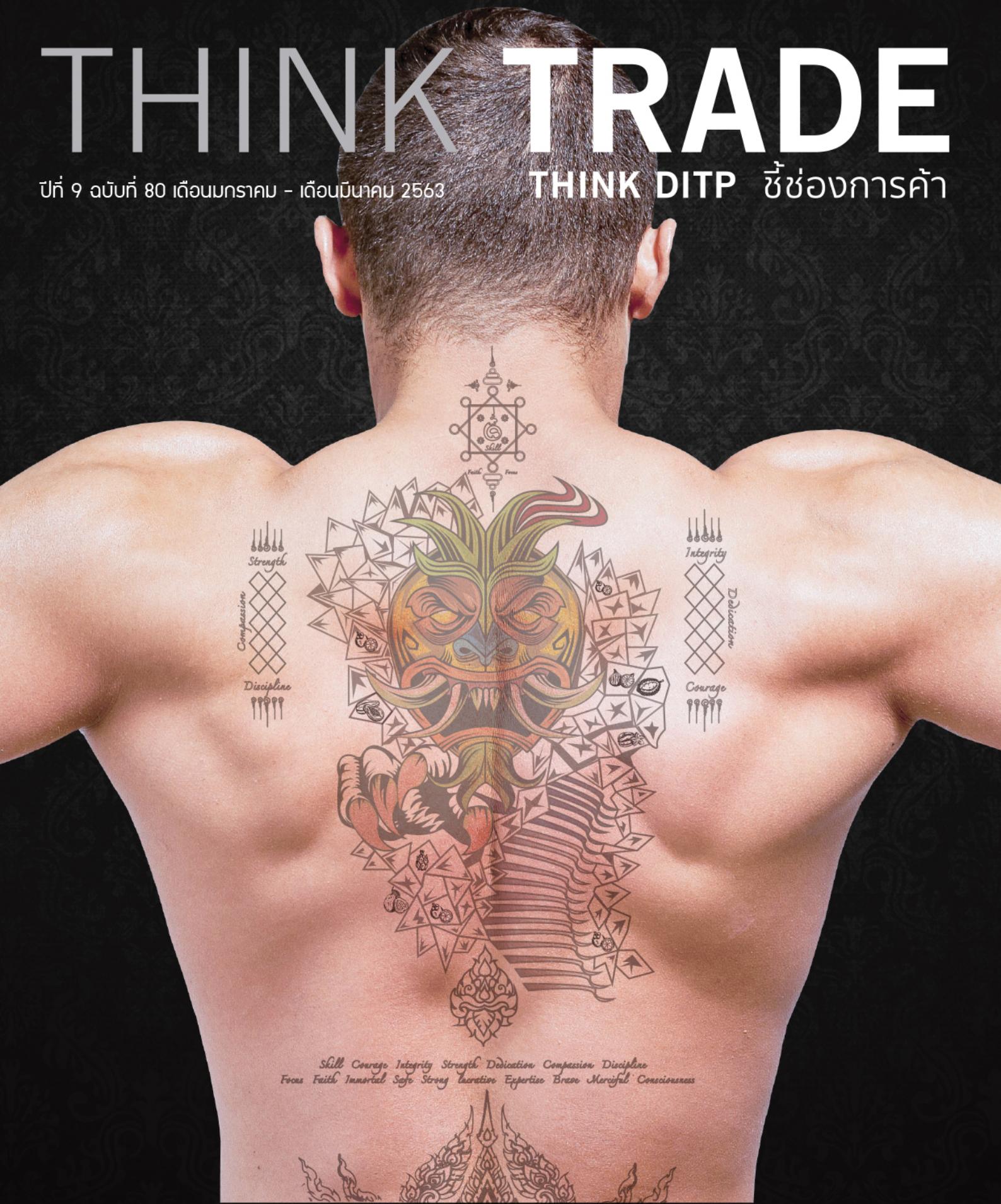


# THINK TRADE

ปีที่ 9 ฉบับที่ 80 เดือนมกราคม - เดือนมีนาคม 2563

THINK DITP ซึ่งช่องการค้า



TRADE HIGHLIGHT

DIH (Do-it-your-Health)

TRADE INSIGHT

ALL TRAND INSIGHT REPORT

HAPPENING

NATURAL TRAND MATERIAL

MARKETING&TRAND

FIGHTING FOOD WASTE

ISSN : 2586-9094



BANGKOK GEMS  
& JEWELRY FAIR  
65<sup>th</sup> Edition February 2020

25-29 FEBRUARY 2020

IMPACT, Challenger Hall 1-3 Bangkok



WWW.BKKGEMS.COM

f BANGKOKGEMSOFFICIAL

THAILAND'S  
MAGIC HANDS

**P.03****TRADE HIGHLIGHT****Do-it-your-Health (D-I-H)****P.04 TRADE INSIGHT****P.06 HAPPENING****P.07****INSPIRATION&SUCCESS****P.09 DITP SOCIETY****P.11 FRIEND OF DITP****P.12 TRADE WATCH****P.14 DITP REVIEW****P.15 MARKETING&TREND****P.16 DITP CALENDAR****P.17 HEALTHY THOUGHT****กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
กระทรวงพาณิชย์**563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ  
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

พพพ.ditp.go.th

DITP Call Center : 1169

[www.thinktradethinkditp.com](http://www.thinktradethinkditp.com)**ที่ปรึกษา :****ธรีบดี**

นายสมเด็จ สุสมบูรณ์

**รองธรีบดี**

นายวิทัยากร มนีเบตระ

**บรรณาธิการบริหาร**

นายสมเด็จ สุสมบูรณ์

**รองบรรณาธิการ**

นางปริญากล ศักขะภัยชัย

**บรรณาธิการบทความ**

นางเพียงฤทิ หรรษาณชูวงศ์

**บรรณาธิการฝ่ายศิลปะ**

นายอาจพงษ์ อันติกัญญา

**กองบรรณาธิการ**

สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

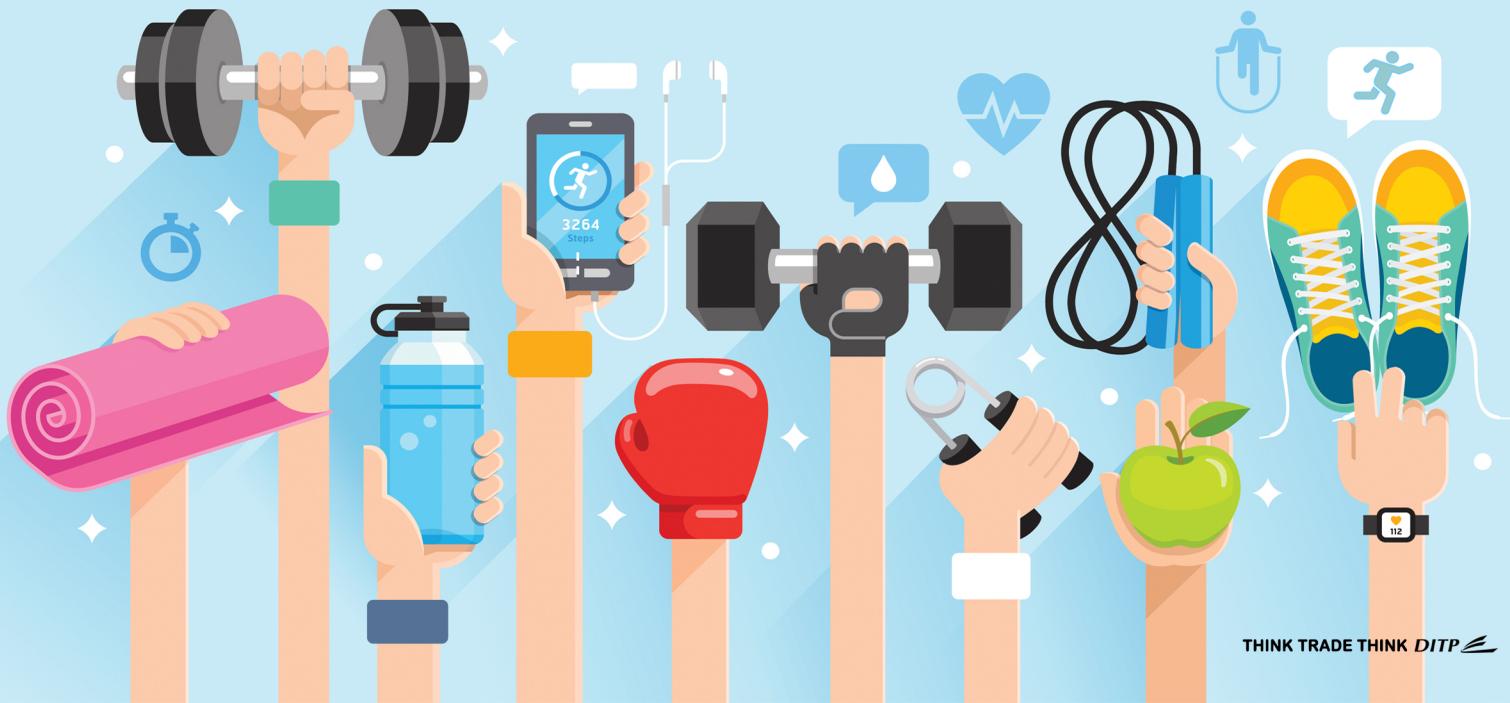
## Do-it-your-Health (D-I-H)

### เทรนธุรกิจที่น่าจับตามอง

ธุรกิจ DIH (do-it-your-health) หรือธุรกิจที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับด้านสุขภาพ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ ธุรกิจที่ให้บริการด้านสุขภาพและธุรกิจในส่วนของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ หรือแม้แต่แอปพลิเคชันและเทคโนโลยีต่างๆ เช่น โปรแกรมแสดงข้อมูลติดตามสภาวะร่างกายที่ใช้ควบคู่ไปกับการออกกำลังกายหรือการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น ซึ่งธุรกิจและผลิตภัณฑ์เหล่านี้ล้วนแต่เกิดขึ้นจากการและความต้องการของพฤษติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอ้างอิงจากผลการสำรวจของบริษัท มินเนเกล ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการสำรวจและวิเคราะห์ทิศทางแนวโน้มด้านการตลาดที่เป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงระดับโลกระบุว่า ผู้บริโภคทั่วโลก 79% มีแนวโน้มความต้องการปรับปรุงด้านการผ่อนคลายให้ดียิ่ง, 76% มีความต้องการสร้างสมดุลการใช้ชีวิต/ การแบ่งเวลาให้ เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพและการทำงานมากขึ้น และ 73% หันมา ออกกำลังกายเพื่อดูแลรักษาสุขภาพมากขึ้น รวมไปถึงเหตุปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตในสภาวะเร่งรีบ การเกิดความเครียดจากการทำงาน ซึ่งส่งผลเสียต่อสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น ภาวะออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) หรือโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases NCDs) เช่น โรคอ้วน ไมเกรน เบาหวาน เป็นต้น

เหตุปัจจัยเหล่านี้เองที่ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจประเภท DIH อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว จากกรณีศึกษาของประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จจากการนำธุรกิจประเภท DIH มาเป็นจุดเด่นและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและนำเม็ดเงินเข้าประเทศได้อย่างมากมายกล่าวเป็นอันดับลักษณ์และเป็นที่ยอมรับจนเป็นจุดเด่นของธุรกิจที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไทยได้ที่ชูเอกลักษณ์ด้านการศัลยกรรมความงามและการชะลอวัย หรือประเทศไทยบางแห่งที่ผสมผสานธุรกิจท่องเที่ยวกับธุรกิจด้าน Medical Spa-Health and Fitness เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยเรานั้น มีทั้งสภาพภูมิศาสตร์ ทรัพยากร หรือแม้แต่วัฒนธรรมประเพณี ที่影响อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวที่สามารถผสมผสานกับศาสตร์การแพทย์แผนไทย สมุนไพร หรือธุรกิจด้านสปา ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมอย่างหลากหลาย สร้างความแปลกใหม่ จนเกิดเป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ กันว่าอาจเป็นโอกาสหนึ่งที่จะนำธุรกิจของท่านก้าวไปสู่ความสำเร็จ เป็นได้



## ๕ สหรัฐอเมริกา

### สหรัฐอเมริการิ่มน้ำด้วยแคลนน้ำตาลในประเทศ

กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ รายงานว่าปริมาณการผลิตน้ำตาลในสหรัฐฯ ในเดือนพฤษภาคมปี 2562 ลดลงอย่างมีนัยสำคัญกว่า 572,000 ตัน เมื่อเทียบกับปริมาณการผลิตน้ำตาลในเดือนตุลาคม ปีนี้เนื่องจากปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงซึ่งกระทบต่อปริมาณผลผลิต ซึ่งส่งผลกระทบให้เกิดภาวะขาดแคลนน้ำตาล ทำให้ราคาน้ำตาลปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มภายในประเทศที่ต้องการบริโภคน้ำตาลจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ ยังไม่ได้เปิดเผยมาตรการในการแก้ไขแนวโน้มปริมาณน้ำตาลในประเทศที่ปรับตัวลง มีความเป็นไปได้ว่าสหรัฐฯ จะนำน้ำตาลสำรองภายใต้กฎหมายใช้และนำเข้าปริมาณน้ำตาลส่วนที่ขาดแคลนจากต่างประเทศ เช่น เม็กซิโก และอินเดีย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครไนโอมี



## ๖ เยอรมนี

### ตลาดอาหารเ โอนรุกโดย Nestlé

Nestlé ได้เริ่มจำหน่ายเบอร์เกอร์ที่มีพื้นฐานมาจากถั่วเหลืองในเยอรมนี ตั้งแต่ช่วงเดือนเมษายนของปี 2019 ที่ผ่านมาและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค โดยบริษัทสามารถจำหน่ายเบอร์เกอร์แบบ Vegan ได้มากถึง 5 ล้านชิ้นในเยอรมนี นอกจากนี้ Nestlé ยังสนใจที่จะบุกตลาดเนื้อบดสำเร็จแบบ Vegan ตามมาอีกด้วย ทางบริษัทคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะสามารถดึงส่วนแบ่งตลาดเนื้อบดสำเร็จขนาดใหญ่ได้ถึง 800 ล้านยูโร นอกจากนี้ในชั้นต่อไป การผลิตเนื้อบดสำเร็จแบบ Vegan นี้ผลิตก้าว Co2 ต่ำกว่าเนื้อบดสำเร็จปกติร้อยละ 80 และยังใช้พื้นที่และน้ำน้อยกว่าเนื้อปกติ ทำให้ นอกจากจะดีกับสุขภาพแล้วยังสามารถอนุรักษ์ธรรมชาติได้อีกด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

## ๗ ชีวี

### ตลาดน้ำผลไม้เปรี้ยวในการขยายตัวเพิ่มขึ้น

หลังจากที่รัฐบาลเปรูได้มีการประกาศปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่หวาน (Sugary Drink) ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2018 ที่ผ่านมา เพื่อแก้ปัญหาโรคอ้วนที่เกิดขึ้นในประเทศนั้น ส่งผลให้ยอดขายสินค้าประเภทน้ำอัดลมลดลง ในขณะที่ยอดขายน้ำผลไม้กำลังปรับตัวเพิ่มขึ้น เพราะในปัจจุบัน ชาวเปรูหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น โดยเทรนด์การดื่มน้ำผลไม้และเครื่องดื่มที่มีน้ำผักผลไม้ชนิด 100% รวมถึงเครื่องดื่มที่ปราศจากน้ำตาลกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในเปรู ถือว่าเป็นลัญญาณที่ดีของการส่งออกสินค้าผักผลไม้ของไทยมายังประเทศเปรู

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงศันติอาก

## ๘ อินเดีย

### อุปสงค์ลด ไทย-อินเดีย ปรับลดราคายाऊ

ในเดือนตุลาคมที่ผ่านมา อัตราการส่งออกข้าวในสูญญากลางເອເຊຍลดลง เนื่องจากความต้องการที่ลดลงและค่าเงินผันผวนทำให้ผู้ขายข้าวของไทย และอินเดียต้องปรับลดราคากลางมา 5% โดยผู้ส่งออกข้าวไทยต้องเผชิญกับค่าเงินบาทที่แข็งค้างบั้งตั้งแต่ต้นปี ส่งผลให้ราคاخ้าวของไทยสูงกว่าคู่แข่งอย่างอินเดียและเวียดนาม โดยในส่วนของประเทศอินเดียหันประஸบปัญหาค่าเงินรูปอ่อนตัว หน่วยงานของรัฐบาลอินเดียกล่าวว่า การส่งออกข้าวของอินเดียในเดือนเมษายนถึงเดือนกรกฎาคมของปี 2562 ลดลง 26.5% เนื่องจากความต้องการข้าวที่ไม่ใช่บ้าสามารถหาซื้อจากแอฟริกาลดลง ด้วยความต้องการที่ลดลงนี้ ทำให้ผู้ประกอบการมองไปยังผลผลิตในภูฏากาหนดาแทน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี

## ๙ เวียดนาม

### เวียดนามส่งออกกาแฟแฟลเดล

ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2562 การส่งออกกาแฟของเวียดนามลดลงร้อยละ 13.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561 ที่ผ่านมา ตามข้อมูลของกระทรวงเกษตรและการพัฒนาชนบท กรมการแปรรูปและพัฒนาตลาดเกษตร ในเดือนกันยายนปี 2562 เที่ยวนำส่งออกกาแฟที่ 81,000 ตัน มูลค่า 143 ล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปี 2561 ที่ผ่านมา ราคานำส่งออกกาแฟโดยเฉลี่ยลดลงร้อยละ 10.7 อยู่ที่ 1,709 เหรียญสหรัฐต่otัน ปัจจันทรากาแฟแพลตฟอร์มในประเทศไทย เวียดนามปรับตัวลดลงตามแนวโน้มของตลาดโลก ทำให้เวียดนามลดการส่งออกกาแฟไปยังตลาดดังเดิม เช่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา อิตาลี และสเปน โดยภัยในสิ่นปีนี้ คาดว่าการผลิตกาแฟจะเพิ่มขึ้นตามปกติ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงฮานอย

## ๑๐

### รัฐบาลญี่ปุ่นผลักดันเกษตรกรในโอคินawa ปลูกข้าวเพื่อผลิตเหล้า Awamori

รัฐบาลญี่ปุ่นเร่งส่งเสริมการผลิต “เหล้า Awamori” จากข้าวที่ปลูกในโอคินawa โดย Awamori เป็นผลิตภัณฑ์เหล้าชนิดพิเศษที่กำเนิดและเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่เกษตรกรในโอคินawa ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งปัจจุบัน 90% ของแบรนด์ Awamori หรือประมาณ 1,000 ชนิดท่ามาจากข้าวเมล็ดงาม ของไทยเนื่องจากเมล็ดงามที่มีเมล็ดสันจากญี่ปุ่น รัฐบาลญี่ปุ่นมีแนวคิดที่จะผลิต “Awamori made in Japan” เพื่อวางแผนจราحتี่ยวในช่วงโตเกียวโอลิมปิก 2020 และมีแผนวางจราحتี่ยวในต่างประเทศอีกด้วย แต่ยังพบปัญหาหลายอย่าง เช่น ปัญหากำลังผลิตไม่เพียงพอ ปัญหาในการแปรรูปและปัญหาด้านทุนการผลิตสูงเมื่อเทียบกับการนำเข้าข้าวจากไทย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา

# EAT ME. COMPOST ME. AND I DISAPPEAR.

**'Lolistraw' หลอดดูดน้ำรักษ์โลก  
ย่อยสลายได้ใน 60 วัน**

Lolistraw หลอดดูดน้ำกินได้จากสาหร่ายทะเล ผลิตภัณฑ์เพื่อลดปัญหาขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม คิดค้นโดย Chelsea Briganti และ Leign Ann Tucker นักออกแบบสาวผู้ก่อตั้งบริษัท loliware ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติอเมริกัน โดยผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวผลิตจากสาหร่ายและสารอินทรีย์ที่ให้ความหวาน ซึ่งสามารถรับประทานได้และยังย่อยสลายได้ใน 60 วัน มีร่องรอยและสีสันสดใสจากผักผลไม้ และออกไม้ เช่น รากวนิลลา กุหลาบ เชอร์รี่ หรือชาเขียว โดยสามารถแขวนเครื่องดื่มได้นานถึง 24 ชม. อีกทั้งยังไม่เพิ่มปริมาณแคลอรี เหมาะสำหรับคนห่าง/ใส่ใจในสุขภาพนับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กระแสรักษ์สิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่มีสีสันของคนเมืองได้เป็นอย่างดี

อ้างอิง loliware, instagram



## LOLI STRAW COLORS & FLAVORS (to be decided by you!)

### Colors



### Flavors

ROSE  
MANGO  
YUZU CHARCOAL  
PALO SANTO  
VANILLA  
MYSTERY





## โดยคำ เกษตรเพื่อชุมชน ผลิตผลเพื่อคนไทย

โดยคำ แบรนด์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรที่ถือกำเนิดจากศาสตราจารย์พราหมาธิราช เพื่อดำเนินธุรกิจเพื่อ สังคม พร้อมสืบสานความกินดีและอยู่ดีให้คนไทยสามารถ ทำการเกษตรได้อย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันผู้บริโภค ก็ได้รับสิ่งที่มีคุณภาพในราคา ที่เป็นธรรม

โดยคำก่อตั้งขึ้นจากแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนา笳พิตร หรือในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ทรงมี พระราชประสงค์ในการแก้ไขปัญหาความทุกข์ยากของราษฎรและปัญหา การปลูกผักบนพื้นที่สูงทางภาคเหนือของไทย พระองค์จึงพระราชทาน แนวพระราชดำริให้ส่งเสริมการปลูกพืชชนิดอื่นทดแทนและก่อตั้งโรงงาน อาหารหลวงในปี พ.ศ. 2515 เพื่อดำเนินการส่งเสริม รับซื้อ พัฒนาและ แปรรูปผลิต เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพที่มีคุณภาพ ในราคายังธรรม สามารถจับต้องได้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 ได้จัดตั้ง องค์กรเป็นนิติบุคคลภายใต้ชื่อ “บริษัท โดยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด” ดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูป เพื่อความสะดวกในการดำเนิน ธุรกิจเชิงพาณิชย์ โดยรองรับผลผลิตของมูลนิธิโครงการหลวงและเกษตรกร ในพื้นที่โดยรอบโรงงานหลวงวาราส่าเรืองรูป ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ อ.ฝาง จ.เชียงใหม่ อ.แม่จัน จ.เชียงรายและอ.เต่างอย จ.สกลนคร เพื่อผลิตสินค้า ที่มีคุณภาพภายใต้ชื่อตราผลิตภัณฑ์ “โดยคำ”

ปัจจุบันโดยคำลายเป็นที่รู้จักกันในนามของแบรนด์เพื่อสุขภาพที่นำ ผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ดีๆ เช่น น้ำผลไม้ ผลไม้อบแห้ง นมถั่วเหลือง สมุนไพรผง แยกมากขึ้นบัง ผลไม้ในน้ำเชื่อม น้ำผึ้ง และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจของ “โดยคำ” ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าใหม่ไม่ต่ำกว่า 4 - 5 ผลิตภัณฑ์ต่อปี โดยสินค้าใหม่ต้องมีความแตกต่างจากที่มีขายอยู่แล้วในตลาด เพื่อสร้าง ทางเลือกให้กับผู้บริโภค มากกว่าจะที่ไปแบ่งชิ้นส่วนแบ่งการตลาดจาก แบรนด์อื่น โดยเน้นคุณภาพเป็นหลัก อีกทั้งยังมีการตั้งราคาตามต้นทุน ของวัตถุคุณภาพจริง ทำให้สามารถขายในราคาน้ำหนึ่งน้ำสองและแตกต่างจาก ราคากลางตลาด ทั้งหมดนี้ก็เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคซึ่งเป็นประชาชน คนไทยทั้งประเทศ



โดยคำหวังที่จะยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรไทยให้มีอาชีพ เลี้ยงตนเองได้และสามารถ พัฒนาคุณภาพชีวิตในระยะยาวได้ดี จึงได้ สนับสนุนต่อพระราชบัญชาตินำศาสตราจารย์พราหมาธิราชมาประยุกต์ ลงเริ่ม และ ช่วยเหลือเกษตรกรไทย ซึ่งโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมของโดยคำนี้ได้รับการ ยอมรับในระดับประเทศ ควบคู่ไปกับการมุ่งพัฒนาชุมชน ให้เกิดความ เชื่อมแข็งและมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน จนได้รับรางวัลจากยูโรป 6 รางวัล พร้อมการรับรองตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark ซึ่งเป็นส่วนช่วย รับรองในเรื่องคุณภาพของสินค้า ทำให้ผู้บริโภค คุ้ม ทั้งในประเทศไทยและ ต่างประเทศ เกิดความ มั่นใจและให้การยอมรับเชิงบวก เป็นเครื่องการันตี ให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าของโดยคำนั้นคุ้มราคาย่างแท้จริง

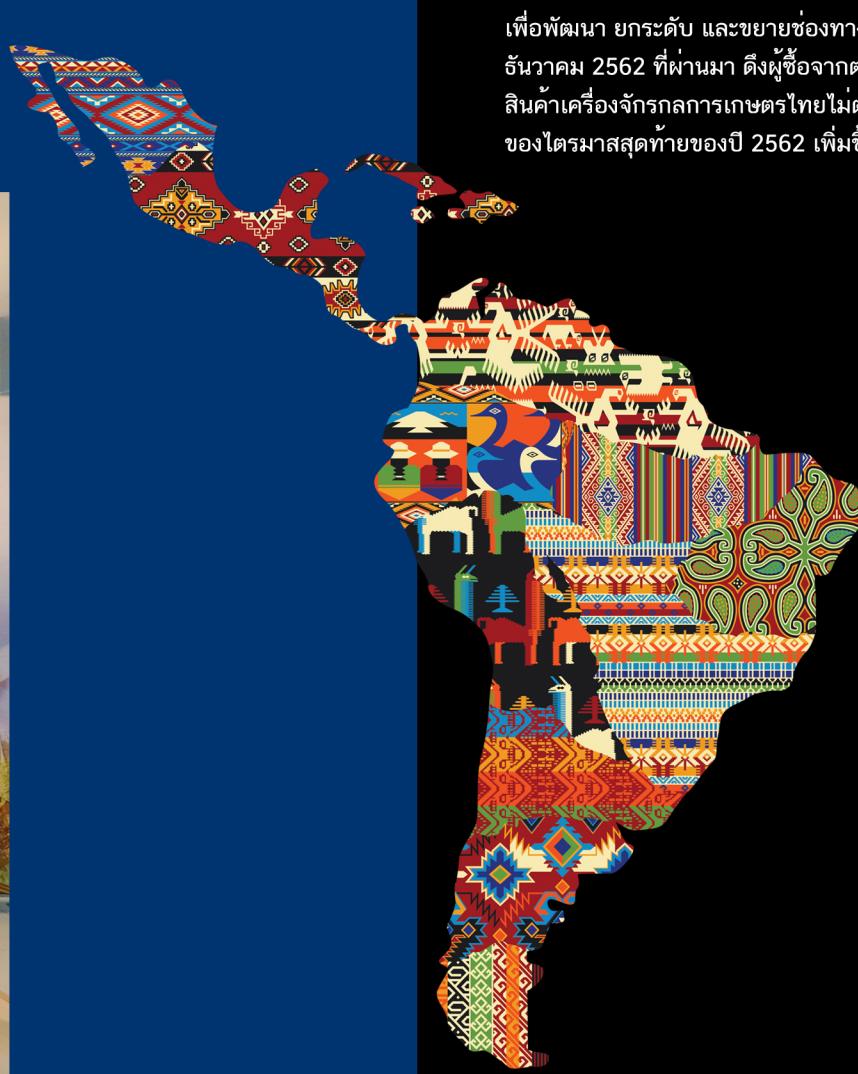
ด้วยพระบรมราชโสดงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนา笳พิตร ในการพระราชทานแนวพระราชดำริ จึงเกิดแบรนด์โดยคำ ที่ประสบความสำเร็จ และนำรายได้มาสู่แบรนด์ เกษตรกร และคู่ค้าจำนวนมาก โดยยังคงยึดมั่นว่า จะเป็นแบรนด์แห่งความสุขน้ำใจ พ่อเพียง ไม่มุ่งหวัง การแสวงหา ประโยชน์สูงสุดในการทำธุรกิจ แต่เป็นแบรนด์ที่แสวงหา การเดิบโตทั้งในด้านมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเอื้อเพื่อ ช่วยเหลือกัน และสร้างประโยชน์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนร่วมกันในสังคม

**DITP นำทัพผู้ประกอบการดิจิทัลเข้าร่วมงานที่เกาหลี**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) โชว์ผลสำเร็จนำคณะผู้ประกอบการไทยดิจิทัลคอนเนนต์ไทยเข้าร่วม 2 งานแสดงสินค้าใหญ่ในเกาหลีใต้ คืองาน Global Game Exhibition หรือ G-Star 2019 ซึ่งจัดขึ้นในเดือนพฤษภาคม 2562 ที่ผ่านมา ณ ศูนย์แสดงสินค้า BEXCO นครปูซาน สาธารณรัฐเกาหลี และงาน Asian Animation Summit 2019 หรืองาน AAS 2019 และได้รับการยอมรับจากผู้เชื่อผู้ผลิต นักลงทุน และคู่ค้าจากต่างชาติ โดยกิจกรรมจะจัดการค้ารวมทั้ง 2 งานถึง 86 ครั้ง สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศไทยประมาณ 231 ล้านบาท

**DITP ผนึก 7 มหาวิทยาลัยภาคเหนือ นำร่องเปิดวิชาส่งออก ตั้งเป้า สร้างผู้ประกอบการวัยเรียน**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ผนึกกำลังภาคการศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ 7 แห่ง ดึงพาณิชย์จังหวัด และภาคธุรกิจท้องถิ่น ร่วมประชุมหารือแนวทางบูรณาการต่อยอดร่วมกันบนมุมเพาะผู้ประกอบการภาคเหนือ ระดมมุ่งเขี่ยวชาญพัฒนาหลักสูตรใหม่ให้ตรงจุด และเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา โดยใช้ความรู้เชิงทักษะพื้นฐานจากอาจารย์ และความเชี่ยวชาญด้านการทำการค้าระหว่างประเทศจากเจ้าหน้าที่กรมหรือวิทยากรของสถาบัน ผลักดันและพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ตลอดจนการถ่ายทอดและเปลี่ยนประสบการณ์ทางวิชาการและภาคปฏิบัติแบบครบวงจร เพื่อเปิดคอร์สสอนใหม่ให้เหมาะสมกับการเป็นผู้ประกอบการตัวจริงในอนาคตต่อไป

**DITP เตรียมรุกขยายตลาดส่งออก เวลาตินอเมริกา**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) จับตาตลาดลาตินอเมริกา ส่อแวดล้อม IMF คาดปี 2563 การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคลาตินอเมริกาจะเศรษฐกิจจะฟื้นตัวและขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2562 จึงเป็นโอกาสของไทยที่จะวางแผนในการผลักดันสินค้าไทยไปขาย เพื่อเพิ่มยอดการส่งออกสินค้าไทยเจาะเข้าสู่ตลาดในภูมิภาคลาตินอเมริกาได้เพิ่มขึ้น รองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจและ การขยายตัวของกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศต่างๆ ในภูมิภาคลาตินอเมริกา ซึ่งจะทำให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักและมีความต้องการเพิ่มขึ้น และทำให้สินค้าไทยมีโอกาสส่งออกเข้าสู่ภูมิภาคลาตินอเมริกาได้มากขึ้น

**งาน ThaiTAM 2019 (ไทย 2562) เครื่องจักรกลการเกษตรเมืองไทย**

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) จับมือกับมูลฝ่าหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร สถาบันมูลฝ่าหกรรมแห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จัดงานมหกรรมแทรกเตอร์และเครื่องจักรกลการเกษตร 2562 หรืองาน ThaiTAM 2019 เพื่อพัฒนา ยกระดับ และขยายช่องทางการตลาดอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรของไทยสู่ระดับสากล นี้จัดขึ้นวันที่ 1-10 ธันวาคม 2562 ที่ผ่านมา ดึงผู้เชื่อจากต่างประเทศกว่า 45 ราย 9 ประเทศ บินตรงมาดูงานด้วยตัวเอง คาดว่าจะเกิดการสั่งซื้อสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรไทยไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท และจะช่วยผลักดันให้มูลค่าการส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตรของไทยสูงขึ้นหรือขยายตัวได้

# การตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจ



## การตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจ B2B

**ปัจจุบันนี้ icos ทำ “การตลาด” ก็ไม่สามารถเมินโลกออนไลน์ได้อีกแล้ว ทั้งธุรกิจ B2C และธุรกิจ B2B แล้วการตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจ B2B นี่ต่างจากธุรกิจ B2C อย่างไร?**

ส่วนที่เหมือนกัน และเป็นสิ่งสุดท้ายที่เจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการตลาด ต้องคำนึง ก็คือ “ยอดขาย”

### ทำไมต้องกลับมาที่ “ยอดขาย”?

คำตอบก็คือเพริมาณการตลาดออนไลน์สมัยนี้ ทั้งหมดมันคือการเน้น Engagement ดังนั้นสิ่งที่ทุกคนต้องทำก็คือ “ทำยังไงก็ได้ให้คุณสนใจ” อย่างไรก็ต ผลของการไปเน้นการสร้าง Engagement มากขึ้น ก็คือ ทำให้คุณจำนวนมากและพยายามสร้าง “ยอดขาย” ไป และมันทำให้เกิด คุณภาพที่จำนวนมากที่สร้าง Engagement มากๆ แต่มันกลับไม่ทำให้ยอดขายสินค้าหรือบริการกระเตื้องขึ้น ซึ่งนี่ถือว่าเป็นความล้มเหลว ในทางการตลาด เพราะถ้า Engagement ไม่นำกลับไปสู่ยอดขาย มันไม่มีประโยชน์

อิกมิติที่การตลาดออนไลน์ของธุรกิจ B2B กับ B2C เหมือนกันก็คือ การแบ่งแยกลูกค้าเป็น Segment เพราะนี่เป็นสิ่งสำคัญในโลกราชการตลาด ที่ไม่นิยมมองลูกค้าเป็น Mass ก้อนใหญ่ๆ ก้อนเดียว แต่จะมองลูกค้า เป็นกลุ่มๆ เพราะการสื่อสารกับคนแต่ละกลุ่มจะไม่ใช้การสื่อสารแบบเดียวกัน

แต่ความต่างมันก็มี เพราะอย่างน้อยๆ ธรรมชาติของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค กับลูกค้าที่เป็นภาคธุรกิจก็แตกต่างกันในหลายมิติ ซึ่งสิ่งที่ต้องเน้นเป็นพิเศษสำหรับการทำการตลาดแบบ B2B คือ เว็บไซต์

### ทำไมต้องเรียนใช้?

การทำเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ผู้คนหลงลืมไป ในโลกทุกวันนี้ที่คนไปทำการตลาดบน Social Media กันหมด แต่สำหรับธุรกิจแบบ B2B มันสำคัญมาก เพราะในโลกธุรกิจแบบ B2B ลูกค้าส่วนใหญ่จะทำการหาข้อมูลก่อนซื้อ สินค้ามากกว่าโลกแบบ B2C คือพูดง่ายๆ ลูกค้าไม่ได้ตัดสินใจเป็นลูกค้าง่ายๆ เขาต้องเสิร์ชบน Google ก่อน และลูกค้าก็จะเข้าไปเช็คในเว็บไซต์ ของแบรนด์ต่างๆ ก่อนตัดสินใจ

ดังนั้น การตลาดแบบ B2B จึงต้องไปเน้นที่เว็บไซต์ ซึ่งในทางปฏิบัติ ก็คือ ต้องกลับไปทำ SEO ให้เว็บไซต์ของเราราโพล่าหน้าแรกเวลาลูกค้าค้นหาคำที่เกี่ยวข้อง และ “หน้าแรก” ของเว็บไซต์ที่ลูกค้าของเรามาถูกใจ เม้นจะต้องมีข้อมูลที่ชาน ซึ่งยุคนี้เขาจะเน้นทำวิดีโอแบบ Testimonial ที่แสดงประสบการณ์ของลูกค้าที่ใช้จริงเพื่อสูงใจให้เกิดลูกค้าใหม่ และองค์ประกอบอื่นๆ บนเว็บไซต์ที่ควรจะมีก็ต้องไม่ขาดตกบกพร่อง เช่น รายละเอียดของบริษัทและสินค้าที่ต้องค้นได้ง่าย รวมถึงกราฟิกต่างๆ ที่ต้องดูสะอาดตาและน่าเชื่อถือด้วย

แม้ว่าจะเน้นเว็บไซต์ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะไม่มีเทคนิคบน Social - Media เลย เทคนิคพวกนี้ก็จำเป็นในการสร้าง Brand Awareness ในภาพรวม

นี่แหล่ะครับภาพใหญ่ของการทำการตลาดแบบ B2B ซึ่งถ้าเรามีความชัดเจน ว่าเป้าหมาย คือการเพิ่มยอดขาย แล้วเริ่มจากตรงนั้น จะช่วยให้เราไม่หลงไปในเทคนิคทางการตลาดอันมหาศาล จนบางทีทำให้เราไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้

ติดตามความรู้เกี่ยวกับ SMEs อีกฯ ได้ที่ Facebook Fanpage Krungthai SME หรือ ทาง Website <https://sme.ktb.co.th>





#### อาหารพร้อมทานเพื่อสุขภาพ

เนื่องจากความเริ่มของสังคมในปัจจุบัน อาหารพร้อมทานจึงเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่น่าสนใจ โดยจะต้องมีปัจจัยหลักสำคัญเพื่อสุขภาพด้วยคือ มีปริมาณน้ำตาลน้อย ไขมันอิ่มตัว ไขมันรวมต่ำ มีอาหาร และมีโปรตีนที่มากเพียงพอ

#### อาหารสำหรับโภชนาการเฉพาะบุคคล

(Personalized Nutrition) สำหรับประเทศไทยคาดว่าจะมีผู้สูงวัยมากถึง 4.6 ล้านคนในปี 2022 ที่จะถึงนี้ ทำให้อาหารโภชนาการเฉพาะบุคคลจะได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะคุณค่าโภชนาการที่เหมาะสมกับบุบบัย ไม่เป็นภัยต่อสุขภาพ และไม่ส่งผลต่อโรคประจำตัว

#### ลดน้ำตาล ใช้ความหวานจากธรรมชาติ

ทางเลือกใหม่ที่ดีต่อสุขภาพที่เข้ามาเมื่อทابมาขึ้นคือการใช้ความหวานจากธรรมชาติดแทนการใช้น้ำตาล ทั้งในอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งได้รับความนิยมมาตั้งแต่ปี 2019 ที่ผ่านมา โดยในปี 2020 ก็เชื่อว่ากระแสจะยังคงได้รับการตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่องต่อไป

#### เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มากกว่าแค่น้ำตาล

เทรนด์ที่กำลังมาแรงในช่วงนี้คือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เพิ่มส่วนผสมบำรุงสมองและระบบประสาท รวมถึงการเติมไข้อาหารหรือสารอาหารที่ดูแลระบบลำไส้และระบบขับถ่าย นอกจากนี้ยังมีเครื่องดื่มที่เสริมความงามและช่วยลดอ้วนอย่างคอลลาเจน วิตามินซี และซิงค์

“ ในปี 2020 นี้ เทรนด์อาหารที่ได้รับความนิยมกำลังเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบันที่หันมาสนใจสุขภาพมากขึ้น คงนี้ไม่พ้นเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพ จากข้อมูลในงาน Food ingredients Asia หรือ Fi Asia 2019 งานใหญ่แห่งวงการอาหารระดับภูมิภาคเอเชีย ได้รายงานอัพเดตเทรนด์อาหารในปี 2020 ไว้ดังนี้ ”

#### โปรตีนทดแทนเนื้อสัตว์และโปรตีนสายพันธุ์ใหม่

กลุ่มโปรตีนจากพืชและนมที่จะมีแนวโน้มขยายมากขึ้นไปอีกในปีนี้ เนื่องจากมีความนิยมในการทานอาหารโปรตีนสูงเพื่อสร้างสมดุลทางโภชนาการทดแทนเนื้อสัตว์ชนิดต่างๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโปรตีนจากพืชตระกูลถั่ว เห็ด และสาหร่าย รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชเมล็ดถั่ว ตลอดจนโปรตีนจากการหมักเชื้อจุลินทรีย์

#### การเพิ่มเข้มของเครื่องดื่มสีสัน ที่แต่งกลิ่นและรสชาติ

สำหรับเทรนด์อาหารและเครื่องดื่ม 2020 วอเตอร์ พลัส (Water Plus) หรือก็คือเครื่องดื่มสีสัน กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก โดยเครื่องดื่มที่ว่านี้จะคล้ายกับน้ำเปล่า แต่มีการแต่งรสและแต่งกลิ่นเพื่อให้ความสดชื่น โดยก็เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่อินเทรนด์และมาแรงสุด ๆ ในปี 2020 นี้ เพราะนอกจากจะไม่มีสีแล้ว ยังมีแคลอรี่ต่ำอีกด้วย

#### น้ำดื่มสะอาดบรรจุขวด และน้ำมะพร้าว

ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความต้องการน้ำดื่มที่สะอาดและมีคุณภาพมากขึ้น และที่นิยมมากที่สุดก็คือน้ำมะพร้าวบรรจุขวด จากแนวโน้มของตลาดน้ำมะพร้าวคาดการณ์กันว่ามูลค่าตลาดน้ำมะพร้าวทั่วโลกมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นถึง 50%

## DITP REVIEW



# Cold Chain Logistics

## เหตุการณ์การขนส่งสินค้าที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน

ในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และความต้องการบริโภคสินค้าที่มีความสดใหม่พร้อมกับความไวในการขนส่ง ทำให้ธุรกิจ Cold Chain Logistics เติบโตขึ้นอย่างมากในปี 2019 โดยมีมูลค่าร้าว 2.6 หมื่นล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโต 8% CAGR อย่างต่อเนื่องไปถึงปี 2022 เพราะการส่งมอบที่ไว รักษาคุณภาพสินค้าและยกระดับความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ส่งผลให้ตลาด Cold Chain Logistics ถูกพัฒนาเพื่อรักษาคุณภาพและลดภัยต่อการเสียของสินค้า โดยเฉพาะสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ อาหารทะเล อาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์จากนม

การให้บริการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิมี 2 รูปแบบหลัก คือ การให้บริการขนส่งส่วนใหญ่แก่พันธมิตรธุรกิจ (มากกว่า 70 เปอร์เซ็นต์) และการให้บริการขนส่งแก่ลูกค้าทั่วไป โดยการสร้างพันธมิตรและการทำสัญญาระยะยาวเป็นกลยุทธ์สำคัญ สุ่มความสำเร็จของธุรกิจ Cold Chain Logistics ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการให้บริการ รวมถึงเพิ่มความแน่นอนและความต่อเนื่องของรายได้

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่จะก้าวสู่ Cold Chain Logistics ยังมีความท้าทายที่สำคัญหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างของอุณหภูมิที่ใช้สำหรับสินค้าแต่ละประเภท การแข่งขันที่มีความรุนแรงขึ้น รวมถึงภัยธรรมชาติและภัยทางการเมืองที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น



อุปกรณ์การแพทย์



ยาและเวชภัณฑ์

### สินค้าที่ต้องใช้บริการ Cold Chain Logistics



อาหารสำเร็จรูป



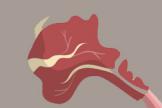
เครื่องดื่ม



อาหารทะเล



ผลิตภัณฑ์จากนม



เนื้อสัตว์

วิกฤตปัญหาของอาหารกำลังเป็นปัญหาสำคัญระดับโลก ในทุกๆ ปี อาหารที่ผลิตได้ในโลกภายในปีนี้จะเป็นเศษอาหารเหลือทิ้งถึง 1 ใน 3 หรือประมาณ 1,300 ล้านตัน ผลการศึกษาจาก Institution of Mechanical Engineers สหราชอาณาจักร ระบุว่า อาหารที่ผลิตขึ้นทั้งหมดบนโลกสูญเสียและกลายเป็นขยะถึง 30-50% โดยที่ไม่เคยได้ถูกใช้ประโยชน์เลย ขณะที่มีประชากรทั่วโลกต้องเผชิญความทิวท雍ถึง 870 ล้านคน โดยแต่ละปีชาวโลกกินทิ้งกินข้างอาหารคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือราว 31 ล้านล้านบาท และขยะอาหารก่อเกิดก๊าซทำลายชั้นบรรยากาศโลกหรือทำให้โลกร้อนขึ้นมากเฉลี่ยปีละ 3,300 ล้านตัน



นอกจากนี้ยังมีวิกฤตจากการสูญเสียอาหาร (Food Loss) ที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่การผลิต ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในภาคการผลิตโดยตรง ก่อให้เกิดขยะอาหารเป็นจำนวนมาก เกิดจากการที่มีเงื่อนไขด้านมาตรฐานอาหารที่สูงเกินไปทำให้ต้องมีการคัดเลือกและทิ้งส่วนที่ไม่ต้องการ เป็นจำนวนมาก บรรดาชุมเปอร์มาร์เก็ตต่างทำสัญญาผูกขาดกับเกษตรกรโดยกำหนดรับซื้อเฉพาะพืช ผัก ผลไม้ ที่มีขนาดและรูปทรงสวยงาม ทำให้เกษตรกรต้องนำผลผลิตที่ไม่เข้าเกณฑ์ไปฟังกลบทิ้ง เนื่องจากชุมเปอร์มาร์เก็ตห้ามไม่ให้นำผลผลิตเหล่านั้นไปขายในราคากูกให้กับผู้ซื้อรายอื่น

ในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัปเกี่ยวกับการนำผลผลิตที่กำลังจะกลายเป็นขยะจากเกษตรกรรมมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทั่วโลก เพราะการนำผลผลิตเหลือทิ้งเหล่านี้มาผ่านกระบวนการ Upcycle ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้มากขึ้น โดยจากการแสดงการรักษ์โลกกำลังมาแรง ทำให้ผู้บริโภคสนใจมากว่าจะซื้อสินค้าเหล่านี้เพิ่มขึ้น เพราะเชื่อว่าจะช่วยลดปัญหาอาหารขยะเหลือทิ้งได้และยังทำให้ผู้บริโภครู้สึกดีต่อตัวกับปัญหาและหันมาช่วยกันลดขยะอาหารจากครัวเรือนมากขึ้นด้วย ดังนั้นธุรกิจนี้จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่กำลังมองหาธุรกิจใหม่ที่กำลังมาแรงในช่วงปีนี้ นอกจากจะช่วยโลกได้แล้ว ยังสามารถสร้างกำไรได้อีกด้วย

**DITP CALENDAR****2020****JANUARY**

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

**FEBRUARY**

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
			1			
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

**MARCH**

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

**13 - 14 มกราคม 2563**

สัมมนา เรื่อง "การคำนวณต้นทุน และการตั้งราคาสินค้าเพื่อการส่งออก" ครั้งที่ 2

**5 - 9 กุมภาพันธ์ 2563**

Mini Thailand Week 2020 แขวงหลวงน้ำทา ประเทศลาว

**12 - 15 กุมภาพันธ์ 2563**

BIOFACH 2020 เมืองนูเรมเบิร์ก, เยอรมนี

**16 - 20 กุมภาพันธ์ 2563**

งานแสดงสินค้า Gulfood 2020 เมืองดูไบ, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

**25 - 29 กุมภาพันธ์ 2563**

65th Bangkok Gems &amp; Jewelry Fair 2020

**10 - 13 มีนาคม 2563**

Foodex Japan 2020 จังหวัดชิบะ ประเทศญี่ปุ่น

**“There are people in the world so hungry,  
that God cannot appear to them  
except in the form of bread.”**

“ยังมีคนอึกมากนายในโลกนี้ที่หิวโหย  
ที่พระเจ้าไม่สามารถปรากฏตัวหน้าเขาเหล่านั้นได้  
ยกเว้นในรูปของขนมปัง”

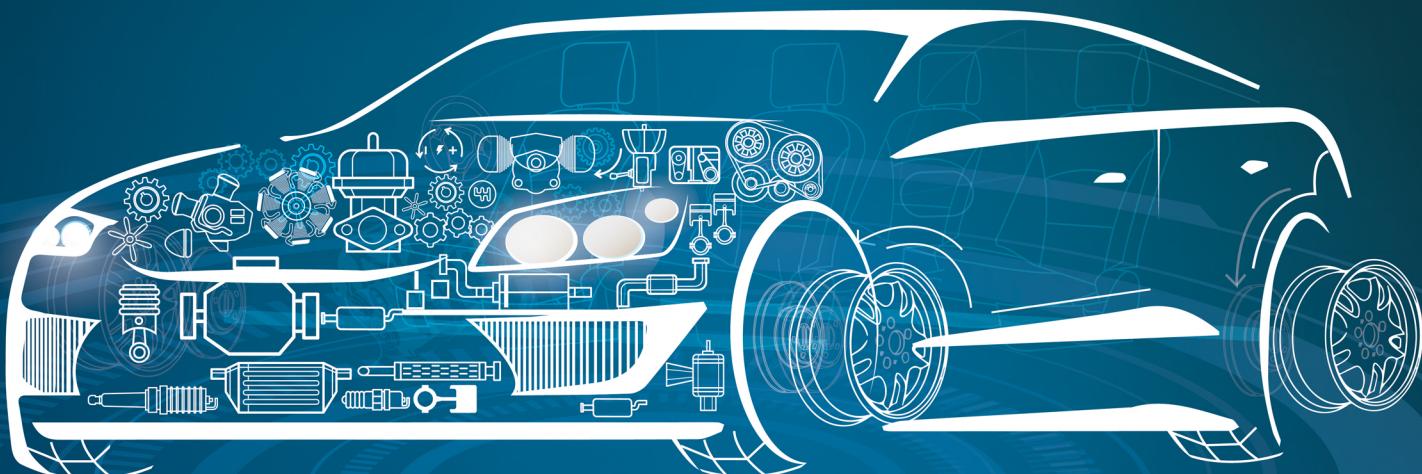
- Mahatma Gandhi -



# TAPA<sup>®</sup> 2020

Thailand International  
Auto Parts & Accessories Show  
World Auto Parts Sourcing Hub

“Clean Innovation for The Future”



Trade Day : **2-4 April 2020**

Public Day : **5 April 2020**

📍 EH 101 - 104 BITEC, **Bangkok, Thailand**

Organized by



Co-Organized by



Supported by



TAPA



DITP



FACEBOOK



[www.thailandautopartsfair.com](http://www.thailandautopartsfair.com)

[www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)

FB: TAPAFAIR-Thailand Auto Parts & Accessories

DITP 

# THINK TRADE

THINK DITP ชี้ช่องการค้า