กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

DITP

THINK TRADE

ปีที่ 7 ฉบับที่ 74 / สิงหาคม - กันยายน 2561

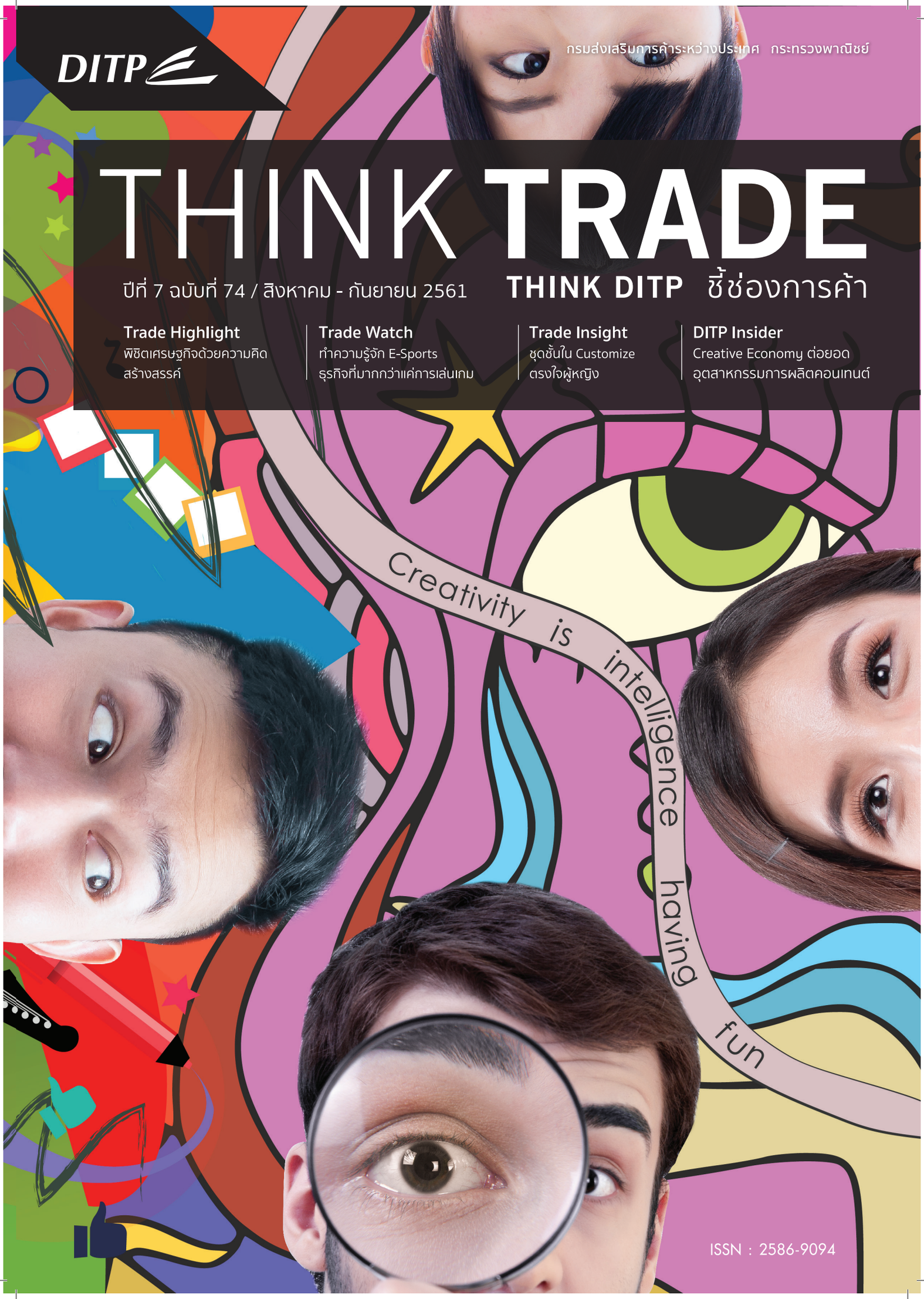
THINK DITP ชี้ช่องการค้า

Trade Highlight
พิชิตเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์

Trade Watch
ทำความรู้จัก E-Sports ธุรกิจที่มากกว่าแค่การเล่นเกม

Trade Insight
ชุดชั้นใน Customize ตรงใจผู้หญิง

DITP Insider
Creative Economy ต่อยอดอุตสาหกรรมการผลิตคอนเทนต์



ISSN : 2586-9094

Organized by

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND

BANGKOK GEMS & JEWELRY FAIR 62nd EDITION
SEPTEMBER 2018

7-11 SEPTEMBER 2018

Challenger Hall 1-3, IMPACT Muang Thong Thani
Bangkok, Thailand

For more information, please contact
DITP Call Center 1169
T: +66 2507 8392-3
www.bkkgems.com
www.ditp.go.th
bkkgems@ditp.go.th
bangkokgemsofficial

สารบัญ

CONTENT

04 Trade Highlight
06 Trade Insight
08 Happening
10 Trade Watch
12 DITP Society
14 DITP Insider
16 Friend of DITP
18 Trade Talk
20 DITP Review
21 DITP Club
22 DITP Calendar
23 Healthy Thought

ที่ปรึกษา:
อธิบดี
จันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
รองอธิบดี
วรรณภรณ์ เกตุทัต
ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
บรรณาธิการบริหาร จันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
รองบรรณาธิการบริหาร จักรินทร์ โกมลศิริ
บรรณาธิการบทความ เอกธิดา วงศ์กำแหง
บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ อาจพงษ์ ฉันทภิญญา
กองบรรณาธิการ
สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
www.ditp.go.th
DITP Call Center 1169

หมายเหตุ กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์

www.thinktradethinkditp.com

บทบรรณาธิการ

EXECUTIVE EDITOR

สวัสดีค่ะ

เศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา Creative Economy หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เป็นการพัฒนาสินค้าและบริการในรูปแบบเดิมด้วยการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ การพัฒนานี้เน้นสร้างสินค้าและบริการใหม่เชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรมเดิม ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรืออุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) ดังจะเห็นความสำเร็จนี้จากการส่งออกของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครจากประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี หรือแม้กระทั่ง Bollywood ของอินเดีย โดยธุรกิจที่อยู่ในข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นอกจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครแล้วยังมี งานโฆษณา สถาปัตยกรรม งานฝีมือ การออกแบบ แฟชั่น รวมไปถึงงานพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

หากมองมาที่ประเทศไทยนั้น ได้เริ่มก้าวเข้าสู่ Creative Economy Industry เต็มตัว โดยอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ประกอบไปด้วยภาพยนตร์ เกม แอนิเมชัน กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี 2560 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถทำรายได้ในประเทศประมาณ 4,370 ล้านบาท ส่วนอุตสาหกรรมแอนิเมชันยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 118 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2562 อีกด้วย จากความสำเร็จนี้เป็นดัชนีชี้วัดได้ว่า ชิ้นงานที่ใส่ความคิดสร้างสรรค์และแตกต่าง ผสมผสานกับวัฒนธรรมความคิดที่ละเอียดอ่อนของคนไทย สามารถผลักดันสินค้าทั้งในรูปแบบคอนเทนต์หรือบริการ รวมทั้งผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภคต่างๆ ออกสู่สากลได้อย่างแตกต่าง และน่าสนใจ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ผลักดันและทำงานแบบบูรณาการร่วมกันหลายฝ่าย และพร้อมที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม จึงมีโครงการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการให้เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการสร้างเวทีเพื่อผู้ประกอบการไทยได้แสดงศักยภาพต่อผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า STYLE ที่เน้นสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก (SMEs) กลุ่ม Creative Startup และผู้ประกอบการหน้าใหม่ (The New Faces) ที่มีสินค้าที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ พร้อมเปิดตลาดต่างประเทศ หรือการจัดงาน THAIFEX – World of Food Asia 2018 แหล่งรวมเทคโนโลยี และนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ ทางด้านอาหาร เพิ่มมูลค่าและปรับเปลี่ยนรูปร่างหน้าตาผลิตภัณฑ์อาหารเดิมๆ ให้กลายเป็น Creative Food

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ จะขอพาทุกท่าน เข้าสู่สังคมแห่งความคิดสร้างสรรค์ การประยุกต์ และเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งรูปแบบสินค้าและบริการ เพื่อขยายฐานการตลาดและเชื่อมโยงสู่เศรษฐกิจโลก (Local to Global)

จันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)
กระทรวงพาณิชย์

พิชิตเศรษฐกิจ ด้วยความคิดสร้างสรรค์

Creative Economy หมายถึงสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีการใส่ความคิดสร้างสรรค์ ในบริบทของวัฒนธรรม สังคม ชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมนั้นๆ อย่างเช่นการเผยแพร่เรื่องอาหารผ่านละคร ภาพยนตร์ของประเทศเกาหลี หรือการเน้นเรื่อง Blue Ocean ของมาเลเซียกับนโยบาย Creative Economy ซึ่งหากพิจารณาแล้ว ไม่ได้มีเพียงแค่เรื่องของอุตสาหกรรมความบันเทิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ยังรวมถึงเรื่องของการผลิตและการบริการทางวัฒนธรรม และการออกแบบสินค้าที่ใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงในชิ้นงานอีกด้วย

การขับเคลื่อนนี้ทำให้มีการเพิ่มมูลค่าในสินค้าหรือบริการต่างๆ สูงขึ้น จากศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ พบว่ามูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ปี 2557 มีมูลค่าสูงถึง 1.61 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 359,515 ราย จำนวนการจ้างงานอาชีพสร้างสรรค์ 860,654 คน และในด้านสถิติทางทรัพย์สินทางปัญญาพบว่าในปี 2558 มีจำนวนการจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ของคนไทย 2,090 ครั้ง

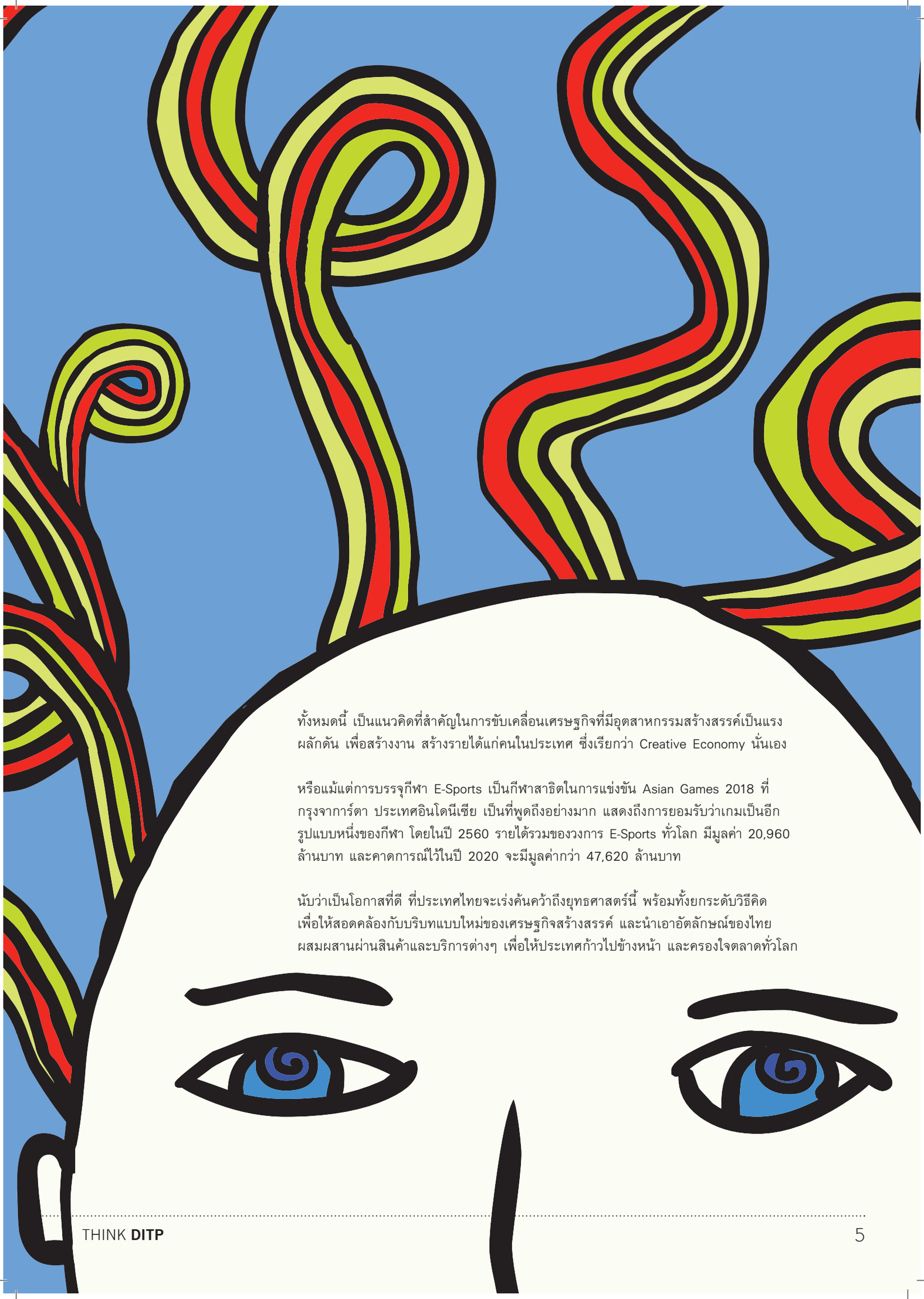
เนื่องด้วยสภาวะของสังคมสมัยใหม่นี้การตัดสินใจซื้อขายของลูกค้าจะอยู่ที่ความสุขทางใจมากกว่าลักษณะทางกายภาพของสินค้าและคุณภาพสินค้า Creative Economy จึงมีความสำคัญมากที่จะทำให้ประเทศนั้นก้าวไปข้างหน้า แต่สิ่งที่จะทำให้ระบบนี้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องให้ภาครัฐช่วยในการสร้างบรรยากาศ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ ได้ใช้เป็นพื้นที่หรือแรงบันดาลใจที่จะผลิตผลงานต่างๆขึ้นมา

การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ให้กับสินค้าและบริการของไทยจึงเป็นสิ่งที่ต้องนำมาใช้ยกระดับความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เดิมสู่อุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (New S-Curve) เพื่อให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโตไปพร้อมกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น เช่น ดิจิทัลเทคโนโลยี ของกลุ่ม Startup

ทางด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ก็เช่นเดียวกัน มีการขยายตลาดภาพยนตร์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยการเข้าร่วมกับกลุ่มทุนของจีน ในนามของ Legendary Picture แสดงให้เห็นว่าจีนเป็นตลาดใหญ่ที่ต้องให้ความสำคัญ ซึ่งวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้มีการปรับตัวสร้างคอนเทนต์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น มีการทำ Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับนักลงทุน ผู้ผลิต ผู้สร้าง ผู้กำกับ อย่างเช่นงาน FILMART 2018 และงาน Cannes Film Festival 2018 เกิดการลงทุน ซื้อขาย ร่วมผลิตระหว่างประเทศ การรับจ้างผลิต และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบันเทิงไทยในตลาดโลก อย่างที่เคยเกิดขึ้นกับการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงของประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น และอินเดียมาก่อนหน้านี้

Bloody Bunny

สาวน้อยในร่างตุ๊กตากระต่ายโหด ที่มาพร้อมการต่อสู้อันดุเดือดกับเหล่าตุ๊กตาชั่วร้าย โดย บริษัท ทูสปอต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด บริษัทออกแบบคาแรคเตอร์และเจ้าของลิขสิทธิ์ชั้นนำของเมืองไทย "บลัดดี้ บันนี่" มาพร้อมเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นต่างจากคาแรคเตอร์กระต่ายทั่วไป คว้ารางวัลการออกแบบคาแรคเตอร์มาแล้วมากมาย ประสบความสำเร็จในตลาดลิขสิทธิ์ระดับสากล อาทิ ฮ่องกง จีน ญี่ปุ่น อิสราเอล และสิงคโปร์



ทั้งหมดนี้ เป็นแนวคิดที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นแรงผลักดัน เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้แก่คนในประเทศ ซึ่งเรียกว่า Creative Economy นั่นเอง

หรือแม้แต่การบรรจุกีฬา E-Sports เป็นกีฬาสาธิตในการแข่งขัน Asian Games 2018 ที่กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เป็นที่พูดถึงอย่างมาก แสดงถึงการยอมรับว่าเกมเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของกีฬา โดยในปี 2560 รายได้รวมของวงการ E-Sports ทั่วโลก มีมูลค่า 20,960 ล้านบาท และคาดการณ์ไว้ในปี 2020 จะมีมูลค่ากว่า 47,620 ล้านบาท

นับว่าเป็นโอกาสที่ดี ที่ประเทศไทยจะเร่งค้นคว้าถึงยุทธศาสตร์นี้ พร้อมทั้งยกระดับวิธีคิดเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทแบบใหม่ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนำเอาอัตลักษณ์ของไทยผสมผสานผ่านสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ประเทศก้าวไปข้างหน้า และครองใจตลาดทั่วโลก

1 สหรัฐอเมริกา
ชุดชั้นใน Customize ตรงใจคุณผู้หญิง

ปัจจุบันการผลิตสินค้าแบบ Customize หรือสินค้าที่ปรับแต่งให้เข้ากับผู้ซื้อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้รับความนิยมมาก วงการชุดชั้นในของสหรัฐอเมริกาเริ่มใช้กลยุทธ์นี้กันมากขึ้น มีผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่ผลิตชุดชั้นในสตรีได้ผสมผสานความสะดวกสบายให้เข้ากับชุดชั้นในทั้งในรูปแบบเก่าและใหม่ เช่นเรื่องของการเพิ่มขนาดหรือไซส์ ที่มีมากกว่า 24 ขนาด แก้ปัญหาความไม่พอดีขณะสวมใส่ หรือการใช้วัสดุที่สวมใส่สบายตามไลฟ์สไตล์ผู้สวมใส่ การเปลี่ยนแปลงนี้ได้รับความสนใจจากลูกค้าผู้หญิงมากกว่า 1 ล้านคน ถือเป็นกลยุทธ์ที่ดีสำหรับผู้ประกอบการชุดชั้นในไทยในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ นำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใครเข้าไปเจาะตลาดกลุ่มสุภาพสตรีในสหรัฐอเมริกาได้

เจาะกลุ่มตลาดชุดชั้นในสตรีในสหรัฐอเมริกา
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก
อีเมล : ttcc@thaitradechicago.com

2 เนเธอร์แลนด์
นำเข้าบริการต่างประเทศสดใส

สำนักงานสถิติดัชต์ CBS รายงานตัวเลขการเติบโต การนำเข้าบริการต่างประเทศ อาทิ บริการด้านการตลาด ของบริษัทในเนเธอร์แลนด์ ไตรมาสแรกในปี 2018 พบว่ามีมูลค่ารวม 16 พันล้านยูโร คิดเป็นร้อยละ 36 ของการนำเข้าบริการทั้งหมด เพิ่มขึ้นร้อยละ 54 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2014 โดยเฉพาะบริการด้านการตลาดและตัวแทนเจรจาการค้า ในการนำเข้าบริการทางธุรกิจของกลุ่มประเทศอาเซียนอาจยังอยู่ในระดับต่ำแต่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยเพิ่มจาก 1.17 พันล้านยูโร เป็น 2.64 พันล้านยูโร ในปี 2018 ผู้ประกอบการไทยควรมองหาโอกาสในการเปิดตลาดเพื่อนำเสนอบริการของตนสู่ตลาดเนเธอร์แลนด์ต่อไป

ศึกษาข้อมูลเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการในเนเธอร์แลนด์
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเฮก
อีเมล info@thaitradehague.com

3 เยอรมนี
หัวปลี สินค้ายอดฮิตติดครัว

อาหารเพื่อสุขภาพกำลังมาแรงในเยอรมนี โดยเฉพาะกลุ่มผู้รักสุขภาพและผู้รับประทานมังสวิรัติ ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มองหาอาหารที่มีคุณประโยชน์และแคลอรี่ต่ำ หัวปลีจึงเป็นพืชผักที่ได้รับความนิยมเนื่องจากในหัวปลีมีเส้นใยที่มีความเหนียวสามารถใช้ทดแทนเนื้อสัตว์ได้ และให้พลังงาน 17 แคลอรี่ต่อ 100 กรัม ทำให้ไม่อ้วน จึงเป็นโอกาสอันดีของผู้ประกอบการไทยที่จะส่งออกสินค้าแปรรูป หรืออาหารสำเร็จรูปที่มีหัวปลีเป็นส่วนประกอบไปประเทศเยอรมนี รวมถึงการขยายตลาดในช่องทางออนไลน์สำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพและผู้รับประทานมังสวิรัติที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่อีกด้วย

เปิดตลาด ขยายช่องทางสินค้าเกษตรสู่เยอรมนี
ติดต่อ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม
โทร 02 507 8383

4 สาธารณรัฐประชาชนจีน
พลิกเกม ตลาด E-Commerce

บริษัทที่ดำเนินธุรกิจออนไลน์ (E-Commerce) กำลังเติบโตในจีน มีการระดมทุนในระดับยูนิคอร์น (การระดมทุนมากกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือ 32,700 ล้านบาท) มุ่งพัฒนาทางกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความท้าทายทางด้านเทคโนโลยีและความสามารถในการปฏิบัติงานทั้งเรื่องความสำคัญของข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) และปัญญาประดิษฐ์ (AI : Artificial Intelligence) หรือการทำให้คอมพิวเตอร์สามารถคิดหาเหตุผลและเรียนรู้ได้เหมือนสมองมนุษย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการหาช่องทางในการขยายตลาดจากออฟไลน์สู่ออนไลน์มากยิ่งขึ้น ถือเป็นโอกาสอันดีสำหรับบริษัท Startup ของไทย ที่จะเปิดช่องทางในการพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเจาะตลาดในกลุ่มชาวจีนที่มีฐานตลาดขนาดใหญ่นี้ได้

ปรึกษาและก้าวสู่ตลาดจีนด้วยธุรกิจ E-Commerce
ติดต่อ สำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล
โทร 02 507 7825

5 ออสเตรเลีย
ลดภาษีสร้างหนัง กระตุ้นอุตสาหกรรมบันเทิง

นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในออสเตรเลียช่วยผลักดันออสเตรเลียเข้าสู่เศรษฐกิจแห่งนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ โดยจะเริ่มใช้นโยบายนี้ตั้งแต่ปี 2562 ถึงปี 2565 คาดว่าจะสามารถจ้างงานทั้งนักแสดงและทีมงานการผลิตภาพยนตร์ได้มากกว่า 3,000 อัตรา สนับสนุนภาคธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกว่า 6,000 แห่งต่อปี สามารถดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาใช้สถานที่ในการถ่ายทำได้มากกว่า 260 ล้านเหรียญออสเตรเลีย (6,200 ล้านบาท) ซึ่งนโยบาย Australian Screen Production Incentive Tax ของภาครัฐนี้ ได้เพิ่มอัตราการลดหย่อนภาษี Location Offset จากเดิมร้อยละ 16.5 เป็นร้อยละ 30 สำหรับนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาสร้างภาพยนตร์ในออสเตรเลียภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด สำหรับประเทศไทยหากมีมาตรการการกระตุ้นนำเสนอจุดเด่นและเสน่ห์ความเป็นไทยให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลกได้เห็นถึงศักยภาพที่มี การเติบโตของภาคธุรกิจบริการ การท่องเที่ยวและธุรกิจในท้องถิ่นก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

สนใจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ
ติดต่อ สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ
โทร 02 507 8424

6 ญี่ปุ่น
เสื้อผ้าขาวที่ไม่เลอะอีกต่อไป

การเลอะเปรอะเปื้อน ของเสื้อผ้าที่สวมใส่ระหว่างวัน โดยเฉพาะผ้าสีขาวที่เลอะและเห็นได้ชัดจะหมดไป ญี่ปุ่นได้คิดค้นนวัตกรรมที่ทำให้คราบสกปรกไม่เกาะติดเนื้อผ้า ด้วยการเคลือบสารฟลูออรีนที่เป็นส่วนประกอบของสารที่เคลือบอยู่บนผิวกระทะเทฟลอน ทำให้ผ้านั้นมีคุณสมบัติ Non-Stick ไม่ว่าจะทำซอส กาแฟ หรือแม้กระทั่งสีหกใส่ ก็ทำความสะอาดได้ง่ายเพียงแค่เช็ดออก โดยคราบสกปรกจะไม่ซึมเข้าเนื้อผ้า นับเป็นนวัตกรรมต้นแบบที่ผู้ผลิตเสื้อผ้าของไทย สามารถนำมาแก้ปัญหาและอำนวยความสะดวกแก่ผู้สวมใส่ได้ และสามารถนำไปผลิตสินค้าที่ตรงใจผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นได้มากขึ้น

เพิ่มขีดความสามารถด้านการออกแบบ
ติดต่อ สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
โทร 02 507 8262

Eggy Egg

เอ้กกี้ (Eggy) ลูกเจี๊ยบสีขาวตัวสุดท้องจอมกวน คาแรคเตอร์ล่าสุดจากเดอะมั่งค์ สตูดิโอ สร้างขึ้นในปี 2559 เป็นที่รู้จักในวงกว้างจากการเข้าร่วมงานต่างๆ ในต่างประเทศ มีสติกเกอร์ Line ออกมาแล้ว 2 ชุด และจากการสนับสนุนของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้ไปร่วมงานแสดงสินค้าที่ Tokyu Hands ประเทศญี่ปุ่น ล่าสุดเพิ่งออก KakaoTalk Emoticon ที่เกาหลีในปี 2561

อวสานโลหะ

วัสดุสำคัญที่มีประวัติศาสตร์ การค้นคิดและนำมาใช้อย่างยาวนานอย่างโลหะ กำลังจะเปลี่ยนไป ด้วยการคิดค้นแบบนอกกรอบ กับวัสดุใหม่ที่ไม่เคยมีในโลกมาก่อน นั่นคือกราฟีน

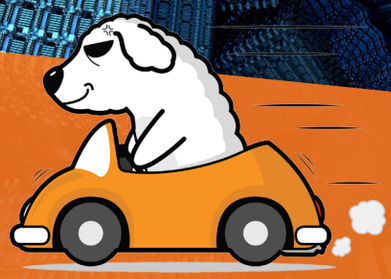
กราฟีนเป็นวัสดุที่มีความหนาเพียงหนึ่งอะตอม (บางกว่าเส้นผมมนุษย์ถึง 1 ล้านเท่า) แต่มีความแข็งแรงสูงกว่าเหล็กกล้าถึง 200 เท่า น้ำหนักเบา ยืดหยุ่นสูง รวมทั้งยังนำความร้อนและไฟฟ้าได้ดี ลดน้ำหนักของชิ้นส่วนที่ใช้ในอุตสาหกรรมอากาศยาน พร้อมทั้งเพิ่มความแข็งแรงและความแข็งของวัสดุให้สูงขึ้น

การค้นพบและนำไปใช้นี้จะพลิกโฉมด้านวัสดุศาสตร์ สร้างคุณประโยชน์มากมายให้กับมนุษยชาติ เช่นการพัฒนายานอวกาศไร้เชื้อเพลิงที่ใช้แสงอาทิตย์เป็นพลังงานทดแทน หรือการใช้กราฟีนทำเป็นผิวหนังเทียม ที่มีความยืดหยุ่นเป็นพิเศษและนำไฟฟ้าได้ช่วยให้ผู้สวมอวัยวะเทียม สามารถรับรู้ถึงการสัมผัสได้

ที่มา : www.sandvik.coromant.com

Rudolph the Awesome

หมาน้อยตัวขาวที่ไม่ขาวใสเหมือนสีขน ฉาบไปด้วยความเจ้าเล่ห์แสนกล เป็นเจ้าแห่งการบงการหลอกใช้มนุษย์ด้วยไอคิว 200 และบุคลิกที่ไม่เหมือนหมาตัวไหนๆ สร้างสรรค์โดย บริษัท เอ็กซ์ฮาบิชั่น จำกัด



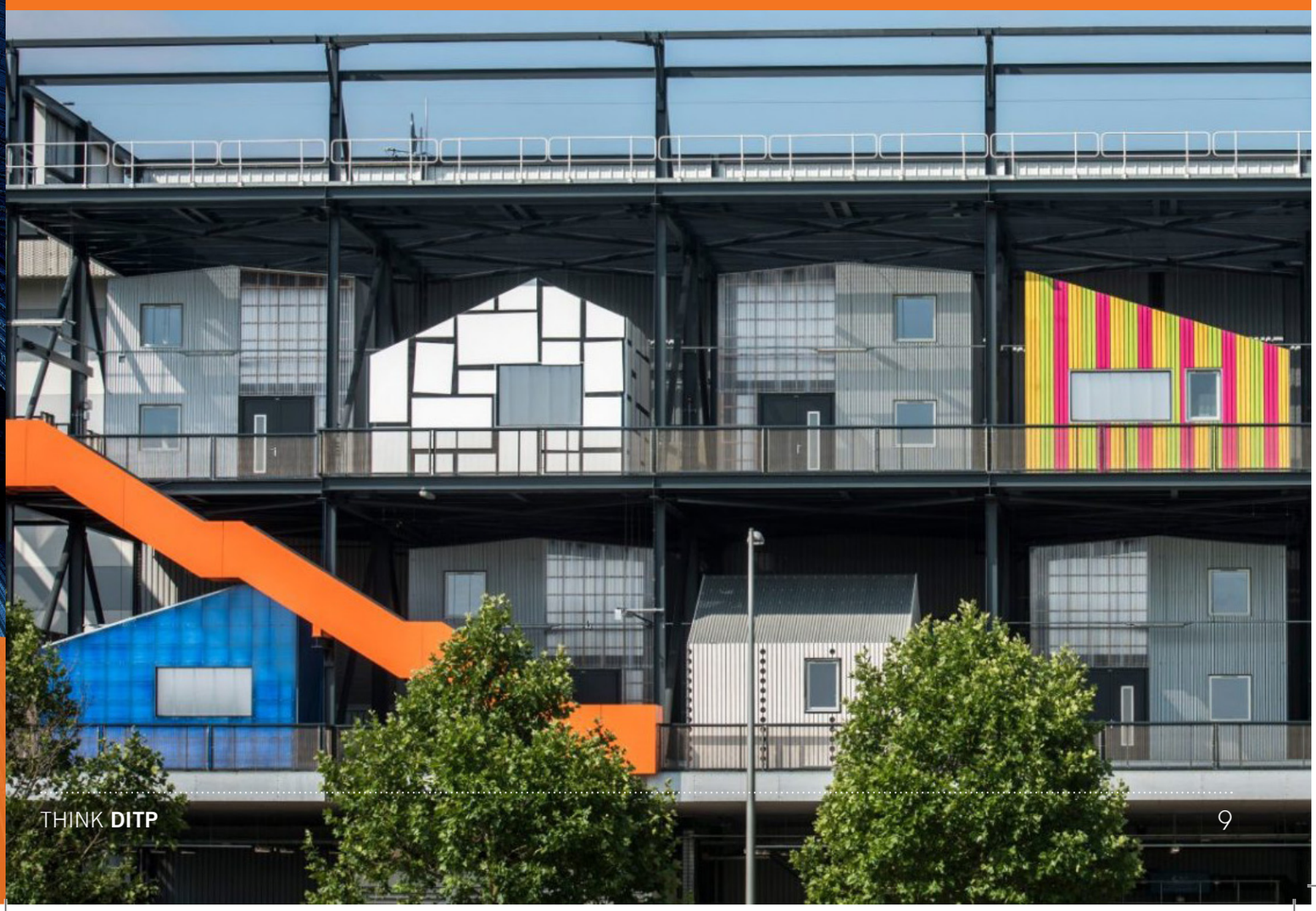
พื้นที่สวรรค์ของคนชอบคิด The Trampery

หากคุณเป็นครีเอทีฟอิสระ ที่ชอบคิด ริเริ่มสิ่งใหม่ๆ หรือต้องการสร้างธุรกิจแบบ Startup แต่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ทำงาน The Trampery ตอบโจทย์ทุกๆ อย่างได้

The Trampery พื้นที่สร้างสรรค์ที่คิดมาเพื่อคนทำงานสายครีเอทีฟโดยเฉพาะ กับ Co-working Space ที่ตั้งอยู่บริเวณถนนโอลด์สตรีท มหานครลอนดอน ประเทศอังกฤษ โดยมีอุปกรณ์รองรับผู้ประกอบการและ Startup ใหม่ๆ เช่น ห้องสตูดิโอถ่ายภาพสำหรับคนทำงานสายโฆษณา สตูดิโอมิกซ์เสียงสำหรับงานด้านดนตรี หรือห้องปฏิบัติการสายแฟชั่นสำหรับดีไซน์เนอร์

นอกจากนี้ยังมีการจัด Workshop จากผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ เปิดโอกาสให้นักครีเอทีฟรุ่นใหม่ได้เข้ามาฝึกฝน และปรึกษาอยู่เป็นประจำ ที่สำคัญมีเพื่อนร่วมสายอาชีพ มาร่วมคิดร่วมผลักดันธุรกิจแบบเพื่อนไม่ทิ้งกันอีกด้วย นับว่าเป็น Co-working Space ที่เอาใจนักครีเอทีฟโดยเฉพาะ ส่วนผู้ที่ต้องการเข้าไปใช้บริการต้องมีการลงทะเบียนและแจ้งความจำนงในการเข้าไปใช้งานว่ามาจากสาขาอาชีพใดทาง The Trampery จะทำการคัดเลือกต่อไป

ที่มา : www.thetrampery.com



ทำความรู้จัก E-Sports
ธุรกิจที่มากกว่าแค่การเล่นเกม

ในช่วงที่ผ่านมา E-Sports (Electronics Sports) ถูกกล่าวถึงและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ในฐานะกีฬารูปแบบใหม่ที่ต่อยอดมาจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมในมือถือทั่วไป E-Sports คือการแข่งขันกีฬารูปแบบหนึ่งที่ชิงชัยกันผ่านเกมคอมพิวเตอร์ โดยมีการจัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการและมีกติกาที่ชัดเจน ซึ่งนักกีฬา E-Sports จะต้องมีวินัยในการซ้อมเพื่อฝึกทักษะและหาเทคนิคการเล่นใหม่ๆ ไม่ต่างจากกีฬาชนิดอื่นๆ E-Sports ที่มีผู้เล่นมากที่สุดในโลก คือ เกม LoL (League of Legends) ซึ่งเป็นเกมแนววางแผนการรบที่ต้องเล่นเป็นทีม (Multiplayer Online Battle Arena : MOBA) ปัจจุบันมีผู้เล่นราว 100 ล้านคนทั่วโลก นอกจากนี้ ยังมีเกมอื่นๆ ที่ได้รับความนิยม อาทิ CoD (Call of Duty), DOTA 2, Hearthstone, Overwatch รวมถึง AoV (Arena of Valor) ที่ชาวไทยรู้จักในนาม RoV (Realm of Valor)

ปัจจุบัน E-Sports เป็นกิจกรรมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจของบริษัทวิจัยตลาดชื่อดังอย่าง PwC คาดว่าในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า E-Sports จะเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากกีฬาฟุตบอล และได้รับความนิยมมากกว่ากีฬาบาสเก็ตบอลอีกด้วย ล่าสุดสภาโอลิมปิกแห่งเอเชีย (OCA) ได้บรรจุ E-Sports เข้าเป็นกีฬาประเภทหนึ่งในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ 2022 ณ เมืองหางโจว ประเทศจีน และบรรจุให้เป็นกีฬาสาธิตในการแข่งขันเอเชียนเกมส์ 2018 ที่อินโดนีเซียในเดือนสิงหาคม 2561 โดยจะมีเกมที่ใช้แข่งขันเอเชียนเกมส์ 2018 ทั้งหมด 6 เกม ได้แก่ LoL, AoV, StarCraft II, Hearthstone, Pro Evolution Soccer 2018 และ Clash Royale สำหรับประเทศไทยเอง คณะกรรมการการกีฬาแห่งประเทศไทย ได้รับรองให้ E-Sports เป็นกีฬาอย่างเป็นทางการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2560 เพื่อให้ไทยสามารถส่งนักกีฬาทีมชาติลงแข่งในรายการระดับโลก อาทิ เอเชียนเกมส์ และโอลิมปิกได้

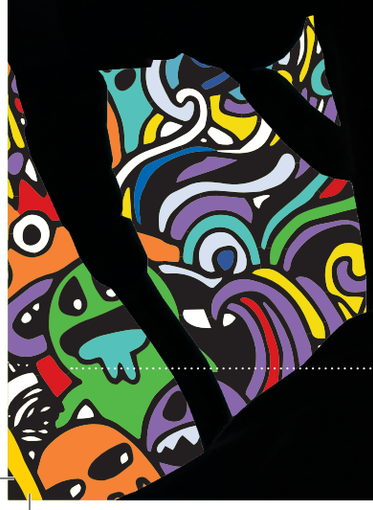
Skull Minions

Skull Minions ปีศาจหัวกะโหลกที่มาพร้อมกับความน่ารักสมุนเอกของ SERIOUS KUMA ถูกสร้างขึ้นมาในปี 2016 พร้อมกับแอนิเมชันเรื่องเดียวกันกับ Bloody Bunny และ SERIOUS KUMA ของบริษัท ทูสปอต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด

นอกจากมิติด้านกีฬาแล้ว E-Sports ยังเป็นธุรกิจหนึ่งซึ่งเป็นที่สนใจและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากผู้ชมทั่วโลก สังเกตจากการจัดการแข่งขันกีฬา E-Sports นัดใหญ่ๆ ในปี 2560 ที่มีถึง 588 รายการ ขณะที่จำนวนผู้ชมกีฬา E-Sports ทั่วโลกก็เพิ่มขึ้นจาก 281 ล้านคนในปี 2559 เป็น 335 ล้านคนในปี 2560 โดยในจำนวนดังกล่าวเป็นผู้ชมที่รับชมกีฬา E-Sports เป็นประจำถึง 143 ล้านคน มีการเผยแพร่ E-Sports ผ่านรายการโทรทัศน์ รวมทั้งมีช่องรายการ E-Sports ในสื่อออนไลน์ อาทิ Twich.tv ซึ่งได้รับความนิยมสูงในหมู่คอกีฬา E-Sports ความนิยมที่แพร่หลายขึ้นดังกล่าวส่งผลให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนในธุรกิจ E-Sports เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 493 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2559 เป็น 655 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2560 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็น 906 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 โดยจีนและภูมิภาคอเมริกาเหนือเป็นตลาดใหญ่ที่มีส่วนแบ่งรวมกันกว่าครึ่งของตลาด E-Sports โลก

แม้ปัจจุบัน E-Sports ยังเป็นเรื่องที่อยู่ไกลจากการรับรู้ของคนทั่วไป เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มเด็ก วัยรุ่น และคนทำงานรุ่นใหม่ แต่ความจริงแล้ว E-Sports กับสังคมไทยเริ่มใกล้ชิดกันมากขึ้น สังเกตจากรายได้ของอุตสาหกรรมเกมไทยที่มีมูลค่ากว่า 1.8 หมื่นล้านบาท สูงเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน รองจากอินโดนีเซีย การขยายตัวของธุรกิจ E-Sports ทั้งของโลกและของไทย จึงเป็นโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการไทย ทั้งการส่งออกและจัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกม การเป็นผู้ผลิตเนื้อหาที่จะนำเสนอรายการที่เกี่ยวข้องกับเกมและ E-Sports รวมไปถึงการเป็นผู้ออกแบบและพัฒนาเกม นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสของผู้ผลิตสินค้าและบริการในการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในตลาดโลกมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่และนักกีฬา ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการและอีเวนท์เกี่ยวกับ E-Sports ซึ่งปัจจุบันมีผู้ผลิตหลายรายเข้าไปใช้ช่องทางนี้แล้ว เช่น Coca Cola และ Red Bull

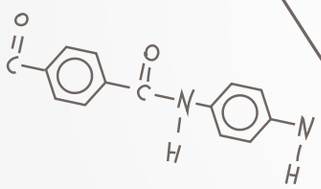
ที่มา: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank)

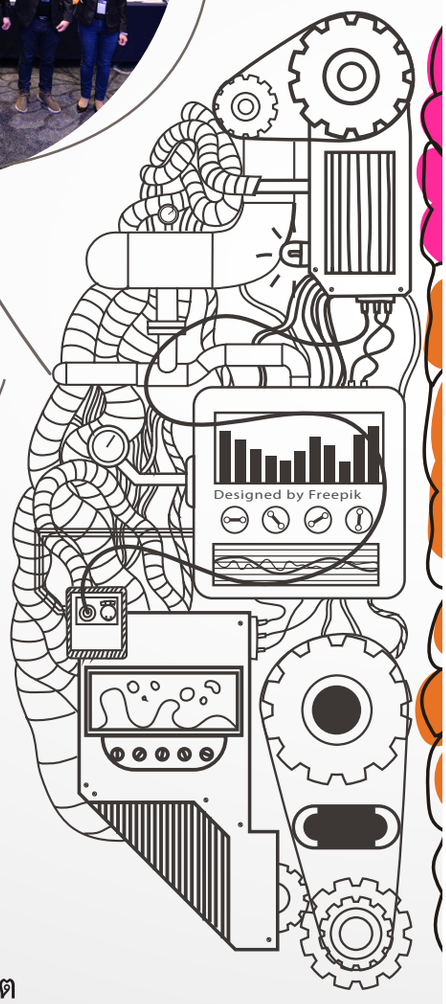


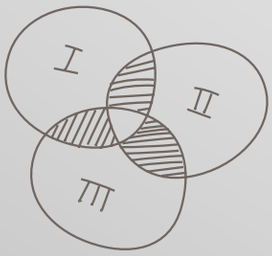
Passport to Global
ก้าวไกลสู่ตลาดโลก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) เห็นความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงกลุ่มธุรกิจ Startup ทางสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ได้จัดโครงการพัฒนาธุรกิจสู่การค้าระหว่างประเทศ (Passport to Global Challenge : PGC by NEA) รุ่นที่ 2 ขึ้น มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 1,592 ราย ซึ่งจัดขึ้นใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ในเดือนสิงหาคม - กันยายน 2561 มีการแข่งขันเขียนแผนธุรกิจ Business Model Canvas เพื่อกระตุ้นธุรกิจและผลักดันผู้ประกอบการสู่การค้าระหว่างประเทศต่อไป

สนใจเข้าร่วมอบรม สัมมนา
ติดต่อ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
โทร. 02 507 7999 ต่อ 8158, 8109







KOIMA เยือนไทย
เจรจาการค้าไทย-เกาหลีเติบโต

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล ร่วมมือกับ สมาคมผู้นำเข้าเกาหลี (Korea Importer Association – KOIMA) จัดคณะผู้แทนการค้าระดับสูงจาก KOIMA เยือนไทยเพื่อเจรจาการค้า เมื่อวันที่ 11-14 กรกฎาคมที่ผ่านมา โดยในวันที่ 12 กรกฎาคม ภายในงานมีการจัดงานสัมมนา “Thailand-Korea Strategic Partnership: 60th Anniversary of Diplomatic Relations” ในช่วงเช้า โดยมีนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ มาบรรยายพิเศษ และจัดกิจกรรมเจรจาการค้าในช่วงบ่าย ส่งผลให้เกิดโอกาสที่ดีในการกระชับความสัมพันธ์กับเกาหลีใต้ในทุกด้าน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน จากการเจรจาในครั้งนี้จะช่วยกระตุ้นการส่งออกสินค้าไทย เช่น ยางพารา ชิ้นส่วนรถยนต์ ธุรกิจอาหารและเบเกอรี่ พลังงานทดแทน โลจิสติกส์ รวมถึงสินค้าสุขภาพและความงามให้เพิ่มขึ้นได้อีกด้วย

ติดตามข่าวสารกิจกรรมของ DITP ได้ที่ www.ditp.go.th

TILOG–LOGISTIX 2018
โลจิสติกส์ไทยใจกลางอาเซียน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) จัดงาน TILOG–LOGISTIX 2018 ขึ้นเมื่อวันที่ 29-31 สิงหาคม ที่ผ่านมา ในแนวคิด “ASEAN Logistics Solutions” เพื่อแสดงศักยภาพของโลจิสติกส์ไทยในการเป็นศูนย์กลางของโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมงานจากหลายภาคส่วนอุตสาหกรรม จากแบรนด์ต่างๆ กว่า 170 แบรนด์ และมีผู้เข้าชมงานมากกว่า 8,000 ราย ภายในงานผู้ประกอบการสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจ ขยายเครือข่ายและแสวงหาพันธมิตรที่พร้อมเกื้อหนุนให้เติบโตไปด้วยกัน ด้วยการเปิดเวทีการพบปะเจรจาของผู้ประกอบการแห่งวงการโลจิสติกส์ เพื่อให้การบริหารการจัดการธุรกิจโลจิสติกส์ของตนมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และพร้อมรับมือกับการแข่งขันทางธุรกิจในระยะยาว จึงจะสามารถยืนหยัดอยู่ในเวทีการค้าโลกได้อย่างยั่งยืน

ติดตามกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบริการ
ติดต่อ สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ
โทร. 02 507 8416
www.tilog-logistix.com

NEA STARTUP SYMPOSIUM
พลังแห่งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสตาร์ทอัพ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) จัดงาน NEA Startup Symposium พลังแห่งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสตาร์ทอัพขึ้นเมื่อวันที่ 8-9 สิงหาคม 2561 เพื่อให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการยกระดับสตาร์ทอัพไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรทั้งไทยและต่างประเทศ อาทิ บอย โกสิยพงษ์, Mr.William Malek, Executive Academic Director Innovation Center Delivery Lead, SEAC มาร่วมบรรยายและเสวนาในหัวข้อต่างๆ มากกว่า 15 หัวข้อ อาทิ ความคิดสร้างสรรค์สู่ความสำเร็จ และแรงบันดาลใจ เรียนรู้ประสบการณ์ MedTech Startup จากสหรัฐอเมริกา และสูตรสำเร็จในการสร้างสตาร์ทอัพสัญชาติไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดประชุม แบบมีส่วนร่วมในการระดมความคิดการพัฒนาสตาร์ทอัพกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พร้อมกับการจัดให้คำปรึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพจากพันธมิตรและผู้เชี่ยวชาญ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมกว่า 800 คนตลอดกิจกรรม

ติดตามปฏิทินกิจกรรมอบรม สัมมนา ได้ที่ nea.ditp.go.th

Creative Economy
ต่อยอดอุตสาหกรรมการผลิตคอนเทนต์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือการสร้างมูลค่าสินค้าหรือบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ โดยนำองค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ประสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Economy Industry)

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ได้สัมภาษณ์ **นายกิตติวัฒน์ ปัจฉิมนันท์** ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ รับผิดชอบในการพัฒนาและส่งเสริม ภาคอุตสาหกรรม Creative Economy ซึ่งประกอบไปด้วย ภาพยนตร์ เกม แอนิเมชัน ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี 2560 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีมูลค่าตลาดภายในประเทศถึง 4,370 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปีนี้ ส่วนอุตสาหกรรมแอนิเมชันในปี 2559 มีมูลค่าตลาด 3,966 ล้านบาท และอุตสาหกรรมเกมมูลค่าตลาดมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องที่ 99.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2559 และขยายตัวเป็น 118.6 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2562

อุตสาหกรรมภาพยนตร์

ตลาดภาพยนตร์จีนเป็นเป้าหมายที่สำคัญของวงการภาพยนตร์โลก กลุ่ม Mega Box Bluster ได้แก่ Fox, Disney, Sony Picture, Paramount, Universal และ Warner Bros. ต่างมุ่งรุกตลาดภาพยนตร์จีน สำหรับประเทศไทย ภาพยนตร์เรื่อง “ฉลาดเกมส์โกง” (Bad Genius) ติดอันดับหนึ่งใน Box Office ของประเทศจีน ด้วยรายได้กว่า 40 ล้านเหรียญสหรัฐ (1,301 ล้านบาท) ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของภาพยนตร์ไทยในการเข้าสู่ตลาดภาพยนตร์ระดับโลก ในปีนี้ DITP สนับสนุนการจัด Business Matching ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับนักลงทุน ผู้ผลิต ผู้สร้าง และผู้กำกับในต่างประเทศที่เข้าร่วมงาน FILMART 2018 และงาน Cannes Film Festival 2018 ซึ่งภาพยนตร์ไทยได้รับความสนใจและเป็นที่ต้องการจากตลาดจีนมากขึ้น 30 - 40% ก่อให้เกิดการซื้อขาย การลงทุน การร่วมผลิตระหว่างประเทศ (Co-production) การรับจ้างผลิต การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบันเทิงไทยในตลาดโลกมากยิ่งขึ้น

อุตสาหกรรมแอนิเมชัน

ด้วยจุดแข็งของบุคลากรไทยที่มีทักษะความเชี่ยวชาญระดับสูงในด้านเทคนิคและฝีมือ มีความคิดสร้างสรรค์ ให้บริการด้วยใจรัก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของงาน ทำให้ในปี 2559 แอนิเมชันไทยมีมูลค่าตลาดถึง 3,966 ล้านบาท มีอัตราลดลงร้อยละ 1.6 จากปี 2558 แต่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 ในปี 2560 และอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 10 ในปี 2561 ผู้ประกอบการควรขยายธุรกิจในการเป็นแหล่งรองรับงานรับจ้างผลิต (Outsource) ในอุตสาหกรรมแอนิเมชัน อีกทั้งสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในการพัฒนาคอนเทนต์และทรัพย์สินทางปัญญา โดย DITP มุ่งเน้นสร้างศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในระยะยาว เพิ่มความสัมพันธ์ทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดกับบริษัทต่างชาติ กระตุ้น Co-Production และการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้

อุตสาหกรรมเกม

ตลาดเกมมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการเล่นเกมคือ อุปกรณ์โทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟนหรือมือถือ เนื่องจากการพัฒนาเกมในมือถือมีต้นทุนต่ำ เข้าถึงกลุ่มคนได้มาก การโหลดเกมจากมือถือทำได้ง่าย เช่น การดาวน์โหลดจาก Apple Store และ Play Store มีราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับโปรแกรมและอุปกรณ์อื่นๆ ทั้งเล่นฟรีหรือมีสปอนเซอร์ให้การสนับสนุน และเกมที่ต้องเสียเงินดาวน์โหลดมาเล่น หรือพรีเมี่ยมเกม ทั้งนี้ กลุ่มตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ ในสาขาเกมมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุด ทำให้ผู้ผลิตไทยยังมีโอกาสอีกมากในตลาด

สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ ได้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ รวมถึงการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรม โดยอาศัยปัจจัยหลายอย่างร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทักษะความสามารถพิเศษของบุคลากรในวงการ รวมถึงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่ต้องนำมาหลอมรวมกันเป็นหนึ่งเดียว

SERIOUS KUMA

หมีโหดผู้ดุร้ายมาพร้อมความดุร้ายที่แฝงไปด้วยความน่ารักน่าค้นหา SERIOUS KUMA เป็นคาแรกเตอร์ใหม่ที่มีการดีไซน์ในช่วงปี 2559 โดยบริษัท ทูสปอต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเดียวกับที่สร้าง Bloody Bunny และ Unsleep Sheep

TESCO
Lotus
INNOVATION CENTRE
INNOVATION CENTRE
ร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์
Monday
Vegetarian Fried Noodle Hong Kong Style
Tuesday
Lower Sugar Sweet Cereals With Coconut Cream
Wednesday
Vegetarian Chicken Rice
Thursday
Black Pepper Sauce
Friday
Mixed Vegetable Sour Soup
MONDAY
Q2 | 03 September 2018
Time
Hot Kitchen
Beverage & Bakery
8:00 - 11:00
Develop:
Lower Sugar
Develop:
11:00 - 12:00
Vegetarian Fried Noodle Hong Kong Style
12:00 - 13:00
LUNCH
13:00 - 17:00
Develop:
Lower Sugar
Develop:
Gluten Free
Crepe Cake
TESCO
Lotus
CAGE FREE
ANIMAL WELFARE

Tesco ดันสินค้าไทย มาตรฐานอังกฤษสู่ตลาดสากล

เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ไฮเปอร์มาร์เก็ตที่เปิดให้บริการแก่ผู้บริโภคชาวไทยมากว่า 24 ปี มีผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นบริษัทค้าปลีกข้ามชาติอย่าง เทสโก้ (Tesco) ประเทศอังกฤษ มีสาขากว่า 1,800 แห่ง กระจายอยู่ใน 73 จังหวัดทั่วประเทศไทย มีรูปแบบสาขาตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ มีบริการขายสินค้าออนไลน์ที่มีสินค้ากว่า 20,000 รายการ และให้บริการลูกค้าประมาณ 12 ล้านคนในแต่ละสัปดาห์ หรือหากนับจำนวนลูกค้ารวมต่อปีมีปริมาณมากถึง 10 เท่าของจำนวนประชากรไทย

ทีมงาน THINK TRADE THINK DITP ได้มีโอกาสสัมภาษณ์**คุณสมพงษ์ รุ่งนิรัติศัย** ซีอีโอคนไทยคนแรกของ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในความร่วมมือกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กระทรวงพาณิชย์ ทำให้ทราบว่า มีความร่วมมือกันมากว่า 10 ปี ในกิจกรรมและโครงการต่างๆ เช่น การส่งเสริมสินค้าไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ให้วางจำหน่ายตามร้านค้าของเทสโก้ ในประเทศอังกฤษ นอกจากนี้มีจัดงานโครงการ Taste of Thailand แนะนำสินค้าจากประเทศไทยในร้านเทสโก้ สาขาเคนซิงตัน กรุงลอนดอน และมีการจัดสัมมนา “พัฒนาสินค้าไทยเติบโตไกลสู่ตลาดอังกฤษ” ร่วมกับสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ในการให้ความรู้และข้อมูลเชิงลึก ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาธุรกิจและส่งออกสินค้าคุณภาพจากไทยไปตลาดอังกฤษให้สำเร็จ

เทสโก้ โลตัสให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและการพัฒนาสินค้าของคู่ค้าในประเทศไทยที่มีประมาณ 9,000 ราย ซึ่งกว่าร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการไทยทั้งขนาดเล็กและใหญ่ เทสโก้ โลตัส มีฝ่ายเทคนิคการค้าที่ให้คำแนะนำในการยกระดับคุณภาพสินค้าไทยให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์มาตรฐานของอังกฤษ ทำให้การส่งออกสินค้าไทยไปจำหน่ายในสาขาเทสโก้ ในอังกฤษ ยุโรปและเอเชียมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

คุณสมพงษ์ ให้คำแนะนำว่าสินค้าไทย โดยเฉพาะอาหารไทยเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศอังกฤษ ถือว่าเป็นสินค้าในระดับพรีเมี่ยมราคาสูง เป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม แต่หากสามารถพัฒนาสินค้าให้มีราคาที่ย่อมเยาจะสามารถขายสินค้าให้กับลูกค้าทั่วไปได้มากขึ้น สำหรับแนวโน้มความต้องการสินค้าในประเทศอังกฤษนั้น ผู้บริโภคให้ความสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น สินค้าที่ลดปริมาณน้ำตาลหรือโซเดียม และสินค้าที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เช่น การลดปริมาณการใช้พลาสติกในบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระทรวงพาณิชย์ได้มีการลงนามความร่วมมือ หรือ MOU ร่วมกับ Tesco PLC เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2561 ที่ผ่านมา ณ กรุงลอนดอน โดยมีรัฐมนตรีของทั้งสองฝ่ายลงนามร่วมกันเพื่อพัฒนาสินค้าเกษตรจากเกษตรกรไทย มาพัฒนาร่วมกับ Tesco Innovation Centre และนำมาส่งเสริมการจำหน่ายในต่างประเทศ อาทิ เอเชียและยุโรป อีกด้วย

สนใจเข้าร่วมสัมมนาเพื่อพัฒนามาตรฐานสินค้า
ติดต่อ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
เว็บไซต์ nea.ditp.go.th

Mark Phillips

ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของ DITP

"ลดความเป็นไทย เพิ่มความเป็นสากล สร้างคุณค่าด้วยรสนิยมแบบไทย" **คุณ Mark Phillips** ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ของ DITP และเจ้าของ Phillips Collections ผู้นำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านชั้นนำในสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวไว้ในการบรรยาย หัวข้อ "กลยุทธ์การออกแบบสินค้าไลฟ์สไตล์ มัดใจตลาดสหรัฐอเมริกา" ในงาน Style เมื่อต้นปี 2561 ซึ่งถือว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการพัฒนาสินค้าและผลักดันสินค้าของตนเองสู่ต่างประเทศ

คุณ Mark Phillips ในฐานะผู้จัดหาสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษจากทั่วโลกมากกว่า 30 ปี ได้กล่าวว่า จุดอ่อนของสินค้าไทยในตลาดโลกนั้น ลูกค้าต่างประเทศยังไม่เข้าใจคุณค่าของสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทย การนำความเป็นไทยจากศิลปะและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมเป็นจุดขายเพื่อสร้างความแตกต่าง (Unique Selling Proposition) ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่างชาติที่ในปัจจุบันต้องการสินค้าที่มีความทันสมัย ตอบสนองไลฟ์สไตล์ในยุคใหม่ คุณ Mark Phillips แนะนำให้ผู้ประกอบการไทยให้ความสำคัญกับการศึกษาและทำความเข้าใจว่าความต้องการของลูกค้าในตลาดที่ต้องการขายเป็นอย่างไร ผลิตสินค้าที่ลูกค้าต้องการ และเพิ่มความแตกต่างด้วยรสนิยมหรือสไตล์ของไทย ด้วยความเป็นช่างฝีมือ (Craftmanship) ที่มีความสามารถแบบคนไทยที่ไม่มีใครสามารถทำได้

คุณ Mark Phillips กล่าวเสริมว่า การที่ DITP ให้ความสำคัญในการพัฒนาสินค้าที่มี Style เพื่อเป็น Unique Selling Proposition ถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญและถูกต้อง สินค้าไทยเริ่มได้รับการยอมรับมากขึ้นในความพิเศษของสินค้าที่มีสไตล์เป็นของตัวเอง มีความคิดสร้างสรรค์ และมีคุณภาพพร้อมความใส่ใจในทุกรายละเอียดในขั้นตอนการผลิต

คุณ Mark Phillips กล่าวถึงสินค้าไทยที่ประสบความสำเร็จในตลาดสากล คือ เก้าอี้สายรัดเข็มขัด (Seat Belt Dining Chair)

Unsleep Sheep

ถูกสร้างขึ้นในปี 2004 โดยบริษัท ทูสปอต คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเดียวกับที่สร้าง Bloody Bunny โดย Unsleep Sheep สร้างหลัง Bloody Bunny ลักษณะเด่นของ Unsleep Sheep คือเป็นแกะที่มีความโดดเด่นด้วยหน้าตาที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่า Unsleep Sheep จะทำภารกิจใดๆ ก็จะคงใบหน้าที่มีความง่วงแบบนี้ไว้ตลอดเวลา

ที่นำวัตถุดิบในการผลิตอุปกรณ์สายรัดเข็มขัดนิรภัยในรถยนต์จากโรงงานผลิตในประเทศไทยมาใช้ ซึ่งเก้าอี้สายรัดเข็มขัดของไทย ได้ถูกนำมาใช้เป็นองค์ประกอบฉากในภาพยนตร์ The Hunger Games และมีดารา นักแสดง บุคคลที่มีชื่อเสียงในสหรัฐอเมริกาเป็นเจ้าของมากมาย Seat Belt Dining Chair จากความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย ที่ออกแบบสินค้าที่มีความพิเศษไม่เหมือนใคร ถือว่าเป็นตัวอย่างของสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ประสบความสำเร็จในตลาดโลก ด้วยแนวคิดการออกแบบด้วยไลฟ์สไตล์ไทยจากยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าส่งออกของ DITP

ต้องการคำแนะนำในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ
ติดต่อ DITP 1169

pac
regenerating energy

PAC ได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจากการได้รับรางวัลชนะเลิศในโครงการพัฒนาธุรกิจสู่การค้าระหว่างประเทศ Passport to Global Challenge รุ่นที่ 1 ปี 2560 และได้รับเชิญให้สัมภาษณ์ในหัวข้อ Inside Asean ในฐานะที่เป็นผู้ส่งออกสินค้านวัตกรรมประหยัดพลังงานที่น่าจับตามอง ใน Horizon Thailand Official Trade Newsletter ซึ่งเป็นจดหมายข่าวประชาสัมพันธ์รายเดือน และได้เข้าร่วมกิจกรรม Business Matching เพื่อต่อยอดธุรกิจ

PAC คือ ผู้สร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเครื่องทำน้ำร้อนและเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงาน ตอบโจทย์การลดต้นทุนพลังงาน สามารถลดค่าไฟได้สูงสุด 100% ช่วยเพิ่มกำไรให้ธุรกิจ หัวใจหลักของ PAC คือ การประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน ด้วยนวัตกรรมการใช้พลังงานร่วมกันของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องทำน้ำร้อนจากเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

สนใจสินค้าและบริการติดต่อ www.pac.co.th

จันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)
Miss Creative กระทรวงพาณิชย์

DITP Club ฉบับนี้มีโอกาสได้พูดคุยกับ **นางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์** อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในฐานะ Miss Creative กับการนำความคิดสร้างสรรค์มาผลักดันการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยและการพัฒนาองค์กร

นางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์ จบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ จาก University of South Carolina ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้รับตำแหน่งสำคัญ อาทิ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลีส รองอธิบดี และ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งได้รับรางวัลเพชรพาณิชย์ ข้าราชการดีเด่น กระทรวงพาณิชย์ เมื่อปี 2559 อีกด้วย

"ดิฉันเริ่มทำงานที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในขณะที่สินค้าส่งออกอันดับต้นๆ ของไทยยังเป็นดอกไม้ประดิษฐ์ ผลไม้กระป๋อง และหนังยางรัดสิ่งของ ซึ่งตอนนั้นยังไม่มีคู่แข่งอย่างประเทศจีน อินเดีย หรือ เวียดนาม แต่ในปัจจุบันนี้เศรษฐกิจโลกเปลี่ยนไปมาก เป็นเศรษฐกิจยุคใหม่ที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่แตกต่างจากเดิม การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าไทยถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยการนำความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมาสร้างสิ่งที่แตกต่าง ผ่านกระบวนการคิด "ทำน้อย ได้มาก" ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจไทยในอนาคตต่อไป"

"ในฐานะ Miss Creative ได้มีโอกาสจัดงาน Creative Thailand ซึ่งเป็นการประกาศศักยภาพทุนทางความคิดสร้างสรรค์ของไทยสู่ระดับสากลและส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด อาทิ กิจกรรม Creative Food ในงาน Thaifex ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทย"

"ในด้านการทำงาน ดิฉันมีการพัฒนาวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่สำคัญ คือการพัฒนาคนให้มีความสามารถและบริหารองค์กรให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง ซึ่งนับเป็นความท้าทายอย่างมาก"

"ก่อนที่ดิฉันจะเกษียณอายุราชการในเดือนกันยายน 2561 นี้ ดิฉันขอฝากให้น้องๆ ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ช่วยกันพัฒนาและผลักดันผู้ประกอบการไทยให้พร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาดโลก ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าและบริการของไทยให้พร้อมรับความเปลี่ยนแปลง สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน"

นางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ในฐานะ Miss Creative กระทรวงพาณิชย์

สนใจร่วมงานกับ DITP โทร. 1169
www.ditp.go.th

ปฏิทินกิจกรรมและการสัมมนา

สนใจข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อ
สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
NEW ECONOMY ACADEMY
nea.ditp.go.th

7–10 ก.ย. 61	10.00 – 18.00 น. Bangkok Gems & Jewelry Fair 2018
11 ก.ย. 61	13.00 – 16.00 น. รวยลัด รวยไว กับการส่งออกสินค้าไทยสู่ตลาดสากลด้วย Alibaba.com
21 ก.ย. 61	13.30 – 16.00 น. เคล็ดลับหาลูกค้าใหม่ ขยายตลาดด้วยสารพัดวิธีจาก Google
19-23 ต.ค. 61	10.00 – 21.00 น. Asia's Most Stylish Fair (STYLE 2018)

Logic will get you from A to B. Imagination will take you everywhere.

ตรรกะจะนำคุณจาก
จุดเอไปจุดบี แต่จินตนาการ
จะนำพาคุณไปได้ทุกที่

-Albert Einstein-

DITP

www.ditp.go.th

DITP Call Center 1169