

THINK TRADE

ปีที่ 5 ฉบับที่ 59 พฤศจิกายน 2559

THINK DITP ชี้ช่องการค้า

Trade Highlight

จากพอเพียง
สู่ธุรกิจยั่งยืน

Friends of DITP

จับมือพันธมิตร
เติบโตด้วยกันในอีตาปี

Trade Insight

โอกาสใหม่ในตลาด
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

DITP Insider

ปรึกษาพอเพียง
ส่งเสริมธุรกิจสีเขียว



WHAT DO YOU THINK?



ปวงข้าพระพุทธเจ้า ขอน้อมเกล้าขอน้อมกระหม่อมพระลิกในพระมหากรุณาธิคุณหาที่สุดมิได้

ข้าพระพุทธเจ้า ผู้บริหาร ข้าราชการและบุคลากร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

Contents

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



ที่ปรึกษา:

อธิบดี

มาลี โชคล้ำเลิศ

รองอธิบดี

จันทร์รา อิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์

สุพัต อ่องแสงคุณ

สมเด็จ สุขสมบูรณ์

บรรณาธิการบริหาร: มาลี โชคล้ำเลิศ

รองบรรณาธิการบริหาร: จักรินทร์ โกมลศิริ

บรรณาธิการบทความ: อรอนุช ผดุงวิทย์

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์: อาจพงษ์ ฉันทกัญญา

กองบรรณาธิการ:

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ 563 ถนนนันทบุรี

ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร. +66 2792 6900

www.ditp.go.th

DITP Call Center 1169

หมายเหตุ: THINK TRADE THINK DITP เป็นนิตยสารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในนิตยสารเป็นข้อมูลล่าสุดขณะจัดพิมพ์ทางกรมฯ และทีมผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์



www.thinktradethinkditp.com

การเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช นำมาซึ่งความเศร้าโศกเสียใจของพสกนิกรชาวไทยที่อยู่ภายใต้พระมหากรุณาธิคุณที่พระองค์ได้ทรงดูแลบ้านหลังใหญ่ที่เรียกว่า “ประเทศไทย” หลังนี้ให้อยู่อย่างร่มเย็นเป็นสุขเสมอมา

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือแนวคิดที่พระองค์ทรงชี้แนะให้แก่พสกนิกรชาวไทยมานานกว่า 40 ปี อีกทั้งยังได้รับการยอมรับจากนานาประเทศใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตและการทำธุรกิจได้อย่างสากล

ในฐานะผู้ทำงานด้านการส่งเสริมการค้าและธุรกิจ เราจึงขอน้อมนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมานำเสนอให้ผู้อ่าน THINK TRADE THINK DITP ได้เห็นว่าการเข้าใจรากเหง้าของตนเอง ใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น



เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เป็นการช่วยเสริมให้ธุรกิจมั่นคง สร้างมูลค่าให้แก่ตนเองได้มากขึ้น และหากการทำธุรกิจสามารถช่วยพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กันด้วย จะยิ่งถือว่าเป็นความยั่งยืนที่ไม่สิ้นสุด

การร่วมสืบสานปณิธานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ด้วยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ และหันมาพัฒนาตนเอง สังคม และร่วมดูแลรักษาแผ่นดิน น่าจะเป็นอีกทางหนึ่งที่เราสามารถตอบแทนพระมหากรุณาธิคุณอันหาที่สุดมิได้ที่พระองค์ได้ทรงมอบไว้ให้คนไทยทุกคน

นางมาลี โชคล้ำเลิศ

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

กระทรวงพาณิชย์

จากพอเพียง สู่ธุรกิจยั่งยืน

หลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำรัสแก่พลกนิกรชาวไทยมากกว่า 40 ปี เป็นแนวคิดที่ทั่วโลกตื่นตัวและนำมาประยุกต์ใช้ในหลายภาคส่วนอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะภาคธุรกิจ ที่หลายคนอาจนึกไม่ถึงว่า หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะเข้ากันได้ดีกับการดำเนินธุรกิจได้อย่างไร

ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ธุรกิจต้องดำเนินไปตามหลักความพอประมาณ มีเหตุผล และบริหารความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง เพื่อให้เกิดความสมดุล มั่นคง และยั่งยืนต่อตัวธุรกิจเองและสังคมโดยรวม ไม่เอาต์เอาเปรียบ หรือแสวงหาผลกำไรเกินควร จนไปเบียดเบียนผู้อื่น รวมไปถึงการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดด้วย

จากหลักการดังกล่าว ช่วงหลายปีที่ผ่านมามีบริษัททั่วโลกได้หันมาให้ความสนใจกับภาคส่วนต่างๆ ในสังคมมากขึ้น โดยมีการแสดงออกในหลายระดับ ตั้งแต่จัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งมาช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ หรือเรียกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ไปจนถึงการจัดตั้งธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งเป็นกิจการที่มีรายได้จากการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก เช่น ร้านกาแฟ ร้านดอยตุง ข้าวออร์แกนิกแจ๊สเบอร์รี่ของไทย แบรินด์รองเท้า Toms จากสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจตามแนวทางที่กล่าวข้างต้นล้วนสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่นอกจากจะเลือกซื้อสินค้าและบริการจากการพิจารณา “คุณภาพ” และ “ราคา” แล้ว ยังให้ความสำคัญกับการทำ “ความดี” ของบริษัทผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

เห็นได้จากผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคชาวอเมริกัน 53,000 คน โดย Natural Marketing Institute (NMI) ที่ระบุว่า ผู้บริโภค 58% จะซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทที่พวกเขาเห็นว่าสนใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม พร้อมกับประเมินว่าชาวอเมริกันราว 68 ล้านคนจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลส่วนตัว คุณค่าต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่น่าสนใจคือ ผู้บริโภคพร้อมจะจ่ายเงินมากขึ้นอีก 20% เพื่อซื้อหาสินค้าและบริการที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม

การทำธุรกิจโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในสังคม ยังช่วยเพิ่มผลิตภาพลดต้นทุนของบริษัท ลดการสร้างมลพิษ เพราะบริษัทมีขั้นตอนการทำธุรกิจและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังช่วยให้บริษัทสามารถดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพให้มาทำงานกับบริษัท และทำให้นักลงทุนสนใจเข้ามาลงทุน เพราะต่างต้องการเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่สร้างประโยชน์ให้กับสังคม

“กรีน” ดี เพื่อโลก

ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการซื้อสินค้าและบริการที่ทำให้พวกเขารู้สึกว่าได้มีส่วนช่วยเหลือสังคม เพื่อจะได้ส่งต่อโลกที่มีสิ่งแวดล้อมที่ดีให้แก่คนรุ่นลูกรุ่นหลาน

Innova Market Insights บริษัทผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดอาหารและเครื่องดื่มระบุว่าผู้บริโภคไม่ได้มองที่ผลผลิตปลายทางเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการรู้รายละเอียดของการผลิตอาหารที่พวกเขาต้องรับประทาน เช่น มีการใช้สารเคมี แรงงานเด็ก แรงงานทาส ในกระบวนการผลิตหรือไม่ สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดล้อมหรือไม่

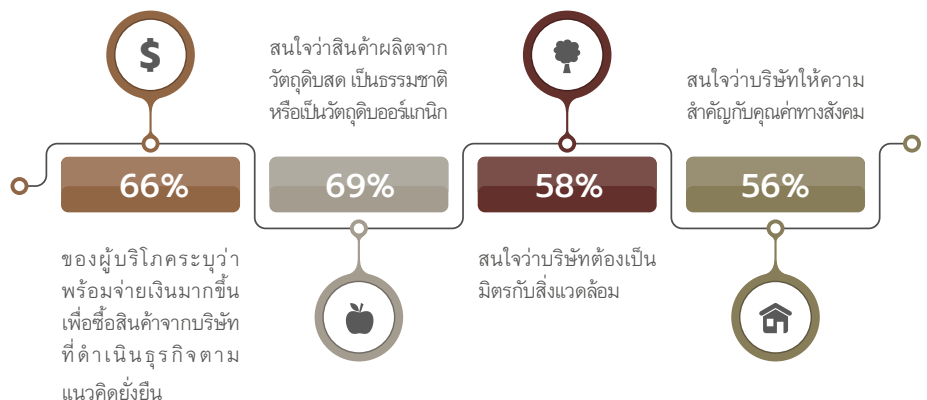
ซึ่งผลการศึกษาพบว่า สินค้าออร์แกนิกและไม่ได้ผ่านการตัดแต่งพันธุกรรมมีแนวโน้มเติบโตอย่างแข็งแกร่ง เพราะเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ขณะที่ IKEA บริษัทค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ยักษ์ใหญ่ของสวีเดนที่ระบุว่า คนนิยมสินค้ากรีนเพิ่มขึ้น 58% ในปี 2557 และมียอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มากกว่า 1,000 ล้านยูโร ประมาณ 38,900 ล้านบาท

ด้านที่อยู่อาศัยและอาคารสำนักงาน สถาปนิกและวิศวกรต้องใส่ใจกับทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การก่อสร้าง และการบริหารจัดการอาคาร รวมถึงผลกระทบต่ออาคารที่มีต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้าง ข้อมูลจาก www.global-newswire.com ระบุว่า ตลาดอสังหาริมทรัพย์ระดับโลกทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 106,320 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2555 และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่า 234,770 ล้านเหรียญสหรัฐ (8.21 ล้านล้านบาท) ในปี 2562 จากอันติสซของการใส่ใจสุขภาพของคน การสนับสนุนของภาครัฐ การพัฒนาอาคารแบบกรีนมากขึ้น และนอกจากตัวอาคารแล้วอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้านที่ช่วยประหยัดพลังงานก็ยังเป็นกลุ่มสินค้าที่เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มเหล่านี้ล้วนตอกย้ำว่า ธุรกิจยุคใหม่จะเติบโตอย่างยั่งยืนได้ก็ต้องพร้อมโอบอุ้มภาคส่วนอื่นๆ ในสังคมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีและเติบโตไปด้วยกัน

ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าจากบริษัทที่ทำธุรกิจตามแนวคิดยั่งยืน



ที่มา: Nielsen's 2015 Global Corporate Sustainability Report
หมายเหตุ: สัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้บริโภค 30,000 คน จาก 60 ประเทศทั่วโลกเกี่ยวกับผลของความยั่งยืนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ



1 แคนาดา

แคนาดาออกกฎใหม่คุ้มครองอาหาร

รัฐบาลแคนาดาออกกฎใหม่สำหรับการทำการตลาดและฉลากอาหารสำหรับเด็กโดยเฉพาะ เพื่อให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และโครงสร้างประชากรของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะกำหนดให้ติดฉลากบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ ที่ระบุปริมาณสารอาหารอย่างชัดเจน และควบคุมการทำตลาดสินค้าสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี

ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมธุรกิจอาหาร
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโตรอนโต
อีเมล: thaitradetoronto@on-aibn.com
และสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์
อีเมล: ttcvan@telus.net

2 สหรัฐอเมริกา

จับตามโยบายการค้าสหรัฐอเมริกา

ในที่สุดชาวอเมริกันก็ทะเลาะแค้นเลือกนายโดนัลด์ ทรัมป์ จากพรรครีพับลิกันเป็นประธานาธิบดีคนที่ 45 ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศ ปกป้องการค้าของสหรัฐอเมริกา ไม่สนับสนุนการเปิดเสรีทางการค้า และลดความสำคัญเรื่องประเด็นสิ่งแวดล้อมหากสหรัฐฯ ปรับนโยบายการค้าอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการค้าโลกโดยรวม และเพิ่มความเสี่ยงต่อการส่งออกของไทยด้วย

เสริมความมั่นใจด้านการค้าและการลงทุนในสหรัฐฯ
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครนิวยอร์ก
อีเมล: info@thaitradeny.com

3 อาร์เจนตินา

อาร์เจนตินาสงวนใจนำเข้าเครื่องจักรการเกษตร

รัฐบาลอาร์เจนตินาเร่งส่งเสริมการส่งออกผลผลิตการเกษตรมากขึ้น ด้วยการยกเลิกมาตรการที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก อีกทั้งยังสนับสนุนการให้สินเชื่อแก่เกษตรกร ส่งผลให้เกษตรกรสามารถเพิ่มการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และตลาดมีความต้องการเครื่องจักรกลการเกษตรมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะรถแทรกเตอร์ รถหว่านเมล็ดพืช และรถเก็บเกี่ยวขนาดใหญ่

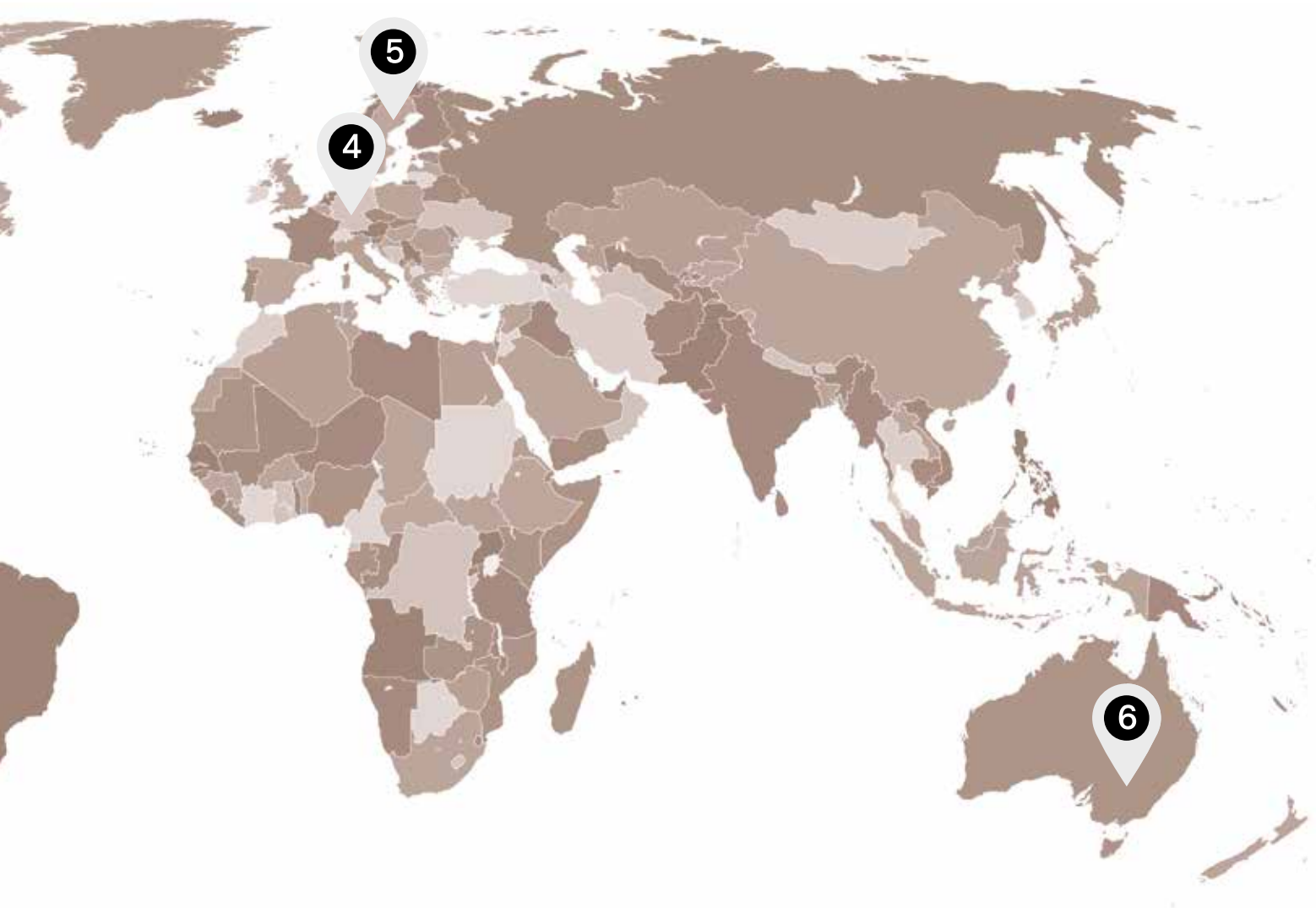
สนใจขยายตลาดเครื่องจักรกลการเกษตรในอาร์เจนตินา
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงบัวโนสไอเรส
อีเมล: thaiexba@gmail.com

4 เยอรมนี

รถไฟ พระเอกใหม่ขนส่งสินค้าข้ามทวีป

รถไฟจะเป็นทางเลือกขนส่งสินค้าระหว่างทวีปสำคัญอีกทางหนึ่ง เมื่อการรถไฟเยอรมนีตั้งเป้าจะให้บริการขนส่งสินค้าทางรถไฟเพิ่มขึ้น 3 เท่าตัว พร้อมคาดการณ์ว่าในปี 2563 จะมีการขนส่งสินค้าระหว่างเยอรมนีและสาธารณรัฐประชาชนจีนมากกว่า 100,000 คอนเทนเนอร์ ซึ่งการขนส่งทางรถไฟจะใช้เวลาเพียง 16-19 วันเท่านั้น หรือเร็วกว่าทางเรือถึงเท่าตัว ทั้งนี้บริษัท BMW เป็นหนึ่งในผู้ใช้บริการนี้ด้วย

สนใจข้อมูลเพิ่มเติมเรื่องบริการขนส่งทางรถไฟข้ามทวีปและโอกาสการค้าการลงทุน ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน
อีเมล: thaicom.berlin@t-online.de



5 สวีเดน

สวีเดนนำเข้าขยะเพื่อผลิตพลังงาน

ขณะที่หลายประเทศกำลังปวดหัวกับปัญหาขยะล้นเมือง ประเทศสวีเดนกลับขาดแคลนขยะ จึงต้องนำเข้าจากนอร์เวย์ สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ และอิตาลี ปีละกว่า 800,000 ตัน เพื่อนำมาป้อนโครงการผลิตไฟฟ้า และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน สวีเดนมีโรงเผาขยะ 32 แห่ง สามารถป้อนพลังงานความร้อนให้กว่า 950,000 คริวเรือน พร้อมจ่ายไฟฟ้าให้อีกกว่า 260,000 คริวเรือน

สนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมและโอกาสธุรกิจในสวีเดน
ติดต่อสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโคเปนเฮเกน
อีเมล: ditp@thaicom.dk

6 ออสเตรเลีย

โอกาสใหม่ในตลาดเครื่องดื่มนออสซี่

การใส่ใจสุขภาพมากขึ้นและลดการดื่มแอลกอฮอล์ของชาวออสซี่ ผนวกกับกฎหมายเมาแล้วขับ และการเพิ่มภาษีสรรพสามิตสำหรับเบียร์และเหล้าทุกๆ 2 ปีทำให้ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในออสเตรเลียซบเซาต่อเนื่องจากปัจจุบันมูลค่าตลาดอยู่ที่กว่า 16,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐหรือประมาณ 560,000 ล้านบาท ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้ประกอบการไทยควรเร่งพัฒนาเครื่องดื่มใหม่ๆ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของชาวแดนจิงโจ้

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



BASIC TEEORY

กระดาษเหลือใช้ รุกตลาดดีไซเนอร์โลก

“Paper You Can Wear” คือคอนเซ็ปต์ของเครื่องประดับแบรนด์ BASIC TEEORY ที่ วรชัย ศิริวิภาพันธ์ หรือ ดี เจ้าของแบรนด์ได้เปลี่ยนกระดาษรีไซเคิลให้กลายเป็นงานสร้างสรรค์ที่มีมูลค่า ดึงดูดใจลูกค้าในหลายประเทศ

ที่สำคัญเขายังมีโอกาสนำเสนอสร้อยกระดาษสุดเก๋ เข้าร่วมจัดแสดงงานในระดับสากลมากมาย เช่น Bangkok Gems & Jewelry Fair ครั้งที่ 58 และโครงการ Thai Jewelry Designers to the US Market ที่มีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นผู้สนับสนุน

ซึ่งไม่เพียงแสดงให้เห็นว่าฝีมือของนักออกแบบไทยไม่ด้อยไปกว่าชาติใดในโลก แต่ยังทำให้ทุกคนเห็นว่าวัสดุเหลือใช้ที่หลายคนมองว่าไม่มีค่าสามารถนำมาต่อยอดเพื่อสร้างรายได้ หากใช้ความคิดสร้างสรรค์และมองเห็นโอกาสของการทำธุรกิจจากสิ่งที่คนอื่นมองข้าม

สนใจเข้าร่วมโครงการกับสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้าติดต่อ 02-507-8272



แสงสว่างจาก “ความเค็ม”

โคมไฟเกลือหรือ SALT Lamp ผลิตภัณฑ์
รักษ์โลกสุดเก๋ที่ให้แสงสว่างจากการใช้น้ำ
และเกลือแค่สองชิ้น!

นวัตกรรมให้แสงสว่างในครัวเรือนนี้คือ
โคมไฟ LED ที่เกิดจากการทำปฏิกิริยา
กระแสไฟฟ้าตรงของขั้วบวกกับน้ำเกลือ ซึ่ง
หากไม่มีเกลือ สามารถใช้น้ำทะเลแทนได้
นอกจากให้แสงสว่างแล้ว ยังสามารถ
ชาร์จพลังงานไฟฟ้าอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานต่ำ
เช่น โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟนและเครื่องเล่น
MP3 ได้ด้วยการต่อสาย USB จากโคมไฟ
สำหรับผลิตภัณฑ์พลังงานทางเลือกนี้ได้รับ
การคิดค้นและวางตลาดโดย Aisa Mijeno
นักประดิษฐ์ชาวฟิลิปปินส์ ซึ่งโคมไฟเกลือนี้
เหมาะสำหรับคนที่ต้องการแสงสว่างแต่
ไม่สามารถเข้าถึงไฟฟ้า และคนที่กำลังมองหา
พลังงานทางเลือกใหม่ที่ช่วยให้มีไฟฟ้าใช้ได้
แบบสะดวกสบาย โดยไม่สร้างมลพิษแก่
สิ่งแวดล้อม

ที่มา: www.mymodernmet.com



สบายอารมณ์ สุขยังยืนจากความเป็นไทย

ผลิตภัณฑ์แต่ละแบรนด์ต่างมีเรื่องราว “พิเศษ” ที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งความพิเศษของแบรนด์ “สบายอารมณ์” คือ “ความสุข” ที่เป็นหัวใจสำคัญของทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกลิ่นหอมกรุ่น สร้างความสุขให้แก่ผู้ใช้

ศศธรณ์ ณ สงขลา ผู้บริหารบริษัท ออเทนต์คไทยสปา จำกัด เจ้าของแบรนด์ “สบายอารมณ์” ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark เล่าว่า กว่าจะมาเป็นสินค้าแต่ละคอลเล็กชัน เธอต้องวางคอนเซ็ปต์พร้อมรายละเอียดในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เลือกต้นกำเนิดของกลิ่น เช่น กลิ่นมะม่วง กลิ่นมะพร้าว จะต้องใช้พันธุ์ไหน จากพื้นที่ใดของประเทศที่ให้กลิ่นหอมแบบที่ต้องการ และที่สำคัญจะต้องมาจากต้นทางที่มีความสุข เธอและทีมงานจึงได้เดินทางไปทั่วเมืองไทย เพื่อเสาะหาวัตถุดิบท้องถิ่นจากเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ เพราะตระหนักว่านี่เป็นวิถีแห่งความสุขที่ยั่งยืน

“สบายอารมณ์ขายความสุข เราใส่ใจกับการคัดสรรวัตถุดิบ สินค้าต้องมาจากแหล่งที่มีความสุข เราอยากได้กลิ่นที่มาจากรธรรมชาติจริงๆ และเลือกใช้วัตถุดิบในประเทศทั้งหมด เป็นผลผลิตของเกษตรกรที่มีความสุข ทำเกษตรที่ไม่ทำร้ายสิ่งแวดล้อม จากการลงพื้นที่จริง เห็นได้ชัดเลยว่า คนทำเกษตรตามหลักปรัชญาพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมีความสุขอย่างแท้จริง”

จากความทุ่มเทดังกล่าวทำให้สบายอารมณ์สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่นอกจากจะมีคุณสมบัติครบถ้วนตามแบบฉบับของสินค้าประเภทนี้แล้ว ยังได้ถ่ายทอดเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่นของไทยแท้ๆ เช่น กลิ่นมะม่วงมหาชนกจากลำพูน กลิ่นมะพร้าวจากเกาะสมุย กลิ่นกุหลาบจุฬาลงกรณ์จากเชียงใหม่ พร้อมออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างพิถีพิถัน

“ยกตัวอย่างเช่นคอลเล็กชันมะพร้าว บนฉลากเราทำเป็นใบมะพร้าวมาสานเป็นรูปปลา ใส่เรื่องราววิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าไปในตัวบรรจุภัณฑ์ ตอนนั้นคนทั่วไปอาจรู้จักสมุยในฐานะเมืองท่องเที่ยวชายทะเล แต่แท้จริงแล้วที่นี่ยังมีกลิ่นชื่อเรื่องมะพร้าวมาก และปัจจุบันก็ยังมีกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกมะพร้าวทำมาหากินอยู่บนเกาะด้วย”

ปัจจุบัน สบายอารมณ์วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกลิ่นพิเศษกว่า 10 คอลเล็กชัน และน้ำหอมในร้านบูทส์ ในประเทศไทยกว่า 200 สาขา และส่งออกสินค้าไปยังญี่ปุ่น รัสเซีย มาเลเซีย ยองกง และมาเก๊า รวมถึงเปิดรีเทลช็อปสบายอารมณ์ในหลายเมืองใหญ่ของญี่ปุ่น เช่น โตเกียว และโอซาก้า และในมาเลเซีย

ถึงวันนี้ ศศธรณ์ได้นำสบายอารมณ์เดินทางบนถนนธุรกิจมาแล้ว 12 ปี และเธอมั่นใจว่าประสบความสำเร็จตามเป้าหมายแรกแล้ว ซึ่งเธอต้องการให้ “สบายอารมณ์” เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ลูกค้าคนไทยเลือกใช้และเป็นของฝากยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ขณะเดียวกัน เธอก็ต้องการพาสบายอารมณ์ไปสู่อีกเป้าหมายในอนาคต คือทำให้คนซื้อรู้สึกภูมิใจที่ได้ซื้อสินค้าที่มีคุณค่าต่อสังคม ได้ส่งต่อความสุขตั้งแต่คนต้นน้ำจนถึงปลายน้ำได้อย่างแท้จริง

ในอนาคต ศศธรณ์บอกว่า สบายอารมณ์ต้องการมีส่วนร่วมกับคนต้นน้ำ คือเกษตรกรเจ้าของผลผลิตมากขึ้น และช่วยเหลือชุมชนได้มากกว่าที่ผ่านมา

“การทำธุรกิจไม่จำเป็นต้องรอให้มีกำไร มหาศาลก่อนที่จะตอบแทนสังคม แต่ต้องคิดถึงสังคมตั้งแต่เริ่มแรก สามารถช่วยสังคมไปพร้อมกับการทำธุรกิจตั้งแต่แรก ตอนนั้นลูกค้าเริ่มตระหนักเรื่องเหล่านี้ พวกเขาเลือกใช้แบรนด์ที่มีคุณค่าต่อสังคม ดิฉันบอกกับทีมงานเสมอว่า เราไม่ได้ทำงานเพื่อเม็ดเงินนี้หรือหารายได้เท่านั้น แต่ต้องทำงานที่มีคุณค่ามากกว่านั้น ต้องมีคุณค่าต่อสังคม” ศศธรณ์ย้ำถึงแนวทางสร้างความสุขสไตล์ “สบายอารมณ์”

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ “สบายอารมณ์” ได้ที่ www.sabai-arom.com

สนใจสอบถามรายละเอียด Thailand Trust Mark ติดต่อ 02-507-8266, 02-507-8287 อีเมล: ttm@ditp.go.th



DITP ผนึกเอกชน บุกแดนมังกร 365 วัน

DITP ร่วมกับศูนย์สร้างโอกาสธุรกิจไทยสู่จีน (TSTC) จัดงานสัมมนา “บุกตลาดแดนมังกรใน 365 วัน กับศูนย์สร้างโอกาสธุรกิจไทยสู่จีน” เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2559 ณ กระทรวงพาณิชย์ โดย TSTC จะให้บริการคำปรึกษาตั้งแต่ขั้นตอนการขออนุญาตนำเข้าสินค้าการขนส่ง และการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมจัดสรรพื้นที่กว่า 3,000 ตารางเมตร ที่เมืองไผซาน มณฑลกว่างตู่ จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการไทยที่ผ่านการคัดเลือกจำนวน 200 บริษัท และจะร่วมมือกับเครือข่ายในจีนเชิญชวนผู้ซื้อที่มีศักยภาพจาก 15 มณฑลมาเยี่ยมชมและเลือกซื้อสินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าจะช่วยเปิดโอกาสการขายสินค้าไทยให้กว้างขวางมากขึ้น

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่อีเมล: tstc-thailand@qq.com หรือติดตามข่าวสารได้ที่เฟซบุ๊ก Thailand Smart Trade Center



ปั้น SMEs สู่ Startup

DITP จัดสัมมนาหัวข้อ “สร้างแรงบันดาลใจผู้ประกอบการ SMEs สู่ Startup” เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2559 ณ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค โดยเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจระหว่างประเทศมาบรรยายให้ความรู้เรื่องเส้นทางสู่ Startup การสร้างโอกาสให้ Startup สามารถเข้าสู่ตลาดในต่างประเทศ ตลอดจนการปรับแนวคิดเปลี่ยนธุรกิจสู่การเติบโตแบบก้าวกระโดดแก่ผู้ประกอบการและประชาชนที่สนใจเริ่มทำธุรกิจ Startup

Thai Night 2016

ตอกย้ำศักยภาพหนังไทย

ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จเป็นองค์ประธานเปิดงาน Thai Night เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2559 ณ นครลอสแอนเจลิส และได้ตรัสถึงความสนพระราชมหุทัยของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชที่มีต่องานศิลปะ ทั้งดนตรี จิตรกรรม การถ่ายภาพ และภาพยนตร์ โดยงาน Thai Night จัดขึ้นในช่วงงาน American Film Market & Conference 2016 ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้นำผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทย 10 รายร่วมงาน เพื่อเจรจาการค้ากับนักลงทุน ผู้ผลิต ผู้สร้าง ผู้กำกับจากนานาชาติ สร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขันของธุรกิจภาพยนตร์ไทยในตลาดโลก



ต่างชาติเยือนไทย

ซื้อข้าว-มันสำปะหลัง

DITP นำคณะผู้ซื้อข้าว มันสำปะหลัง และผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องจากทั่วโลก 280 ราย มาเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการไทย 112 บริษัท เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2559 ณ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ซึ่งเกิดมูลค่าซื้อขายรวม 62,250 ล้านบาท สินค้าที่ได้รับความนิยม 5 อันดับแรก ได้แก่ มันสำปะหลังเส้น ข้าวขาว ข้าวออร์แกนิก ข้าวหอมมะลิ และแป้งมันสำปะหลัง ส่วนสินค้าอื่นที่มีแนวโน้มดี ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวทอดกรอบ ข้าวกระป๋องพร้อมรับประทาน เส้นสปาเก็ตตี้ เครื่องดื่มจากข้าว ขนมขบเคี้ยว ผลิตภัณฑ์สปา เป็นต้น



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงเป็นนักพัฒนาบนพื้นฐานของความยั่งยืน พระราชดำรัสที่ว่า “ต้องระเบิดจากข้างใน” นั้น หมายความว่า ต้องมุ่งพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้คนและครอบครัวในชุมชนให้มีสภาพพร้อมที่จะรับการพัฒนาเสียก่อน แล้วจึงค่อยออกมาสู่สังคมภายนอก แนวทางการพัฒนาประเทศของพระองค์จึงเริ่มจากความเป็นอยู่ของประชาชน ต่อมาคือสร้างความสมดุลระหว่างคนและธรรมชาติให้อยู่ร่วมกันและเอื้อประโยชน์ต่อกันได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการส่งเสริมทั้งภาคธุรกิจและสังคมแบบองค์รวม

ปรัชญาพอเพียง ส่งเสริมธุรกิจสีเขียวยุค Thailand 4.0

ม.ล. คชาทอง ทองใหญ่ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะถ่ายทอดมุมมองการทำธุรกิจภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และจุดประกายไอเดียให้กับผู้อ่านนิตยสาร THINK TRADE THINK DITP

การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มตามนโยบาย Thailand 4.0 สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างไรบ้าง

สำนักฯ ได้ดำเนินการกิจภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาโดยตลอด เราส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเป็นนักคิด นักออกแบบ รู้จักนำภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น และอัตลักษณ์ความเป็นไทยมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ รวมถึงต้องให้ความสำคัญเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งในหลวงเป็นต้นแบบในการเป็นนักคิด นักสร้างสรรค์และพัฒนา ดังนั้น ทรัพย์สินทางปัญญาถือเป็น asset ของชาติที่ต้องช่วยกันรักษาไว้ ส่วนภาคอุตสาหกรรม สำนักฯ จะนำเสนอข้อมูลและความรู้เรื่องเทรนด์ ช่องทางการค้า การตลาด และการสร้างแบรนด์ ตลอดจนมุ่งผลักดันให้ผู้ประกอบการเป็น Smart SMEs กระตุ้นให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานในการสร้างหรือต่อยอดธุรกิจ

ต้องทำอะไรเพื่อเป็น Smart SMEs

ต้องเริ่มจากการรู้จักตัวเอง และต้องเปิดใจกว้างรับรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ ไม่หยุดนิ่งและต้องพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเสมอ เพื่อยกระดับตัวเองให้เป็น Smart SMEs เพราะตลาดโลกต้องการผู้ประกอบการแบบนี้

ทิศทางเทรนด์การผลิตและบริโภคสินค้าและบริการในตลาดโลก
ทุกวันนี้สิ่งที่คนให้ความสำคัญมากขึ้นคือ เรื่องผลกระทบต่อโลก และสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่แค่เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์มาใช้วัสดุรีไซเคิลเท่านั้น แต่ต้องลงลึกถึงกระบวนการผลิต บางประเทศออกข้อบังคับเรื่องอุตสาหกรรมสีเขียวอย่างเข้มงวดทุกขั้นตอน ทั้งพลังงาน วัตถุดิบที่ใช้ แรงงานที่จ้าง การก่อกมลภาวะ และผลกระทบที่มีต่อชุมชนโดยรอบ บางประเทศมี Green Tax ซึ่งกำหนดอัตราภาษีสูงสำหรับสินค้าที่ใช้วัตถุดิบที่มีส่วนทำลายโลก ดังนั้น ถ้าทำธุรกิจระหว่างประเทศจะต้องศึกษาเรื่องเหล่านี้ให้ดี

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการพัฒนา Green Product และ Green Business เพื่อแข่งขันในเวทีโลก

คนไทยมีศักยภาพด้านการผลิตมาก แต่ส่วนใหญ่ยังขาดที่ปรึกษาที่จะช่วยคิดวางแผนกระบวนการพัฒนาแบบครบวงจร เราจะส่งผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ทั้งนักออกแบบและนักการตลาดไปให้คำแนะนำ และยังช่วยหาตลาดที่เหมาะสมให้ด้วย



**ผู้ประกอบการสามารถเสริม
ศักยภาพและความพร้อมเพื่อตอบ
โจทย์ความต้องการของลูกค้าต่างชาติได้
อย่างไร**

ต้องเข้าใจเทรนด์โลก วิเคราะห์ความสามารถและ
ข้อจำกัดของตัวเอง วิเคราะห์ความต้องการลูกค้าเป้าหมาย รวมถึง
เปิดรับช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น การสื่อสารแบบดิจิทัล
และสามารถสร้างจุดขายของสินค้าและบริการได้ เช่น ชาวยุโรปชอบ
สินค้าที่มีการบอกเล่าเรื่องราว (Story Telling) ผู้ประกอบการก็ต้องถาม
ตัวเองว่ามีเรื่องราวใดที่จะถ่ายทอดได้บ้าง ไม่ว่าจะป็นภูมิปัญญา
ท้องถิ่น การเป็นธุรกิจสีเขียวที่เห็นเป็นรูปธรรม หรือการทำธุรกิจ
เพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นต้น

**DITP มีโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการไทยพัฒนาสินค้าและบริการ
สีเขียวอย่างไรบ้าง**

ที่ผ่านมา DITP มีหลากหลายโครงการ เช่น โครงการรางวัล
ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น (PM Awards) มีรางวัลประเภทสินค้า
นวัตกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม (Best Green Innovation)
โครงการ T-Style ที่นำผลิตภัณฑ์จากภาคอีสานมาพัฒนาต่อยอด
สู่สินค้าไลฟ์สไตล์ในตลาดสากล และโครงการ DEWA (Design
from Waste of Agriculture) ที่ส่งเสริมให้นำวัสดุ เช่น มันสำปะหลัง
ใยสับปะรด ชี้อ้อย มาผลิตสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งของใช้เหล่านี้
เป็นที่ต้องการอย่างมากในตลาดโลก

**ความสำเร็จของโครงการ และ
ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบ
ความสำเร็จในเวทีโลก**

DITP ขอแบ่งความสำเร็จเป็น 2 ส่วน คือ
ความสำเร็จในส่วนของ “คน” ที่เรียกว่า Creative
Startups ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ประมาณ 400 กว่าราย
ที่ได้รับพื้นฐานความรู้การทำธุรกิจสร้างสรรค์จาก DITP และความสำเร็จ
ส่วนที่สองคือ “ผลงาน” เช่น โครงการรางวัลสินค้าไทยที่มีการ
ออกแบบดี (DEmark) มีผลงานได้รับรางวัลนี้ประมาณ 600 กว่า
รายการ นับตั้งแต่ดำเนินโครงการมา 9 ปี และยังมีผลงานอีกนับ
หมื่นรายการที่อยู่ระหว่างการวัดผลของการประกวดในโครงการต่างๆ
อย่างไรก็ตาม DITP ไม่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้ทุกราย จึง
จำเป็นต้องเลือกผู้ประกอบการดีเด่นในแต่ละด้าน หรือสินค้าที่มี
ศักยภาพ เช่น Labrador Ecologist Pin-Metal Life เพื่อเป็นแบบอย่าง
และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการรายอื่นต่อไป

แผนดำเนินงานในอนาคต

ในเดือนธันวาคม 2559 DITP ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
(TCDC) จัดงาน Chiang Mai Design Week และเดือนกุมภาพันธ์
2560 จะร่วมกับนิตยสาร ART4D จัดงาน Bangkok Design Festival
นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่น เช่น การประกวดรางวัล DEmark ด้าน
การออกแบบและใช้วัสดุรีไซเคิล ซึ่งจะจัดช่วงเดือนมิถุนายน-
กรกฎาคม 2560 ส่วนโครงการ DEWA ก็จะส่งเสริมอย่างต่อเนื่องต่อไป

สามารถติดตามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.ditp.go.th

เติบโตด้วยกันในอิตาลี

ช่วงที่ผ่านมามีบริษัทที่ใหญ่ของไทยหลายรายต่างออกไปขยายธุรกิจไปในต่างประเทศด้วยการซื้อและควบรวมกิจการ (M&A) ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มรายได้และขยายฐานธุรกิจของตัวเองแล้ว ยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือให้บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กเติบโตในโลกพร้อมกับไปด้วย ในส่วนของบริษัทเซ็นทรัลริเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่ซื้อกิจการห้างลารีนาเซนเต ในอิตาลีเมื่อปี 2554 ก็ได้จับมือกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยส่งออกสินค้าและบริการธุรกิจในตลาดโลกเช่นกัน

เริ่มต้นจากปี 2557 ได้ลงนามความร่วมมือ 3 ฝ่าย ระหว่างกระทรวงพาณิชย์ เซ็นทรัลริเทล คอร์ปอเรชั่นและห้างสรรพสินค้าลารีนาเซนเต เมืองมิลาน จัดแสดงสินค้าของตกแต่งบ้านเป็นเวลา 3 สัปดาห์

ต่อมาในปี 2558 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ได้ร่วมมือกับแบรนด์ร้านอาหารแถวหน้าของเมืองไทย ได้แก่ แมงโก้ทรี เปิดร้านอาหาร “Taste of Thailand” ในลักษณะร้านอาหาร Pop-Up หรือร้านชั่วคราวที่ลารีนาเซนเต เป็นเวลา 1 เดือน ในช่วงที่มีลานเป็นเจ้าภาพจัดงานเอ็กซ์โปอาหาร ระหว่างเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม 2558

โดยมีคนไทยเป็นผู้บริหารจัดการร้านและเสิร์ฟอาหาร ทำให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงบรรยากาศการบริการแบบไทยที่มีเสน่ห์ รวมทั้งได้นำอาหารไทยจากร้าน Blue Elephant มาจำหน่ายด้วย ซึ่งผู้เข้าชมงานให้การตอบรับอย่างอบอุ่น เรียกได้ว่าเป็นกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจอาหารไทยที่ครบวงจรและเป็นรูปธรรมที่เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่ช่วยสร้างเวทีให้อาหารไทยเข้าถึงชุมชนอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ การที่ลารีนาเซนเต เป็นห้างหรูชั้นนำของประเทศยังช่วยยกระดับสินค้าไทยให้มีภาพลักษณ์เทียบเท่ากับสินค้านานาชาติได้อีกด้วย

จากความสำเร็จเหล่านี้ ทางเซ็นทรัล ก็ยังมุ่งมั่นเดินหน้าจับมือกับ DITP เพื่อเปิดช่องทางไปรษณีย์สินค้าไทย ช่วยสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์แบรนด์ไทยในอิตาลี โดยในปี 2560 จะร่วมกันจัดโครงการเกี่ยวกับข้าวและนวัตกรรมด้านอาหาร ขณะเดียวกันก็จะสนับสนุนให้มีการเปิดร้านอาหารไทยในห้างลารีนาเซนเตแบบถาวร ซึ่งตอนนี้มีผู้ประกอบการร้านอาหาร เช่น เอสแอนด์พี และแมงโก้ทรีแสดงความสนใจร่วมทัพปักธงไทยในอิตาลีและทางเซ็นทรัล ก็พร้อมเปิดรับพันธมิตรเพิ่มเติมเพื่อช่วยกันผลักดันและยกระดับแบรนด์ไทยคุณภาพให้เติบโตในเวทีโลกอย่างมั่นคงร่วมกัน





ธุรกิจบริการ ดาวรุ่งขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทย

ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา หลายประเทศรวมถึงประเทศไทยประสบปัญหาการส่งออกโดยรวมลดลง แต่สำหรับประเทศไทยนั้นการส่งออกภาคบริการกำลังเป็นดาวรุ่งที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วน 15 % ของ GDP ในปี 2558 เป็นตัวปัดป้อง โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมูลค่าส่งออกบริการโดยรวมกว่า 70% อีกทั้งยังเติบโตเฉลี่ย 13% ต่อปี

นอกจากนี้ ยังมีภาคบริการในหมวดอื่นๆ ที่ไทยมีศักยภาพ อาทิเช่น ภาคก่อสร้างและบริการด้านธุรกิจและวิชาชีพ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการที่ไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMVT ที่กำลังอยู่ในช่วงพัฒนา บริการด้านวัฒนธรรมและนันทนาการ และทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร รวมถึงดิจิทัลซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์ต่างๆ

โดยการส่งออกบริการข้างต้นจะเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนสำคัญในช่วงของการเปลี่ยนผ่านโครงสร้างเศรษฐกิจ ช่วยให้ประเทศของเราเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนต่อไป

ที่มา: ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank)
หมายเหตุ: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



อย่าเพลอเสียสิทธิ์ “ทรัพย์สินทางปัญญา”

ตลอดปีนี้ ดิฉันได้นำผู้ประกอบการร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในเมืองไทยและต่างประเทศหลายงาน และมีโอกาสพูดคุยกับผู้ประกอบการไทยที่นำสินค้าไปจำหน่ายและกำลังมองหาช่องทางส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ พบว่า หนึ่งในประเด็นยอดฮิตที่คนทำธุรกิจ SME หยิบยกมาพูดคุยกับดิฉันก็คือ เรื่องการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาสินค้าไทยในต่างประเทศ ซึ่งรับฟังแล้วนอกจากกังวลไปกับพวกท่านเหล่านั้นแล้ว ดิฉันมองว่าเป็นสัญญาณที่ดี ที่นักธุรกิจไทยตื่นตัวกับเรื่องนี้มากขึ้น เพราะนี่เป็น “หัวใจ” สำคัญของการทำธุรกิจ ที่หากพลาดไปแล้ว การตามแก้ปัญหาที่หลังต้องเหนื่อยหนักทีเดียว

ปัญหาละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่เจอกันบ่อยในตลาดต่างประเทศ คือ การถูกเลียนแบบเครื่องหมายการค้า ซึ่งปัญหานี้เกิดจากเจ้าของสินค้าไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศไว้ก่อน และในระยะยาวยังทำลายภาพลักษณ์ของแบรนด์จริงได้ด้วย เพราะถ้าผู้บริโภคเข้าใจผิดคิดว่าสินค้าลอกเลียนแบบคือของจริง ซื้อมาใช้และพบว่าต้องคุณภาพ ก็อาจไปบอกเล่าต่อ จนทำลายชื่อเสียงแบรนด์จริงในตลาดนั้น



WARNING

นอกจากปัญหาการทำลายภาพลักษณ์ของแบรนด์จริงแล้ว คือผู้ประกอบการส่งสินค้าไปขายในต่างประเทศ แต่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ในตลาดนั้น เมื่อสินค้าได้รับความนิยมมากกลับพบว่า มีบุคคลอื่นนำเครื่องหมายการค้าของแบรนด์ดังกล่าวไปจดทะเบียนแทนเจ้าของตัวจริง

ผลสุดท้ายเจ้าของเครื่องหมายการค้าชาวไทยไม่สามารถส่งสินค้าดังกล่าวไปขายในประเทศนั้นได้อีก เพราะถ้าส่งไปก็เท่ากับไปละเมิดเครื่องหมายการค้าคนอื่น บางรายก็ถอดใจยอมถอยออกจากตลาด

แต่ถ้าเลือกจะเดินหน้าธุรกิจต่อเพราะเห็นว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง ก็ต้องตั้งใจยอมเสียค่าใช้จ่ายดำเนินคดีเพื่อให้สิทธิเครื่องหมายการค้าดังกล่าวกลับมาเป็นของตัวเอง

สำหรับประเทศที่สินค้าไทยเจอปัญหาถูกละเมิดเครื่องหมายการค้ามากที่สุดคือ จีน และประเทศในอาเซียน ซึ่งผู้บริโภคนิยมใช้สินค้าไทย เพราะชื่นชอบคุณภาพและราคาไม่แพงเกินไป โดยสินค้าที่ถูกละเมิดเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศมากที่สุดคือ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง สินค้าที่มีชื่อเสียงในไทยและเริ่มส่งไปขายในต่างประเทศ แต่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศปลายทางไว้ก่อน

อ่านมาถึงบรรทัดนี้ ท่านผู้อ่านคงเห็นเหมือนกันใช่ไหมคะว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ล้วนมาจากกรณีที่เจ้าของสินค้าไทยอาจจะเลewayความสำคัญของ “ทรัพย์สินทางปัญญา” ทั้งสิ้น จนทำให้ต้องสูญเสียโอกาสในการเปิดตลาดใหม่ ผู้บริโภคเข้าใจผิดในการซื้อสินค้าและขาดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฟ้องร้องดำเนินคดีเพื่อเรียกร้องสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาของตัวเองคืนมา

ถ้าไม่อยากเสียสิทธิที่เป็นของตัวเองตั้งแต่แรก ดิฉันขอแนะนำว่า เมื่อวางแผนว่าจะส่งสินค้าไปขายประเทศไหน ต้องรีบไปจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาไว้ก่อนเสมอ

ย้ำว่าต้องทำทุกประเทศในตลาดที่จะส่งออกค่ะ โดยหลักการแล้ว หากต้องการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในประเทศใด ต้องไปจดทะเบียนขอรับความคุ้มครองในประเทศนั้น อย่างไรก็ตามขณะนี้ประเทศไทยกำลังดำเนินการเข้าเป็นภาคีพิธีสารมาดริด ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ โดยยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าครั้งเดียวและสามารถเลือกจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในในประเทศสมาชิกพิธีสารมาดริด 97 ประเทศ เช่น จีน และสหรัฐฯ รวมทั้งประเทศในอาเซียน

ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และลาว ระบบดังกล่าวจะช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ประกอบการอีกด้วย

หากรักษาสีทธิ (ทรัพย์สินทางปัญญา) ไว้ตั้งแต่แรกก็จะช่วยให้เจ้าของสินค้าไทยขยายตลาดในตลาดต่างประเทศได้อย่างสบายใจมากขึ้นค่ะ

ถ้ามีข้อสงสัยอย่างไรเกี่ยวกับเรื่องนี้ สามารถมาขอคำปรึกษากับ DITP ได้ เพราะเรามีเครือข่ายพันธมิตร ที่พร้อมจะสนับสนุนผู้ประกอบการไทยทุกคนให้เติบโตในตลาดการค้าโลกอย่างมีประสิทธิภาพเสมอค่ะ

ต้องการรับคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ติดต่อ DITP Call Center 1169

มาลี โชคล้ำเลิศ

- อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- อธิบดีอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา
- อธิบดีอัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักร
- อธิบดีอัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายการพาณิชย์) สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย

มองหา

Thailand Trust Mark

สัญลักษณ์แห่งคุณภาพ
ของสินค้าและบริการไทย

THINK TRUSTED QUALITY, THINK THAILAND TRUST MARK
www.thailandtrustmark.com



THINK THAILAND



ธีรพล บุญนาค

“ผมเกิดในครอบครัวข้าราชการ และถูกหล่อหลอมปลูกฝังให้การสร้างประโยชน์เพื่อส่วนรวมเป็นเรื่องสำคัญของชีวิต บรรพบุรุษของผมได้ทำงานรับใช้แผ่นดินมาตั้งแต่สมัยคุณปู่ทวด สมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาพิไชยญาติ (ทัต บุนนาค) ซึ่งเป็นผู้สำเร็จราชการแผ่นดินในสมัยรัชกาลที่ 4 ต่อมา คุณพ่อทวดคือเจ้าพระยาศรีพิพัฒนรัตนราชโกษาธิบดี (แพ บุนนาค) ได้เป็นหัวหน้าคณะทูตไปเจริญพระราชไมตรียังฝรั่งเศส ในสมัยพระเจ้าบรมโกศที่ 3 ตลอดจนลูกหลานรุ่นต่อๆ มาจนถึงรุ่นผมต่างก็เลือกเป็นข้าราชการทั้งสิ้น

คำว่า “ปฏิบัติบูชา” สำหรับผมคือ การใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าโดยยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง ถึงแม้ในบางครั้งต้องเผชิญกับแรงเสียดทานก็ตาม ดังพระบรมราโชวาทที่ในหลวงรัชกาลที่ 9 พระราชทานแก่ครูและนักเรียนโรงเรียนจิตรลดาว่า การดำรงชีวิตที่ดีจะต้องปรับปรุงตัวตลอดเวลา ซึ่งต้องอาศัยความเพียรและความอดทนเป็นที่ตั้ง ถ้าคนเราไม่หมั่นเพียร ไม่มีความอดทนก็อาจจะท้อใจไปโดยง่าย เมื่อท้อใจไปแล้ว ก็ไม่มีทางที่จะมีชีวิตเจริญรุ่งเรืองแน่ๆ

ผมภูมิใจกับอาชีพและการทำงานที่ DITP มาก เพราะได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างโอกาสและสนับสนุนผู้ประกอบการผ่านระบบบริการสื่อสารที่ทันสมัยในรูปแบบโมบายแอปพลิเคชันอย่างบริการ DITP Connect ซึ่งให้ข้อมูลทางการตลาดจากสำนักงานของ DITP ทั่วโลก และ DITP Touch ที่ผู้ประกอบการสามารถรับคำปรึกษากับเจ้าหน้าที่ผ่านทางแอปพลิเคชันได้อย่างฉับไวและถูกต้อง”

ธีรพล บุญนาค (เสธ)

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

สำนักสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ

ปฏิทินกิจกรรมและการสัมมนา



มหกรรมแทรกเตอร์และจักรกลเกษตรไทย 2016
วันที่ 2-11 ธันวาคม 2559
ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่
089-024-7464



สัมมนา “นวัตกรรมสินค้าเกษตร...ตาม
รอยพ่อ...สู่ตลาดการค้าโลก”
วันที่ 9 ธันวาคม 2559
เวลา 13.30 – 17.00 น.
ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 1
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
(ถนนรัชดาภิเษก)
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่
0-2507-8109, 0-2507-8131,
0-2507-8146



สัมมนา “โลจิสติกส์ 4.0 ความท้าทายของ
ผู้ประกอบการ SMEs ไทย”
วันพุธที่ 14 ธันวาคม 2559
เวลา 08.30 – 17.00 น.
ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 1
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
(ถนนรัชดาภิเษก)
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่
0-2507-8109, 0-2507-8131,
0-2507-8146

คุณมี LINE @ditp แล้วหรือยัง?



@ditp

ไม่พลาดข่าวการค้าจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพียงแอดไลน์ @ditp พร้อมรับสิทธิลุ้นโชค 2 ชั้น
ชั้นที่ 1 เกียรติหอมเบรนด์ PANPURI มูลค่า 1,500 บาท จำนวน 4 รางวัล
ชั้นที่ 2 บัตรโดยสารเครื่องบิน กรุงเทพ-เชียงใหม่-กรุงเทพ พร้อมที่พัก 2 รางวัล



“ ความสุขความเจริญที่แท้จริงอันควรหวังนั้นเกิดขึ้นได้จากการกระทำและความประพฤติที่เป็นธรรมมีลักษณะสร้างสรรค์
คืออำนวยความสะดวกที่เป็นประโยชน์ทั้งแก่ตัว แก่ผู้อื่น ตลอดถึงประเทศชาติโดยส่วนรวมด้วย ”

พระบรมราโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร และอนุปริญญาบัตรของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ณ หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วันเสาร์ ที่ 12 กรกฎาคม 2518

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์