DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

THINK TRADE

ปีที่ 8 ฉบับที่ 76 / มกราคม - มีนาคม 2562

THINK DITP ชี้ช่องการค้า



ALL WE NEED IS WELL BEING

Trade Highlight
Wellness
อยู่ดีมีสุข ทุกช่วงวัย

DITP Insider
เตรียมพร้อมสู่ตลาด
60+ ในระดับโลก

Shape Your Business
บุกตลาดจีนออนไลน์

DITP New Faces
2 แบรนด์เครื่องประดับไทย
ก้าวแรกกับ DITP ก่อนเวทีโลก

ISSN : 2586-9094



STYLE

BANGKOK

FASHION | GIFT&HOUSEWARE | FURNITURE

Discover the flair in Bangkok style and Thai touch of refined lifestyle products.

TRADE
17–19
APRIL 2019

PUBLIC
20–21
APRIL 2019

BITEC
BANGKOK

BIFF&BIL BIG+BIH TIFF

www.stylebangkokfair.com

Organized by
DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND

Part of:
CREATIVE THAILAND

Pre-registration at

www.stylebangkokfair.com

EXECUTIVE EDITOR
บทบรรณาธิการ



สวัสดีค่ะ

ไม่ว่าจะผ่านปีใหม่มากี่ครั้ง หลายคนก็ตั้งปณิธานใหม่ๆ ให้กับชีวิตกันเป็นประจำทุกปี แต่สิ่งหนึ่งที่ดิฉันเชื่อว่าน่าจะอยู่ในปณิธานปีใหม่ของคนส่วนใหญ่ คือ การได้ใช้ชีวิตให้อยู่ดีและมีความสุข แม้จะดูเป็นปณิธานที่เรียบง่าย แต่หนทางปฏิบัตินั้นกลับไม่ง่ายนัก เพราะชีวิตที่มีความสุขนั้น นอกจากจะมีความสุขในการใช้ชีวิตแล้วยังต้องมีจิตใจและร่างกายที่แข็งแรงอีกต่างหาก และด้วยความต้องการอันเป็นนิรันดร์เหล่านี้ ดิฉันจึงไม่รู้สึกแปลกใจเลยที่ตลาดสินค้าสุขภาพ (Wellness) สำหรับคนทุกเพศทุกวัยนั้นจะขยายและเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะตลาด 60+ ที่เราต้องกล่าวถึงเป็นพิเศษ เนื่องจากตอนนี้ทั่วโลกกำลังย่างเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว การเติบโตของตลาดเพื่อสุขภาพนี้ ในฐานะผู้บริโภคถือเป็นเรื่องดีที่เราจะได้เลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ตัวเองและคนที่เรารัก ซึ่งขณะเดียวกันสำหรับผู้ประกอบการไทยแล้ว นี่ก็คือโอกาสในการส่งออกเช่นเดียวกัน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ได้คาดการณ์ไว้ว่าในปี 2562 ตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะสินค้าเพื่อสุขภาพจะขยายตัวสูงขึ้น รวมทั้งบริการเพื่อสุขภาพ เช่น สปา ไปจนถึงสถานบริการคนชรา ด้วยอุตสาหกรรมสุขภาพนั้นครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกช่วงวัยตั้งแต่เกิด วัยเด็ก วัยหนุ่มสาว ไปจนถึงวัยชราเลยทีเดียว ไม่ใช่แค่ประเทศไทยเท่านั้น แต่เทรนด์สุขภาพกระจายตัวอยู่ทั่วทุกมุมโลก สามารถกล่าวได้ว่า เรายอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อหาสินค้าและบริการทางสุขภาพมากขึ้น สินค้าที่ดูเหมือนจะเคยเป็นสินค้าสำหรับตลาดเฉพาะ (Niche Market) ตอนนี้ได้กลายเป็นสินค้าสำหรับคนทั่วไปแล้ว ตลาดแม่และเด็กเองก็มีขนาดใหญ่และมีเงินสะพัดมหาศาล สะท้อนให้เห็นชัดว่าพ่อแม่ได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมพัฒนาการทางด้านร่างกายและสมองของเด็กๆ มากกว่าสมัยก่อน

ส่วนที่โดดเด่นและมาแรงที่สุดเห็นจะเป็นตลาด 60+ ที่มีการคาดการณ์ไว้ว่าอีกไม่นานประชากร 1 ใน 5 ของโลกจะกลายเป็นวัยสูงอายุ และเป็นผู้ซื้อกลุ่มใหญ่ที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง มีแนวโน้มจะมีอิทธิพลต่อตลาดโลกอย่างยิ่งในอนาคต แน่นอนว่า DITP ได้ทำการผลักดันสนับสนุนผู้ประกอบการตลาด 60+ อย่างแข็งขันไม่แพ้ตลาดอื่นๆ

การจะเป็นผู้ประกอบการที่มีความแข็งแกร่งในตลาดสุขภาพโลกนั้นไม่ง่าย THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ยังคงมอบข้อมูลการค้าและคำแนะนำ ตลอดจนให้ข่าวสารการอบรมและสัมมนาที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทยเช่นเคย พร้อมทั้งพาท่านไปชมสินค้าหมวดสุขภาพที่น่าสนใจอีกมากมาย โดยหวังว่าจะเกิดการพัฒนาสินค้าไทยให้ก้าวไกลสู่ตลาดโลก (Local to Global) สร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งไปด้วยกัน

นางสาวบรรจงจิตต์ อังศุสิงห์
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)
กระทรวงพาณิชย์

CONTENT
สารบัญ



06 TRADE INSIGHT
08 HAPPENING
10 INSPIRATION & SUCCESS
12 DITP SOCIETY



16 FRIENDS OF DITP
17 SHAPE YOUR BUSINESS
18 DITP NEW FACES
20 WHERE TO FIND US
21 DITP CLUB
22 DITP CALENDAR
23 HEALTHY THOUGHT

DITP

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

thinktradethinkditp.com

ที่ปรึกษา :
อธิบดี
บรรจงจิตต์ อังศุสิงห์
รองอธิบดี
วรรณภรณ์ เกตุทัต
ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
วิทยากร มณีเนตร
บรรณาธิการบริหาร
บรรจงจิตต์ อังศุสิงห์
รองบรรณาธิการ
จักรินทร์ โกมลศิริ
บรรณาธิการบทความ
ภาณุมาศ มาลาศรี
บรรณาธิการฝ่ายศิลป์
อาจพงษ์ ฉันทภิญญา
กองบรรณาธิการ
สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



อยู่ดีมีสุข ทุกช่วงวัย
Wellness

เมื่ออายุยืนอย่างเดียวไม่พอ ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกสินค้าเพื่อสุขภาพที่ดีตั้งแต่วันนี้

องค์การอนามัยโลกประมาณการอายุเฉลี่ยของคนทั่วโลกอยู่ที่ 72 ปี แต่มีการประเมินว่าประชากรโลกจะมีช่วงวัยสุขภาพดีเฉลี่ยอยู่ที่ 63.3 ปี และใช้เวลาอีก 8.7 ปีที่เหลือไปกับอาการเจ็บป่วยหรือทุพพลภาพ บางประการ อายุที่ยืนยาวเพียงอย่างเดียวจึงไม่ใช่เป้าหมายเดียวของสุขภาพที่ดีอีกต่อไป แต่การผัดผ่อนความชราและรักษาความสมบูรณ์ของร่างกายทั้งภายในและภายนอกไว้ก็เป็นส่วนสำคัญ ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพทั่วโลกเติบโตอย่างรวดเร็วในไม่กี่ปีมานี้

จากข้อมูลของสถาบัน Global Wellness Institute พบว่า ในช่วงปี 2558-2560 ตลาดสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 6.4 ต่อปี ขณะที่อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลกโดยรวมโตขึ้นเพียงแค่ร้อยละ 3.6 ต่อปี โดยในปี 2560 มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพทั่วโลกอยู่ที่ 4.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 139.57 ล้านล้านบาท) ธุรกิจเพื่อสุขภาพที่มีมูลค่าตลาดสูงสุดอันดับหนึ่งคืออุตสาหกรรมความงาม การชะลอวัย และผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเอง ตามด้วยอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ โภชนาการ และการลดน้ำหนักเป็นอันดับสอง

ธุรกิจความงาม การชะลอวัย และผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองทั่วโลก มีมูลค่าสูงถึง 1,082 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 35,954.86 ล้านล้านบาท) ในปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 26.3 ของตลาดเพื่อสุขภาพทั้งหมด ในส่วนของประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว เฉพาะช่วงเดือนมกราคม - กันยายน 2561 คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,587.64 ล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 52,757.28 ล้านบาท) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปี 2560 ถึงร้อยละ 21.21 โดยตลาดเอเชียแปซิฟิกเป็นตลาดหลักในการส่งออกของไทย สินค้าที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชะลอริ้วรอย ผลิตภัณฑ์สปาที่เน้นการบำรุงผิว น้ำมันหอมระเหย ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแก้ปัญหาผมร่วง ผมบาง ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของถ่าน เป็นต้น

ขณะที่ตลาดความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลตัวเองของประเทศไทยเติบโตขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี ทำรายได้ให้ประเทศกว่า 1.12 แสนล้านบาท ในปี 2560 บนเวทีโลกไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกเครื่องสำอางอันดับที่ 17 ของโลก และเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนที่นำเข้าสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากไทยมากที่สุด คือ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้มีอัตราการเติบโตสูง เพราะกลุ่มลูกค้านิยมใช้ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ต่างจากสินค้ากลุ่มอาหารที่สามารถเปลี่ยนไปบริโภคสินค้ายี่ห้ออื่นได้บ่อยกว่า

ในส่วนของตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองอย่างธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ โภชนาการ และการลดน้ำหนัก ทั่วโลกมีมูลค่า 702.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 23,330.78 ล้านล้านบาท) สะท้อนถึงความเชื่อที่ว่าสุขภาพที่ดีเริ่มที่การบริโภค จากการศึกษาของบริษัทวิจัยด้านการตลาดซึ่งสำรวจผู้บริโภคกว่า 2,600 คนในประเทศอิตาลี กรีซ สเปน เยอรมนี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ พบว่าผู้บริโภคชาวยุโรปร้อยละ 70 เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพที่มีการลดปริมาณส่วนผสมของน้ำตาล เกลือ ไขมัน และควบคุมปริมาณแคลลอรีมากขึ้น นอกจากนี้ร้อยละ 53 ของผู้บริโภคยังเลือกซื้ออาหารออร์แกนิคอีกด้วย

สองกลุ่มธุรกิจที่กล่าวมาคือธุรกิจความงามและธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพนั้น มีขนาดตลาดรวมกันคิดเป็นร้อยละ 43.4 ของธุรกิจเพื่อสุขภาพทั่วโลก และธุรกิจทั้งสองยังเป็นธุรกิจที่สะดวกต่อการส่งออกมากกว่าธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากไม่ต้องลงทุนในสิ่งปลูกสร้างหรือบุคลากรหน้างานอย่างพนักงานบริการ อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ประเทศไทยมีศักยภาพด้วยภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้การสนับสนุนการจับคู่เจรจาทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีกิจกรรมนำธุรกิจของผู้ประกอบการไทยไปจัดแสดงในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการส่งออกของไทย

ผู้ประกอบการที่สนใจสามารถติดตามข่าวสารได้ทางเฟซบุ๊กเพจ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP เว็บไซต์ www.ditp.go.th หรือติดต่อสายตรงการค้าระหว่างประเทศ 1169

1. เกาหลีใต้

ซิลเวอร์ทาวน์ ภาพลักษณ์ใหม่ของธุรกิจบ้านพักผู้สูงอายุ

เกาหลีมีสัดส่วนผู้สูงอายุถึงร้อยละ 14.2 สำหรับพวกเขา การเลือกไปอาศัยในสถานพยาบาลผู้สูงอายุหรือเนิร์สซิงโฮมสร้างความลำบากใจทั้งต่อตัวเองและลูกหลาน เพราะมีนัยทางสังคมว่าเป็นการถูกครอบครัวทอดทิ้ง ธุรกิจที่เข้ามาลบภาพเนิร์สซิงโฮมแบบเดิมๆ คือ ซิลเวอร์ทาวน์ (Silver Town) ซึ่งเป็นชุมชนหรูหราของคนสูงวัย เปลี่ยนภาพบ้านพักคนชราให้กลายเป็นบ้านพักตากอากาศที่เป็นรางวัลของชีวิต โดยภายในมีทั้งร้านอาหาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส คลินิก ร้านเสริมสวย ห้องซาวน่า ห้องสมุด และห้องคาราโอเกะ มีบริการทำความสะอาด บริการซัก-รีด และพาเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกับโรงพยาบาลเพื่อดูแลผู้อยู่อาศัย มีพยาบาลประจำ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เอื้อต่อการใช้วีลแชร์ เรียกได้ว่าตอบโจทย์ทั้งด้านสันทนาการและสุขภาพ ทำให้เนิร์สซิงโฮมแบบซิลเวอร์ทาวน์เป็นธุรกิจที่ได้รับการยอมรับและกำลังเป็นที่เฟื่องฟูในประเทศเกาหลีใต้ นี่จึงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่น่าจับตามองไม่น้อยสำหรับนักลงทุนชาวไทย

สอบถามข้อมูลตลาดผู้สูงอายุในเกาหลีใต้
ติดต่อ : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล
อีเมล : info@thaitrade.kr



Trade Insight

2. สหรัฐอเมริกา

เซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก เมืองปลอดหลอดพลาสติก

ในปี 2020 เซนต์ปีเตอร์สเบิร์กบังคับใช้ 3 มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มาตรการงดใช้หลอดพลาสติกอย่างเด็ดขาด และมาตรการหยุดใช้สารโพลิสไตรีนซึ่งใช้ในการทำโฟมหรือกล่องบรรจุอาหาร โดยคาดการณ์ว่ามาตรการงดใช้ผลิตภัณฑ์จากพลาสติกและโฟมลักษณะนี้จะกระจายไปทั่วทั้งสหรัฐฯ เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ทั้งยังเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทย ที่สนใจส่งออกสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายเองได้ เช่น การใช้กาบกล้วยแทนโฟม หลอดกระดาษ หรือหลอดไม้ไผ่ รวมถึงสินค้ารียูสอย่างหลอดสแตนเลสหรือหลอดแก้วล้างได้และกระป๋องบรรจุภัณฑ์ที่ปิดฝาซ้ำได้

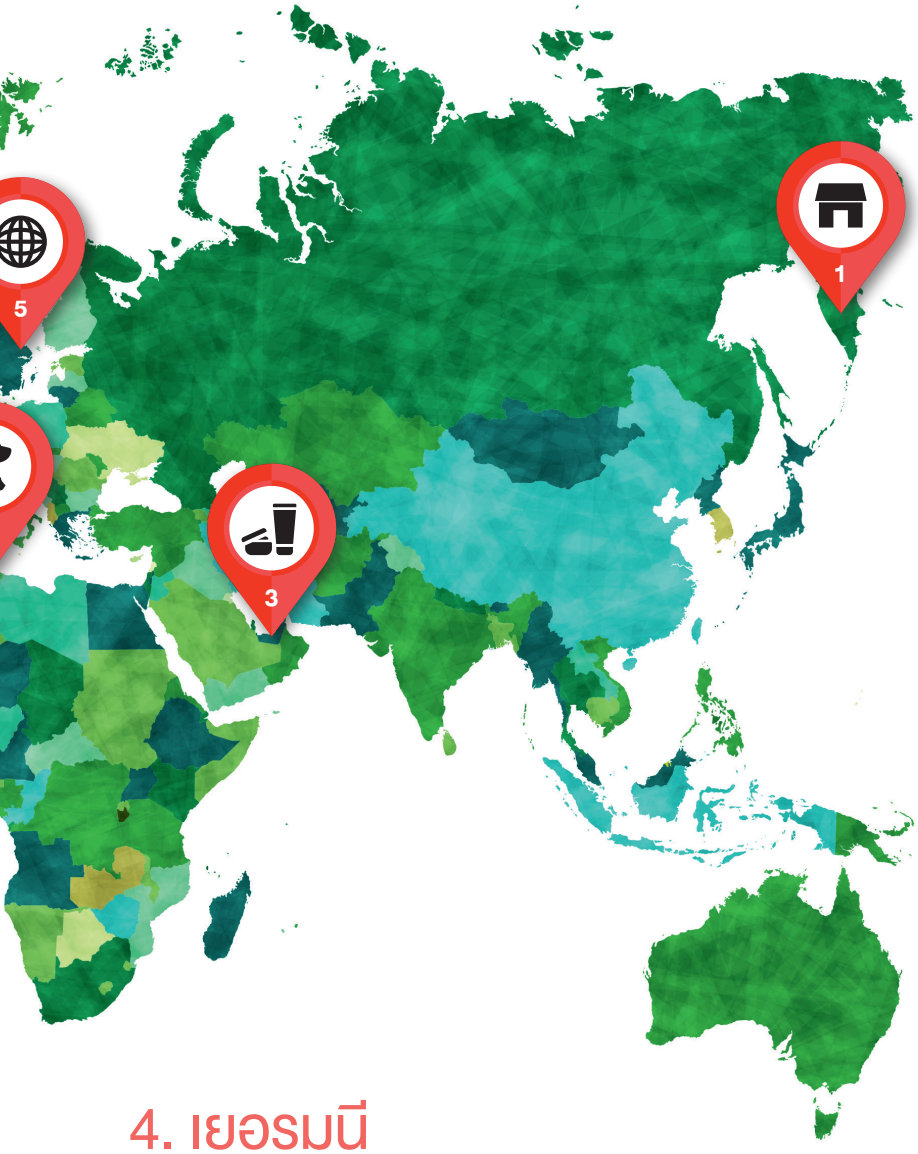
ติดตามความคืบหน้าของมาตรการเพื่อสิ่งแวดล้อมในสหรัฐอเมริกา
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี
อีเมล : ttcmiami@gmail.com

3. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

อาหรับกับสินค้าความงามที่ขาดไม่ได้

ในปี 2561 ไทยส่งออกเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์รักษาผิว และสบู่ไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มูลค่ากว่า 7 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือกว่า 1,700 ล้านบาท สินค้าที่ชาวอาหรับนิยม ได้แก่ เครื่องสำอางแต่งหน้า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และน้ำหอม ชาวอาหรับส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเครื่องสำอางระดับราคาปานกลางประมาณ 20 - 80 เหรียญสหรัฐฯ (ราว 630 - 2,500 บาท) สำหรับสินค้าไทยที่มีแนวโน้มเจาะตลาดนี้ได้มากขึ้น คือ เครื่องสำอางประเภทสารสกัดจากธรรมชาติที่มีส่วนผสมของสมุนไพรซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างไปจากสินค้าประเทศอื่นๆ

สอบถามข้อมูลตลาดสินค้าเครื่องสำอางในอาหรับเอมิเรตส์
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ
อีเมล : ttcdubai@emirates.net.ae



4. เยอรมนี

Barf ทางเลือกอาหารสดใหม่สำหรับสัตว์เลี้ยง

คนรักสัตว์ย่อมต้องเคยตั้งข้อสังเกตกันว่าอาหารสำเร็จรูปสำหรับสัตว์เลี้ยงมีคุณค่าทางอาหารที่เพียงพอสำหรับสัตว์เลี้ยงแสนรักหรือไม่ และมีสารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุนัขและแมวหรือเปล่า ข้อกังขานี้ทำให้เกิดธุรกิจเนื้อสัตว์ดิบแบบออร์แกนิคสำหรับสัตว์เลี้ยง หรือ Barf (Biologisch Artgerechtes Rohes Futter) ซึ่งผู้ซื้อมั่นใจได้ว่าเจ้าตูบและเจ้าเหมียวจะได้กินอาหารที่สดใหม่และมีสารอาหารเหมาะสม โดย Barf จะมีส่วนผสม 80 เปอร์เซ็นต์มาจากเนื้อสัตว์ และอีก 20 เปอร์เซ็นต์มาจากผักผลไม้สด และน้ำมันตับปลาเพื่อเพิ่มกรดไขมันโอเมกา-3 นอกจากนี้ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์แบบ Barf บางแห่งยังให้บริการคำนวณสัดส่วนอาหารหรือมีผู้เชี่ยวชาญไว้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการของสัตว์เลี้ยง ความใส่ใจในคุณภาพ การจัดสรรสัดส่วนของโภชนาการ และบริการที่ครบวงจรช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้ากลุ่มนี้ได้ ทั้งนี้สถิติจาก Statista พบว่าในช่วงปี 2000-2017 เยอรมนีมีสัตว์เลี้ยงประเภทแมวถึง 13.7 ล้านตัว และสุนัข 9.2 ล้านตัว ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงทางเลือกในเยอรมนีจึงเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการชาวไทยไม่ควรมองข้าม

ขอคำแนะนำการส่งออกสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในเยอรมนี
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต
อีเมล : info@thaitradefrankfurt.d

5. สวีเดน

ตลาดสำคัญของธุรกิจนวัตกรรม

ชิพขนาดเท่าเมล็ดข้าวที่ฝังในนิ้วหัวแม่มือคืออนาคตใหม่ของการยืนยันตัวตนที่จะมาแทนที่บัตรจำนวนมากที่ต้องพกติดตัวตลอดเวลา ช่วยเพิ่มความปลอดภัยและความรวดเร็วในการทำธุรกรรมและกิจวัตรประจำวัน อย่างเช่น การซื้อบัตรงานอีเวนต์ หรือบัตรโดยสารรถไฟภายในสวีเดน รวมถึงใช้จัดเก็บรายละเอียดการติดต่อในกรณีฉุกเฉิน ปัจจุบันสวีเดนมีผู้ใช้งานชิพลักษณะนี้แล้วราว 4,000 คน สวีเดนเป็นประเทศที่มีการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ นำหน้าประเทศอื่นเป็นทุนเดิม ทั้งยังกำลังก้าวไปสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด ทำให้มีชาวสวีเดนเพียง 1 ใน 4 เท่านั้นที่ยังใช้เงินสดอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง นอกจากนั้นประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกยังมีแนวโน้มในการรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ลักษณะนี้มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกเทคโนโลยี

รู้ลึกข้อมูลตลาดเทคโนโลยี
ในกลุ่มประเทศนอร์ดิก
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงโคเปนเฮเกน
อีเมล : ditp@thaicom.dk

6. แคนาดา

มอนทรีออล คลัสเตอร์ด้าน AI แห่งแคนาดา

เมืองมอนทรีออล รัฐควิเบค เป็นศูนย์รวมของบริษัทชั้นนำด้านปัญญาประดิษฐ์หรือเอไอ (AI: Artificial Intelligent) ในแคนาดา กระทั่งเรียกได้ว่าเป็นคลัสเตอร์หรือย่านของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเกื้อหนุนกัน คลัสเตอร์เอไอแห่งนี้เกิดขึ้นได้ด้วยความช่วยเหลือจากภาครัฐ โดยรัฐบาลรัฐควิเบคได้อัดฉีดงบเพื่อใช้ส่งเสริมธุรกิจในด้านเอไอในคลัสเตอร์นี้ถึง 100 ล้านเหรียญแคนาดา (ราว 2,394 ล้านบาท) และยังได้รับงบสนับสนุนจากรัฐบาลกลางแคนาดาอีก 40 ล้านเหรียญแคนาดา (ราว 957 ล้านบาท) ทำให้มอนทรีออลเป็นพื้นที่ที่มีนักพัฒนาซอฟต์แวร์ระดับสูงจำนวนมากมารวมตัวกัน และช่วยดึงดูดให้บริษัทด้านซอฟต์แวร์มาลงทุนตั้งศูนย์เอไอในคลัสเตอร์แห่งนี้ มอนทรีออลจึงนับว่าเป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการพัฒนาธุรกิจในด้านซอฟต์แวร์เอไอ

สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน
ธุรกิจซอฟต์แวร์ในแคนาดา
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ นครโทรอนโต
อีเมล : toronto@thaitrade.ca

HAPIfork

ส้อมอัจฉริยะที่ทำให้สุขภาพดีขึ้นและผอมลง



EAT HEALTHIER EAT SLOWLY FEEL GREAT

สุขภาพดีเริ่มต้นที่การกิน และโภชนาการที่ดีเพียงอย่างเดียวก็อาจไม่เพียงพอ เพราะวิธีการกินก็สำคัญเช่นกัน การกินอาหารที่เร็วเกินไปมักทำให้เราเคี้ยวอาหารได้ไม่ละเอียด ส่งผลเสียต่อระบบย่อยอาหาร อาจทำให้เกิดอาการท้องอืด ท้องเฟ้อ กรดไหลย้อน อีกทั้งยังทำให้เกิดภาวะน้ำหนักเกินได้ เนื่องจากกระเพาะของคนเรามักจะรู้สึกอิ่มหลังจากกินอาหารไปแล้วประมาณ 20 นาที การกินอาหารเร็วเกินไป มักทำให้รู้สึกว่ากินยังไม่อิ่มเสียที และเข้าใจไปว่าอาหารที่กินยังไม่เพียงพอ นำไปสู่การกินที่เกินความเหมาะสม

ส้อมอัจฉริยะ HAPIfork จะช่วยควบคุมพฤติกรรมการกิน โดยการสั่นเตือนเบาๆ เมื่อพบว่าเรากินอาหารเร็วเกินไป โดยค่าเริ่มต้นที่ตั้งจากโรงงานนั้นจะสั่นเตือนหากมีการกินมากกว่า 1 คำ ในช่วง 10 วินาที นอกจากนี้ผู้ใช้ยังสามารถจัดเก็บข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการกินทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการกินอาหารในแต่ละมื้อของวัน ข้อมูลจำนวนคำที่กินต่อนาที และวัดว่าใช้เวลาในการกินแต่ละคำห่างกันเท่าไร โดยผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อยูเอสบีเพื่อโอนข้อมูลเหล่านี้เข้าสู่คอมพิวเตอร์ หรือเชื่อมต่อบลูทูธเพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือได้ และภายในเว็บไซต์ของ HAPI.com ยังมีแบบฝึกหัดการกินที่จะช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกินให้ช้าลง ทำให้ผู้ใช้นั้นกินอิ่มด้วยปริมาณอาหารที่เหมาะสม ส่งผลให้ระบบการย่อยและการเผาผลาญพลังงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การกินเร็วเป็นปัญหาที่หลายคนอาจไม่รู้ตัว โดยเฉพาะพฤติกรรมการกินในปัจจุบัน ที่เรามักกินอาหารอยู่หน้าคอมพิวเตอร์ หรือไม่ก็เล่นโทรศัพท์มือถือไปด้วยขณะกิน ทำให้ขาดการตระหนักถึงจังหวะการกินของตัวเองที่อาจไม่รู้ตัวว่าเร็วเกินไป HAPIfork จึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้ใช้กลับมาสู่จังหวะการกินอาหารที่เหมาะสมต่อร่างกายอีกครั้ง

ที่มา : www.hapi.com/product/hapifork#non



HAPIfork
เครื่องมือที่จะทำให้กินได้ในปริมาณและจังหวะที่เหมาะสม

Back to the ORIGIN

ผ้าฝ้ายคอลลาเจน

อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยด้วยนวัตกรรม

แหล่งปลูกฝ้ายออร์แกนิคและภูมิปัญญาการย้อมฝ้ายของชาวบ้านริมโขงเกือบจะต้องสูญหายไป เพราะไม่สามารถสร้างรายได้ใช้เลี้ยงปากเลี้ยงท้องได้ โชคดีที่คุณนิตยา โชติชัยชรินทร์ ผู้เป็นเจ้าของโรงงานทอผ้าในกรุงเทพฯ ไปพบเข้า และตั้งใจพลิกฟื้นวิถีชีวิตของชาวบ้านอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยนวัตกรรมเส้นใยคอลลาเจน

ผ้าพันคอของแบ็กทูดิออริจิน (Back to the Origin) คือผ้าพันคอปลอดสารเคมี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ย้อมสีธรรมชาติโดยชาวบ้านโขงเจียม เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและรักษาทักษะการย้อมผ้าของชาวโขงเจียมที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ผ้าฝ้ายของ Back to the Origin ยังมีคุณสมบัติพิเศษ คือ ผลิตด้วยนวัตกรรมเส้นใยฟิลาเจน เป็นผ้าฝ้ายที่มีส่วนผสมของคอลลาเจนที่สกัดจากปลามิลค์ (Milk Fish) ช่วยเพิ่มความสามารถในการดูดซับและกักเก็บความชุ่มชื้น ลดการสูญเสียน้ำของผิวกาย ป้องกันรังสียูวีเอและยูวีบี ถ่ายเทอุณหภูมิได้ดี ทำให้ไม่อับชื้น ให้ความรู้สึกเย็นสบายตลอดทั้งวัน



สแกน QR Code
เพื่อชมคลิปสัมภาษณ์



“ผ้าฝ้ายคอลลาเจนนั้นมีคุณสมบัติพิเศษคือช่วยในการถนอมผิวกาย ถ้าวันหนึ่งเราได้ห่มได้ใช้สักแปดชั่วโมง คอลลาเจนก็ยังอยู่ในผิว ทำให้ผิวชุ่มชื้นตลอดเวลา”

คุณนิตยาได้เริ่มธุรกิจ Back to the Origin มาแล้ว 3 ปี ปัจจุบันจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายคอลลาเจนในลักษณะของผ้าพันคอและผ้าห่ม ซึ่งย้อมด้วยสีธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีในกระบวนการผลิต จัดจำหน่ายภายในประเทศผ่านทางเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊ก Back to the Origin รวมทั้งส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น และมีการจำหน่ายผ่าน Pinkoi เว็บซื้อขายสินค้าดีไซน์ออนไลน์ซึ่งมีลูกค้าเป็นชาวไต้หวันและฮ่องกง

แม้ผ้าฝ้ายคอลลาเจนจะเหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย แต่สินค้ากลับได้รับความนิยมในหมู่ผู้สูงวัย ด้วยคุณสมบัติที่ทำให้รู้สึกนุ่มสบายตัวและระบายอากาศได้ดี คุณนิตยาจึงตัดสินใจสมัครเข้าร่วมโครงการ 60+ Product for Grand Generation from Thailand โครงการที่ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออกผลิตภัณฑ์เพื่อผู้สูงวัย

ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ได้จัดหาที่ปรึกษาทำให้เข้าใจขั้นตอนการส่งออกและช่วยในการวิเคราะห์ตลาดมากขึ้น ด้วยการส่งออกนั้นจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจความต้องการของตลาดต่างประเทศที่แตกต่างไปจากไทย เรานำเอาคำแนะนำไปพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์โดยนำผ้าคอลลาเจนไปผลิตสินค้าในกลุ่มของเคหะสิ่งทอ คือ หมอนและผ้าห่มปราศจากสารเคมีสำหรับใช้ในห้องนั่งเล่น ซึ่งพัฒนาไว้เจาะกลุ่มตลาดผู้สูงอายุในยุโรปโดยเฉพาะ

“ต้องขอขอบคุณทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศค่ะ เจ้าหน้าที่ช่วยสนับสนุน และให้กำลังใจผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้า คอยดูว่าสินค้าของเราเหมาะกับตลาดไหน จากนั้นติดต่อมาถามว่าเราสนใจที่จะไปร่วมงานไหม เจ้าหน้าที่ของกรมฯ น่ารักมาก” คุณนิตยากล่าว



DITP OPEN HOUSE 2019

เตรียมพร้อมผู้ประกอบการไทยสู่เวทีโลก

เมื่อวันที่ 9 ม.ค. ที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ได้จัดกิจกรรม DITP Open House 2019 ภายใต้แนวคิด “DNA ใหม่ SMEs ไทยก้าวไกลอย่างมั่นคง” โดยมุ่งหวังจะยกระดับสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) สู่การเป็นอะคาเดมี เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับอย่างครบวงจร สร้างความเข้มแข็งตั้งแต่ฐานราก พร้อมขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม เป็นการขานรับนโยบาย “Local to Global” พร้อมทั้งเผยแผนการอบรมและสัมมนาเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการรวมแล้วกว่า 50 กิจกรรมตลอดทั้งปี ภายในงานมีเซเลบริตี้และผู้มีชื่อเสียงในแวดวงธุรกิจเข้าร่วมงานและเผยแพร่ประสบการณ์เกี่ยวกับการทำธุรกิจจำนวนมาก

สามารถติดตามแผนการอบรมและสัมมนา ในปี 2562 ได้ที่ www.nea.ditp.go.th





จัดงานกรุยทางให้นักออกแบบรุ่นใหม่ไปไกลระดับโลก

“ไอคอนคราฟต์ (ICONCRAFT)” อีกหนึ่งโครงการที่ DITP ร่วมมือกับ ‘สยามพิวรรธน์’ เปิดพื้นที่ ไอคอนสยาม จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าหัตถศิลป์และงานคราฟต์ร่วมสมัย ฝีมือนักออกแบบและผู้ประกอบการไทยรุ่นใหม่ จำนวนกว่า 250 แบรนด์ ที่ผ่านการอบรมและพัฒนาศักยภาพกับ DITP มาอย่างเข้มข้น โดยงานนี้มีคอนเซ็ปต์ว่า “Innovative Craft Design for Everyday Life” นำเอาทักษะจากช่างฝีมืองานศิลป์ในอดีตมาต่อยอดให้เป็นผลงานรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ และเข้าถึงง่ายขึ้น เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้ผู้ประกอบการไทย ทั้งตลาดในและต่างประเทศ

ติดตามกิจกรรมและโอกาสการค้าการลงทุนในต่างประเทศได้ที่ช่องทาง Line@ ditp



เปิดอิมแพ็คฯ โชว์อัญมณีฝีมือช่างศิลป์ไทยแก่สายตาโลก

กลับมาอีกครั้งกับงาน Bangkok Gems & Jewelry Fair ครั้งที่ 63 เมื่อวันที่ 20 - 24 ก.พ. ที่ผ่านมา ภายใต้แนวคิด “Thailand’s Magic Hands มหัศจรรย์แห่งหัตถาช่างศิลป์ไทย” ตอกย้ำความพิถีพิถันผลงานของช่างฝีมือไทยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก งานนี้คือเวทีสำคัญในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และ SMEs ได้จัดแสดงอัญมณีและเครื่องประดับอันประณีตงดงามและเต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์จากฝีมือช่างไทยเพื่อมุ่งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก (Jewelry Hub) ต่อยอดทั้งการออกแบบ การผลิต และการสร้างนวัตกรรมได้อย่างครบวงจร

ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ www.bkkgems.com

จัดอบรมเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรเต็มที่

เมื่อวันที่ 1 ก.พ. ที่ผ่านมา DITP ได้เปิดโอกาสให้บุคลากรของกรมฯ เข้าร่วมดูงานสถานประกอบการ บริษัท ยูนิเวอร์แซล ไบโอ แพ็ค จำกัด บริษัทผลิตและจำหน่ายภาชนะจากแป้งมันสำปะหลังที่ย่อยสลายได้โดยธรรมชาติ เพื่อพัฒนาความรู้และแลกเปลี่ยนความเข้าใจในระบบการบริหารจัดการของโรงงานบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงเรื่องนวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม มุ่งหวังให้บุคลากรนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ติดตามกิจกรรมของ DITP ได้ที่ www.ditp.go.th หรือสายตรงโทร 1169





ตลาด 60+ ใหญ่กว่าที่คุณคิด

ตลาด 60+ คือตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งกำลังเป็นเทรนด์และเป็นตลาดเป้าหมายสำคัญที่ผู้ประกอบการควรแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันโลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วอย่างประเทศสมาชิกในยุโรป อเมริกาเหนือ และญี่ปุ่น ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แล้ว ในขณะที่หลายประเทศในเอเชียก็กำลังจะก้าวเข้าไปสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นกัน มีการคาดการณ์ว่าในปี 2583 สัดส่วนผู้มีอายุมากกว่า 60 ปีจากทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 60.4 โดยทวีปที่มีประชากรสูงอายุมากที่สุดคือทวีปเอเชีย นำโดยประเทศญี่ปุ่น รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ และประเทศไทยที่ตอนนี้มีสัดส่วนผู้สูงอายุถึงร้อยละ 10.05 หรือประมาณ 10 ล้านคน

เทรนด์ 60+ กำลังขยายตัว มีกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ คือ ผู้สูงอายุกลุ่มพิเศษอย่างกลุ่ม Super Rich ที่มีฐานะดี มีสุขภาพดี ใช้จ่ายเงินและเวลาได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากมีเงินเก็บ และไม่ต้องทำงานหลังเกษียณ ซึ่งเป็นประชากรที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ และมีความพร้อมทั้งกำลังซื้อและเวลา

สินค้าและบริการที่มีศักยภาพและมีโอกาสเติบโตสูง

กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพและมีโอกาสมาก ได้แก่

1) กลุ่มสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ ที่ครอบคลุมสินค้าทั้งเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เช่น สิ่งทอและผ้าพันคอผลิตจากเส้นด้ายผสมคอลลาเจน ผลิตภัณฑ์แชมพูป้องกันผมหงอกและผมหลุดร่วงง่าย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติ สินค้าบนโต๊ะอาหารปลอดสารก่อมะเร็ง หรือรองเท้ายางพารารองรับสรีระเพื่อสุขภาพเท้าของผู้สูงอายุ

2) กลุ่มสินค้าอาหาร โดยเน้นไปที่อาหารเพื่อสุขภาพ ช่วยป้องกันโรค และชะลอวัย ได้แก่ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีสารอาหารครบ 5 หมู่ กินแทนมื้ออาหารได้ น้ำตาลมะพร้าวธรรมชาติที่มีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ ซากลีบบัวออร์แกนิคที่ช่วยบำรุงหัวใจและไต พร้อมช่วยลดความดันโลหิต เป็นต้น

3) กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อพักและผ่อนคลาย Wellness Tourism ได้แก่ ธุรกิจที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เลือกจะพักร้อนและดูแลสุขภาพกายและใจไปพร้อมกัน เช่น การพักผ่อนในสปา ในรีสอร์ทสวยๆ หรือจะเป็นแพ็คเกจมวยไทย คลาสฝึกจิตใจ คลาสโยคะ ไปจนถึงคอร์สอาหารแต่ละมื้อที่พิถีพิถันและมีประโยชน์สูงกว่าอาหารทั่วไป เป็นต้น เนื่องจากบริการของไทยนั้นมีประสิทธิภาพสูง ราคาที่เหมาะสม อีกทั้งมีบริการที่เยี่ยมยอดและมีบรรยากาศเหมาะกับพักผ่อน ทำให้ตลาดนี้เติบโตขึ้นเรื่อยๆ

4) กลุ่มธุรกิจและบริการเพื่อผู้สูงอายุ คือธุรกิจที่ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถยังชีพด้วยสุขภาพที่ดีและมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น ประกอบไปด้วยธุรกิจเฉพาะทางหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ บ้านพักผู้สูงอายุในรูปแบบ Nursing Home, Home Care หรือบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุในกลุ่ม Super Rich ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหลายประเทศ เช่น โครงการ Silver Town ของเกาหลีใต้ หรือโครงการ Jin Wellbeing Country ของไทย ซึ่งเป็นโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมบริการด้านการแพทย์และการดูแลจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การที่ตลาดผู้สูงอายุเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้โอกาสคว้าส่วนแบ่งในตลาดนี้มีความท้าทายมาก ผู้ประกอบการไทยจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรม ไลฟ์สไตล์ของคนกลุ่มนี้ที่มีความต้องการแตกต่างกันไปให้ละเอียด

“THE 60+ Project” โครงการครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการตลาดผู้สูงอายุ

DITP ได้ริเริ่มโครงการพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ ที่รู้จักกันในชื่อ “THE 60+ Project” ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 เป็นโครงการที่ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจรแก่ผู้ประกอบการ ตั้งแต่จัดกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ต่างๆ ตลอดจนสร้างแนวคิด การออกแบบสินค้า การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้า ชี้แนะแนวทางการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และยังเชิญผู้เชี่ยวชาญจากประเทศต่างๆ มาให้คำแนะนำในการพัฒนาสินค้าให้เหมาะแก่การใช้งานและตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุในประเทศเป้าหมายเป็นรายบริษัทด้วย มีการสร้างช่องทางการตลาดและโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการสินค้าสำหรับผู้สูงอายุของไทย ด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจากนานาชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จัดโดย DITP เช่น งาน STYLE Bangkok งาน THAIFEX และงาน Top Thai Brands Kunming เป็นต้น และการจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้าสำหรับผู้สูงอายุเยือนประเทศต่างๆ เพื่อขยายตลาด

DITP วางแผนผลักดันธุรกิจ 60+ ยิ่งใหญ่ในเวทีโลก

จากการที่ทั้งโลกกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้เราให้ความสำคัญกับตลาด 60+ มากเช่นกัน เป้าหมายหลักของเราคือช่วยผู้ประกอบการในการเจาะตลาดที่มีศักยภาพและโอกาสทางการค้าสูง เช่น ประเทศในแถบยุโรป อเมริกาเหนือ และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แล้ว รวมไปถึงประเทศในกลุ่มเพื่อนบ้านอย่าง AEC ที่มีการขยายตัวของประชากรผู้สูงอายุ ทั้งยังมีความสนใจและต้องการสินค้าจากไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว นอกจากนี้ DITP ยังมีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของตลาดโลก ทั้งด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและการหาตลาดใหม่ๆ ด้วยเช่นกัน

ใหญ่กว่าที่คาด!
เตรียมพร้อมสู่ตลาด 60+

ผู้ประกอบการ
ที่สนใจส่งออกสินค้า 60+
สามารถติดตามข่าวสาร
เกี่ยวกับกิจกรรมการพัฒนา
และส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้า
สำหรับผู้สูงอายุได้ทาง
www.ditp.go.th,
www.60plusthailand.com
และที่เพจเฟซบุ๊ก
: 60+ Project





Thaitrade.com's

Young e-Entrepreneurs

DITP จับมือ 4 องค์กรพันธมิตร จัดโครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพร้อมก้าวเข้าสู่ตลาดดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ และขายสินค้าได้จริง!

Thaitrade.com ตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ระหว่างประเทศโดยกระทรวงพาณิชย์ ให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงดูแลผู้ประกอบการจากจุดเริ่มต้นจนกว่าจะก้าวสู่ความสำเร็จกันเลยทีเดียว

Amazon Global Selling (ประเทศไทย) ออนไลน์มาร์เก็ตเพลสระดับโลกของอเมริกา ให้ความรู้ตั้งแต่แรกเริ่ม ได้แก่ กระบวนการเลือกสินค้า การเตรียมสินค้าสำหรับ FBA (Fulfillment By Amazon) ไปจนถึงการจัดส่ง รวมถึงการวางแผนการตลาดและการปั้นแบรนด์ ให้คำแนะนำในเรื่องการใช้เครื่องมือต่างๆ ของเว็บไซต์ Amazon ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับธุรกิจ

บริษัท ดีเอชแอล เอ็กซ์เพรส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) มาสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการขนส่งระหว่างประเทศ (International Logistics) กฎระเบียบในแต่ละประเทศที่ต่างกันไป และการใช้ประโยชน์จากโลจิสติกส์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ซื้อในโลกของ E-Commerce เช่น การใช้ความรวดเร็วของการขนส่งในการสร้างรีวิวที่ดี ทำให้เกิดความมั่นใจและสั่งซื้ออีก

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ส่งคนรุ่นใหม่ที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ ให้มาทำงานเป็นทีมผู้ช่วยขาย E-Commerce ให้ผู้ประกอบการได้มุมมองที่หลากหลายมากขึ้นในการทำการตลาดออนไลน์

ผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมโครงการหรือต้องการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ Thaitrade.com ติดต่อได้ที่ 02-507-7825 หรือ Call Center 1169 หรือ สามารถติดตามรายละเอียดโครงการได้ทาง www.facebook.com/ThaiTradedotcom หรือ contact@thaitrade.com

จะบุกตลาดจีน
ด้วยการทำการตลาดออนไลน์ยังไงดี

พอพูดถึงตลาดต่างประเทศ ก็คงไม่ต้องคิดมากเลยว่าตลาดที่ใหญ่และน่าสนใจสุดๆ ของบ้านเราก็คงหนีไม่พ้นตลาดจีน ที่อยู่ห่างจากประเทศเราไปนิดเดียว พอได้ยินว่าตลาดใหญ่โตสุดๆ พ่อค้าแม่ค้าหลายคนคงอยากจะไปบุกตลาดจีนกันไม่น้อย แต่นั่นก็ใช่ว่าจะไม่มีปัญหา เพราะจีนมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่างจากไทยพอสมควร

ประการแรก จะค้าขายกับคนจีน สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยในยุคนี้คือบัญชีระบบกระเป๋าเงินออนไลน์แบบที่คนจีนใช้ อย่างบัญชี Alipay หรือ WeChat Pay ถ้าไม่มีบอกเลยว่าค้าขายกับคนจีนยาก เพราะคนจีนแทบจะเลิกใช้เงินสดแล้ว และบริการโอนเงินระหว่างประเทศแบบอื่นๆ อย่าง Paypal ก็ไม่เป็นที่นิยมใช้กัน

ประการที่สอง คนจีนไม่ได้นิยมซื้อของบนแพลตฟอร์มที่เราคุ้นเคยอย่าง Lazada หรือ Shopee ซึ่งในทางทฤษฎี คนจีนก็ซื้อได้ แต่นี่ไม่ใช่แพลตฟอร์มที่คนจีนใช้กัน ซึ่งถ้าทำธุรกิจแบบ B2B เราต้องการขายของให้คนจีนอย่างไรเราก็ต้องไปอยู่บน Alibaba ส่วนถ้าเป็นแบบ B2C เราต้องไม่พลาดทั้ง Tmall และ JD

ปัญหาต่อไปคือ จะทำการตลาดยังไงให้คนจีนรู้จักสินค้าเรา

ถ้าเป็นธุรกิจแบบ B2C แล้วต้องการทำการตลาดออนไลน์ ส่วนที่ต้องมุ่งเน้นคือต้องเข้าถึงคนจีนผ่าน Social Media ซึ่งถ้าเป็นของจีน เราต้องเข้าถึงผู้คนผ่าน WeChat และ Weibo ส่วนถ้าเป็นธุรกิจแบบ B2B หรือเราต้องการทำการค้ากับภาคธุรกิจของเมืองจีน สิ่งที่ต้องเน้นก็คือเว็บไซต์ เพราะภาคธุรกิจมีแนวโน้มจะค้นหาสินค้าผ่าน Search Engine มากกว่าผู้บริโภคทั่วไป แม้ว่าคนจีนจะไม่ต่างจากคนชาติอื่นๆ แต่เราก็ควรจะมีเว็บไซต์ภาษาจีนที่อาจมีคอนเทนต์เฉพาะสำหรับคนจีน เช่น วิดีโอ Testimonial จากลูกค้า แต่เท่านั้นก็ยังไม่จบ เพราะหัวใจของการทำตลาดของธุรกิจ B2B คือการทำ SEO ของเว็บไซต์หรือทำให้เว็บไซต์ปรากฏบนผลค้นหาแรกๆ ของ Search Engine

เราจะเห็นได้ว่า วิธีการติดต่อดูท่าจะวุ่นวายไปเสียทุกทาง คือเรียกได้ว่าต้องเปิดใหม่ทุกอย่าง ตั้งแต่บัญชีรับเงิน บัญชี Social Media บัญชี E-Commerce ไล่มาจนถึงต้องทำเว็บไซต์ใหม่เป็นภาษาจีน และทำ SEO ใหม่ ให้เว็บเราขึ้นบน Search Engine ที่คนจีนใช้กัน

นี่ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่หลายคนยอมแพ้ก่อนจะเข้าไปบุกตลาดจีนได้สำเร็จ แม้ว่าตลาดจีนนั้นจะใหญ่โตมโหฬารและชวนเข้าไปลุยแค่ไหน แต่สินค้าไทยจำนวนมากต้องเข้าไปจีนโดยผ่าน “นายหน้า” หรือพ่อค้าคนกลางคนจีนด้วยทั้งๆ ที่ในทางเทคนิคแล้ว จีนก็ไม่ได้ปิดกั้นอะไร

ตราบใดที่คนไทยไม่ยอมที่จะฝ่าฟัน ไม่ลุย ด้วยกระบวนการดังที่ว่ามาทั้งหมด ก็ไม่แปลกที่คนจีนจะได้ส่วนแบ่งกำไรไปอย่างมหาศาล แต่ถ้าเราแทรกตัวเข้าไปได้ ก็แน่นอนว่ามี “ส่วนแบ่งเค้ก” ก้อนโตรออยู่เช่นกัน

ติดตามความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ SMEs อื่นๆ ได้ที่

Krungthai SME หรือ

https://sme.ktb.co.th/



CHADA AMULET

ชฎา อมูเลท มิติใหม่ของวัตถุมงคล ในรูปแบบเครื่องประดับสุดเก๋ไก๋

"ชฎา อมูเลท (Chada Amulet)" คือแบรนด์จิวเวอรี่น้องใหม่ จากการก่อตั้งร่วมกันของคุณสุภาวดี วุฒิชานินท์ และคุณณิปัฐ วุฒิชากรณ์ ที่ได้ทำการปฏิวัติวงการพระเครื่องและเครื่องประดับ ดึงความเชื่อของไทยแต่โบราณมาจับคู่กับแฟชั่นได้อย่างลงตัว ผสมผสานออกมาเป็นวัตถุมงคลสายขาวในรูปแบบเครื่องประดับหรูหราร่วมสมัย ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติด้วยพุทธคุณทางใจ เสริมความเชื่อมั่นในด้านการงาน การเงิน ความรัก อำนาจ บารมี หรือแม้กระทั่งช่วยให้แคล้วคลาดปลอดภัย

คุณสุภาวดีเล่าให้ฟังถึงจุดเริ่มต้นของแบรนด์ว่า "ครอบครัวของเราทำธุรกิจด้านวัตถุมงคลมากว่า 20 ปี เก็บสะสมเครื่องรางของขลังมาตั้งแต่โบราณ ซึ่งความเชื่อเหล่านี้เป็นศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีคุณค่าโดยเฉพาะในปัจจุบัน เทรนด์การสวมใส่เครื่องรางเสริมความเชื่อมั่นนั้นเริ่มกลับมาเป็นที่นิยม เราในฐานะทายาทรุ่นที่สองจึงเกิดไอเดีย นำเอาเครื่องรางวัตถุมงคล ที่มีอยู่มาเพิ่มมูลค่า พัฒนาต่อยอดจนได้เครื่องราง ที่ได้รับการออกแบบมาในรูปแบบของเครื่องประดับสวยงาม ร่วมสมัย ใส่ได้ทุกเพศทุกวัย"

"คอนเซปต์ของแบรนด์คือ การผสมผสานเครื่องรางของขลังพุทธคุณสายขาวคู่กับพลังของหิน มีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน บ้างเลือกซื้อตามคอลเลกชันของทางร้าน บ้างสั่งทำแบบพิเศษเฉพาะบุคคล ราคาเริ่มต้นตั้งแต่หลักพัน จนถึงหลักหมื่น ขึ้นอยู่กับความเก่าแก่ของวัตถุมงคล ยิ่งเก่า ก็ยิ่งราคาแพงขึ้น"

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะต้องการผลักดันธุรกิจของตัวเองให้เติบโตในเวทีโลก คุณสุภาวดีและคุณณิปัฐได้ตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกและขอคำปรึกษากับ DITP เรื่อยมา "ต้องขอบคุณทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มอบโอกาสให้ชฎา อมูเลท ได้เข้าร่วมงาน Bangkok Gems & Jewelry Fair ซึ่งการออกงานได้รับผลตอบรับที่ดี ทำให้เข้าใจความต้องการของตลาดสากลมากขึ้น เราอยากให้ใครๆ ได้รู้ว่าเมืองไทยยังมีของดีอีกมาก และแบรนด์ชฎา อมูเลทคือหนึ่งในนั้น ซึ่ง DITP ให้คำปรึกษาในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่การพัฒนาตัวสินค้า การเข้าร่วมโครงการต่างๆ เพื่อให้ตลาดรู้จักแบรนด์เรามากขึ้น จากนี้ไปเราจะเตรียมพร้อม โดยเข้าร่วมอบรมกับกรมฯ เพื่อพัฒนาแบรนด์ของเราให้สามารถก้าวสู่เวทีโลกต่อไป"









KANALIAN

คาร์เนเลี่ยน เครื่องประดับเงินดีไซน์เก๋ สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย

"คาร์เนเลี่ยน" คือ พลอยสีส้มน้ำตาลอมแดง ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นอัญมณีแห่งการปกป้องคุ้มครอง และสื่อความหมายอันดีงามว่า แสงสว่างส่องนำทางไปสู่ความร่ำรวย และด้วยความหมายดีๆ เช่นนี้ "คุณป้อม" สุประวีณ์ กลางประพันธ์ จึงได้นำมาตั้งเป็นชื่อแบรนด์ของตนเอง

คาร์เนเลี่ยน คือแบรนด์เครื่องประดับเงินที่มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ด้วยลวดลายไทยประยุกต์ ชูรายละเอียดอันพิถีพิถันของความเป็นไทย ขณะเดียวกันดีไซน์ของแบรนด์ก็สามารถใส่ได้ทั้งแบบ Everyday Look หรือนำมามิกซ์แอนด์แมทช์เป็นลุคออกงานสุดปังก็ได้ ดังนั้น กลุ่มลูกค้าของคาร์เนเลี่ยนจึงมีทุกเพศ ทุกวัย ตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน ไปจนกระทั่งกลุ่มผู้ใหญ่ที่ชื่นชอบความเป็นไทย

"จุดเริ่มต้นมาจากครอบครัวของเราทำธุรกิจพลอยและเงินแท้มากว่า 40 ปี จากนั้นเราค่อยมารับช่วงต่อ จึงเกิดความคิดที่จะขยายตลาด โดยการเพิ่มมูลค่าของสิ่งที่เรามีอยู่ และด้วยความชอบศิลปะ ลวดลายไทย เราภูมิใจในความเป็นไทย จึงเกิดแนวคิดที่จะผสมความเป็นไทยลงในเครื่องประดับโดยเริ่มต้นจากต่างหู เพราะเป็นเครื่องประดับที่ใส่ง่าย หรือจะซื้อฝากก็ได้ งานของทางแบรนด์ทุกชิ้นนั้นจะประดับพลอยแท้เพิ่มเข้าไปด้วย เพื่อจะได้สร้างความแตกต่างจากเครื่องประดับเงินแบรนด์อื่นๆ" คุณป้อมเล่า

คุณป้อมยังได้เล่าถึงหนึ่งในก้าวสำคัญในการที่จะเข้าสู่เวทีโลกด้วย "รู้สึกโชคดีมากที่ได้ออกงานกับทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพราะมีโอกาสขยายฐานลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น และทำให้ได้ไอเดียใหม่ๆ กลับมาต่อยอดธุรกิจ ลูกค้าบางคนดูแบบแล้วสั่งออเดอร์เลย โดยเฉพาะลูกค้าชาวจีน ซึ่งชื่นชอบดีไซน์ไทยมาก ความสุขในการทำเครื่องประดับของเรา คือ การที่เห็นคนสวมเครื่องประดับของเรามีความสุข มีลูกค้าซื้อพลอยมูนสโตนซึ่งช่วยเสริมเรื่องความรักไป กลับมาบอกเราว่า ตั้งแต่ใส่มาความรักก็แฮปปี้มาก ความสุขของลูกค้าคือแรงขับเคลื่อนในการทำธุรกิจของคาร์เนเลี่ยน ซึ่งในอนาคตหากจะมีโครงการหรืองานแฟร์อีก ทางเราก็คงจะเข้าร่วมกับกรมฯ อย่างแน่นอน"

ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับตลาดอัญมณีและเครื่องประดับ www.bkkgems.com

ติดตามกิจกรรมและโอกาสการค้าการลงทุนในต่างประเทศได้ที่ช่องทางโซเชียลมีเดียของ DITP

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ DITP **ditpfamily** **@ditp**



WHERE TO FIND US

- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 76 จังหวัด
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, สภาผู้ส่งออกสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย ฯลฯ
- หอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร
- หอสมุดมหาวิทยาลัย 21 แห่ง
- สยามเซ็นเตอร์ และ สยามดิสคัฟเวอรี่
- คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC)
- สำนักงานใหญ่ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด
- เอส ซี จี เอ็กซ์พีเรียนซ์
- ร้านอาหาร S&P 20 สาขา

อัพเดตจุดวางแห่งใหม่

- โรงพยาบาลไทยนครินทร์
- โรงพยาบาลเจ้าพระยา
- เอสซีบี เซอร์วิส เซ็นเตอร์
- ห้องรับรองมิราเคิล เลาจน์ สนามบินสุวรรณภูมิ
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



SOCIAL CONNECTED

เกรท – พรอนันต์ พุ่มแก้ว

ด้วยความตั้งใจพัฒนาสื่อออนไลน์ของ DITP ให้แข็งแกร่ง และเข้าถึงประชาชน

"ตอนนี้เราจะเห็นว่าผู้คนใช้เวลาผ่านโซเชียลมีเดีย ทั้งเรื่องส่วนตัว เรื่องงาน และเสพข้อมูลข่าวสารด้วย เรามองว่านี่คือช่องทางสำคัญที่จะเปิดโอกาสให้ DITP ได้สื่อสารกับผู้ประกอบการและผู้บริโภคทุกกลุ่มจากทั่วโลก โดยมุ่งสร้างช่องทางสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น เพจ Facebook, Youtube, Line@, Instagram รวมทั้งเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ต่างๆ ในสังกัดกรมฯ เพื่อให้เข้าใจและตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด ตลอดจนปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์จากช่องทางดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับข้อมูลการส่งออกสินค้า แนวโน้มตลาด รวมถึงข่าวสารดีๆ อีกมากมายจากทั่วโลกมาเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ ผู้อ่านจึงมั่นใจได้แน่นอนว่าจะได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและทันต่อสถานการณ์แน่นอน"

"ในฐานะที่ต้องดูแลในส่วนนี้ เราจำเป็นต้องพัฒนาตัวเองเสมอ ด้วยการอัพเดทข้อมูลความรู้ให้ทันกับโซเชียลมีเดียที่เปลี่ยนแปลงแทบจะตลอดเวลา สิ่งสำคัญคืออย่าลืมทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร เพื่อให้สามารถเลือกแพลตฟอร์มและออกแบบคอนเทนต์ได้น่าสนใจและมีประโยชน์ ตรงตามความต้องการของผู้อ่านมากที่สุด และต้องไม่ลืมการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเป้าหมายและองค์กร ด้วยการให้ข้อมูลโต้ตอบที่ถูกต้องอย่างรวดเร็วทันใจและใกล้ชิดเข้าถึงได้ง่ายด้วย นอกจากนี้ควรทำการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น"

> "สิ่งสำคัญอย่าลืม ทำความเข้าใจ ความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร เพื่อให้สามารถเลือก แพลตฟอร์มและ ออกแบบคอนเทนต์ ได้น่าสนใจและมีประโยชน์ ตรงตามความต้องการ ของผู้อ่านมากที่สุด"

เกรท – พรอนันต์ พุ่มแก้ว
ตำแหน่ง รักษาการนักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร



ปฏิทินกิจกรรมและการสัมมนา

5
เมษายน 2562
โครงการสัมมนา
“ติวเข้ม รู้ลึก รู้จริง
รู้ใจเวียดนาม”

17 – 21
เมษายน 2562
โครงการสัมมนา และ Export Clinic
ในงานแสดงสินค้า STYLE 2019

21 – 22
พฤษภาคม 2562
โครงการฝึกอบรม “การคำนวณต้นทุน
และการตั้งราคาสินค้าเพื่อส่งออก”

มิถุนายน 2562
โครงการสัมมนา “ติวเข้ม...รู้ลึก รู้จริง รู้ใจลาว”
และ “ติวเข้ม...รู้ลึก รู้จริง รู้ใจมาเลเซีย”

17 – 21
เมษายน 2562
STYLE 2562
Fashion / Gift & Houseware
Furniture

เมษายน 2562
โครงการพัฒนา
นักส่งออกรุ่นใหม่
Young Reporter from Local
to Global

21 พฤษภาคม –
1 มิถุนายน 2562
THAIFEX
World of Food Asia 2019





สนใจข้อมูลเพิ่มเติม
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ | www.ditp.go.th หรือสายตรง 1169
สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ NEW ECONOMY ACADEMY | www.nea.ditp.go.th

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND



**ค้นหาไอเดียที่เป็น
ออริจินัลอย่างแท้จริง
อันเป็นหนทางเดียว
ที่จะทำให้ผมแตกต่าง
และมีความสำคัญขึ้นมา**

*"Find a truly original idea.
It is the only way
I will ever distinguish myself.
It is the only way I will ever matter."*

- A Beautiful Minds, 2001 -



THINK TRADE THINK DITP

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

www.ditp.go.th / DITP Call Center 1169

thinktradethinkditp.com

Highlight ISSUE 1