

THINK TRADE

ISSN : 2586-9094 ปีที่ 6 ฉบับที่ 68 / สิงหาคม 2560

THINK DITP ใช้้องการค้า

THINK OUTSIDE THE BOX

Trade Highlight

ดีไซน์-นวัตกรรม
เติมสีสันธุรกิจ

Friends of DITP

“บิ๊กรูทิจ”
จับมือตัวเข้ม SMEs

Trade Insight

พูดนโยบายหนุน
Start-Up

DITP Insider

สร้างเศรษฐกิจ
ด้วยความคิดสร้างสรรค์



NEW
ECONOMY
ACADEMY

DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

ขอเชิญผู้ที่สนใจเข้าร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์

VIDEO MARKETING



“ วิดีโอออนไลน์ การตลาดยุคใหม่ที่ไม่ควรพลาด ”

พร้อมทำ Workshop และรับคำแนะนำ คำปรึกษา
เรื่องการเริ่มเป็นผู้ประกอบการ และการทำการตลาดออนไลน์
ผ่านวิดีโอจากกูรู และเซเลบชื่อดังจาก Youtube 

ณ สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดาภิเษก)

วันพฤหัสบดีที่ 21 กันยายน 2560
เวลา 8.30-17.00 น.

ลงทะเบียนร่วมงานได้ทันที (ฟรี! ไม่มีค่าใช้จ่าย)
<https://event.nea.ditp.go.th/e/VideoMarketing>

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม
โทร. 02-507-8131, 082-766-9696



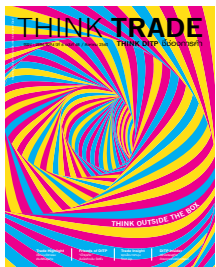
นายศิริวัฒน์ วิชาสติกดานนท์
กรรมการบริษัท MOINDY

นายวุฒิธร มีสินทจินดา
(วุฒดี)

เบ็น อาปาเซ่
YOUTUBER

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:

อริบดี

มาลี โชคล้ำเลิศ

รองอริบดี

สุพัต อ่องแสงคุณ

สมเด็จ สุสมบัติ

วรรณภรณ์ เกตุทัต

บรรณาธิการบริหาร: มาลี โชคล้ำเลิศ

รองบรรณาธิการบริหาร: จักรินทร์ โกมลศิริ

บรรณาธิการบทความ: อรอนุช ผดุงวิทย์

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์: อาจพงษ์ ฉันทปัญญา

กองบรรณาธิการ:

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ติดต่อ 02-507-7922

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนนนทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

www.ditp.go.th DITP Call Center 1169

หมายเหตุ: THINK TRADE THINK DITP เป็นนิตยสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในนิตยสารเป็นข้อมูลล่าสุดขณะจัดพิมพ์ทางกรมฯ และทีมผู้จัดทำขอสงวนสิทธิในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์



www.thinktradethinkditp.com

Executive Editor



สวัสดิ์ดีค่ะ

Creative Economy หรือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นสนามเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่ผู้เล่นต้องมีมากกว่าเงินทุน ความรู้ และทรัพยากร เพราะการตัดสินใจซื้อขายของลูกค้าอาจอยู่ที่ความสะดวกและความสุขทางใจที่จับต้องไม่ได้ด้วยซ้ำ คุณค่าของ Creative Economy อยู่ที่ความสามารถของผู้ผลิตในการสร้างสุนทรีย์และประสบการณ์อันรื่นรมย์ให้เกิดในใจของผู้บริโภคให้ได้ ดังนั้น “เอกลักษณ์” จึงเป็นกลยุทธ์ในการสร้างเสน่ห์และเป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้สินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั่วโลกให้ความสำคัญ โดยในปี 2557 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยมีมูลค่าสูงถึง 1.61 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

นโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม (Innovation) โดยการนำความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาทำให้เป็นความจริง นำมาพัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น เปลี่ยนจากการทำมากได้น้อย เป็นการทำน้อยได้มาก ด้วยการนำเอานวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มจุดแข็งและคุณค่าให้กับธุรกิจ

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้จึงอยากชี้โอกาสที่จะขยายความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ผู้ประกอบการไทย “กล้าที่จะแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์” โดย DITP มุ่งมั่นผลักดันผู้ประกอบการไทยให้เข้าสู่ Thailand 4.0 ได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนค่ะ

นางมาลี โชคล้ำเลิศ

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

กระทรวงพาณิชย์

ดีไซน์-นวัตกรรม เติมสีสันธุรกิจ

ทุกวันนี้ ผู้บริโภคปรารถนาจะสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆ อยากมีตัวเลือกของสินค้าและบริการมากขึ้น และเมื่อรูปแบบภายนอกและความแปลกใหม่กลายเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ช่วยทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจและตัดสินใจจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการไปใช้ องค์กรธุรกิจหลายแห่งจึงได้นำ “ดีไซน์” และ “นวัตกรรม” มาสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้า

อย่างเช่น “เอสซีจี” เครือธุรกิจชั้นนำของไทย ที่ชูภาพเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เดินหน้าพัฒนาสินค้าและบริการใหม่เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คน เช่นเดียวกับ “ศรีไทยซูเปอร์แวร์” ที่พลิกวงการเมลามีนด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์เมลามีนรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง และ “Qualy” แปรนตีผู้ผลิตงานดีไซน์ข้าวของเครื่องใช้ที่มีลูกเล่นเก๋ๆ และส่งออกไปขายคนทั่วโลกกว่า 50 ประเทศ

อย่างไรก็ตาม อย่าคิดว่า “ดีไซน์” และ “นวัตกรรม” เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการขั้นสุดท้ายก่อนถึงมือผู้บริโภคเท่านั้น เพราะในความเป็นจริง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในวงการธุรกิจจะผนึกดีไซน์และนวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนสำรวจความต้องการของลูกค้า การหาวัตถุดิบที่เหมาะสม การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิตไปจนถึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ และแผนการทำตลาด เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ดีขึ้นและตรงกับใจของลูกค้าเป้าหมาย

โดยเฉพาะกระบวนการดีไซน์ในขั้นตอนวิจัยและพัฒนาสินค้าต้นแบบจะทำให้ธุรกิจสามารถรวบรวมไอเดียใหม่ๆ และค้นพบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งจะต่อยอดกลายเป็นสินค้าและบริการใหม่ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งได้ในที่สุด

ส่วนในแง่ของ “นวัตกรรม” ก็ได้จำกัดอยู่กับการทุ่มเทวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่ต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์สินค้าเท่านั้น เพราะผู้ประกอบการ SMEs ที่ไม่ได้มีเงินลงทุนทำ R&D แบบนี้มากนักก็สามารถใช้นวัตกรรมการออกแบบ (Design Innovation) มาพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคให้ดีขึ้นได้เช่นกัน เช่น การเพิ่มลูกเล่นภายนอก หรือประโยชน์ใช้สอย และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เตะตาลูกค้า ที่ทำได้ง่ายกว่าและไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงมากนัก

ซึ่งมีผลสำรวจที่ตอกย้ำความสำคัญของนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ว่า ผู้บริโภคเกือบ 40% มองว่านวัตกรรมด้านนี้ เช่น การเพิ่ม QR code บนบรรจุภัณฑ์ การปิดผนึกของได้อย่างสะดวก

หลังเปิดใช้ครั้งแรก เป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ลูกค้าประมาณ 40% ยอมรับว่าตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะชื่นชอบบรรจุภัณฑ์ นี่จึงสะท้อนได้อย่างชัดเจนว่าบรรจุภัณฑ์ ที่มีดีไซน์โดดเด่น หรือมีนวัตกรรม มีผลต่อการซื้อสินค้าอย่างแท้จริง

ดังนั้นหากไม่ได้มีเงินทุนมากพอจะนำเทคโนโลยีล้ำสมัยมาพัฒนาสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ก็อย่าเพิ่งถอดใจ เพราะหัวใจของ “ดีไซน์” และ “นวัตกรรม” คือไอเดียและมุมมองใหม่ ที่จะปรับเปลี่ยน “ของเก่า” ที่คุ้นเคยให้กลายเป็น “ของใหม่” ที่โดนใจคนซื้อต่างหาก

ต้องการต่อยอดไอเดียดีๆ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ติดต่อสำนักงานนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า โทร. 02-507-8268

อิทธิพลของนวัตกรรม ต่อผู้บริโภค

48% ของผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าที่มีไอเดียใหม่

33% ของผู้บริโภคอยากให้ปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น

33% ของผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน

70% ของผู้บริโภคยอมจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่

67% ของผู้บริโภคยอมจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความแปลกใหม่

ที่มา: www.quirks.com

www.inspirationist.net

หมายเหตุ: ผลการสำรวจออนไลน์ผู้บริโภค 1,000 คน ในสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับอิทธิพลของนวัตกรรมสินค้าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1 เยอรมนี

ผุดนโยบายหนุน Start Up

เงินทุนอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการปลูกปั้นธุรกิจ Start Up ให้เติบโตอย่างแข็งแกร่ง รัฐบาลเยอรมันจึงออกนโยบายใหม่ๆ เพื่อเสริมความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ และเอื้อต่อการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจกลุ่มนี้ เช่น พัฒนาอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ลดข้อกีดกันต่างๆ และลดความซับซ้อนของขั้นตอนในระบบราชการ ซึ่งจะช่วยให้ Start Up น้อยใหม่แจ่มแจ้งเกิดและอยู่รอดในวงการได้แบบตลอดรอดฝั่ง

เกาะติดเทรนด์ธุรกิจที่กำลังมาแรงในเยอรมนี

ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

อีเมล: thaicom.berlin@t-online.de

2 รัสเซีย

หนุนใช้สิทธิ GSP

รู้หรือไม่ว่าสหภาพยูเรเชียที่ประกอบด้วยประเทศอาร์เมเนีย เบลารุส คีร์กีซสถาน คาซัคสถาน และรัสเซีย ให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) แก่ประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาน้อยที่สุด รวมทั้งไทย โดยสินค้าบางรายการที่นำเข้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตร ตลอดจนซอฟต์แวร์ ผักไหม และเฟอร์นิเจอร์ จะเสียภาษีศุลกากรต่ำกว่าปกติร้อยละ 25 ผู้ประกอบการรายใดสนใจส่งออกสินค้าไปยังตลาดเหล่านี้ อย่าลืมใช้สิทธิ GSP

รับคำปรึกษาเชิงลึกด้านการส่งออกสินค้าไปตลาดสหภาพยูเรเชีย

ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมอสโก

อีเมล: moscow@thaitrade.ru

3 จีน

รถไฟความเร็วสูงเปิดโอกาสใหม่

โครงการรถไฟความเร็วสูงเฟสแรกของไทยระหว่างกรุงเทพฯ-นครราชสีมา ซึ่งในที่สุดจะเชื่อมไปถึงเมืองคุนหมิงของจีน มีผลดีคือการเดินทางที่รวดเร็วและปลอดภัยมากขึ้น พร้อมผลักดันการขยายตัวของตัวเมือง เพิ่มการจ้างงาน สร้างโอกาสทางธุรกิจในพื้นที่ เช่น อสังหาริมทรัพย์ โลจิสติกส์ ร้านอาหาร โรงแรม และท่องเที่ยว ตลอดจนทำให้เกิดความเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคอาเซียนมากยิ่งขึ้น

หาโอกาสทางธุรกิจในพื้นที่เส้นทางรถไฟความเร็วสูง

ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้

อีเมล: ttcshanghai@thaitradechina.cn

4 ญี่ปุ่น

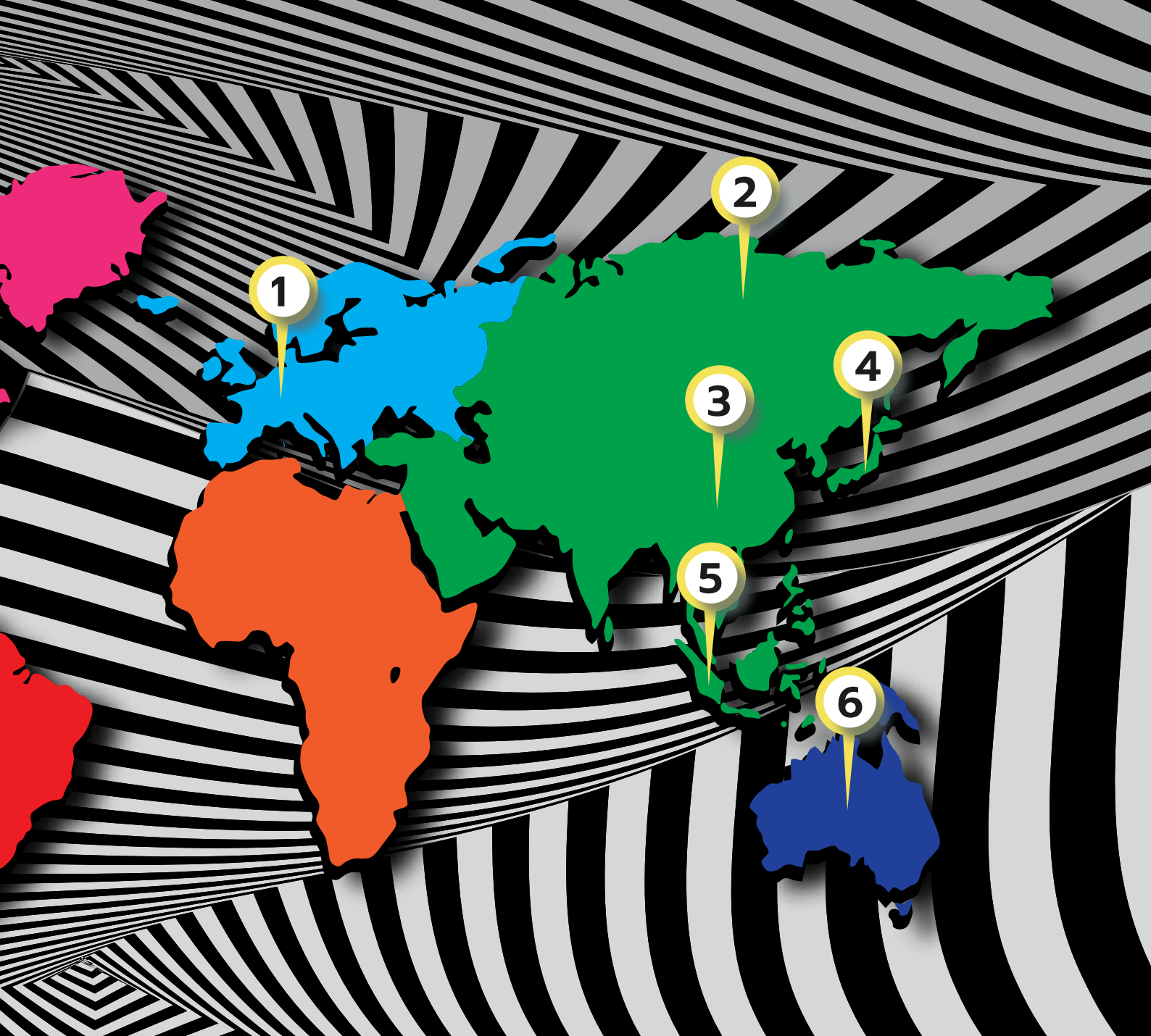
กระตุ้นใช้เงินเยนทำธุรกรรม

กระทรวงการคลังญี่ปุ่นพยายามผลักดันให้ภาคธุรกิจในเอเชียใช้เงินเยนและสกุลเงินอื่นๆ ในเอเชียซื้อขายแลกเปลี่ยนกันได้โดยตรงมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ และจะเริ่มเจรจากับประเทศไทย เพื่อหวังแลกเปลี่ยนสกุลเงินเยนกับเงินบาทโดยตรงมากขึ้น จากปัจจุบันภาคธุรกิจร้อยละ 51 ยังแลกเปลี่ยนเงินตราโดยอิงสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ยังพิจารณาจะออกพันธบัตรสกุลเงินหลักสำหรับใช้ในเอเชียและมาตรการอื่นเพิ่มเติมด้วย ซึ่งนโยบายเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจไทยอย่างแน่นอน

รู้ลึกนโยบายของญี่ปุ่น

ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา

อีเมล: ttcosaka@thaitrade.jp



5 มาเลเซีย

ค้าปลีกรุกออนไลน์

มาเลเซียเดินเกมรุกส่งเสริมการค้าปลีกออนไลน์มากขึ้น ซึ่งหากผลักดันให้เกิดเขตการค้าเสรีแบบดิจิทัลได้เร็ว การค้าขายออนไลน์จะขยายตัวเร็วตามไปด้วย โดยคาดว่าในอีก 3 ปีข้างหน้า การค้าออนไลน์จะเติบโตในอัตราสูงกว่าร้อยละ 10 ดังนั้นนอกจากร่วมมือกับห้างค้าปลีกแล้ว DITP ยังจับมือกับช่องทางการค้าออนไลน์สำคัญในมาเลเซีย เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าสินค้าไทยให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกช่องทาง

เดินทางขยายตลาดสินค้าทุกรูปแบบในมาเลเซีย
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์
อีเมล: enquiry@thaitrade.my

6 ออสเตรเลีย

ผู้บริโภคเชื้อสายเอเชียพุ่ง

ชาวออสเตรเลียเชื้อสายเอเชียที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องสร้างการเปลี่ยนแปลงในวงการอาหารของออสเตรเลีย สินค้าบางยี่ห้อและร้านค้าปลีกบางแห่งต่างปรับกลยุทธ์การตลาดให้เข้ากับความต้องการของชาวเอเชียมากขึ้น คนกลุ่มนี้นิยมซื้ออาหารสด โดยเฉพาะอาหารทะเล สมุนไพรสด และอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบการไทยที่เข้าใจความต้องการคนเอเชียด้วยกันอยู่แล้ว จึงถือว่ามีความได้เปรียบในการบุกตลาดที่กำลังเติบโตแห่งนี้

รับข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเอเชียในออสเตรเลีย
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครซิดนีย์
อีเมล: thaitrade@ozemail.com.au

AI เติบโตตัวเตรียมใจ จะเป็นคนรับคุณเข้าทำงาน!

นับวัน ปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI จะมีความฉลาดและซับซ้อนขึ้น ล่าสุด บริษัท Unilever กำลังจะเปลี่ยนวิธีรับสมัครพนักงานด้วย AI แล้ว

โดยขั้นแรก AI จะคำนวณแล้วคัดผู้ที่มีคุณสมบัติไม่เพียงพอออกจากการแข่งขันก่อน จากนั้นผู้เข้ารอบจะต้องเล่นเกมออนไลน์ 12 เกมเพื่อทดสอบความสามารถทางด้านต่างๆ โดย AI จะประเมินจากคำศัพท์สัทภาพ ท่าทาง อารมณ์ ภาษากาย ปฏิกริยา และความเร็วในการตอบคำถาม ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ลึกถึงระดับการศึกษา ความฉลาด และความมั่นคงทางอารมณ์ เมื่อจบขั้นตอนทั้งหมดนี้ AI จะบอกได้ว่า ควรรับ “มนุษย์” คนไหนเข้าทำงาน โดยไม่ต้องให้มนุษย์ด้วยกันมาช่วยพิจารณาเลย แม้ปัจจุบันระบบนี้ยังอยู่ในการควบคุมของมนุษย์ แต่คาดว่าอีกไม่นาน AI จะทำงานด้วยตัวเองได้อย่างสมบูรณ์แบบอย่างแน่นอน

ที่มา: www.startyourway.com

เบื่อยางรถยนต์ไม่ใช่ ยางพารา!

บริษัทบริดจ์สโตน ผู้ผลิตยางรถยนต์ยักษ์ใหญ่ของโลกประสบความสำเร็จในการผลิตยางรถยนต์โดยไม่ใช้น้ำยางพาราได้แล้ว โดยน้ำยางทดแทนนี้มาจากต้นหญ้าทนแล้งชนิดหนึ่งชื่อ Guayule ที่ให้น้ำยางคุณภาพใกล้เคียงกับยางพาราเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ใช้ต้นทุนต่ำกว่า และเก็บเกี่ยวง่ายกว่ายางพารามาก ที่สำคัญยังใช้เวลาปลูกแค่สามปีก็ให้น้ำยางได้แล้ว



โดยบริษัทคาดว่าจะใช้หญ้า Guayule แทนยางพาราได้ในปี 2020 และจะสนับสนุนให้ทั่วโลกปลูกเพื่อทดแทนยางพารา 100% ในปี 2050 นั่นหมายความว่าในอนาคตอันใกล้นี้ เราจะได้เห็นวัชพืชชนิดนี้ขึ้นมาเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ อย่างแน่นอน

ที่มา: www.bridgestone.co.jp

เขย่าโลกเมลามีน ด้วยนวัตกรรมครบสูตร

หมดสมัยแล้วที่ผู้ประกอบการไทย
จะแข่งขันในเวทีการค้าด้วย
การขายของถูกเพียงอย่างเดียว
ยุคนี้จะต้องรู้จักสร้างมูลค่าเพิ่ม
ให้กับสินค้า เพื่อสร้างฐานะทาง
ธุรกิจที่แข็งแกร่งให้กับตัวเอง ดัง
เช่น “ศรีไทยซูเปอร์แวร์” บริษัท
ผู้ผลิตเมลามีนอันดับ 1 ของ
โลก ที่นำการบริหารจัดการ
นวัตกรรมทั้งระบบมาใช้ในองค์กร
สร้างความแตกต่างให้กับ
ผลิตภัณฑ์เมลามีน ที่กลายเป็น
ประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของวงการ

คุณสนั่น อังอุบลกุล ประธานกรรมการและ
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์
จำกัด (มหาชน) เจ้าของรางวัล Prime Minister's
Award 2016 (Best Exporter) กล่าวว่า สำหรับ
ศรีไทยฯ นวัตกรรมหมายถึงกระบวนการทำงาน
ทั้งหมดขององค์กร ซึ่งทำให้สามารถนำเสนอ
สินค้าที่ลูกค้าสนใจและต้องการซื้อ เริ่มตั้งแต่
ขั้นตอนการเลือกวัตถุดิบ การออกแบบสินค้า
การผลิต การกำหนดตำแหน่ง (Positioning)
ของสินค้าในตลาด

“เราจะสร้างนวัตกรรมได้ดีต้องมีซัพพลายเชน
(Supply Chain) ที่แข็งแกร่ง ต้องรู้จักนำ
เทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์เพื่อทำให้เกิดสินค้า
นวัตกรรม และสร้างดีมานด์ หรือทำให้ผู้บริโภค
รู้สึกอยากซื้อสินค้าใหม่ไปใช้”

ดังนั้นลูกค้าของบริษัทจึงจะเห็นสินค้าคอลเลกชัน
ใหม่ภายใต้แบรนด์ “ซูเปอร์แวร์” เป็นประจำ
ทุกปี รวมถึงยังมีแบรนด์ “เดอะ พอตเตอร์ส”
ผลิตภัณฑ์เมลามีนที่เน้นจับกลุ่มคนรุ่นใหม่
โดยเฉพาะ

“การผลิตสินค้าต้องเข้าใจเทรนด์โลก ยุคนี้
ผู้บริโภคสนใจสินค้าที่เลียนแบบธรรมชาติ
เราจึงร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบและตัวแทน
จำหน่ายสินค้า ทำการวิจัยและพัฒนาเมลามีน
ซิลิกา ที่มีรูปทรงและผิวสัมผัสเหมือนหิน
เป็นการปฏิวัติวงการเมลามีนที่ตอนนี้อยู่
ความสนใจอย่างมากจากลูกค้า และคู่แข่งยัง
ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้”

ส่วนแบรนด์ “เดอะ พอตเตอร์ส” (The Potters)
คุณสนั่นเล่าว่า คือแบรนด์ที่เกิดจากไอเดียของ
บุตรสาวที่เรียนจบแฟชั่นดีไซน์จากประเทศ

อังกฤษ เป็นสินค้าเมลามีน ซึ่งมีลวดลายและ
ดีไซน์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากยุค 1700 ของ
ยุโรป พร้อมนำเสนอสินค้าผ่านเรื่องราวของ
คาแรกเตอร์ตัวการ์ตูนสุนัขเพศผู้และเพศเมีย

“นี่เป็นตัวอย่างของนวัตกรรมอีกชิ้นของเรา
ที่ไม่ใช่เมลามีนทั่วไป แต่เป็นสินค้าดีไซน์ใช้เรื่องราว
(story) มานำเสนอสินค้า ทำให้คนรุ่นใหม่
เห็นแล้วอยากซื้อไปใช้ เป็นการสร้างกลุ่ม
ลูกค้าใหม่ของเรามากขึ้น”

นอกจากจำหน่ายสินค้าเมลามีนในแบรนด์ของ
ตัวเองแล้ว ศรีไทยฯ ยังผลิตสินค้าภายใต้
แบรนด์ของลูกค้า ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายใน
รูปแบบที่คุณสนั่นเรียกว่าเป็น “Smart OEM”
หรือการร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตามที่
ผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายต้องการ

“เราผลิตสินค้าโดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
เรามีองค์ความรู้เรื่องเมลามีนครบวงจรอยู่แล้ว
ส่วนผู้จำหน่ายมีความรู้เรื่องผู้บริโภค
ในตลาดดีและละเอียดที่สุด เมื่อทำงานร่วมกัน
จึงสามารถผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการ
และรสนิยมของผู้บริโภค ทำให้สินค้าขายดี”

ถึงวันนี้ ในฐานะเบอร์ 1 ของโลก “ศรีไทย
ซูเปอร์แวร์” ยังเดินหน้าสร้างสรรค์เมลามีน
รูปแบบใหม่มาเสนอแก่ผู้บริโภคทั่วโลก
อย่างต่อเนื่อง ซึ่งคุณสนั่นย้ำว่า “นวัตกรรม”
คือพลังสำคัญที่ขับเคลื่อนองค์กรให้รู้หน้า
ต่อไปอย่างแข็งแกร่ง

รับคำปรึกษาเพื่อพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่
ติดต่อสำนักส่งเสริมการค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า
โทร. 02-507-8268



สร้างสรรค์ไทย พบคู่ค้าชาบูโร

ฝีมือนักสร้างสรรค์ดิจิทัลคอนเทนต์ไทยได้รับการยอมรับทั่วโลก รวมถึงญี่ปุ่น ที่ DITP นำผู้ประกอบการไทย 11 บริษัทไปเยือน นครโอซากา และกรุงโตเกียว เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม - 4 สิงหาคม ที่ผ่านมา เพื่อหาคู่ค้าใหม่ ทำให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจอย่างน้อย 3.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (132.65 ล้านบาท) พร้อมดูงานบริษัท แอนิเมชันชั้นนำ ซึ่งผู้ประกอบการไทยบอกว่าได้ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่มาพัฒนาคอนเทนต์ได้อีกเพียบ

ต่อยอดธุรกิจสร้างสรรค์ให้ก้าวไกลกว่าเดิม
ติดต่อสำนักส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ โทร. 02-507-4252



บางกอกเจมส์'60 สุดอลังการ

DITP พร้อมจัดเต็มอีกครั้งกับ "Bangkok Gems & Jewelry Fair งานแสดงสินค้าสุดยิ่งใหญ่ของวงการอัญมณีและเครื่องประดับครั้งที่ 60 ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 6-10 กันยายน 2560 ณ ชาเลนเจอร์ฮอลล์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี เปิดเวทีการค้าให้กับคนในแวดวงจากทั่วโลก มาเลือกซื้อสินค้าคุณภาพและเจรจาธุรกิจ พร้อมอัปเดตเทรนด์มาแรง และชมผลงานของนักออกแบบหน้าใหม่ฝีมือเยี่ยม



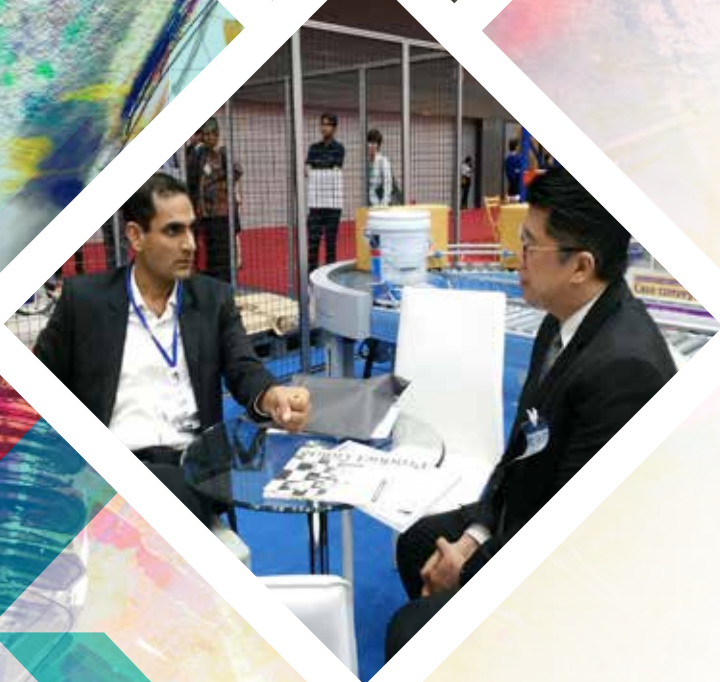
ไม่อยากพลาดกิจกรรมดีๆ ต้องคลิกเว็บไซต์ www.ditp.go.th



DITP สืบสาน ศาสตร์พระราช

ชาว DITP ร่วมกิจกรรม “การเป็นบุคลากรตามรอยศาสตร์พระราชานำองค์กรพัฒนาอย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ 5-6 สิงหาคม ที่ผ่านมาน ณ ศูนย์ภูมิรักษ์ธรรมชาติ ของมูลนิธิชัยพัฒนา จ.นครนายก เพื่อเรียนรู้และนำแนวคิดศาสตร์พระราชามาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายในการกิจต่างๆ ได้อย่างยั่งยืน

สนใจร่วมกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ ติดต่อ DITP Call Center 1169



จับคู่โลจิสติกส์ ทะลุเป้า

ผู้ประกอบการต่างปลาบปลื้มกันถ้วนหน้า เพราะได้คู่ค้ารายใหม่จากกิจกรรม Thaitrade.com Business Matching และ Personal Assistant ที่จัดขึ้นโดยสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัลของ DITP ภายในงาน TILOG-LOGISTIX 2017 เมื่อวันที่ 16-17 สิงหาคม ที่ผ่านมานี้ มีผู้ขายและผู้ซื้อในวงการโลจิสติกส์ 86 ราย จาก 12 ประเทศเข้าร่วม ทำให้เกิดมูลค่าการซื้อขายกว่า 8.1 ล้านบาท

ไม่ยากพลาดโอกาสหาคู่ค้าใหม่ที่มีศักยภาพ
ติดต่อสำนักตลาดพาณิชย์ดิจิทัล 02-507-7844

BUSINESS IS **GREAT**

สร้างเศรษฐกิจ
ด้วยความคิดสร้างสรรค์

ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยเชื่อมโยงกับการสร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจใหม่ เนื่องจากเป็นรูปแบบธุรกิจที่แข่งขันด้วยความคิดสร้างสรรค์ และยังสามารถประยุกต์กับภูมิปัญญาดั้งเดิมร่วมด้วย ยิ่งช่วยสร้างความโดดเด่น เพิ่มมูลค่าขึ้นไปอีก THINK TRADE THINK DITP ได้สัมภาษณ์คุณสุภาวดี แย้มกมล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน ถึงแง่มุมของตลาดขายความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างโอกาสทองให้ผู้ประกอบการไทย



ภาพรวม Creative & Design Industry ของสหราชอาณาจักร

ธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative industry) เป็นหนึ่งในธุรกิจสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับสหราชอาณาจักรถึงประมาณ 9.6 ล้านปอนด์ต่อชั่วโมง หรือมูลค่ารวมประมาณ 87,400 ล้านปอนด์ต่อปี โดยกลุ่มสินค้าและบริการที่สำคัญ ได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ วิดีโอเกมส์ โทรศัพท์ และสิ่งพิมพ์ สำหรับกลุ่มธุรกิจด้าน Design ของสหราชอาณาจักร ถือว่าใหญ่เป็นอันดับสองของโลก และเป็นอันดับหนึ่งของยุโรป

การส่งเสริมด้านนวัตกรรมในสหราชอาณาจักร

รัฐบาลสหราชอาณาจักรให้การสนับสนุนงบประมาณการวิจัยและนวัตกรรมเป็นอย่างดี โดยจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลกว่า 2,000 ล้านปอนด์ต่อปีเพื่อส่งเสริมด้านนี้ สำหรับหน่วยงานที่ดูแลคือ Innovate UK ซึ่งอยู่ภายใต้ Department for Business, Energy and Industrial Strategy ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจ ภาคการศึกษา และองค์การพันธมิตรต่างๆ ในการค้นหาและขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นพิเศษ คือ กลุ่มวิศวกรรมขั้นสูง การผลิตรถยนต์แห่งอนาคต เทคโนโลยีอากาศยาน พลังงาน บริการด้านการเงิน ไอซีที กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น เกมดิจิทัล ซอฟต์แวร์ การป้องกันประเทศและความมั่นคงปลอดภัย บริการด้านดิจิทัล เช่น FinTech DigiTech และ MedTech

แนวคิดและความเป็นมาของ Great Britain Campaign

Great Britain Campaign เริ่มขึ้นเมื่อปี 2555 จากนโยบายของรัฐบาลเพื่อดึงดูดให้ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจ ลงทุน และเข้ามาศึกษาในสหราชอาณาจักร แคมเปญนี้ได้เผยแพร่ไปแล้วกว่า 144 ประเทศ ประมาณ 300 เมืองใหญ่ทั่วโลก ส่งผลให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจต่อประเทศแล้วถึงประมาณ 2.7 พันล้านปอนด์ โดยมีการส่งเสริม 5 เรื่องหลัก คือ นวัตกรรม ดีไซน์ ความคิดสร้างสรรค์ การศึกษา และวัฒนธรรม ผ่านตัวอย่างแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับในแง่มุมต่างๆ เช่น Innovation is Great นำเสนอรถยนต์ Aston Martin ซึ่งเป็น British Craftsmanship Design is Great นำเสนอแบรนด์ Mulberry ซึ่งมีเอกลักษณ์เรื่อง charming, practical & luxury Creativity is Great

นำเสนอดีไซน์เนอร์แบรนด์ Nicholas Oakwell ซึ่งถือเป็น British Craftsmanship Education is Great นำเสนอ De Montfort University ซึ่งเป็น State-of-Art learning และ Culture is Great นำเสนอ OMGB ให้บริการ Home of Amazing Moment ภายใต้ Great Britain Campaign นี้ รัฐบาลส่งเสริมทั้งในด้านการเสนอแนวคิดใหม่ การตลาดใหม่ รวมถึงข้อมูลด้านกฎระเบียบและการให้คำปรึกษาในทุกขั้นตอนของธุรกิจ โดยมี Business Support Helpline บริการทางโทรศัพท์ด้วย

สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยได้เรียนรู้จาก Great Britain Campaign

ผู้ประกอบการไทยควรวิเคราะห์ธุรกิจของตนเองเพื่อหาจุดแข็งและโอกาสที่จะสร้างความโดดเด่นจากสินค้าและบริการในตลาดที่สำคัญต้องค้นหาเอกลักษณ์ของตัวเองให้เจอ เช่น เน้นความละเอียดประณีต (Craftsmanship) การดีไซน์ที่สวยงาม ความสะดวกในการใช้งาน หรือสามารถนำเสนอความตื่นตัวท้าทายของบริการ (Amazing moment) สร้างความน่าสนใจให้แตกต่างจากคู่แข่ง จึงจะสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดต่างประเทศที่เปิดรับต่อสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นและมีคุณภาพ กลุ่มสินค้าที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในตลาดนี้ ได้แก่ สินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ ของใช้ในบ้านที่มีนวัตกรรม ของตกแต่งบ้านที่มีดีไซน์ สินค้ากลุ่มอุปกรณ์การแพทย์ สินค้ากลุ่มผู้สูงอายุ สินค้ากลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วนที่มีนวัตกรรม รวมถึงกลุ่มอากาศยานและชิ้นส่วน หรือสามารถผลิตได้โดยตอบรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น

กิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการไทยด้าน Creative Design & Innovation ในตลาดสหราชอาณาจักร

โครงการที่สำนักงานฯ เคยดำเนินการ ได้แก่ การเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นดีไซน์โดยเฉพาะด้านเครื่องหนัง เข้าไปทำ workshop ให้กับผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นของไทย เพื่อสร้างสรรค์ผลงานมานำเสนอในงาน BIFF & BIL และในปี DITP ก็ได้มีการดำเนินโครงการพัฒนานวัตกรรมและดีไซน์ Thailand 4.0 สู่ตลาดยุโรป ซึ่งเป็นโครงการบูรณาการของสำนักงานส่งเสริมการค้าในยุโรป โดยมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านดีไซน์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมจากหลายประเทศในยุโรป เข้าไปให้ความรู้และจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยในช่วงงาน Thailand Innovation and Design Expo (T.I.D.E) 2017 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

สนใจศึกษาข้อมูลตลาดในสหราชอาณาจักร
ติดต่อ info@thaitradelondon.com

“บิ๊กธุรกิจ” จับมือตัวเข้ม SMEs

เพราะการส่งออกถือเป็นแหล่งรายได้หลักสำคัญของประเทศ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการส่งออกจึงต้องเร่งพัฒนาความร่วมมือช่วยเหลือ SMEs ทั้งหมด เพื่อให้การส่งออกของไทยเดินหน้าอย่างไม่สะดุด

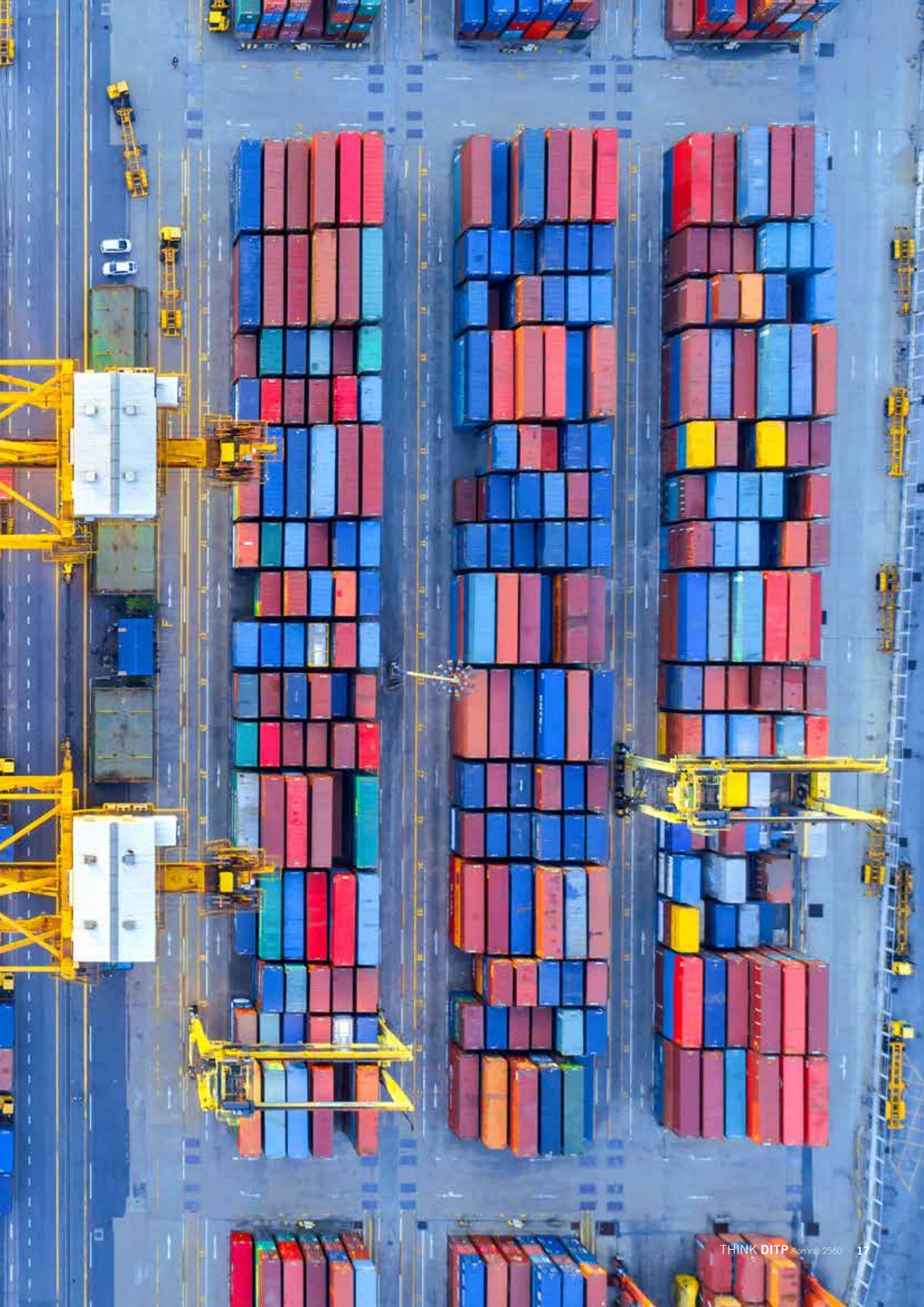
ด้วยเหตุนี้ DITP จึงเชิญผู้บริหารจากบริษัทเอกชนยักษ์ใหญ่มาช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ขยายตลาดต่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ เช่น บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ได้เข้ามาช่วยตัวเข้มและยกระดับผู้ประกอบการอาหาร หรือผู้ประกอบการที่มีความสนใจส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ในขณะที่ภูมิภาคจีน เครือเจริญโภคภัณฑ์ และบริษัท ลีอ็อกซ์เลย์ กำลังอยู่ระหว่างดำเนินโครงการ “ไต่ เล่อ ไก่” เพื่อผลักดันสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยให้กระจายใน 6 หัวเมืองใหญ่

ภูมิภาคยุโรป กลุ่มเซ็นทรัลกรุ๊ป กำลังหารือขยายช่องทางกระจายสินค้าไทยผ่านเครือข่ายของเซ็นทรัลในประเทศอังกฤษ เยอรมนี และอิตาลี โดยจะเน้นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและนวัตกรรม ส่วนภูมิภาคเอเชียใต้ SCG ได้เดินหน้าให้ความรู้แก่ SMEs ที่สนใจทำธุรกิจในตลาดอินเดีย และภูมิภาคแอฟริกา บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ได้ให้ความรู้แก่ SMEs และจะจัดโครงการ Eyes on Africa : Building Business Networking ที่สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ โดยจะนำผู้ประกอบการ 15 บริษัท เข้าพบผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐและภาคเอกชนของแอฟริกาใต้ เพื่อเก็บข้อมูลด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้งเจรจาการค้ากับนักธุรกิจแอฟริกาใต้

DITP เชื่อเป็นอย่างยิ่งว่าการผนึกกำลังกันของเหล่าบิ๊กธุรกิจทั้งหลายจะสามารถผลักดันการส่งออกของไทยและพัฒนาศักยภาพของ SMEs ทั้งหมดให้เติบโตในตลาดโลกได้อย่างแน่นอน

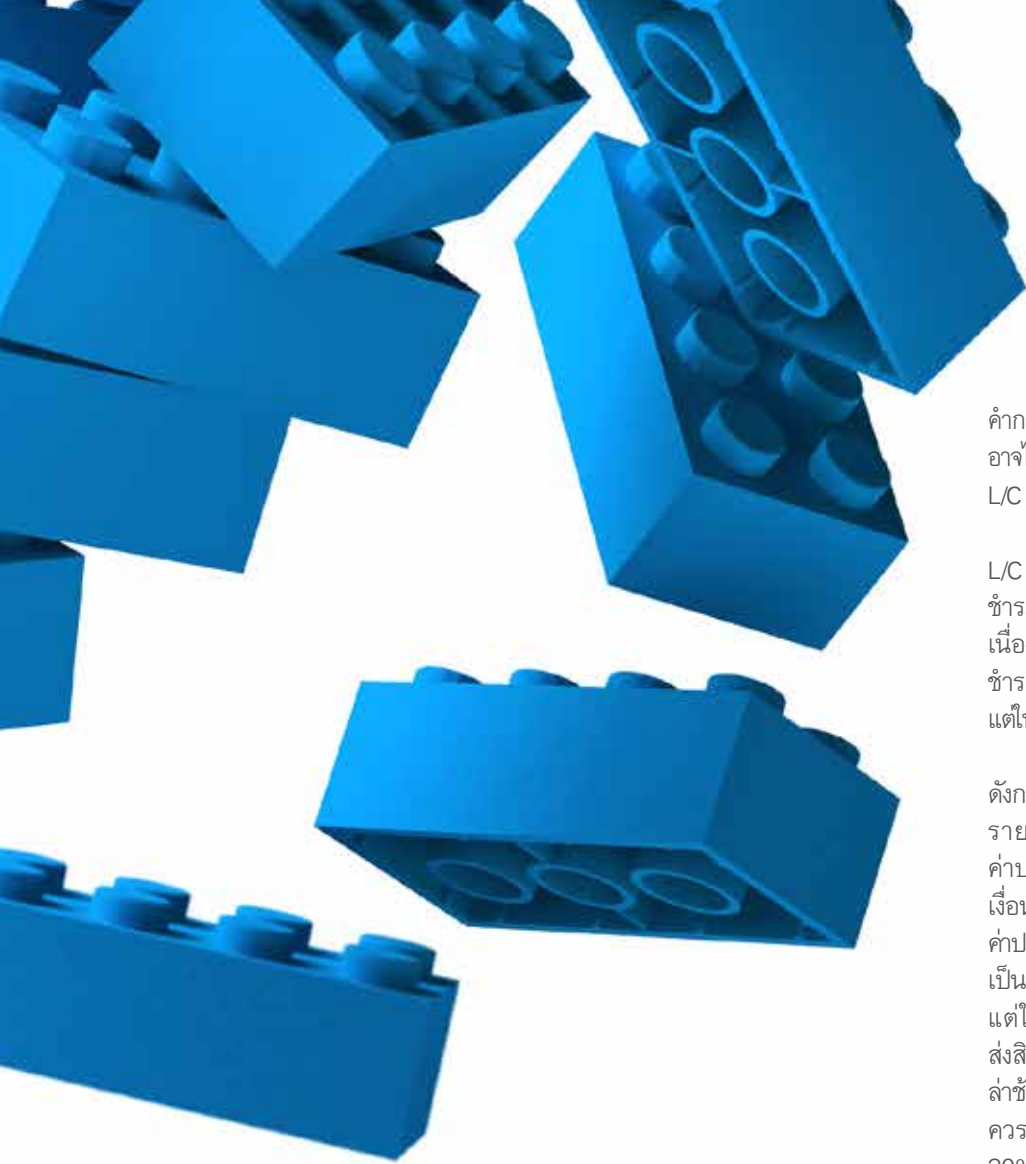
สนใจทำการค้าระหว่างประเทศ ติดต่อ DITP Call Center 1169





ตกม้าตาย เพราะเงื่อนไข L/C





คำกล่าวที่ว่า “มี L/C แล้วปลอดภัย อย่างไรก็ตามได้เงินแน่ๆ” อาจไม่แน่นอนเสมอไป หากผู้ส่งออกเลย ไม่ใส่ใจตรวจสอบ L/C ที่ได้รับมาให้ถี่ถ้วนพอ

L/C หรือ Letter of Credit แม้จะเป็นหนึ่งในวิธีการชำระเงินค่าสินค้าที่ผู้ส่งออกชอบเพราะมีความเสี่ยงต่ำ เนื่องจากธนาคารผู้เปิด L/C จะเป็นผู้รับภาระในการชำระค่าสินค้าให้แก่ผู้ส่งออกหากผู้ซื้อไม่ชำระค่าสินค้า แต่ในความเสี่ยงต่ำที่ว่ามีก็มีความเสี่ยงแฝงอยู่เหมือนกัน

กรณีที่เกิเกิดขึ้นกับผู้ส่งออกรายหนึ่งซึ่งจำต้องยอมถูกหักรายได้ที่ควรจะได้จากการจำหน่ายสินค้าไปเป็นค่าปรับถึง 30% ด้วยเหตุเพียงเพราะผู้ส่งออกอ่านเงื่อนไขใน L/C ไม่ละเอียดถี่ถ้วน ทำให้เข้าใจผิดคิดว่าค่าปรับการส่งสินค้าล่าช้าซึ่งระบุไว้ใน L/C ที่ 3% นั้นเป็นอัตราปรับส่งสินค้าล่าช้าโดยไม่กำหนดระยะเวลา แต่ในความเป็นจริง L/C ดังกล่าวกำหนดค่าปรับส่งสินค้าล่าช้าเป็นรายวัน เมื่อผู้ส่งออกส่งสินค้าลงเรือล่าช้าไป 10 วัน จึงทำให้ผู้ส่งออกรายนี้ถูกหักรายได้ที่ควรจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้าไปเป็นค่าปรับถึง 30% ของมูลค่าที่ระบุใน L/C

ดังนั้น การตรวจสอบความถูกต้อง รวมถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่ระบุใน L/C มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง หากผู้ส่งออกไม่ได้ปฏิบัติตามรายละเอียดใน L/C อย่างถูกต้องและครบถ้วนแม้เพียงเล็กน้อยก็อาจเป็นประเด็นให้ธนาคารผู้เปิด L/C ปฏิเสธการจ่ายเงินให้กับผู้ส่งออกได้

ทั้งนี้ หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับ L/C ผู้ส่งออกสามารถสอบถามกับธนาคารที่ทำธุรกรรมด้วยเป็นประจำ หรือติดต่อที่ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) ฝ่ายธุรกิจธนาคาร โทร. 0 2271 2540, 0 2617 2241 เพื่อรับคำแนะนำและป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการส่งออกสินค้าตามเงื่อนไข L/C ในอนาคต

ที่มา: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

STYLE

ASIA'S MOST STYLISH FAIR

FASHION | GIFT&HOUSEWARE | FURNITURE

BIFF&BIL

BIG+BIH

TIFF

17-21 ตุลาคม 2017
ณ ไบเทค บางนา



ท้อป พิกัด

“งานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดีไซน์ตอนนี้ทำอยู่ 3 โปรเจกต์ครับ มีออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อชาวบ้านและชาวเขา ออกแบบบุทเพื่อจำหน่ายสินค้า SE (Social Enterprise) ให้กับดอยตุง และออกแบบ ผลิต และวางแผนการตลาดกลุ่มสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ แต่ละงานมีลักษณะเฉพาะกลุ่มอยู่เหมือนกัน

ในส่วนของงาน Eco Design หลักๆ คือถ้าสินค้ามีความน่าสนใจด้านดีไซน์อยู่แล้ว เราควรดูประเด็นนั้นก่อน เช่น หน้าตา ฟังก์ชัน แล้วค่อยเอาเรื่อง Eco เป็นตัวเสริม ยิ่งถ้าทำเพื่อขายตลาดต่างประเทศ ควรดูเรื่องการออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการขายสินค้านั้นๆ ด้วย เพราะแต่ละประเทศมีความชอบและความสนใจต่างกัน

ที่ผ่านมา ผมได้รับการสนับสนุนจาก DITP หลายอย่างเหมือนกัน เช่น ได้รางวัล DEmark และ Gmark จากการออกแบบอุปกรณ์สำนักงานบนโต๊ะทำงาน (Stationery Set) อีกงานคือหนังสือ ECO DESIGN THAI THAI เป็นหนังสือที่รวบรวมแนวคิดในการทำธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม มีกรณีตัวอย่างของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาแล้วทั้งเรื่องรายได้และการทำเพื่อสังคม วิธีคิดพวกนี้เกิดขึ้นจากการทำงานด้านงานออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมประมาณสิบปีของผมและรุ่น เราเชื่อว่าทำงาน Eco ก็รวยได้ แต่นอกจากรวยเรื่องเงินแล้ว เรื่องสังคมและสิ่งแวดล้อมก็สำคัญไม่แพ้กัน เราหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะช่วยสร้างบันไดขั้นแรกสู่การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในอนาคตให้คนที่สนใจได้

สำหรับคนรุ่นใหม่ที่สนใจทั้งเรื่อง Eco และ Design และอยากต่อยอดความคิดให้เป็นธุรกิจที่จับต้องได้ ผมแนะนำให้ลองปรึกษา DITP นะครับ ธุรกิจที่คุณจะทำแค่ในประเทศอาจไปได้ไกลกว่าที่คุณคิดนะ ลองดูครับ”

ท้อป พิกัด อภิรักษ์ธนากร

นักแสดง พิธีกร และเจ้าของธุรกิจ ECOSHOP

www.kidkid.co.th



ปฏิทินกิจกรรม และการสัมมนา

21 ก.ย. 60

9.00 - 17.00

Cross-Border E-commerce Solutions &
Business Matching

สถานที่ Lotus Suite 5-7 Central World

21 ก.ย. 60

13.30 - 16.30

อาหารสำเร็จรูปอุตสาหกรรม CLMV

สถานที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
(ถนนรัชดาภิเษก)

26 ก.ย. 60

12.30 - 16.00

ขับเคลื่อน SME ไทยอย่างไรให้ทันยุค 4.0

ด้วยอีคอมเมิร์ซและอาลีบาบา

สถานที่ ห้องแกรนด์ บอลรูม เอ

โรงแรม เซนทารา ลาดพร้าว

27 ก.ย. 60

12.00 - 14.00

Lazada เรียนรู้รวย

สถานที่ Online Streaming Live



ติดต่อ NEA โทร. 02-507-8147

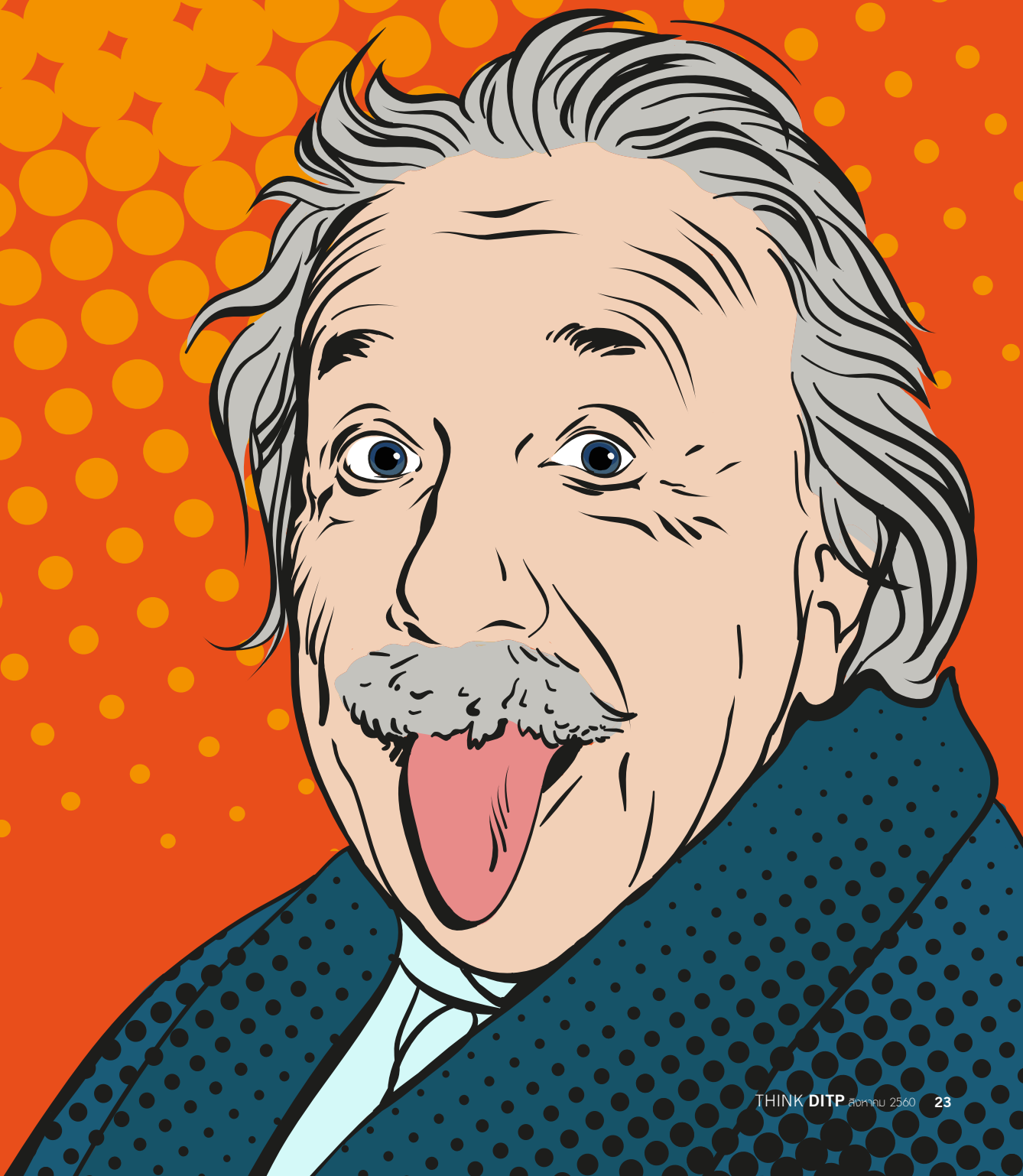
www.nea.ditp.go.th

www.facebook.com/nea.ditp

Creativity is intelligence having fun

- Albert Einstein

**ความคิดสร้างสรรค์คือ
การใช้สติปัญญาด้วยความสนุกสนาน**



THINK TRADE THINK DITP

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์