ้า วัสดุ รอยเย็บ สี สัน เส้นด้ายต่างๆ ต้องเป็นไปตามที่ตกลงกับลูกค้า ฟีดแบคจากลูกค้ามักบอกว่าสินค้าเรามีคุณภาพ ไว้วางใจได้ ถึงแม้หน้าตาจะเป็นตุ๊กตาตะวันตกแต่ความประณีตบ่งบอกว่าเป็นผู้ผลิตคนไทย”

หลังจากมีลูกค้าประจำทั้งฝั่งยุโรปและอเมริกา คุณเจี๊ยบเล็งเห็นช่องทางการเพิ่มตลาดในอาเซียนด้วยเช่นกัน

“ปัจจุบันลูกค้าฝั่งเอเชียที่มีฝีมือคือ ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย ความตั้งใจตอนนี้คืออยากมีลูกค้าฝั่งอาเซียนเพิ่มขึ้น เช่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม เพราะเป็นกลุ่มที่มีคนนับถือศาสนาคริสต์เยอะอยู่เหมือนกัน สินค้าเราก่อนข้างตอบโจทย์วัฒนธรรมชาวคริสต์ เพราะเป็นสินค้าที่ใช้ตกแต่งในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ฮาโลวีน ฮีสเตอร์ การทำตลาดอาเซียนเราจะเป็นแนว B2C มากกว่า เป็นการประดับในบ้าน ในขณะที่ฝั่งยุโรปและอเมริกาเราจะได้แบบ B2B มีการสั่งล๊อตใหญ่ กลุ่มโรงแรม และห้างมักจะสั่งเพื่อไปตกแต่งสถานที่”

หากผู้ประกอบการหน้าใหม่สนใจเข้าสู่อุตสาหกรรมสินค้าตกแต่ง คุณเจี๊ยบแนะนำว่าการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าเป็นเรื่องสำคัญ

“จริงๆ ก็เหมือนอุตสาหกรรมอื่นๆ ผู้เล่นหน้าใหม่ต้องสร้างจุดเด่นของตัวเองให้ได้ เพราะถ้าผลิตของที่ซ้ำกับเจ้าเก่าๆ ส่วนใหญ่ลูกค้ายังเชื่อใจในการให้บริการ การเข้าใจงาน และการมีตัวตนจริงของเจ้าเก่าๆ สิ่งพวกนี้ยังสำคัญอยู่มาก เพราะเวลาส่งออก นั้นหมายถึงสินค้า scale ใหญ่ ไม่ใช่แค่ซื้อเป็น trial package ที่มีแค่ 100 ชิ้น ดังนั้นความเชื่อถือได้ในภาพรวม สเปกงาน การทำได้ตามจำนวน และที่สำคัญที่สุด วิธีคิดให้เข้าใจมาตรฐานโลก”

คุณเจี๊ยบฝากทิ้งท้ายว่า “การตั้งวิธิตดว่าทำอย่างไรจะให้ตลาดโลกยอมรับของไทยอาจจะไม่ถูกต้องนัก แต่ถ้าคิดว่าเราจะทำอย่างไรที่จะผลิตของไทยให้ตอบโจทย์ตลาดโลกได้น่าจะดีกว่า เพราะถ้าคุณเข้าใจแต่ตัวเอง แต่ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า สินค้าที่ทำมาก็อาจจะไร้ค่าได้เลย”

สนใจพัฒนาตลาดของตกแต่งบ้าน ติดต่อสำนักส่งเสริมการค้าไลฟ์สไตล์ โทร. 02 507 8363

จุดประกาย คิดสร้างสรรค์

เพราะเราไม่เคยหยุดที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ DITP จึงจัดโครงการ “เล่าสู่กันฟัง” สัณจร เพื่อพัฒนาศักยภาพของชาว DITP กันตลอดปี ล่าสุดเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2560 ที่ผ่านมา ได้ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) จัดกิจกรรม จุดประกายความคิดสร้างสรรค์ พร้อมกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของคุณค่าการออกแบบ และการนำความคิดสร้างสรรค์ ไปใช้พัฒนาธุรกิจ ทั้งการจัดนิทรรศการ การบรรยาย และเวิร์กชอป ให้ทันสมัยโดดเด่นยิ่งขึ้น

ต้องการร่วมกิจกรรมกับ DITP

ติดต่อ สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

โทร. 02 507 8268



จับคู่ธุรกิจอย่าง ทะลุบนล้านอีกครั้ง

โครงการจับคู่ธุรกิจอย่างพาราและผลิตภัณฑ์ยางเพื่อเร่งรัดการส่งออกของ DITP ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคมที่ผ่านมา ณ โรงแรมเบงค็อก แมริออท มาคิส ควินส์ปาร์ค ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย มีผู้นำเข้า 106 บริษัท จาก 27 ประเทศทั่วโลก และผู้ส่งออกไทย 91 ราย เข้าร่วมการเจรจาธุรกิจครั้งนี้ โดยมียอดสั่งซื้อรวมมากกว่า 26,431 ล้านบาท แบ่งเป็นยอดสั่งซื้อยางพาราธรรมชาติกว่า 24,350 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ยางมูลค่า 2,081 ล้านบาท

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

ติดต่อ สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

โทร. 02 507 8268





ฉลอง 25 ปี สัมพันธ์อาเซียน-อินเดีย

อินเดียเป็นพันธมิตรที่ใกล้ชิดกับอาเซียนมายาวนาน และในปีนี้ออกรับโอกาสครบรอบ 25 ปีความสัมพันธ์ กระทรวงพาณิชย์จะจับมือกับพันธมิตรจัดกิจกรรม ASEAN-India Expo and Forum ระหว่างวันที่ 2-5 สิงหาคม 2560 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ในหลายมิติ ทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว พร้อมแสดงศักยภาพของ 10 ประเทศอาเซียน และอินเดียให้เป็นที่ประจักษ์

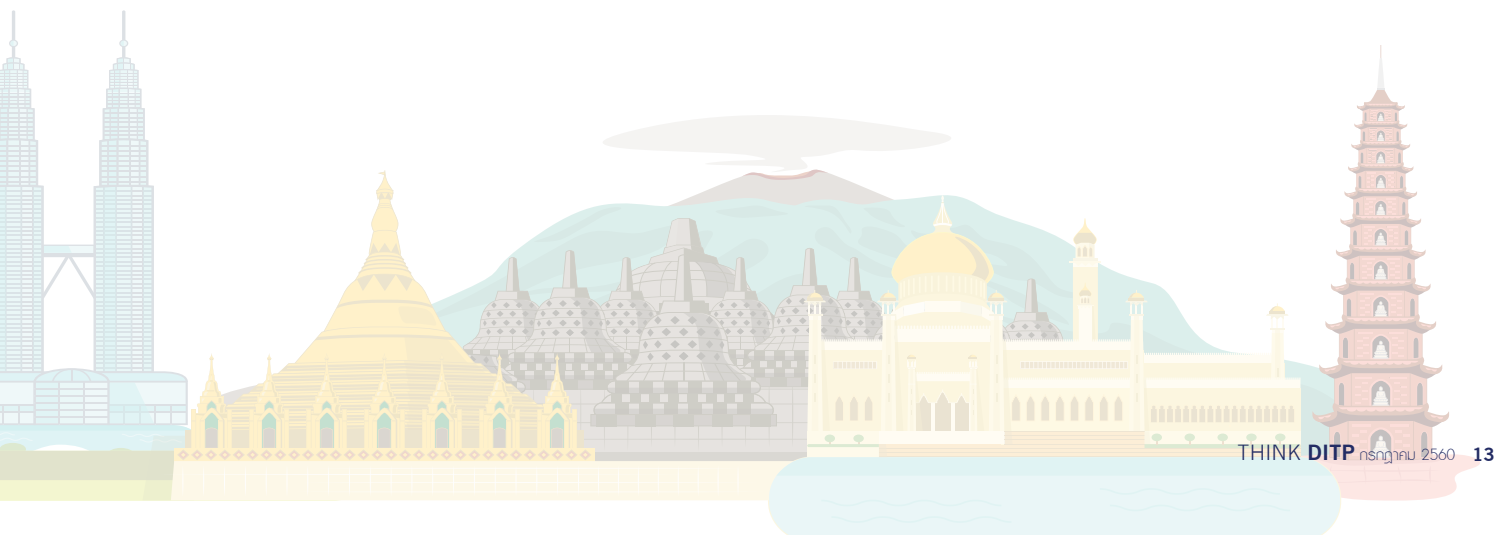
อัปเดตความเคลื่อนไหวในอาเซียนและประเทศคู่ค้าได้ที่
DITP Call Center 1169



ชาวลาวแห่ช็อป Top Thai Brands

ประสบความสำเร็จอย่างงดงามอีกครั้งสำหรับ งาน Top Thai Brands 2017 ณ นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว ระหว่างวันที่ 7-11 มิถุนายนที่ผ่านมา ซึ่ง DITP นำผู้ประกอบการแบรนด์ไทยขนสินค้าและบริการคุณภาพไปจำหน่ายให้ลูกค้าชาวลาว พร้อมเจรจาจับคู่ธุรกิจ มีผู้เข้าชมงานกว่า 50,000 คน โดยสินค้ายอดฮิตได้แก่ เสื้อผ้าและเครื่องประดับ อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าอุปโภคบริโภค ของตกแต่งบ้าน และสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม

สนใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับ DITP
ติดต่อ สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ
โทร. 02 507 8225





รู้ทันความหลากหลาย ก่อนพิชิตตลาดเวียดนาม



“เวียดนาม” เป็นตลาดศักยภาพสูงที่เนื้อหอมมากที่สุดแห่งหนึ่งในอาเซียน ด้วยเศรษฐกิจที่ขยายตัวสูง มีประชากรมากกว่า 90 ล้านคน ซึ่งร้อยละ 30 เป็นชนชั้นกลางที่กำลังซื้อสูง THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้จึงได้สัมภาษณ์ คุณปิตินันท์ สมนาวรวงศ์ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม ผู้มาซึ่งโอกาสทองทางธุรกิจที่ไม่ควรพลาด พร้อมวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเวียดนามแบบเจาะลึก เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จในตลาดที่ได้ชื่อว่าเป็น “ตลาดปราบเซียน” และกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

โอกาสการค้าและการลงทุนในเวียดนาม

ผู้ประกอบการไทยสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายในตลาดเวียดนาม ซึ่งมีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย ทำให้ไม่ต้องปรับเปลี่ยนสินค้า หรือใช้ทุนในการพัฒนาสินค้ามาก เหมือนกับการผลิตสินค้าเพื่อขายในตลาดยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ขณะเดียวกันสามารถเข้าไปแสวงหาวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้ในการผลิต ซึ่งเวียดนามมีวัตถุดิบมากและราคาถูกกว่าไทย เช่น อาหารทะเล เมล็ดกาแฟดิบ และอาจใช้เวียดนามเป็นฐานผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปตลาดโลกได้ด้วย

พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเวียดนาม

พฤติกรรมการบริโภคของชาวเวียดนามมีความแตกต่างกันตามภูมิภาคดังนี้ ชาวเวียดนามภาคเหนือนิยมซื้อสินค้าหรูหราเพื่อแสดงความร่ำรวย หรือเพื่อเลื่อนสถานะทางสังคม แต่จะไม่ใช้จ่ายเงินเพื่อสินค้าอุปโภคบริโภค ความบันเทิง หรือรับประทานอาหารนอกบ้าน

ส่วนคนภาคกลางมีนิสัยประหยัดมาก จึงนิยมซื้อของถูก ไม่สนใจแบรนด์ ด้านชาวเวียดนามภาคใต้เป็นคนหัวสมัยใหม่ เปิดรับดีไซน์ และนวัตกรรมใหม่ๆ ชอบซื้อสินค้าที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ความบันเทิง และรับประทานอาหารนอกบ้าน

ปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจ เพื่อเจาะตลาดเวียดนาม

ผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนค่านิยมในการซื้อสินค้าจากซื้อสินค้าราคาถูกมาเป็นคำนึงถึงคุณภาพ การออกแบบ ความปลอดภัย

สนใจสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามมากขึ้น คนเริ่มนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ แต่จะชำระค่าสินค้าเป็นเงินสด

ภาพลักษณ์ของสินค้าไทย

ใบสายตาชาวเวียดนาม

โดยภาพรวม ชาวเวียดนามมองว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าคุณภาพดี ราคาไม่แพงมาก สามารถซื้อหามาใช้ได้ หากแยกตามกลุ่มสินค้า มองว่าอาหารและเครื่องดื่มไทยมีรสชาติอร่อย มีมาตรฐานการผลิตที่ดี คุณภาพทัดเทียมกับสินค้าของยุโรปและสหรัฐอเมริกา และราคาไม่แพงเกินไป ส่วนสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านทุกยี่ห้อที่ผลิตในไทยมีคุณภาพดี คงทน และมีมาตรฐานระดับสากล

สินค้าและบริการไทยยอดนิยมในเวียดนาม

อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์รักษาความสะอาดประเภทของใช้ส่วนตัว และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ ชิ้นส่วนและอะไหล่รถยนต์ รถบรรทุกและรถจักรยานยนต์ และธุรกิจร้านอาหารไทย

กิจกรรมของ DITP

เพื่อส่งเสริมธุรกิจไทยในเวียดนาม

DITP และสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ จัดกิจกรรมประจำปี เพื่อส่งเสริมการค้าขายตลาดสินค้าและบริการไทยในเวียดนาม ได้แก่ งานแสดงสินค้า Top Thai Brand และงานแสดงสินค้า Mini Thailand Week รวมถึงจัดคณะผู้แทนการค้ามาเจรจาการค้าที่เวียดนามทุกปี

เห็นโอกาสทางธุรกิจในเวียดนามแบบนี้แล้ว ผู้ประกอบการไทยควรเร่งเตรียมตัวเองให้พร้อม เพื่อเข้าไปชิงส่วนแบ่งในตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถใช้เวียดนามเป็นสปริงบอร์ด สยายปีกธุรกิจไปยังตลาดโลกได้อีกทางหนึ่งด้วย

เกาะติดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเวียดนาม ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์

อีเมล: ttc_hcmc@vnn.vn

EXIM BANK

เปิดสำนักงานอย่างกึกก้อง มุ่งเจาะตลาดเมียนมา

เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2560 นายอภิศักดิ์ ตันติวรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เป็นประธานในพิธีเปิดสำนักงานผู้แทนธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ณ กรุงย่างกุ้ง เมียนมา โดยกรรมการและผู้บริหารธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) พร้อมด้วยผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของไทยและเมียนมา รวมทั้งผู้ส่งออกและนักลงทุนไทย เข้าร่วมงานเป็นสักขีพยาน ณ โรงแรม เซโดนา อย่างก้อง เมียนมา

นายอภิศักดิ์กล่าวว่า เมียนมาเป็นประเทศที่นักลงทุนทั่วโลกให้ความสนใจ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูง และมีนโยบายเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนมากขึ้น ทั้งนี้ การที่ EXIM BANK เลือกมาเปิดสำนักงานผู้แทนในกรุงย่างกุ้ง เมียนมา ซึ่งเป็นสำนักงานผู้แทนในต่างประเทศแห่งแรกของ EXIM BANK สะท้อนถึงความสำคัญที่ไทยให้กับเมียนมา ในระยะต่อไป นอกเหนือจากการอำนวยความสะดวกทางการเงิน ซึ่งเป็นภารกิจหลักของ EXIM BANK อยู่แล้ว ขอให้ EXIM BANK เป็นทูตมิตรภาพทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและเมียนมา อีกตำแหน่งหนึ่ง กล่าวคือ เป็นที่ปรึกษาให้ข้อมูลทางเศรษฐกิจ อำนวยความสะดวกประสานงานและการจับคู่ทางธุรกิจ และเชื่อว่าการเปิดสำนักงานผู้แทนในต่างประเทศในวันนี้ เป็นก้าวที่สำคัญก้าวหนึ่งของความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนของประชาชนและเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ

นายพิศิษฐ์ เสรีวิวัฒนา กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK เปิดเผยว่า จากแผนแม่บท 10 ปี (ปี 2560-2570) ของ EXIM BANK ที่มุ่งเป้าหมายจะเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ชั้นนาระดับโลกที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศของไทย โดยสอดคล้องกับแนวคิดไทยแลนด์ 4.0 แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี ของประเทศ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (ปี 2560-2564) EXIM BANK จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์หลักประการหนึ่งที่จะส่งเสริมการค้าและการลงทุน ด้วยการสร้างความต้องการสินค้าและบริการของไทยในประเทศตลาดหลักและประเทศตลาดใหม่ (Market Maker)



DITP พนักกำลัง กรมเจรจาการค้า ระหว่างประเทศ

ในยุคที่การค้ากำลังขับเคลื่อนอย่างเข้มข้น การพนักกำลังของหน่วยงานต่างๆ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะไม่เพียงช่วยสร้างความเข้มแข็ง และเพิ่มความสามารถในแข่งขัน แต่ยังเป็นการระดมกำลังกันเพื่อหาช่องทางและโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้ครบรอบด้านอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ DITP และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สองหน่วยงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์ จึงจับมือกันจัดงาน ASEAN-India Expo and Forum 2017 เนื่องในโอกาสฉลองครบรอบ 25 ปีความสัมพันธ์อาเซียน-อินเดีย ภายใต้แนวคิดหลัก “Strategic Economic Partnership & Connectivity” เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสองภูมิภาค และกระตุ้นความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ

ภายในงานแบ่งออกเป็นสองกิจกรรมหลัก คือ Expo การจัดแสดงสินค้าคุณภาพจากไทยและนานาประเทศ และ Forum การเสวนาพิเศษด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ตลอดจนการท่องเที่ยวจากผู้บริหารของหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ยังจัดให้มีการเจรจาทางธุรกิจและ Young Entrepreneurs Networking ที่มุ่งเน้นสร้างแรงบันดาลใจและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างนักธุรกิจรุ่นใหม่จากประเทศสมาชิกอาเซียนและอินเดียอีกด้วย

การจัดงานในครั้งนี้บรรลุตามที่ DITP และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศตั้งเป้าเอาไว้ เพราะ ASEAN-India Expo and Forum 2017 ได้ขยายความร่วมมือและโอกาสทางธุรกิจระหว่างสองภูมิภาคเพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน และยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสู่ความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ของทั้งสองภูมิภาคอีกด้วย โดย DITP และหน่วยงานพันธมิตรตั้งเป้าจะจัดงานดีๆ แบบนี้อีกต่อเนื่องแน่นอน

สนใจเข้าร่วมกิจกรรมกับ DITP ติดต่อสอบถามที่ Call Center 1169

1 รายในทุก 3 นาที สถิติธุรกิจล้มละลายทั่วโลก!

“คู่ค้าล้มละลาย” คือข่าวที่ผู้ทำการค้าไม่อยากได้ยิน และภาวนาอย่าให้เกิดขึ้นกับตน อย่างไรก็ตาม ความจริงที่โหดร้ายนี้มักเกิดขึ้นแบบกะทันหันอย่างไม่ทันได้ตั้งตัว เนื่องจากคู่ค้าที่มีฐานะทางการเงินน่าเป็นห่วงมักปกปิดไม่ให้รู้ฐานะทางการเงินที่แท้จริงของตน โดยสถิติการล้มละลายที่จัดทำโดยสถาบันประกันการส่งออกชั้นนำของโลก ระบุว่าในทุก 3 นาทีมีบริษัทล้มละลาย 1 ราย ซึ่งเป็นตัวเลขที่มีนัยสำคัญอย่างมากต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

บริษัทที่ปรึกษาธุรกิจอย่าง Gavin/Solmonese LLC ให้ความเห็นว่าธุรกิจที่ซื้อค้าล้มละลายคือธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2560 สอดคล้องกับ Euler Hermes บริษัทรับประกันด้านเครดิตรายใหญ่ของโลก ที่ระบุว่าในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2559 มีบริษัทค้าปลีกล้มละลายมากเป็นอันดับสองรองจากธุรกิจบริการ และเกิดขึ้นทั้งในสหรัฐฯ แคนาดา ยุโรป รวมถึงญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ส่วนหนึ่งเพราะการค้าออนไลน์เติบโตขึ้นมากนั่นเอง

Euler Hermes ยังประเมินด้วยว่าในปี 2560 ภูมิภาคที่คาดว่าจะมีจำนวนธุรกิจล้มละลายมากที่สุด คือ ลาตินอเมริกา แอฟริกา และตะวันออกกลาง ขณะที่ประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย เช่น ยุโรป และอเมริกาเหนืออย่างสหรัฐฯ และแคนาดา แม้ความเสี่ยงจะไม่สูงเท่ากับประเทศดังกล่าวแต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ดังนั้น เพื่อความไม่ประมาทและลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น ผู้ส่งออกควรตรวจสอบฐานะทางการเงินของคู่ค้าอย่างรอบคอบ ตลอดจนติดตามข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าควบคู่ไปด้วย

สามารถติดต่อขอรับข้อมูลคู่ค้าจากฝ่ายรับประกันการส่งออก ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยได้ที่ 0-2271-3700 ต่อ 1731-1744

ที่มา: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย





TIDE
THAILAND INNOVATION
AND DESIGN EXPO 2017

Part of:



CREATE.
INNOVATE.
TRANSFORM.

THAILAND INNOVATION AND DESIGN EXPO 2017

14 - 17 SEPT 2017
QUEEN SIRIKIT NATIONAL
CONVENTION CENTER

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

DITP HOT LINE 1169
Tel: 02-507-8270
Fax: 02-547-4236

Email: thailandinnodesign2017@gmail.com
Website: www.thailandinnodesign.com
Facebook: Thailand Innovation and Design Expo

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND

แอม ศีรประภา

“นอกจากงานบันเทิง ตอนนี้แอมก็มีธุรกิจครีมบำรุงผิว Begin Again เป็นครีม Overnight Mask ที่แอมตั้งใจอยากให้คนไทยได้ใช้ของคุณภาพเหมือนแบรนด์ต่างประเทศ โดยที่ราคายังจับต้องได้สำหรับคนไทย สารสกัดในครีมแมนำเข้าจากสวิตเซอร์แลนด์และฝรั่งเศสทั้งหมด ครีมมาสก์หน้านี้จะเป็นตัวช่วยเสริมและฟื้นฟูผิวให้สุขภาพดีขึ้น หลักๆ ตอนนี้แอมส่งออกประเทศลาวและจีน และกำลังขอคำแนะนำจาก DITP ว่ามีช่องทางเจาะตลาด skincare ประเทศไหนได้อีก

ตอนแรกแอมรู้จัก DITP จาก social media เลยลองติดต่อ พอได้มาคุยจริงๆ DITP มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการมาก ตอนนี้แอมกำลังสนใจ T Mark เพราะแนวคิดของโครงการนี้เข้ากับการทำธุรกิจของเราที่ใส่ใจคุณภาพตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต แรงงาน สังคม และสิ่งแวดล้อม เรียกว่าตลอดห่วงโซจนถึงมือผู้บริโภค บริษัทเรามีกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นประจำอยู่แล้ว ทั้งการให้ทุนสนับสนุนกลุ่มเด็กนักฟุตบอลในชุมชนแออัด ล่าสุดเราไปสร้างห้องน้ำบนดอยให้กับกลุ่มแพทย์ พอ.สว. (มูลนิธิแพทย์อาสาสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี) และกิจกรรมต่อเนื่อง เราจะพาคณะแพทย์ไปตรวจสุขภาพคนบนดอย กิจกรรมทั้งหมดเราแบ่งกำไรที่เราขายของมาช่วยสังคมแบบนี้

แอมเชื่อว่าตรา T Mark จะช่วยให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในแบรนด์ ได้ทั้งเรื่องคุณภาพสินค้าและคุณธรรมของผู้ประกอบการ เป็นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าได้ เพราะมีการรับรองจาก DITP ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลเรื่องส่งออกโดยตรง ลองติดต่อเข้ามาจะคะ แล้วคุณจะได้ช่องทางดีๆ กลับไปแน่นอน”

สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการของสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า รวมทั้ง T Mark ติดต่อ 02-507-8266 หรือเข้าชมที่ www.thailandtrustmark.com

แอม ศีรประภา สุขดำรงค์

นักแสดงและเจ้าของแบรนด์
Begin Again

ปฏิทินกิจกรรม และการสัมมนา

การจัดเตรียม
เอกสารส่งออก
1 ก.ย. - 15 ต.ค. 60

เทคนิคการเจรจา
การค้าระหว่างประเทศ
สู่ความสำเร็จ
1 ก.ย. - 15 ต.ค. 60

ความรู้เบื้องต้น
ด้าน e-commerce
1 ก.ย. - 15 ต.ค. 60

พิธีการศุลกากร
และตัวแทนออกของ
1 ก.ย. - 15 ต.ค. 60

I must not
**serve a distant
neighbour** at
the expense of
the nearest.

เราต้องไม่ดูแลคนไกล
จนเบียดเบียนคนใกล้ตัว

Mahatma Gandhi

THINK **TRADE** THINK **DITP**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

