

THINK TRADE

ปีที่ 11 ฉบับที่ 88 / มกราคม - มีนาคม 2565

THINK DITP ซีซั่นการค้า

SPECIAL
EDITION

2 ปี

กระทรวงพาณิชย์

สร้าง
27

ผลงานเด่น
พร้อมเดินหน้าสร้าง
ผลงานปี 3

Cover Story

ผลงานเด่น
กระทรวงพาณิชย์

Be the ChanGe

เราเปลี่ยนโลกได้
จริงหรือ?

Success Story

สัมภาษณ์พิเศษเบื้องหลัง
การทำงานกระทรวงพาณิชย์

Trend to Watch

แผนงานส่งเสริม
การส่งออกปี 2565



เราเปลี่ยนโลก
ได้จริงหรือ

ได้สิ.. ได้แน่นอน!

<h1 style="margin: 0;">Contents</h1> <hr/> <p>6 Be the ChanGe เราเปลี่ยนโลกได้จริงหรือ?</p> <hr/> <p>8 Success Story สัมภาษณ์พิเศษ นางมัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์</p> <hr/> <p>12 Cover Story ผลงานเด่นกระทรวงพาณิชย์</p> <hr/> <p>14 Trend to Watch ยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปี 2565</p> <hr/> <p>17 DITP Society กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในช่วงสถานการณ์โควิด</p>	<p>ปีที่ 11</p>	<p>ฉบับที่ 88</p>	<p>มกราคม - มีนาคม 2565</p>
	<p>EXECUTIVE EDITOR'S NOTE</p>		



The Next Normal

วิถีธุรกิจยุคใหม่

ผมขอใช้โอกาสนี้ที่ได้เข้ามาดูแลงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สวัสดิ์ทุกท่านที่ติดตามนิตยสาร Think Trade ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ Think Trade Special Edition ฉบับนี้ อยากให้ทุกท่านได้ทราบถึงความตั้งใจและมุ่งมั่นในการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ท่ามกลางสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา จึงขอนำเสนอผลงานการทำงานในรอบ 2 ปีภายใต้การนำของ นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ และผลงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ได้รับมอบนโยบายและปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเพื่อรองรับสถานการณ์ดังกล่าว สำหรับคอลัมน์ Special Interview ขอหยิบยกบทสัมภาษณ์ผู้บริหารกระทรวงถึงมุมมองการทำงาน การขับเคลื่อนนโยบายการค้าระหว่างประเทศเชิงนโยบายสู่การปฏิบัติมาเล่าสู่กันฟัง

ในปี 2565 สถานการณ์น่าจะเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทยเริ่มทยอยเปิดประเทศอีกครั้ง เราน่าจะได้เห็นการเปลี่ยนแปลงจาก New Normal สู่ Next Normal ที่แท้จริง การค้าระหว่างประเทศในสถานการณ์หลังโควิดน่าจะยังมีความท้าทายอีกมาก ผมหวังว่าเราจะร่วมมือกันสานต่อ สร้างความเข้มแข็งให้กับการค้าระหว่างประเทศของไทย สร้างโอกาสทางการค้าใหม่และเตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนต่างๆ ในอนาคตเพื่อให้การค้าของไทยจะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

เรามารวมพลังสร้างความเข้มแข็งให้กับการค้าระหว่างประเทศของไทยด้วยกันครับ ขอขอบคุณครับ

ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



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



www.thinktradethinkditp.com

บรรณาธิการบริหาร นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์ **บรรณาธิการที่ปรึกษา** นายเอกฉัตร ศิวรรัตน์
บรรณาธิการอำนวยการ นางสาวประจวบพร ต้นมณี **บรรณาธิการบทความ** นางศรียุทธา สุตภาคย์
บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ นายอาจพงษ์ ฉันทกัญญา
กองบรรณาธิการ สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

CAN WE CHANGE THE WORLD?

Oh, yes indeed we can!

Introducing **Thailand's**
Sustainability Heroes
50 BCG Brands for every
minute of a nicer planet.

*This
bag can!*

Thailand Be the Change



This
lamp can!



50 แบนด์ไทยที่ทั่วโลกและที่หัวใจ

THAIBCGHEROES @thaigroove.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเปิดตัว 50 แบนด์ไทย
อีโรร่วมยกทัพเปลี่ยนโลก ด้วยแคมเปญ “BCG : Be the ChanGe”
ชวนทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงเพื่อโลกสีเขียว สินค้าทุกชิ้นถูก
สร้างสรรค์เพื่อเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ ภายใต้แนวคิด Bio economy, Circular economy
และ Green economy เพื่อโลกที่น่าอยู่ขึ้นทุกนาที เปลี่ยนโลกง่ายๆ เริ่มได้เลยที่ตัวเรา

แคมเปญ BCG : Be the ChanGe เป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอ “Bio Circular Green Economy” ไปยัง
ผู้ซื้อผู้บริโภคชาวต่างชาติด้วยมุมมองการเชิญชวนมาเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้โลกดีขึ้น โดยกรมได้
ริเริ่มเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจง่ายขึ้น และเข้าถึงได้ทุกคน เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ในเวทีสากลและส่งเสริม
ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย มีการจัดทำ E-catalogue สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.thaigroove.com/bcgheroes> เล่าเรื่องราวของแบรนด์เหล่านี้เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ และใช้เป็นแคตตาล็อกสำหรับ
เซลส์แมนประเทศ หรือทูตพาณิชย์ทั้ง 58 แห่ง ให้นำไปนำเสนอกับลูกค้า เปิดมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้าไทย ซึ่งมองว่าเป็น
จังหวะเวลาที่ดีที่ผู้คนมองหาสินค้าของขวัญเตรียมต้อนรับปีใหม่ แบนด์ในแคตตาล็อกนี้น่าจะเป็นที่ถูกใจผู้ซื้อทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
โดนใจทั้งผู้รับและผู้ให้ เพราะดีต่อใจและดีต่อโลก

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์ กล่าวว่า “ภายใต้การนำของ นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวง
พาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศดำเนินงานโดยมุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันสูงและ
ตอบสนองแนวโน้มความต้องการของตลาด (ตลาดนำการผลิต) โดยเล็งเห็นว่าหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ถูกหยิบยกทั้งในระดับนโยบาย
และในกลุ่มผู้บริโภค คือ Global warming / การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ประเด็นนี้ถูกกล่าวถึงในบริบทการค้ามากขึ้น
ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดโลกกำลังจริงจังกับเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยรัฐบาลบางประเทศได้นำประเด็นสากลนี้มากำหนดเป็นนโยบาย
และกฎระเบียบทางการค้าบ้างแล้ว ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเร่งปรับตัวให้ทันต่อกันเพื่อแข่งขันได้ดีในอนาคต ไม่ว่าจะใน
ขั้นตอนการแสวงหาวัตถุดิบที่ไม่ทำลายธรรมชาติ กระบวนการผลิตที่ประหยัดพลังงาน ไปจนถึงการขนส่งคาร์บอนต่ำ
เป็นต้น เราจึงต้องเร่งสร้างและส่งเสริมผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจด้วยโมเดล “BCG : Bio Circular Green Economy”
หรือเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว เพื่อเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
ให้กับประเทศ เพิ่มจีดีพีประเทศ เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวข้ามข้อกีดกันทางการค้า
ในตลาดโลก เพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการทุกระดับ”

#BetheChanGe #THAIBCGHEROES #แบนด์ไทยเปลี่ยนโลก
#DITP #BCG #BCGEconomy

ให้โลกน่าอยู่ขึ้นทุกนาที

DEESAWAT

++ HARV



eggwhite

moonler



PiN
THE REINCARNATION OF WASTE

BOPE



Socoon



103
PAPER SHOP

THINGG

THANIYA 1988

PASAYA

5ive si2
A SIGNATURE OF ORIENTAL BELONG

Khaisaeng
HANDMADE ART & DESIGN

SUMPHAT

QUALY



NATPIER



RENIM PROJECT

earthtone

Munie
eco lifestyle



KH EDITIONS



Maka



TINC
TEXTILE



orga™

HIDE & SEEK
ไฮด์แอนด์ซีก



BIOFORM



สัมภาษณ์พิเศษ นางมลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข
ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

แนวคิดการทำงาน การใช้ชีวิต

“ทำงานให้สนุกและมีความสุขในการทำงาน”

ที่มาของ #ทีมจูนีร์อเวนเจอร์

เริ่มต้นตั้งแต่ตอนที่ท่านจูนีร์ ลักษณะวิศิษฐ์ เป็นหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ เราเป็นทีมอเวนเจอร์ที่ทำยุทธศาสตร์ตั้งแต่ ณ เวลานั้นส่วนใหญ่จะมีการแบ่งภาคส่วนการทำงาน เราดูแลภาคสังคมและการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และสื่อสาร มีคุณหญิงกัลยา โสภณพานิช เป็นทีมด้านการศึกษา คุณต๋น จิตภัสร์ กฤดากร และดร.รัชดา ธนาดิเรก ทีมด้านสตรี นอกจากนั้นก็จะมีทีมด้านความมั่นคงและทีมติดตามภารกิจท่านอีกทีม มีท่านผู้ช่วยรัฐมนตรี สรรเสริญ สมะลาภา ท่านบุญยิธีร์ พานิชประไพ เลขานุการรัฐมนตรี ทั้ง 2 คนเป็นดรีมทีม แบ่งภาคส่วนการทำงานกัน เราเรียกรวมกันว่า #ทีมจูนีร์อเวนเจอร์ เนื่องจากท่านจูนีร์มีประสบการณ์ทางการเมืองการทำงานสูง เป็นคนละเอียดรอบคอบ ใส่ใจติดตามการทำงาน เป็นที่มาของ “ทำได้ไว ทำได้จริง” เราเลยทำงานเหมือนเป็นซูเปอร์ฮีโร่ เพราะต้องขยัน อดทน รวดเร็ว แต่ละคนก็จะมีความสามารถคล้ายซูเปอร์ฮีโร่ในแต่ละด้าน

แนวคิดการทำงาน

ทำงานให้สนุกและมีความสุขในการทำงาน การทำงานจะสนุกถ้าเรามีเป้าหมายที่ชัดเจน เป็นงานที่ทำหาย ทีมทำงานมีเป้าหมายตรงกันมันจะสื่อสารง่ายและสนุกที่จะทำงาน

ท่านจูนีร์เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความสุขุม และความหนักแน่น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นคนที่มีความชัดเจน คือต้องทำนโยบายทุกอย่างให้ประสบความสำเร็จในเวลาที่รวดเร็ว ดังนั้น เมื่อเรามีผู้นำที่ดี หนักแน่น และมีทักษะ เราก็ทำงานเดินตามได้อย่างมั่นใจและสง่างาม แน่ใจว่าการทำงานย่อมเจอแรงกดดันความท้าทายอยู่บ้าง แต่ว่าทั้งหมดมันก็ไม่ใช่ว่าเราจะรับมือไม่ได้ ทุกอย่างขึ้นอยู่กับการแก้ไข การบริหารจัดการและการสื่อสารออกไป ไม่นิ่งดูตายต่อปัญหา





พูดถึงการทำงาน 2 ปีที่ผ่านมา ประทับใจสิ่งไหนมากที่สุด แล้วผลสัมฤทธิ์ที่ออกมาตรงกับสิ่งที่คาดหวังไหม

ในรอบ 2 ปี สิ่งซึ่งงดงามที่สุดที่ได้จากกระทรวงพาณิชย์ คือ ข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ที่มีคุณภาพมาก คนมีประสิทธิภาพในการทำงาน ความคิด ทักษะคติในการทำงาน งานมีผลสัมฤทธิ์รวดเร็วคุณภาพของงานดี สิ่งเกิดได้จากผลพลที่ออกมาแต่ละจังหวัด กระทรวงพาณิชย์อยู่อันดับต้นเสมอ และนโยบายที่เราประกาศต่อรัฐสภาที่สัมฤทธิ์ผลทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นนโยบายประกันรายได้เกษตรกร ช่วยเกษตรกรได้ทั้งหมด ประมาณเกือบ 8 ล้านครัวเรือนและกำลังเดินทางปีที่ 3 ด้านการส่งออก เราสร้าง กรอ.พาณิชย์ขึ้นมาเป็นครั้งแรกสามารถผลักดันจนสำเร็จ อันนี้ตลาดต่างประเทศที่ชื่นชม ภาคเอกชนผู้ส่งออกผู้ประกอบการ SME ต่างๆชื่นชม เราเพิ่มสัดส่วนผู้ส่งออกที่เป็น SME เพื่อเปิดโอกาสอย่างเป็นธรรมในการส่งออก การอบรมให้ความรู้พัฒนาป้อนคนรุ่นใหม่ให้สามารถส่งออกได้ นอกจากนี้ มีการผลักดันเรื่องค่าครองชีพ เป็นความงดงามที่รู้สึกได้เมื่องานสัมฤทธิ์ผล สิ่งที่ยากพูดและน่าจะเป็นขวัญและกำลังใจของจรัญทรอเวนเจอร์ และบุคลากรทั้งหลายที่อยู่ในกระทรวงพาณิชย์ คือประชาชนรับรู้และชื่นชมเราเสมอ รวมทั้งรับคำชมจากครอบครัวของคณกระทรวงพาณิชย์เอง

ตำแหน่งที่ปรึกษารัฐมนตรีเป็นงานที่หนักมาก มีการใช้ชีวิตกับการทำงานอย่างไร

การจัดสรรเวลาถือเป็นหน้าที่ ปกติเป็นคนที่จัดสรรแบ่งเวลาได้ดีและเน้นคุณภาพชีวิตมาตลอดอยู่แล้ว คือ การทำงานเราต้องมีการผ่อนคลาย เช่นเสร็จงานแล้วก็นัดเจอเพื่อนฝูงแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เราต้องวางแผนการทำงาน จัดสรรเวลาช่วงเวลาไหนทำอะไรอย่างไรแบบไหน วันหยุดเราก็หยุด ไปเที่ยวเราก็เที่ยว เป็นการทำงานภายใต้ Mindset ที่เป็นบวก (Positive Thinking) และจะไม่แบกความเครียดเอาไว้ เพราะว่างานหนักอยู่แล้ว ยิ่งงานต้องรับผิดชอบสูง งานเพื่อประชาชนเพื่อประเทศชาติ เรายิ่งต้องจัดสรรเวลาให้ดี ถ้าสุขภาพไปไม่ได้งานเราก็ไปไม่ได้ ถ้าเกินความเครียดมากเกินไปมันก็จะทำให้คุณภาพของงานไม่ดี

มีวิธีผ่อนคลายเวลาทำงานหนักหรือเครียดอย่างไร

อย่างแรก กลับบ้านไปหาสามี (หัวเราะ) สามีเป็นคนซัพพอร์ตและรับฟังที่ดีมาก สามารถให้คำแนะนำอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างเรื่องที่เราเล่าให้เขาฟังไปเป็นชั่วโมง เขาก็สามารถให้คำแนะนำเราได้ภายใน 3 คำ เราโชคดีที่มีครอบครัวสนับสนุนในเรื่องของความคิด ทักษะคติ วิทยาการต่างๆ เขาจะค้นคว้าช่วยให้เราแบ่งเบาไปค่อนข้างเยอะ อย่างที่สอง

“นโยบายที่เราประกาศต่อรัฐสภาที่สัมฤทธิ์ผลทั้งหมด ด้านการส่งออก เราสร้าง **กรอ. พาณิชย์** ขึ้นมาเป็นครั้งแรก สามารถผลักดันจนสำเร็จ เพิ่มสัดส่วนการส่งออก **การพัฒนาคู่มือใหม่**ให้สามารถส่งออกได้”

“ไม่มีอะไรที่ใจเราจะทำแล้วทำไม่ได้ ทัศนคติเป็นคนคิดบวก อะไรก็ตามไม่ใช่เรื่องยาก ไม่มีอะไรที่ทำไม่ได้ เราต้องพยายาม”

คุยกับเพื่อนและทีมงาน เราจะต้องคอยดูแลทีมงาน หากบางครั้งงานมันหนักเกิดความเครียดและกดดัน ก็จะทำให้ทีมงานพักและผ่อนคลายแล้วค่อยกลับมาสนุกกับการทำงานต่อ แต่ถ้าเป็นกิจกรรมผ่อนคลายทางด้านกีฬา คือการยิงปืน เราเป็นนักกีฬายิงปืนสมัครเล่น ถ้าเป็นเรื่องเป็นราวหน่อย มีเวลาถึงสนามแข่งขันชิงถ้วย อันนี้เป็นกิจกรรมผ่อนคลาย (หัวเราะ)

ส่วนท่านจูนรินทร์เป็นคนทำงานไม่หยุดเลย ทีมงานอเวนเจอร์สามารถเปลี่ยนคนได้ แต่ท่านมีคนเดียวไม่สามารถเปลี่ยนได้ ดังนั้นจะคิดเสมอว่าคนที่เหนียวมากกว่าเราคือท่านจูนรินทร์ เราต้องทำงานให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ได้ตั้งใจ ส่วนที่เหลือก็คือการบริหารจัดการ ทีมของเราสามารถทำงานแทนกันได้หมด เพราะเราทำงานกันเป็นทีม เป็นทีม one stop service ในทุกภารกิจของท่านรองนายกฯ

สุดท้ายอยากให้ช่วยฝากข้อคิดการทำงานการใช้ชีวิตแก่รุ่นใหม่

การไม่มีเวลาเป็นข้ออ้าง สำหรับเราไม่มีอะไรจะเป็นข้ออ้าง ไม่มีอะไรที่ใจเราจะทำแล้วทำไม่ได้ ทัศนคติเป็นคนคิดบวก อะไรก็ตามไม่ใช่

เรื่องยาก ไม่มีอะไรที่ทำไม่ได้ เราต้องพยายาม เกินจากความพยายามคือต้องทำให้ได้ ถ้าคนรุ่นใหม่อยากจะทำเรื่องการจัดสรร คือต้องมีทักษะบริหารจัดการ แต่เนื่องจากการมีทักษะคือการมีวินัยเหนือตนเอง ความพยายามเท่านั้นไม่เพียงพอ ต้องสามารถทำได้ เมื่อใจเราไปทุกอย่างมันจะไปเอง มันขึ้นอยู่กับใจว่าเราจะหวนงำใจเราอย่างไร เพราะฉะนั้นคิดว่าใช่เรื่องยากในเรื่องบริหารจัดการให้ชีวิตมีบาลานซ์

ยุคนี้เป็นยุคที่ทุกคนเป็นซูเปอร์สตาร์ได้ เป็นยุคที่ยูทูปเบอร์สามารถรายงานข่าวเราได้ ยุคที่ประชาชนมีมือถือเครื่องเดียวก็สามารถรายงานข่าวได้ ดังนั้น การเป็น Image Maker ให้กับท่านจูนรินทร์และกระทรวงพาณิชย์ เรายอมรับว่าภารกิจเราคือประมาณนั้น ดังนั้นการที่จะทำภารกิจของท่านจูนรินทร์และกระทรวงพาณิชย์ให้เพียงพอได้ก็คือทำให้ประชาชนรับรู้ในสิ่งที่เราทำ สิ่งที่จะเป็นกำลังใจให้ท่านจูนรินทร์และข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ คือ ประชาชนเข้าใจเราหรือยัง ประชาชนรับรู้หรือไม่สามารถเข้าถึงใจประชาชนและประชาชนเข้าใจถึงภารกิจการทำงานอันหนักหน่วงของเราหรือไม่อย่างไร อันนี้คือหัวใจการทำงานและ กำลังใจของคนปฏิบัติงาน



สรุปผลงาน 2 ปี



จรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์

หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ประกันรายได้เกษตรกร พืช 5 ชนิด

ข้าว	4.68 ล้านไร่
ยางพารา	1.83 ล้านไร่
มันสำปะหลัง	0.52 ล้านไร่
ปาล์มน้ำมัน	0.37 ล้านไร่
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	0.45 ล้านไร่

ช่วยเกษตรกร 7.85 ล้านครัวเรือน

ผลไม้ราคาดี

ช่วยชาวสวน 6.54 แสนครัวเรือน

ผลไม้ส่งออก 8 เดือน ปี 66 **169,000 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 46.29%

มาตรการเสริม:

- ส่งเสริมการตลาด
- Thai Fruits Golden Month
- Memorandum of Understanding (MOU)
- In-Store Promotion
- Market Development
- Online Business Matching (OBM)

ตั้ง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

จัดตั้งกรมขึ้นเป็นหน่วยงานราชการร่วมกับ 15 หน่วยงาน

ผลักดันการอุปสรรค

ผลักดันการค้า

ผลักดันการค้า

เป็นประธานประชุม รมต.การค้า RCEP15 สำเร็จ

สมาชิก RCEP ยกเลิกภาษีนำเข้าที่เก็บกับสินค้าไทย **39,366 รายการ** โดยลดภาษีเหลือ 0% ที่คิด 29,891 รายการ ซึ่งต่ำกว่าเริ่มขึ้นอีกถึง 2565

RCEP มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่โต ครอบคลุมกว่า 15 ประเทศ

- ประชากรรวม 2,300 ล้านคน
- GDP รวม 28.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ
- มูลค่าการค้ารวม 10.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

ร่วมด้วยช่วยกันทำงานระหว่างสมาชิก RCEP ได้เพิ่มขึ้น

ส่งเสริมผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากเต็มตัวของ FTA ทุกตลาดต่างประเทศ

บุกตลาดเมืองรองด้วย Mini FTA

ลงนามแล้ว

- MOU กับ จีน (จีน) 12,000 รายการ
- MOU กับ ญี่ปุ่น (ญี่ปุ่น) 15,500 รายการ

เร่งผลักดันต่อไป

- MOU กับ เกาหลี (จีน)
- MOU กับ เวียดนาม (จีน)
- MOU กับ สกอตแลนด์ (เกาหลี)

ผลักดันส่งออก นำทีมเอกชนขึ้นขายสินค้าทั่วโลก

การประชาสัมพันธ์

ผลักดันส่งออก

ผลักดันส่งออก

ผลักดันส่งออก

ผลักดันส่งออก

ช่วยชาวล้ง

ยกระดับราคาเศษกระดาษ

เพิ่มมูลค่าจากกรมระดับนครสวรรค์ สร้างความเป็นธรรมแก่เกษตรกรรายใหญ่ผู้ประกอบการรายเล็ก

ช่วยประมาณได้ **1.5 ล้านครัวเรือน**

มาตรการปิดป่าราคาขั้นต่ำ

ขั้นต่ำโลกรวม: **2 บาท**

ต้นราคาพื้นขึ้น จาก **50 สตางค์** เป็น **9 บาท** ทั่วโลก

มาตรการยกระดับราคา โดยบูรณาการความร่วมมือ

- ชาวชาวล้งและครอบครัว
- ร้านรับซื้อของเก่า
- โรงงานรีไซเคิลกระดาษ
- สมาคมชาวล้งและร้านรับซื้อของเก่า
- กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าต่างประเทศ)

สร้างสมาร์ทโซวห่วย

ได้กว่า **34,572 ร้านค้า**

พัฒนาศูนย์ธุรกิจชุมชน

พันธกิจ

- ใช้เทคโนโลยีช่วยร้านค้าโซวห่วย
- ปรับภาพลักษณ์ให้สะอาดและทันสมัย
- บริหารสต็อกและยกระดับบริการให้ชุมชนเข้าถึงสินค้าได้อย่างทั่วถึง

สร้างอาชีพ จากธุรกิจแฟรนไชส์

แฟรนไชส์ไทยมี **597 ธุรกิจ**

เป้า 1 ปี

สร้างอาชีพจากธุรกิจแฟรนไชส์ **10,000 ราย**

มูลค่าการตลาด **4,600 ล้านบาท**

อบรม สร้างนักธุรกิจยุคใหม่

แผนการพัฒนาระบบส่งเสริมการค้าตามแผนพัฒนากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สร้างผู้ประกอบการได้ **84,283 ราย**

NEA สร้างนักธุรกิจใหม่ อบรมตามทักษะผู้ประกอบการ **66,695 ราย**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พัฒนาผู้ประกอบการ **17,588 ราย**

ปั้น CEO Gen Z

ด้วยการอบรมอย่างเข้มข้นที่ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ไปแล้วกว่า **20,674 ราย**

อบรมรายปีของสถาบันศึกษาผู้ประกอบการส่งเสริมการค้ากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ **93** แห่งทั่วประเทศตามแนวทางศึกษา

โครงการ Gen Z to be CEO

- 2,704 ราย (ภาคเหนือ)
- 1,610 ราย (ภาคกลาง)
- 2,314 ราย (ภาคตะวันออก)
- 10,321 ราย (ภาคใต้)
- 546 ราย (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)
- 709 ราย (ภาคใต้)
- 2,470 ราย (ภาคเหนือ)

เข็มนาฬิกา

ด้วยมาตรการ

โดยแสดงภาพเพื่อเปิดเผยให้

สร้างก

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

(25 ก.ค. 62 - 30 ก.ย. 64)

พ. พาณิชย์ 100 อันดับ

กรมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ประกาศดัชนี 100 อันดับผู้ประกอบการส่งออกสินค้า มูลค่าการค้า 100 อันดับแรก

ผลักดันการส่งออกสินค้ามูลค่าการค้า 100 อันดับแรก

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

สร้าง เซลล์แมนประเทศ เซลล์แมนจังหวัด

ปรับบทบาทพาณิชย์เป็นเซลล์แมนประเทศ พาณิชย์จังหวัดเป็นเซลล์แมนจังหวัด เพื่อขยายการค้า ส่งเสริมการขยายสินค้า ผลักดันการส่งออก และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า

ด้านที่เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนสินค้า

ครึ่งแรก ในประวัติศาสตร์
”
ทีมเซลล์แมน
”

- ▶ เซลล์แมนประเทศ ส่ง เซลล์แมนจังหวัด นำสินค้าออกนอกประเทศ มูลค่าการค้ากว่า 213 ต.จ. ส่งมอบสินค้าแล้ว 77 ต.จ.
- ▶ สินค้าหลากหลายจากทุกภูมิภาคทั่วโลก อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวหอมมะลิ ทุเรียน เมล่อน สับปะรด กีวีผลไม้ ผักสดผลไม้ เป็นต้น ทำให้การค้า มุ่งหน้า มุ่งหลัง

เปิดด่าน

มูลค่าส่งออก (สหรัฐ/ฮ่องกง) **21** พันล้านบาท

มูลค่าการนำเข้า (สหรัฐ/ฮ่องกง) **21** พันล้านบาท

มูลค่าส่งออก 1,832,066 ล้านบาท (25 ก.ค. 62 - 30 ก.ย. 64)

มูลค่าการนำเข้า 3,088,748 ล้านบาท (25 ก.ค. 62 - 30 ก.ย. 64)

NEWS

เปิดด่าน 46 ด่าน จาก 97 ด่าน

สำเร็จ

เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด

เกษตรกร ตลาดนำการผลิต

เป้าหมาย

- ▶ ขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ
- ▶ 55 บริษัท
- ▶ 55 บริษัท

ประโยชน์

- ▶ เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ▶ QR CODE ตรวจสอบย้อนกลับสินค้า
- ▶ ปลอดภัยและโปร่งใส

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ฝึกอบรมเกษตรกร
2. ตรวจสอบคุณภาพสินค้า
3. ส่งเสริมการจำหน่าย
4. สร้างความเชื่อมั่น
5. ขยายตลาด
6. คุ้มครองผู้บริโภค

แคาน์เตอร์เทรด

“ช่วยเกษตรกรตลาด”

แลกเปลี่ยนสินค้า ตลาดสดล่วงหน้า ทุกจังหวัด

โดยทีมเซลล์แมนจังหวัด (ทั้งหมด 76 จังหวัด)

ทำงานเชิงรุก

สร้างมูลค่าการค้ารวม

6,607.76 ล้านบาท

ปี 63 มูลค่า 3,245.06 ล้านบาท

ปี 64 มูลค่า 3,362.70 ล้านบาท

อาหารไทย อาหารโลก

ให้ไทยเป็นศูนย์กลางอาหารคุณภาพมาตรฐานโลก

มาตรการ

- ส่งเสริมการค้า
- ส่งเสริมการตลาด
- ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์
- ส่งเสริมการเชื่อมโยง
- ส่งเสริมการเชื่อมโยง
- ส่งเสริมการเชื่อมโยง

มูลค่าการค้ารวม 21 ปี **55,367.46** ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 3,413 ล้านบาท (ปี 63) จากมูลค่าการค้า 4,043 ล้านบาท (ปี 64)

พ.พาณิชย์ MOU

พ.พาณิชย์ MOU Matching 231 ต.จ.

มูลค่าการค้ารวม 57,176.63 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 60,305%

มูลค่าการค้ารวม 161,756 ล้านบาท

ส่งเสริมการค้ารูปแบบใหม่สู่ New Normal

Virtual Trade Fair
บริการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ Hybrid Edition

Mirror Mirror Mission
บริการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ Hybrid Edition

Online In-Store Promotion
บริการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ Hybrid Edition

Webinar
บริการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ Hybrid Edition

Online SMEs Pro-active
บริการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ Hybrid Edition

Online Business Matching
บริการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ Hybrid Edition

สร้างมูลค่าการค้าสู่ New Normal ได้เกิน **158,113** ล้านบาท

ส่งเสริมผู้ประกอบการมากกว่า **14,364** ราย

พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน 12 Lot

โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน ดำเนินการแล้ว **รวม 12 ครั้ง**

เริ่มตั้งแต่ 16 เม.ย. 2563 ถึง 31 ก.ค. 2564

มูลค่าการค้ารวม **4,300** ล้านบาท

โครงการ “คาราวานรถไฟฟ้าภัย COVID-19” ในส่วนภูมิภาค

ส่งรถจำนวน **685** คัน

จำหน่ายสินค้ามูลค่าการค้ารวมกว่า 10 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม **85.85** ล้านบาท

โครงการรถโมบายพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน

กระดุมเศรษฐกิจฐานราก **1,000** คัน

ทั่วประเทศ **ช่วงล็อกดาวน์โควิด-19 (ระลอก 3)**

กรุงเทพฯ จำนวน 50 คัน

ส่วนภูมิภาค 76 จังหวัด จำนวน 950 คัน

มีรถขายสินค้า 1,367,458 คัน

มูลค่าการค้ารวม 200,339,042 บาท

สามารถลดค่าครองชีพ **85.85** ล้านบาท

จับคู่กู้เงิน

ช่วยหาแหล่งเงินทุนออนไลน์ให้เกษตรกร SMEs ส่งออก

4,512 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 120,000 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 2,500 ล้านบาท

ช่วย SMEs และ Micro SMEs พัฒนาศักยภาพและการตลาด

SMEs ทั่วประเทศ **3,134,442** ราย

มูลค่าการค้ารวม 12,873 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 73,230 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 57,890 ล้านบาท

ยา-ค่าบริการ ยาตลาดเอกชน

บริการก่อนคลินิก

บริการ QR Code

บริการก่อนคลินิก

บริการก่อนคลินิก

บริการก่อนคลินิก

บริการก่อนคลินิก

MOC Online One Stop Service

สนับสนุนการให้บริการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว

บริการทั้งหมด **85** บริการทั้งหมด

สร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นปีละ **39,000** ล้านบาท

www.moc.go.th

ต้นทุกจังหวัด มีสินค้า GI

เพิ่มมูลค่าและรายได้ให้ชุมชนด้วยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ **รวม 77** จังหวัด

มีสินค้า GI ของไทยขึ้นทะเบียนแล้ว **152** รายการ

พัฒนาส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาของคนไทย

ใช้ประโยชน์จากสิทธิบัตร

Patent Early Warning 5 รอบตั้งแต่วันสมัคร

สิทธิบัตรที่ล้มเหลว 5 ปี ผู้ประกอบการ

ผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพสูง

ไม่ซ้ำจากเพื่อนบ้าน

ลดระยะเวลาการจดทะเบียน

Fast Track พิจารณาขอรับหมายเลขการค้าจาก 12 เดือน เหลือ 6 เดือน

Fast Track คัดกรองขอรับหมายเลขการค้าจาก 60 วัน เหลือ 60 นาที

Patent e-Certificate อนุมัติอัตโนมัติ จาก 60 วัน เหลือ 15 วัน

สร้างฮับอุตสาหกรรม ดิจิทัลคอนเทนต์/ภาพยนตร์

พัฒนาผู้ประกอบการไทยในกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์/ภาพยนตร์

สร้างมูลค่าการค้ากว่า **8,852** ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 6,377.25 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 2,474.73 ล้านบาท

ส่งเสริมศิลปาชีพของคนไทย

ปีงบประมาณ 2565 มีผู้ประกอบการศิลปาชีพ 5,281 ราย

มูลค่าการค้ารวม 5.28 ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม 5.28 ล้านบาท

TREND TO WATCH

ยุทธศาสตร์และแผนงาน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ปี 2565

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



แนวทางการทำงานในปีหน้า

ในปี 2565 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ยังคงเดินหน้ายุทธศาสตร์ “การลดต้นทุนการผลิต” ตามนโยบายหลักของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ นายจุรินทร์ ลักษณะวิศิษฎ์ ที่มอบหมายทูตพาณิชย์ในฐานะเซลล์แมนประเทศ เร่งเชื่อมโยงความต้องการของตลาดโลกให้ผู้ส่งออกของไทย โดยบูรณาการการทำงานอย่างเข้มข้นกับพาณิชย์จังหวัด ในฐานะเซลล์แมนจังหวัด เพื่อหาโอกาสให้กับสินค้าท้องถิ่นสู่ตลาดโลก (from Local to Global) รวมทั้งเน้นการนำนวัตกรรมเทคโนโลยียุคใหม่มาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการส่งออกในยุค New Normal

ในส่วนของตลาดส่งออก จะมุ่งรักษาตลาดเดิม และเปิดตลาดใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพการนำเข้าสูง แต่ไทยส่งออกได้น้อยกว่าศักยภาพ และยังสามารถเพิ่มมูลค่าส่งออกได้อีก โดยจะเร่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าให้ผู้ประกอบการไทยในรูปแบบผสมผสานทั้ง Online & Offline โดยเฉพาะการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยใช้ช่องทางแพลตฟอร์ม e-commerce ในการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วโลก การยกระดับให้บริการเจรจาการค้าแบบ Smart OBM โดยการนำระบบ AI มาเพิ่มประสิทธิภาพในการจับคู่เจรจาธุรกิจให้มีความแม่นยำ เพื่อสนับสนุนให้เกิดมูลค่าการค้าซื้อขายมากยิ่งขึ้น

พร้อมกันนี้ จะให้ความสำคัญกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG ซึ่งรัฐบาลได้ประกาศเป็นวาระแห่งชาติ โดยจะเร่งพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจด้วยโมเดล “BCG: Bio Circular Green Economy” หรือเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว บูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นในการสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการ สินค้าและบริการ หาช่องทางการตลาดในต่างประเทศ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ เพิ่ม GDP และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการทุกระดับ

แผนงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของไทย ในปี 2565

กรมมีแผนที่จะดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกในปี 2565 รวม 159 กิจกรรม แบ่งเป็นกิจกรรมภายในประเทศ 74 กิจกรรมและต่างประเทศ ใน 6 ภูมิภาครวม 85 กิจกรรม ครอบคลุมภารกิจการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในเวทีการค้าระหว่างประเทศ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาผู้ประกอบการ สินค้าและบริการ ช่องทางการตลาด อาทิ การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ การพาผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศซึ่งจะมีทั้งแบบไปเข้าร่วมงานของผู้จัดในต่างประเทศ งานที่กรมเป็นผู้จัดขึ้นเองในต่างประเทศ เช่น TOP THAI Brands, Mini Thailand Weeks หรือการให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานผ่านโครงการ SMEs pro-Active การจัดคณะผู้แทนการค้าเยือนต่างประเทศ (Trade Mission) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ/สินค้าและบริการของไทยแบบครบวงจร และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าทั้งรูปแบบออฟไลน์/ออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเพิ่มการดำเนินงานบางส่วนเพื่อให้การทำงานสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น ดังนี้

1. เพิ่มความเข้มข้นการทำงานร่วมกับภาคเอกชน โดยกรมจะจัดการประชุมกับภาคเอกชนรายคลัสเตอร์ เพื่อร่วมกันประเมินสถานการณ์การส่งออกรายสินค้า/บริการสำคัญ นอกจากนี้ จะมีการจัดประชุมกระชับความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาคมผู้นำเข้า/ผู้ค้าต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยและในต่างประเทศ รวมทั้งจะให้ประโยชน์จากเครือข่ายที่ปรึกษาติดตามการค้าด้านการค้าระหว่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ (Honorary Trade Advisor to the Ministry of Commerce: HTA) ที่มีอยู่ทั่วโลกให้มากขึ้น
2. ผลักดันการส่งออกสินค้า BCG สินค้านวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม และสนับสนุนการค้าเงินธุรกิจในยุค Next-normal เน้นให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่
3. สร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมั่นกับผู้ประกอบการรายใหญ่ ผ่านโครงการ “Thailand Global Business Partners” เพื่อให้เกียรติแก่นักนำเข้าและการยกย่องให้เป็นเพื่อนที่ดีที่สุดของประเทศไทย อันเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิม รวมทั้งดึงดูดผู้นำเข้ารายใหม่ให้เข้าร่วมกิจกรรม
4. ใช้สื่อออนไลน์สมัยใหม่ในการเผยแพร่ข้อมูลการค้าของกรมให้มากขึ้น อาทิ ในรูปแบบ Podcast หรือ Online TV Chanel ซึ่งเป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยม เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยตื่นตัวในการหาความรู้และเข้าถึงข้อมูลสถานการณ์ของตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งข้อมูลแนวโน้มการตลาด/ความต้องการของผู้บริโภคเชิงลึก ภาวะภัยด้านการค้า ฯลฯ ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วโลก
5. ส่งเสริมการทำตลาดแบบผสมผสาน Hybrid เพื่อเปิดตลาด กระชับความสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งจะมีการส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมทั้งออฟไลน์ที่มีการปรับรูปแบบให้เข้ากับยุคสมัย และกิจกรรมออนไลน์ที่จะส่งเสริมพาณิชย์ดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง รวมถึง กิจกรรม Smart OBM และ Virtual Trade Show นอกจากนี้ จะพัฒนา Infrastructure ของระบบการให้บริการดิจิทัลของกรมให้สอดคล้องกับการทำงานและการให้บริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
6. สำรองความเชื่อมั่นของผู้นำเข้าในต่างประเทศ รวมทั้งการศึกษาตลาดและสำรวจพฤติกรรมการค้าและการบริโภคเชิงลึก เพื่อนำข้อมูลความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการของไทยมาวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและคาดการณ์การส่งออก
7. ส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจสนับสนุน (Supporting Businesses) กับผู้ประกอบการส่งออก เพื่อเติมเต็มศักยภาพและลดต้นทุนของผู้ประกอบการส่งออกในเวทีการค้าโลก โดยจัดเวทีให้ผู้ประกอบการส่งออกในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ได้มีโอกาสพบผู้ประกอบการในธุรกิจสนับสนุน อาทิ นักจัดรายการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ นักออกแบบ ผู้ให้บริการกราฟฟิคดีไซน์ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้ให้บริการขนส่ง ผู้ให้บริการเทคโนโลยีสนับสนุน ฯลฯ เพื่อเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างกันซึ่งจะช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งในการออกสู่ตลาดต่างประเทศ

**thaifex
anuga
ASIA**

EDITION

THE **HYBRID**

Lead the change.

Leverage on new opportunities.

Influence the market

TRADE SHOWS

FOOD TECHNOLOGY
FOOD SERVICE
COFFEE & TEA
DRINKS
SWEET & CONFECTIONERY
MEAT & POULTRY
FROZEN FOOD
SEAFOOD
RICE
FRUITS & VEGETABLES
FINE FOOD
ORGANIC MARKET
HALAL MAKET



TWO POWER BRANDS, ONE GREAT EXPERIENCE

www.thaifex-anuga.com

24-28 MAY 2022

THAIFEX - ANUGA ASIA "THE HYBRID EDITION"
IMPACT MUANG THONG THANI
BANGKOK, THAILAND

#thaifexanuga and follow us on



@thaifexanugaasia



@thaifex-anuga-asia



www.thaifex-anuga.com www.thaifex-vts.com

JOINTLY ORGANISED BY



อาหารไทย อาหารโลก

แผนงานอาหารไทยอาหารโลก เพื่อผลักดันให้อาหารไทยและสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ รวมทั้งสินค้าใหม่ๆ อาทิ อาหารฮาลาล อาหารมังสวิรัตและอาหารแห่งอนาคต (Future Food) ให้เดินหน้าสู่การเป็นอาหารโลก



VISION

อาหารไทย อาหารโลก
นโยบาย
เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด
ยุทธศาสตร์ ตลาดนำการผลิต

ปรับแผนโรดแมป	ยื่นหน้าไปสู่ การเป็นอาหารโลก
จับมือกับพันธมิตร และระบบโลจิสติกส์ ที่มีประสิทธิภาพ	ส่งเสริมการตลาด ประเภทและส่งออก
ร่วมกันปรับปรุงกระบวนการ ที่มีอุปสรรคกีด การประกอบธุรกิจข้าม	

สินค้าเกษตร อาหาร
Thai Select และฮาลาล
ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริม

3,413
ราย

การจับคู่เจรจาธุรกิจ
4,043
คู่

สร้างมูลค่าการค้า 2ปี

55,367.46
ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต

ผลักดันส่งออกผ่านวิกฤต ภายใต้เกษตรผลิตพาณิชย์ตลาดโดยใช้ยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” และเซลล์แมนประเทศ



ครั้งแรก
ในประวัติศาสตร์
“**ทีมเซลล์แมน**”

กรมได้ดำเนินแผนการยุทธศาสตร์ “ตลาดนำการผลิต” ตามที่นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ มอบหมาย โดยผ่านทูตพาณิชย์ในฐานะเซลล์แมนประเทศเชื่อมโยงสินค้าในประเทศกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

3 เป้าหมาย

- ส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตสินค้าที่ตรงความต้องการของตลาด
- สร้างความเชื่อมั่นด้วยคุณภาพ
- ผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลก

1 สร้าง

- สร้างไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญของโลก

3 เพิ่มที่ต้องการ

- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP)
- เพิ่มรายได้เกษตรกรและผู้ประกอบการทุกระดับ

ภารกิจเซลล์แมนประเทศ

ผลักดันการส่งออก ผ่านการลงนาม MOU และกิจกรรม Business matching **231** คู่

รวมมูลค่าส่งออก
2ปี

94,822.17
ล้านบาท

25 ก.ค. 62 - 30 ก.ย. 64

ภาคเอกชนส่งมอบแล้วรวม

57,176.63
ล้านบาท

คิดเป็น **60.305%**

สมัครเป็นสมาชิก



ได้อะไร?



B2B Business To Business



B2C Business To Customer



THAITRADE.COM

เว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Marketplace ยอดขายรวม 9,922 ล้านบาท

(ปี 54 - 64)

ผู้ซื้อทั่วโลก	▶ 216,804 ราย	สมาชิกผู้ขายไทย	▶ 25,644 ราย
ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์	▶ 12,128,093 ราย	สินค้ารายการ	▶ 185,477 รายการ



THAITRADE.COM^{SOOK} เพิ่มความสุขส่งออกสบายอย่างครบวงจร

ซื้อขายสินค้าไทยคุณภาพในรูปแบบค้าปลีก (B2C) ข้ามพรมแดน

เพิ่มช่องทางการขาย



Online Business Matching

ยอดขายปี 2563
14,475.90 ล้านบาท

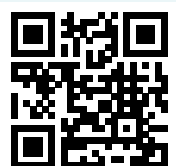
- ▶ **ร้าน TOPTHAI บน 6 แพลตฟอร์ม 5 ประเทศ**
ได้แก่ Tmall Global (จีน), Tmall China (จีน), Amazon (อเมริกา), Klangthai (กัมพูชา), Bigbasket (อินเดีย) และ Bilibli (อินโดนีเซีย)
Concept ร้านจำหน่ายสินค้าที่อุปฯ จากประเทศไทย ที่ผ่านการคัดสรรจากหน่วยงานภาครัฐที่มีความน่าเชื่อถือ
- ▶ **ขายผ่านยี่ปี่วออนไลน์**
นำสินค้าไทยไปขายต่อผ่านตัวกลางออนไลน์ระหว่างประเทศ

สิทธิพิเศษ

- ▶ ส่งตัวอย่างสินค้าฟรีกับ DHL Express *หลังการเข้าร่วม Online Business Matching
- ▶ Exchange Rate อัตราพิเศษกับ SCB
- ▶ ประกันความเสี่ยงอัตราพิเศษกับ Exim Bank
- ▶ Logistics Enquiry
- ▶ ส่งสินค้าฟรี 5,000 บาท กับ DHL Express *สำหรับสมาชิกใหม่
- ▶ ค่าขนส่งอัตราพิเศษกับไปรษณีย์ไทยและ แพลตฟอร์มพันธมิตรชั้นนำ

บริการอื่นๆ

- ▶ ที่ปรึกษาการใช้งานระบบ
- ▶ บริการถ่ายรูปสินค้า
- ▶ ให้คำแนะนำด้านการเขียน content
- ▶ เชิญโยงผู้ประกอบการกับ Platform พันธมิตรชั้นนำต่างๆ ทั่วโลก



การค้าออนไลน์ข้ามพรมแดน

ให้ความสำคัญกระตุ้นทุกภาคส่วนให้ใช้ระบบการค้าออนไลน์มากขึ้น



Online Business Matching: OBM หรือการเจรจาการค้าออนไลน์

เป็นการปรับรูปแบบการจัดกิจกรรมเจรจาการค้า จากเดิมที่เป็นการจัดคณะผู้แทนการค้า (Trade Mission) เดินทางไปเจรจาการค้าในต่างประเทศ สู่การจัดกิจกรรมเจรจาการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Business Matching: OBM) ระหว่างผู้นำเข้า/ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศกับผู้ส่งออกไทย โดยมีทูตพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นเซลล์แมนประเทศในการประสานเชื่อมโยงผู้นำเข้าในต่างประเทศให้กับผู้ส่งออกไทย ในทุกสินค้าที่มีความต้องการในตลาดต่างประเทศ

ผลการดำเนินงาน ในปี 2564 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัด OBM ไปแล้วมากกว่า 160 ครั้ง มีผู้ส่งออกและผู้ประกอบการไทยได้รับประโยชน์จากกิจกรรม OBM มากกว่า 3,295 ราย ผ่านการจัดคู่เจรจา มากกว่า 6,677 คู่ มูลค่าการซื้อขายคาดการณ์รวมทั้งสิ้น 16,245.57 ล้านบาทในสินค้าอาหาร ผลไม้ สินค้าฮาลาล ชิ้นส่วนยานยนต์ ยางพารา พลาสติกและเคมีภัณฑ์ อาหารและของใช้สัตว์เลี้ยง อัญมณีและเครื่องประดับ สินค้าผู้สูงอายุ อาหารจากพืช สินค้าประมง เป็นต้น



TOPTHAI Store

คือ ร้านค้าออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่เปิดอยู่บนแพลตฟอร์ม e-Commerce ชั้นนำในตลาดเป้าหมาย ส่งออกสินค้าไทยที่มีศักยภาพสู่ตลาดโลกผ่านช่องทางออนไลน์ข้ามพรมแดนระดับสากล ซึ่งจุดแข็งของร้าน TOPTHAI คือ จำหน่ายสินค้าเกือบๆ จากไทยซึ่งผ่านการคัดสรรจากหน่วยงานรัฐบาลทำให้เชื่อมั่นได้ว่าเป็นสินค้าคุณภาพดีจากไทย ในปี 2564 มีจัดตั้งร้าน TOPTHAI Store แล้วบน 5 แพลตฟอร์มใน 4 ประเทศ ได้แก่ Tmall.com และ Tmall Global (ตลาดจีน), Bigbasket.com (ตลาดอินเดีย), Amazon.com (ตลาดสหรัฐอเมริกา) Klangthai.com (ตลาดกัมพูชา) และ Bilibili.com (ตลาดอินโดนีเซีย) และสามารถสร้างมูลค่าการค้าซื้อขายผ่านร้านดังกล่าวรวมกันได้แล้วกว่า 465.25 ล้านบาท



Thaitrade.com เว็บไซต์การค้าออนไลน์ระหว่างประเทศ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมสินค้าส่งออกคุณภาพของไทย เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงผู้ซื้อทั่วโลก

ผลการดำเนินงาน ปัจจุบันมีสมาชิก 160,000 ราย จำนวนสินค้า 215,611 รายการ มูลค่าการสั่งซื้อรวม 2,322.00 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดคืออาหารและเครื่องดื่ม 53.69%

งานแสดงสินค้ารูปแบบใหม่

เร่งรัดการส่งออกในยุค New Normal ปรับรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยเป็นรูปแบบเสมือนจริง โดยการใช้นวัตกรรมใหม่ **Virtual Exhibition** เป็นการจัดงานแสดงสินค้าแบบรูปแบบเสมือนจริง (Virtual) หรือรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์พร้อมจัด **เจรจาการค้าออนไลน์** ระหว่างผู้นำเข้าต่างประเทศกับผู้ส่งออกไทย

โครงการกระจายความรู้สู่ผู้ประกอบการยุคใหม่ From Gen Z to be CEO

คาดการณ์ทางการค้าเพื่อเสริมศักยภาพให้แม่ทัพเศรษฐกิจรุ่นใหม่

ปี CEO GEN Z
แล้วกว่า **20,000** ราย
ทั่วประเทศ

พาณิชย์พนักงานกำลัง 94 สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

13 มหาวิทยาลัยชั้นนำ



2 หน่วยงาน



47 สถาบัน
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา



34 เครื่อง่าย TED FELLOW
โดยกองทุน TED Fund ภายใต้ ออ.

ต่อยอดด้วยสิทธิประโยชน์ จากองค์กรชั้นนำระดับประเทศ



ได้รับสิทธิพิเศษ เข้าร่วมคลาสเรียนพิเศษจาก TikTok ในหลักสูตร
“TikTok as a Tool for Future Opportunity Workshop”
ในวันที่ 9 ตุลาคม 2564



ได้รับสิทธิพิเศษเข้าร่วมอบรมในหลักสูตร
“Young Startup Grooming Program” ที่จะจัดขึ้น
ระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2564

และได้รับสิทธิในการพิจารณาเข้าร่วมฝึกงานกับ
องค์กรชั้นนำ อาทิ



true



EXIM
THAILAND

bitkub

PREP YOURSELF
FOR FUTURE
ENDEAVOUR

FROM
GEN Z
TO BE
CEO

เจาะตลาดเมืองรอง

เจาะตลาดเมืองรอง ด้วย Mini FTA เพื่อขยายโอกาสทางการค้า โดยการสร้างพันธมิตรทางการค้า ที่ลงลึก ระดับ เมือง/รัฐ/มณฑล ที่มีศักยภาพของประเทศเป้าหมาย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้มีการลงนาม Mini FTA ไปแล้ว 2 ฉบับ คือ

Mini FTA กับเมืองโคฟู จังหวัดยามานาชิ ประเทศญี่ปุ่น
ลงนามวันที่ 12 กรกฎาคม 2564 เป็น MOU ความร่วมมือว่าด้วย การเป็นพันธมิตรในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ แนวทางความร่วมมือ ประกอบด้วย การถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเจาะระในอัญมณีและการผลิตเครื่องประดับ / การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ / การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน / แลกเปลี่ยนนักเรียนระหว่างโรงเรียนอัญมณีของไทย (สถาบัน GIT) และโรงเรียน Institute of Gemology and Jewelry Art ในจังหวัดยามานาชิ โดยคาดว่า MOU ฉบับนี้จะช่วยให้ การค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย-ญี่ปุ่น ในปี 2564 มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 15,500 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 5% จากปี 2563)

Mini FTA กับมณฑลไห่หนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน
ลงนามเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2564 เพื่อส่งเสริมและเชื่อมโยงธุรกิจ / แลกเปลี่ยนข้อมูลและมาตรการสนับสนุน SMEs / อำนวยความสะดวกการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างกัน ทั้งนี้ มณฑลไห่หนาน มีความสำคัญ โดยตั้งอยู่ในเส้นทางสายไหมทางทะเล ที่เชื่อมเศรษฐกิจกวางตุ้ง-ฮ่องกง-มาเก๊า และอาเซียน เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ใหญ่ที่สุดของจีน เป็นจุดสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจแบบเปิดในระดับสูงของจีน มีประชากร 10.8 ล้านคน การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นจะเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจการค้าการลงทุนของไทย คาดการณ์มูลค่าการค้าการลงทุนที่เป็นผลจาก MOU ประมาณ 1.2 หมื่นล้านบาทภายใน 2 ปี



สร้างนักธุรกิจยุคใหม่

พัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับภาคการผลิตฐานราก SME และ Micro SME

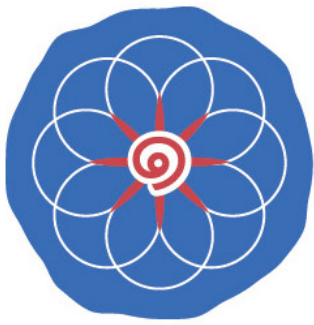
NEA สร้างนักธุรกิจใหม่
อบรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ
66,695 ราย

1. ด้านความรู้พื้นฐานการค้าระหว่างประเทศ 15,997 ราย
2. ด้านการสร้างช่องทางตลาด 41,319 ราย
3. ด้านการสร้างความเข้มแข็งให้ส่งออกละแผลเครือข่าย 3,426 ราย
4. ด้านเศรษฐกิจกระแสใหม่ 5,953 ราย

ปี 2564 สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ (NEA) จัดกิจกรรมสัมมนา/ฝึกอบรม เพื่อเตรียมความพร้อมแก่ผู้ประกอบการ/ผู้ส่งออก มากกว่า 66,695 ราย ให้มีองค์ความรู้ที่จำเป็นในบริบทการค้ายุคใหม่ เพื่อสามารถช่วงชิงโอกาสทางการตลาดให้ได้มากขึ้น ซึ่งมีทั้ง webinar / หลักสูตร e-learning กว่า 40 หลักสูตร ทั้งนี้ นับตั้งแต่เกิดวิกฤตโควิด-19 สถาบัน NEA ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดสัมมนา/อบรม จากเดิมในรูปแบบออฟไลน์ เป็นผ่านช่องทางออนไลน์ (Webinar) รวมถึงพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร e-learning อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งในส่วนกลาง และต่างจังหวัดสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และมีองค์ความรู้ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศในยุค New Normal โดยมีโครงการสำคัญ ได้แก่

- โครงการกระจายความรู้ผู้ประกอบการยุคใหม่ (From Gen Z to be CEO)
- โครงการ Young Exporter from Local to Global (YELG)
- โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ Up Skill & Reskill กับหัวเว่ย (Huawei)

รายละเอียดกิจกรรมทั้งหมดของ NEA สามารถดูได้ที่ www.nea.ditp.go.th



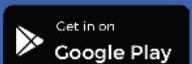
— DITP —
ONE

DITP ONE

คิดถึงส่งออก
คิดถึง DITP ONE
ครบจบในแอปเดียว



◀ Download Now



รับข่าวสาร



สมัครกิจกรรม



ปรึกษาเรื่องส่งออก



แนะนำกลยุทธ์



ส่งเรื่องร้องเรียน



อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

สร้างฮับ

อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์/ภาพยนตร์

พัฒนาผู้ประกอบการไทย

ในกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์และภาพยนตร์
เร่งสร้างโอกาสพร้อมทั้งขยายตลาดไปทุกช่องทาง

สร้างมูลค่ากว่า

8,852
ล้านบาท



ในประเทศ

ผ่านโครงการ/กิจกรรมสำคัญ อาทิ งานแสดงสินค้าเสมือนจริง
Multimedia Online Virtual Exhibition (M.O.V.E.) และ กิจกรรม
ส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ในงาน Bangkok International Digital
Content Festival (B.I.D.C.)

6,377.25
ล้านบาท

ต่างประเทศ

ผ่านโครงการ/กิจกรรมสำคัญ อาทิ งานแสดงสินค้า
American Film Market & Conference
ณ นครลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา

2,474.73
ล้านบาท

บริการแบบ One Stop Service



พัฒนาการให้บริการของกรม ผ่าน DITP ONE Application

DITP ONE : เป็นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ที่มีความสนใจและดำเนินธุรกิจด้านการค้าระหว่างประเทศ โดยได้รวบรวมการบริการต่างๆ เรื่องการค้าระหว่างประเทศ อาทิ รวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ด้านการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศ บริการคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บริการรับเรื่องร้องเรียนและข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศ และบริการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังสามารถติดตามสถานะการดำเนินงานได้ด้วยตนเอง รวมถึงได้รับการแจ้งเตือนหากมีความคืบหน้า ในการดำเนินงาน เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

ภาพลักษณ์ประเทศ

Thailand Delivers with Safety

ในช่วงสถานการณ์โควิด กรมได้ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ “สินค้าอาหารไทยปลอดภัย” (Thailand Delivers with Safety) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตสินค้าอาหารไทยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งมีระบบการควบคุมป้องกันที่ได้มาตรฐานเพื่อให้ปลอดภัยการปนเปื้อนของเชื้อไวรัส เกิดจากร่วมมือของ 4 หน่วยงานภาครัฐบาล ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงมหาดไทยที่ได้ลงนามความตกลงบันทึกความเข้าใจ MOU เรื่อง “การรับรองการปฏิบัติตามมาตรการเพื่อป้องกันการปนเปื้อนเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในกระบวนการผลิตอาหารส่งออก (COVID-19 Prevention Best Practice)” โดยจัดทำเป็นคลิปวิดีโอสั้นเผยแพร่ในสื่อออนไลน์และ Social Media ทั่วโลก มีผู้ชมกว่า 7 ล้านครั้ง



DITP

THINK TRADE

THINK DITP ชี้อองการค้ำ