

ISSN : 2586-9094

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

THINK TRADE

THINK DITP ชี้อะไรการค้า

ปีที่ 12 ฉบับที่ 95 / ตุลาคม-ธันวาคม 2566

Trade Highlight

GLOBAL BOILING ภาวะโลกเดือด
กับโอกาสทางการค้า

Inspiration and Success

SAIJO DENKI ส่งต่อความเย็น
ไกลไปต่างประเทศ

Happening

ปูนซีเมนต์ คาร์บอนต่ำ

BCG Now

SC GRAND ธุรกิจคู่สังคม
และสิ่งแวดล้อม



THAITRADE.COM

THE ULTIMATE TRADING GATEWAY

OF THAI QUALITY PRODUCTS



DITP



ข้อดีของการสมัครเป็นสมาชิก Thaitrade.com



✓ มีหน้าร้านเป็นของตัวเอง
เปิดขายฟรีตลอด 24 ชม.

✓ ได้รับสิทธิ์เข้าร่วมโครงการ
Smart Online Business Matching

✓ ที่ปรึกษาส่วนตัว
ด้านการค้าออนไลน์

✓ ได้รับสิทธิ์ในการเข้าร่วม
งานแสดงสินค้าเสมือนจริง

✓ มีโอกาสพบผู้ซื้อที่มี
ศักยภาพในต่างประเทศ

✓ สิทธิพิเศษในการประชาสัมพันธ์
ร้านค้าทั่วโลก

1169

ext. THAITRADE.COM
SCAN ME



- 04 Trade Highlight
- 06 Trade Insight
- 08 Happening
- 10 Inspiration & Success
- 12 DITP Society
- 14 DITP Insider
- 16 Friend of DITP
- 18 Trade Talk
- 20 BCG Now
- 21 DITP Club
- 22 DITP Calendar
- 23 Healthy Thought



บรรณาธิการบริหาร นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
 บรรณาธิการที่ปรึกษา นางสาวณิธิญา สุจินดา
 บรรณาธิการอำนวยการ นายพรอนันต์ พุ่มแก้ว
 บรรณาธิการบทความ นายพชรูเดช รัชตะทรัพย์
 บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ นายอาจพงษ์ ฉันทภิรมย์
 กองบรรณาธิการ
 สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



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

หมายเหตุ กรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์



www.thinktradethinkditp.com



สวัสดีครับ

ในขณะนี้หลีกเลี่ยงไม่ได้เลย ที่จะไม่พูดถึง “ภาวะโลกเดือด” เพราะมีความรุนแรง และศิลปินเข้าใกล้เรามากขึ้นไปทุกที กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เล็งเห็นถึงความสำคัญ และการปรับตัวทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่จะสามารถนำวิกฤตที่เกิดขึ้นกลับมาเป็นโอกาสในการทำธุรกิจ รวมถึงการส่งออกได้อย่างไร

ปัจจุบันกลุ่มคนรักโลกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม อย่างจริงจังให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม 5 ประเด็นด้วยกัน นั่นคือ โลกร้อนหรือโลกเดือด ขยะพลาสติก มลพิษทางน้ำ ภาวะขาดแคลน แหล่งน้ำ และมลพิษทางอากาศ ทำให้หลายประเทศหันมาสนใจผลิตภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งนี่ถือเป็นโอกาสอันดีของผู้ประกอบการไทย ที่ต้องการส่งออก ผู้ประกอบการควรศึกษากฎ และข้อบังคับเพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีความเป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมอย่างน้อยเพียงใด

สิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกอีกหนึ่งเรื่องคือต้องรู้จักปรับตัวให้มีความสำคัญ กับความยั่งยืนมากขึ้น หรือในเล่มนี้จะได้กล่าวถึง ESG (Environment, Social and Government) แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักลงทุนทั่วโลก เนื่องจากเป็นแนวคิดที่นักลงทุนใช้ประกอบการพิจารณาลงทุน ทั้งนี้ ESG จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจและผู้ส่งออกได้อย่างไร ติดตามรายละเอียดข้างในฉบับนี้

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้จึงได้กล่าวถึงรายละเอียดต่างๆ ข้างต้นเอาไว้เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เห็นมุมมองของการมองหาโอกาสในการทำธุรกิจ การส่งเสริมศักยภาพมองหาโอกาส มองหาตลาดที่มีศักยภาพ รวมไปถึงกฎและข้อบังคับในการส่งออกสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยที่มีความสนใจในการพัฒนาสินค้า และผลิตภัณฑ์ เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ศึกษา เตรียมตัว และพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลต่างๆ ที่มีให้ผู้ประกอบการ ในฉบับนี้ จะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการทุกท่านฟันฝ่าวิกฤติ “โลกเดือด” และมีสินค้าไทยที่ก้าวทะยานไปในตลาดโลกอย่างยั่งยืนครับ

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)
 กระทรวงพาณิชย์

GLOBAL BOILING

ภาวะโลกเดือดกับโอกาสทางการค้า



การทำธุรกิจส่งออกในภาวะโลกเดือดถือเป็นความท้าทาย และเป็นโอกาสในเวลาเดียวกัน เพราะโอกาสการทำธุรกิจส่งออกยังคงมีอยู่ หากมีการปรับตัวและใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

สภาวะโลกเดือด การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ หากมองว่าเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตของมนุษยชาติ ก็อาจมองได้ว่าเป็นเรื่องที่เลวร้าย แต่หากมองไปในมุมกลับเราจะเห็นแสงสว่างบางอย่างที่ทำให้การดำเนินธุรกิจก้าวต่อไปได้ เมื่อการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นสิ่งที่แต่ละประเทศไม่เคยพบเจอกลับได้พบเจอบ่อยขึ้น เช่น ในยุโรปสภาพอากาศที่ไม่ได้มีความร้อนมากนักในฤดูร้อน กลับร้อนจัดจนไม่สามารถใช้ชีวิตได้ ชาวยุโรปเริ่มมองหาเครื่องปรับอากาศมากขึ้น สนใจมีพัดลมติดบ้าน สนใจอาหารที่ให้ฤทธิ์เย็น สนใจอุปกรณ์คลายร้อนมากขึ้น ในขณะที่บ้านเราก็นสนใจอุปกรณ์กันหนาวมากขึ้น เพราะมีฤดูหนาวที่ยาวนานขึ้น นี่จึงถือเป็นโอกาสที่อยากให้ผู้ประกอบการได้มองหาในสภาวะวิกฤติ เพราะจะช่วยให้ผู้ประกอบการก้าวไปในตลาดโลกได้อย่างภาคภูมิใจ

เมื่อก้าวถึงโอกาสในการทำธุรกิจ คงต้องเริ่มพิจารณาการทำธุรกิจให้มีโอกาสมากยิ่งขึ้นได้อย่างไร การปรับเปลี่ยนแนวทางทางธุรกิจจึงเป็นปัจจัยแรกเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ซึ่งต้องปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ทันทันที และคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อโลกใบนี้มาเป็นอันดับต้นๆ จากนั้นผู้ประกอบการต้องเริ่มสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ซื้อในต่างประเทศ ในส่วนของการรับรองคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ การปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ รวมถึงการมองหาพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศที่อาจมีส่วนช่วยในการขยายตลาดและลดความเสี่ยง เช่น การเปิดตลาดใหม่ผ่านคู่ค้า ผู้ส่งออก ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในตลาดเป้าหมาย

การทำธุรกิจส่งออกในสภาวะโลกเดือดอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบาย และกฎหมายในประเทศต่างๆ ธุรกิจควรมีความเข้าใจและปรับตัวตามนโยบายที่มีผลต่อการนำสินค้าออกไปสู่ตลาดนั้นๆ เพื่อให้เกิดโอกาสเกิดตลาด เกิดการก้าวเดินต่อไปในเวทีโลกได้มากขึ้น



1 แคนาดา “BBD” นำไปสู่ปัญหาขยะ

ความเข้าใจผิดของฉลากอาหาร “Best Before Date” นำไปสู่ปัญหาขยะอาหาร ซึ่งอาหารเหล่านั้นยังสามารถรับประทานได้ ไม่มีอันตราย แต่คุณภาพอาจลดลงในเรื่องความสดใหม่ รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ หากผู้ประกอบการไทยต้องการขายสินค้าไปยังแคนาดา อาจต้องคำนึงถึงการให้ข้อมูลเรื่องของ “Best Before Date” ไว้ด้วยถึงจะเป็นการดี ซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาปริมาณขยะ และรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

ต้องการส่งสินค้าอาหารไปแคนาดา
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต

2 อาร์เจนตินา ไทยสำคัญในห่วงโซ่การผลิต

รัฐบาลอาร์เจนตินาเปิดตัวโครงการการใช้พลังงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อชนุ้การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าพลังงานต่ำ ไทยจึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับห่วงโซ่การผลิตเป็นอย่างมาก เพราะไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิต/ผู้ส่งออกหลักสินค้าและชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าของอาร์เจนตินา

ต้องการส่งออกสินค้าและชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงบัวโนสไอเรส
สาธารณรัฐอาร์เจนตินา

3 อิตาลี แฟชั่นมือสองมาแรง

ความต้องการสินค้าแฟชั่นหรูหรามือสองเพิ่มขึ้นในอิตาลี เปิดโอกาสให้ลูกค้านำสินค้ากลับมาจำหน่ายกับร้านค้า มีรายได้ในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป สามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เหนียวแน่น ทำให้ลูกค้าแวะเวียนมาบ่อยขึ้น ช่วยให้ประชาสัมพันธ์สินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการไทยสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคไปวางแผนการผลิตและการตลาดในสถานการณ์แฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อเจาะตลาดแฟชั่นได้

สนใจส่งสินค้าแฟชั่นไปอิตาลี
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน

4 อุรุกวัย แสงอาทิตย์เป็นพลังงานพึ่งตนเอง

รัฐบาลอุรุกวัยกำลังพัฒนาแผนให้บ้านจำนวน 1 ใน 10 ของประชาชนสามารถอยู่อาศัยโดยพึ่งพาตนเองได้ ทั้งด้านน้ำดื่ม น้ำใช้ อาหาร พลังงาน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น เน้นการพึ่งพาตนเอง โดยติดตั้งแผงพลังงานแสงอาทิตย์ในบ้าน จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดมาสู่ตะวันออกกลาง ที่ปัจจุบันเปิดโอกาสให้เอกชนร่วมผลิตพลังงานหมุนเวียนเพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐในระบบผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าด้วย

ขยายตลาดสู่ตะวันออกกลาง
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ



1

2

ไลออป

รู้จักกันอีกชื่อว่า “หินมีชีวิต” มีลักษณะเหมือนก้อนหินมากกว่าสิ่งมีชีวิต มีต้นกำเนิดทางใต้ของแอฟริกามีส่วนสำคัญต่อพืชผลทางการเกษตร สามารถอยู่รอดในสภาวะที่รุนแรงในทะเลทรายและภูมิประเทศที่เป็นหิน ด้วยการพรางตัวป้องกันตัวเองจากการถูกกิน



5 เกาหลีใต้

บรรจุกภัณฑ์เป็นมิตร กระตุ้นยอดขาย

ผู้บริโภคเกาหลีใต้ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทผู้ค้าปลีกและผู้ผลิตอาหารหลายแห่ง เร่งเปิดตัวสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งออกสินค้าไปยังเกาหลีใต้ จำเป็นที่จะเร่งศึกษา พัฒนา และปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของตลาดเกาหลีใต้ที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่อง

ต้องการข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเกาหลี
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล

6 ฟิลิปปินส์

โอกาสสำคัญบรรจุกภัณฑ์เพื่อ สิ่งแวดล้อม

ตลาดบรรจุกภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในฟิลิปปินส์มีศักยภาพจากปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการออกกฎหมายควบคุมการใช้พลาสติก ความตระหนักรู้ของผู้บริโภคและภาคเอกชน จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดบรรจุกภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเข้าสู่ตลาดฟิลิปปินส์มากขึ้น

ต้องการขยายตลาดไปฟิลิปปินส์
ติดต่อ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

ช่องทางการติดต่อ : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
หรือขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.ditp.go.th



ปูนซีเมนต์คาร์บอนต่ำ

“แบคทีเรีย” จะไม่ใช่แค่เชื้อโรคอีกต่อไป การพัฒนานวัตกรรมการผลิตปูนซีเมนต์ที่มีคาร์บอนต่ำถือเป็นนวัตกรรมที่ช่วยลดมลพิษทางอากาศ ในปัจจุบันมีการวิจัยนวัตกรรมการเพิ่ม bacteria ในปูนซีเมนต์ เพื่อลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง เนื่องจากการผลิตปูนซีเมนต์ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในปริมาณมาก อย่างไรก็ตามนวัตกรรมนี้ยังต้องใช้เวลาในการพัฒนาต่อ ยอด เพื่อให้มีความแข็งแกร่ง ทนทาน และมีความ eco-friendly ดีต่อโลกของเรามากขึ้น

ที่มา : bbc.com/thai





การบินโดยใช้ไอพ่นไฟฟ้า พลาสมา

หนึ่งในธุรกิจที่มีการใช้เชื้อเพลิงมากที่สุดคือธุรกิจการบิน จากการสำรวจในปี 2019 มีการใช้เชื้อเพลิงในการบินถึง 18.27 พันล้านแกลลอน นักวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีศาสตร์ มหาวิทยาลัยหวู่ฮั่น ประเทศจีน จึงได้ศึกษาและสร้างอุปกรณ์ บิบบัดอากาศและแตกตัวเป็นไอออนโดยใช้คลื่นไมโครเวฟ

จากนั้นสร้างพลาสมาเพื่อทำการผลักเครื่องยนต์ไปข้างหน้า นักวิจัยยังบอกอีกว่า “การออกแบบของเราไม่จำเป็นต้องใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล ดังนั้นจึงไม่มีการปล่อยคาร์บอนเพื่อก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก และโลกร้อน”

ที่มา : interestingengineering.com

แก้วมังกร

ทนแล้งได้ดี เหมาะปลูกในที่ดอน เติบโตได้ดีแม้ตรงนั้นจะมีดินไม่มาก เป็นผลไม้ที่ทนแล้ง อายุยืนยาว สร้างรายได้แม้จะอยู่ในเวลาฝนทิ้งช่วง ฝนตกน้อย





SAIJO DENKI

ส่งต่อความเย็นไกลถึงต่างประเทศ

การจะสร้างธุรกิจที่สามารถต่อสู้อัดพันจากสถานะต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปคงต้องอาศัยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล Think Trade Think DITP ฉบับนี้ จึงพาท่านไปพบกับผู้ส่งออกสินค้าที่เรียกได้ว่าเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ จากภาวะที่ภูมิอากาศไม่ได้เป็นไปตามที่ควรเป็น ฤดูร้อนมีอุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในโซนยุโรป และหลายๆ พื้นที่ทั่วโลก ทำให้ผู้คนต้องหันมาเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศจากเดิมที่เลือกซื้อเฉพาะฮีตเตอร์เท่านั้น

คุณสมศักดิ์ จิตติพลังศรี กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซัยโจ เดนกิ จำกัด ได้เกริ่นถึงมุมมองของสถานะเศรษฐกิจในประเทศไทยว่า "สถานะเศรษฐกิจไทยมีผลต่อการส่งออกเป็นอย่างมาก ประเทศไทยมีจุดแข็งในเรื่องของพื้นที่เพื่อการผลิตขนาดใหญ่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เพียงพอ นับตั้งแต่ญี่ปุ่นเกิดเหตุการณ์ Crisis ค่าเงินมีการผันผวนปรับลดลงมา ทำให้ต้องโอนย้ายการลงทุนไปยังประเทศอื่น และมองเห็นโอกาสในการลงทุนที่ประเทศไทย เพราะเป็นประเทศเดียวที่มีความพร้อมในตอนนั้น จนทำให้เกิดโครงการ Eastern Seaboard เป็นครั้งแรก"

ด้วยเหตุนี้ทำให้เกิดการพัฒนาทักษะในหลายๆ ด้าน รวมทั้งในเรื่องของการผลิตเครื่องปรับอากาศในประเทศไทย คุณสมศักดิ์จึงได้กล่าวต่อไปว่า "อีกจุดหนึ่งที่มีความสำคัญในปัจจุบันประเทศไทยมีโอกาสนในการลงทุนเชื่อมต่อกับประเทศจีนด้วยรถไฟความเร็วสูง ผ่านโครงการ Land bridge ซึ่งเชื่อมสองมหาสมุทรใหญ่ ที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นทั้งแหล่งการลงทุนและการส่งออกไปสหรัฐอเมริกา และจีน ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศเดียวในภูมิภาคที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อทั้งสองมหาอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก"

คุณสมศักดิ์กล่าวถึงสถานการณ์ที่เครื่องปรับอากาศมีความต้องการมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แต่การบริโภคภายในก็เป็นสิ่งจำเป็นเช่นเดียวกัน "อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในปัจจุบันการแข่งขันภายในประเทศแบ่งเป็น 2 แบบ คือ สินค้าจากต่างประเทศและสินค้าของคนไทย วันนี้อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศของคนไทย ไม่ได้ยืนบนขาตัวเอง แต่มีการนำเข้าเกือบทั้งหมดจากประเทศจีน นั่นหมายถึง เราสูญเสียทั้งโรงงานทั้ง R&D ของตัวเอง" ในวันนี้ถ้าพูดถึงแบรนด์ที่ยืนบนขาตัวเองจริงๆ อย่าง ชัยโจ เด็นกิ ที่ทำระบบด้วยตัวเอง คุณสมศักดิ์มีคำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการว่า "ในส่วนวิถีคิดการทำงานผมคิดว่า ชัยโจ เกิดจากบริษัทเล็กมาก่อน เพียงแต่เราวางเป้าหมายเราให้ชัด เราเป็นผู้สร้างโอกาส อย่าเป็นผู้รอรับโอกาส แม้ฟังดูเป็นไปไม่ได้ในบางอย่าง แต่ถ้าเราเริ่มต้นสร้างเหมือนที่ ชัยโจ สร้างตัวเองขึ้นมา ผมเชื่อว่าคุณกำหนด โอกาสด้วยตัวคุณเองได้ อุตสาหกรรมนี้ผมทำมาเป็นเวลาร่วม 30 ปี ผมอยากเห็นการสร้างเป้าหมายร่วมกันอย่างแท้จริง"

คุณสมศักดิ์ ได้ทิ้งท้ายเอาไว้ว่า "เราใช้โอกาสจากโลกร้อน ระหว่างผู้ประกอบการกระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์ ที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการปรับอากาศ ให้สามารถนำรายได้กับเข้าประเทศอย่างประสบความสำเร็จจากสภาวะโลกร้อนและโลกเดือดในปัจจุบันและอนาคต"

Thai Night with Thai Rice โปรโมตข้าว-ผลิตภัณฑ์ข้าวไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) จัดกิจกรรม Thai Night with Thai Rice ที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี โปรโมตข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวไทย ประสบความสำเร็จเกินคาด ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าส่งค้าปลีก โรงแรม ร้านอาหาร รวมถึงสื่อมวลชน บล็อกเกอร์ อินฟลูเอนเซอร์ ตบเท้าร่วมงานคับคั่ง มั่นใจช่วยเพิ่มยอดการส่งออกเพิ่มขึ้นในอนาคต



TILOG-LOGISTIX 2023 พร้อมเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับ อาร์เอ็กซ์ เทรตเด็กซ์ ส่งเสริมและพัฒนา ธุรกิจไทยด้วยโลจิสติกส์ ร่วมกันจัดงาน TILOG-LOGISTIX 2023 ระหว่าง 17-19 สิงหาคม 2566 ดึงผู้ประกอบการ 415 แบรินด์ จาก 25 ประเทศ จัดแสดง เทคโนโลยี นวัตกรรม โซลูชัน และบริการด้านโลจิสติกส์ พร้อมกิจกรรมเสริม องค์ความรู้และสัมมนาวิชาการระดับนานาชาติ เดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจไทย ชมนวัตกรรมใหม่ของวงการโลจิสติกส์

ต้นสนบรีสเตลโค

เป็นต้นไม้ที่มีชีวิตที่อายุมากที่สุดในโลกมีอายุ 5,073 ปี ต้นไม้ชนิดนี้ใช้วิธีโคลนตัวเองที่มี ลักษณะทางพันธุกรรมเหมือนกัน และเชื่อมต่อกันด้วยระบบรากเดียวกัน



คนแห่ชม ช็อป ร้านขายสินค้า ไลฟ์สไตล์ไทยย่าน SOHO สหรัฐฯ

"พาณิชย์-DITP" เปิดร้าน "The Treasure" Pop Up Store ตั้งอยู่บนถนน Spring ในย่าน SOHO แหล่งการค้าและแฟชั่นชื่อดังสหรัฐฯ จัดจำหน่ายสินค้าไลฟ์สไตล์แบรนด์ไทย 45 แบรนด์ ผู้บริโภคชาวสหรัฐฯ และนักท่องเที่ยว แห่ชม ช็อป คาดขายได้ทันที 1.8 ล้านบาท



DITP จับมือ GIT จัดงาน "บางกอกเจมส์" ครั้งที่ 68

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) และ นายสุเมธ ประสงค์พงษ์ชัย ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (GIT) ผนึกกำลังจัดงานทั้งภาครัฐและเอกชนเกือบ 20 หน่วยงาน แลกส่งข่าวการจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและเก่าแก่ที่สุดในเอเชีย "Bangkok Gems and Jewelry Fair" หรือ Bangkok Gems ครั้งที่ 68 ในวันที่ 6-10 ก.ย.นี้ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ดึงดูดคนรอบ 40 ปี

รู้ทันเทรนด์ ECO

การเติบโตทางเศรษฐกิจสีเขียวมีผลต่อการส่งออกเป็นอย่างมาก แต่ละประเทศตระหนักถึงการพัฒนายั่งยืน มีการออกมาตราการ ข้อจำกัดต่างๆ ที่ผู้ส่งออกต้องให้ความสำคัญในผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ จึงพาทุกท่านไปสำรวจข้อมูลที่สำคัญของการส่งออกในด้านสิ่งแวดล้อม จากผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า (สสม.)

เทรนด์ ECO มาแรงเพราะผู้บริโภครักโลกมากขึ้น

กลุ่มคนรักโลกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม 5 ประเด็น คือ โลกร้อน ขยะพลาสติก มลพิษทางน้ำ ภาวะขาดแคลนแหล่งน้ำ และมลพิษทางอากาศ ศูนย์วิจัยความเป็นอยู่ “ฮาคูโฮโด อาเซียน (HILL ASEAN)” ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น และไทย ในช่องทางออนไลน์ จำนวน 4,500 คน ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 20-49 ปี พบว่า 86% ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และเอามาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตอย่างจริงจัง และมี 80% ที่ให้ความสำคัญกับแบรนด์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ผู้บริโภค 81% เต็มใจที่จะจ่ายแพงขึ้นเพื่อซื้อสินค้าที่สนับสนุนสิ่งแวดล้อม

Eco Friendly จึงเป็นที่ต้องการ

หลายประเทศให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออก ตัวอย่างเช่น “เยอรมนี” ขึ้นชื่อด้านความยั่งยืนและพลังงานหมุนเวียน มีความต้องการสูงสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น แผงโซลาร์เซลล์ กังหันลม เครื่องใช้ไฟฟ้าประหยัดพลังงาน และยานยนต์ไฟฟ้า หรือแม้แต่ “สวีเดน” ที่นำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานหมุนเวียน เทคโนโลยีการจัดการของเสีย และโซลูชันการขนส่งที่ยั่งยืน “เนเธอร์แลนด์” ส่งเสริมหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนและการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างจริงจัง สนใจในผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการน้ำ วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และโซลูชันการจัดการของเสียที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ตลอดจน “ญี่ปุ่น” ที่มีกระบวนการแข่งขันกันภายในประเทศในการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และส่งเสริมเทคโนโลยีสีเขียว จึงมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประหยัดพลังงาน วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแนวทางปฏิบัติด้านการเกษตรแบบยั่งยืน เป็นต้น



คุณประอรนุช ประนุช
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการค้าเพื่อการค้า (สสม.)

ส่งออกสินค้า Eco ต้องรู้กฎ

ในการนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในประเทศต่างๆ มักจะมีกฎและข้อบังคับเพื่อให้มั่นใจว่ามีการป้องกันสิ่งแวดล้อมอย่างน้อยเพียงใด แม้ว่าแต่ละประเทศจะมีข้อแตกต่างกันไปแต่ภาพรวมบางส่วนอาจคล้ายกัน ได้แก่

1. มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องปฏิบัติตามจึงจะถือว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. ใบอนุญาตและใบรับรอง ผู้นำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ต้องได้รับใบอนุญาตหรือใบรับรองเพื่อแสดงการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ
3. เอกสารประกอบ โดยทั่วไปแล้ว ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกจะต้องเก็บรักษาเอกสารที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของตน ซึ่งรวมถึงบันทึกคุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดอันดับประสิทธิภาพพลังงาน ข้อมูลการรีไซเคิล และรายละเอียดการจัดหาที่ยั่งยืน
4. การติดฉลากและบรรจุภัณฑ์ ประเทศต่างๆ อาจมีข้อกำหนดการติดฉลากและบรรจุภัณฑ์เฉพาะ ซึ่งอาจรวมถึงการใช้ฉลากหรือสัญลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การระบุวัสดุรีไซเคิลที่ชัดเจน และข้อจำกัดในการใช้สารอันตรายบางชนิดในบรรจุภัณฑ์
5. การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม บางกรณีผู้นำเข้าและส่งออกอาจจำเป็นต้องดำเนินการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยพิจารณาความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม
6. การตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎระเบียบ การทดสอบผลิตภัณฑ์อาจดำเนินการเพื่อให้แน่ใจว่าคำกล่าวอ้างด้านสิ่งแวดล้อมที่ระบุไว้นั้นถูกต้องและผลิตภัณฑ์ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด

ทางเลือก ในการกักเก็บ คาร์บอน และโอกาสทาง ธุรกิจ

ในปัจจุบัน ภาคส่วนต่างๆ ทั้งในระดับองค์กรและระดับประเทศมีความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-Zero GHG Emissions) ในระยะข้างหน้า สอดคล้องกับวาระของโลกที่มุ่งลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ แม้จะมีความพยายามที่จะลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกด้วยตัวเอง แต่ก็ทำได้ไม่ทั้งหมดเพราะต้นทุนส่วนเพิ่มในการลดก๊าซเรือนกระจกสูงมาก จึงทำให้ยังมีความต้องการปริมาณคาร์บอนเครดิตจำนวนมาก เพื่อใช้ในการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้น บทความฉบับนี้จะชวนทุกท่านมาทำความรู้จักกับทางเลือกใหม่ในการกักเก็บคาร์บอนที่มีประสิทธิภาพสูงผ่านระบบนิเวศชายฝั่งหรือ Blue Carbon Ecosystem (BCE) และโอกาสในการสร้างรายได้จากการขายคาร์บอนเครดิตที่เกิดจากโครงการฟื้นฟูหรืออนุรักษ์ระบบนิเวศ Blue Carbon

ระบบนิเวศ Blue Carbon Ecosystem (BCE) ทั้งป่าชายเลนและหญ้าทะเล เป็นแหล่งกักเก็บคาร์บอนตามธรรมชาติที่น่าสนใจ ทั้งในแง่ปริมาณคาร์บอนที่กักเก็บได้ และต้นทุนการลดก๊าซเรือนกระจกอยู่ในระดับที่แข่งขันได้เมื่อเทียบกับระบบนิเวศบนบก ขณะที่ราคาซื้อขายคาร์บอนเครดิต หรือ Blue Carbon Credits ที่ได้จากการดูดกลับก๊าซเรือนกระจกในภาคป่าไม้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการของตลาดเพื่อบรรลุเป้าหมาย Net-Zero GHG Emissions

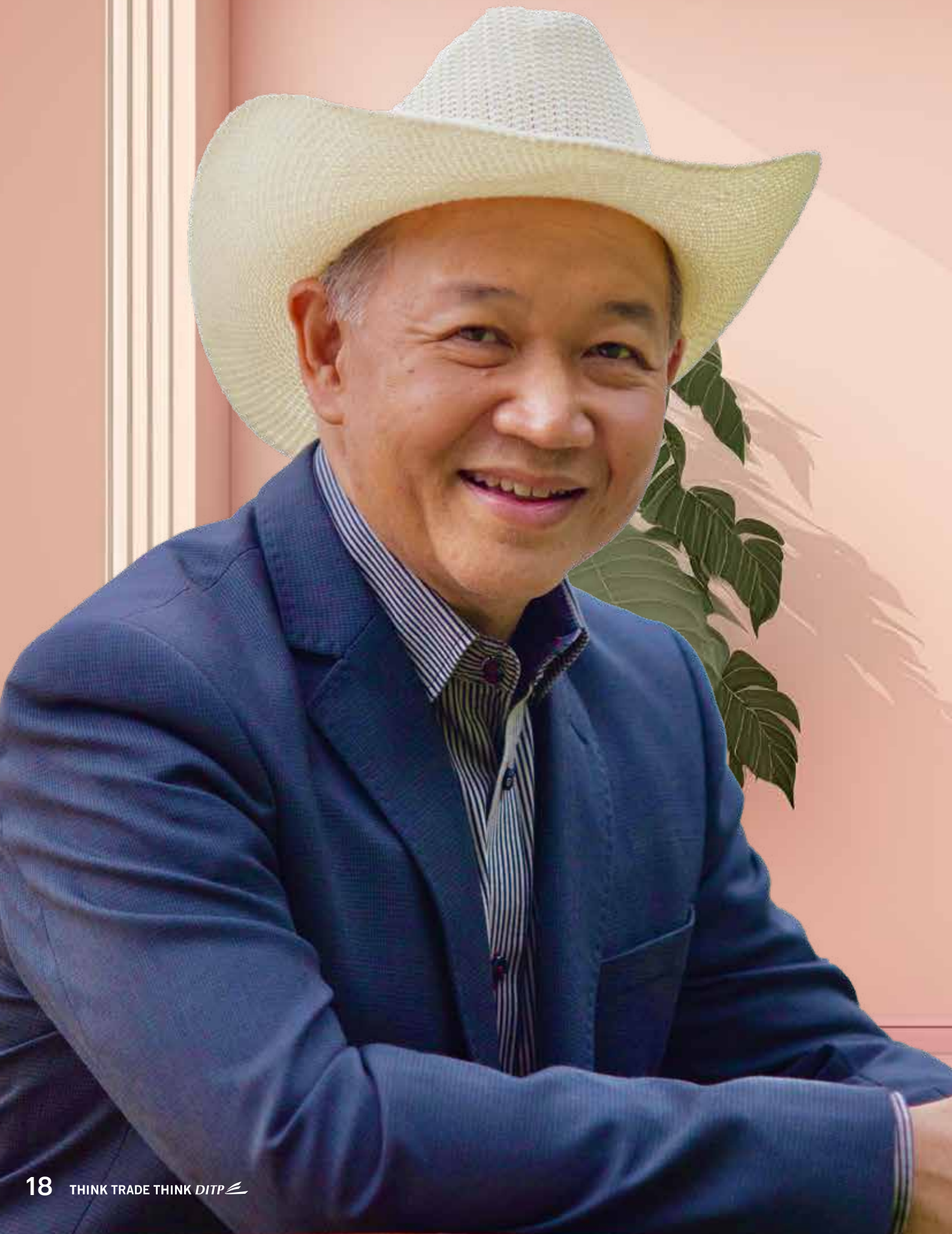
ภาคเอกชนที่สนใจใน BCE อาจเริ่มจากการเข้าร่วมใน “โครงการปลูกป่าชายเลนเพื่อประโยชน์จากคาร์บอนเครดิต” ในพื้นที่ 23 จังหวัด ซึ่งจัดทำโดยกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (ทช.) โดยองค์กรภาคเอกชนที่เข้าร่วมในการปลูกและบำรุงรักษาป่าชายเลนจะได้ประโยชน์จากการแบ่งปันคาร์บอนเครดิตภายใต้มาตรฐาน T-VER หรือมาตรฐานชั้นสูง Premium T-VER ซึ่งเป็นการยกระดับมาตรฐานคาร์บอนเครดิตให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล โดยสามารถนำไปชดเชยปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือจะสร้างรายได้จากการขายคาร์บอนเครดิตที่มีคุณภาพดี โดยที่กำไรสุทธิจากการขายคาร์บอนเครดิตภายใต้โครงการ T-VER ยังได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 3 รอบบัญชีต่อเนื่องอีกด้วย

ผู้ประกอบการที่ต้องการคาร์บอนเครดิตจากระบบนิเวศ BCE เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกหรือสร้างรายได้จากคาร์บอนเครดิต อาจเริ่มต้นด้วยการเข้าร่วมโครงการปลูกป่าชายเลนของกรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง หากโครงการดำเนินการได้ตามเป้าหมาย 3 แสนไร่และปริมาณคาร์บอนที่เก็บได้ในระยะเวลาอย่างน้อย 10 ปีอยู่ที่ระดับค่าเฉลี่ยศักยภาพฯ คาดว่าจะเกิดคาร์บอนเครดิตอย่างต่ำ 28 MtCO₂

การฟื้นฟูระบบนิเวศ BCE ยังก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วม (Co-benefit) หลายประการ อาทิ รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และธรรมชาติ การทำประมงที่มีความยั่งยืนมากขึ้นซึ่งอาจสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเฉลี่ยมากกว่า 4 แสนล้านบาทต่อปี

ไม่พลาดทุกความเคลื่อนไหว ข้อมูลธุรกิจและข่าวสารเศรษฐกิจจากศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS เพียง Scan QR Code ที่ <https://sme.krungthai.com/sme/> เพื่อSubscribe รับข้อมูลข่าวสารจากกรุงไทย SME





อาจารย์กฤษณ์ รุยาพร

ผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยแห่งความสุข

ตลาดโลกทุกวันนี้ ความยั่งยืนกลายเป็นปัจจัยสำคัญของการส่งออก เมื่อธุรกิจต่างๆ ขยายการดำเนินงานข้ามพรมแดน การพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจจากกิจกรรมของตนเองจึงเป็นเรื่องสำคัญเพื่อการส่งออกที่ยั่งยืน

THINK TRADE THINK DITP ได้พูดคุยกับ อาจารย์กฤษณ์ รุยาพร ผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยแห่งความสุข (University of Happiness) CEO-Asia Pacific Innovation Center ที่ปรึกษาในการพัฒนาผู้นำ และ Talent Development เล่าว่า “ถ้าหาบทุถึง Sustainability for exporting หรือความยั่งยืนในการส่งออกแล้ว คำถามคือทำไมปัจจุบันจำเป็นต้องทำธุรกิจที่ยั่งยืน ในสมัยก่อนเราพูดถึง “โลกร้อน โลกรวน” เป็นเหมือนตัวเลือกที่ไม่จำเป็นต้องทำอะไรก็ได้แต่ปัจจุบันมีคำใหม่ว่า “โลกเดือด” แปลว่าโลกเริ่มร้อนมากขึ้นจนกระทั่งหลายอย่างเริ่มแปรปรวน อากาศ สถานการณ์ต่างๆ หรือแม้แต่กระบวนการในการทำธุรกิจก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ถ้าหันกลับมามองในสถานะของการทำธุรกิจ การสร้างความยั่งยืนต้องมีความสำคัญในการทำให้เกิด Profitability หรือผลกำไร ซึ่งเป็นผลกำไรของการทำธุรกิจที่ดี แล้วธุรกิจนั้นจำเป็นต้องให้เกิดสิ่งที่ดีกับผู้คน สังคม ชุมชน ลูกค้า หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียด้วย ไม่ใช่แค่ผู้ถือหุ้นอย่างเดียว”

อาจารย์กฤษณ์ เล่าต่อว่า “ปัจจุบันหลายประเทศฝั่งตะวันตก ได้ร่วมลงนาม ความตกลงปารีส (Paris Agreement) ขึ้น เพื่อให้เกิดเป็นพันธสัญญาที่ทำให้ทุกคนต้องเข้ามาช่วยโลกมากขึ้น โดยส่วนใหญ่บริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์จะได้นับคำว่า ESG กล่าวคือทำอะไรเพื่อให้ E-Environment (โลกหรือสิ่งแวดล้อม) ดีขึ้น ทำอย่างไรให้ S-Social (สังคม) ดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันทำอย่างไรให้ G-Government (องค์กรภาครัฐ) มีธรรมาภิบาล ซึ่ง ESG กลายเป็นสิ่งที่ต้องทำเพื่อให้บริษัทมีรายงานออกมาว่าเป็นบริษัทที่ดีที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจเพียงเพื่อหวังผลกำไรอย่างเดียว แต่ทำเพื่อ ตัว P นั่นคือ Profit, People และ Planet ด้วยเช่นกัน”

สุดท้ายอาจารย์กฤษณ์ ฝากบอกถึงผู้ส่งออกทุกคนว่า “สิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ส่งออก คือต้องรู้จักปรับตัวให้มีความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น และหากไม่ทำตามกระบวนการของ ESG ซึ่งเป็นกระบวนการวัดผลองค์กรว่าองค์กรของคุณเป็นองค์กรที่นำทางด้วยหรือไม่ ถึงแม้ว่าคุณจะทำเงินในตลาดหลักทรัพย์ได้มากแค่ไหน ถ้าองค์กรคุณไม่ดีก็ไม่ควรที่จะร่วมทำธุรกิจด้วย โดยเฉพาะผู้นำเข้าในต่างประเทศจะมองว่าบริษัทไม่ได้เป็น Good profit Company หรือ Good corporate system Company ตรงนี้จึงกลายเป็นเส้นประบางที่สำคัญว่าถ้าบริษัทไม่ทำตรงนี้ (ESG) ให้ดีก็จะมีบริษัทที่อยากมาเป็นคู่ค้าด้วยนั่นเอง ดังนั้นส่วนสำคัญหากเรามี ESG เป็นกลยุทธ์ที่มีทั้งผลกำไรที่ดี มีทั้งคนที่มีความสุขในการร่วมงาน ขณะเดียวกันโลกใบนี้ก็สวยงามด้วย สิ่งนี้จึงเป็นสิ่งที่คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะไม่ใช่เพียงทางเลือกแต่เป็นทางรอดของธุรกิจโลกเดือดตรงนี้ครับ”

ดอก สลิบ สเด็นโอฟีลลา

นักวิจัยชาวรัสเซียได้ทำให้พืชที่สูญพันธุ์ไปแล้วกลับมามีชีวิตอีกครั้ง ด้วยการโคลนพันธุที่ถูกกระโดดฝังไว้เมื่อ 32,000 ปีก่อน นี้อาจเป็นพืชที่สูญพันธุ์สายพันธุ์แรก จากจำนวนหลายสายพันธุ์ที่ถูกขุดชีวิตจากซากที่เก็บอยู่ในชั้นดินที่เป็นน้ำแข็งของอาร์กติก



SC GRAND™

Sustainable Textile
MADE IN THAILAND

SC GRAND

ธุรกิจคู่สังคมและสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันการทำธุรกิจไม่ได้มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน จากความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจที่เติบโต แข่งขันได้ในระดับโลก และมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

THINK TRADE THINK DITP ฉบับนี้ ได้สัมภาษณ์ คุณจิรโรจน์ พจนาราวพันธุ์ ทายาทรุ่นที่ 3 ของ บริษัท แสงเจริญแกรนด์ จำกัด หรือ SC GRAND ถึงจุดเริ่มต้นของการทำสินค้า คุณจิรโรจน์ อธิบายว่า “บริษัท SC GRAND มีความถนัดในเรื่องของ Zero Waste มานานแล้ว โดยการนำเอาของเสียจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ ที่เกิดจากโรงงานปั่นด้าย ทอผ้า เย็บผ้าและอื่นๆ มาการรีไซเคิล และอัพไซเคิล เพื่อให้ทุกของเสียที่เกิดในอุตสาหกรรมสิ่งทอได้ถูกนำมาใช้ได้ใหม่ ซึ่งแม้จะดำเนินการมานานแล้ว แต่บริษัทก็เพิ่งเริ่มสร้างแบรนด์อย่างจริงจัง โดยกำหนดวิสัยทัศน์ ในการเป็นผู้นำเส้นด้ายรีไซเคิล ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรของเสียหรือของเหลือใช้มารีไซเคิลใหม่ รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมธุรกิจที่ยั่งยืน เพื่อสร้างผลกระทบที่ดีขึ้นกับโลก”

นอกจากนี้ คุณจิรโรจน์ ได้กล่าวต่ออีกว่า “บริษัท แสงเจริญแกรนด์ จำกัด ร่วมมืออย่างแข็งแกร่งกับชุมชนท้องถิ่น สนับสนุนให้พวกเขาเข้าร่วมโครงการเก็บขยะและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อสร้างความยั่งยืนที่ดีในอนาคต และมีแคมเปญที่ให้นักชื้อทั่วไปนำเสื้อผ้าที่ไม่ได้ใช้แล้วนำมาบริจาคที่จุด Dropbox หลายที่ ซึ่งเปรียบเสมือน Supply Chain partner ในการนำเสื้อผ้าเก่ามาเปลี่ยนเป็นเสื้อผ้าใหม่”

คุณจิรโรจน์ได้ฝากถึงเพื่อนๆ SME ด้วยกันว่า “ในการนำหลักการเกี่ยวกับ BCG มาปรับใช้ ต้องมองย้อนกลับไปที่แต่ละธุรกิจว่าแต่ละธุรกิจนั้นมีจุดแข็งอะไร ก็จะเป็นการนำหลัก BCG มาปรับใช้ ซึ่งสามารถลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดของเสียในกระบวนการผลิต ในบางอุตสาหกรรมสามารถลดการใช้น้ำ ลดการใช้พื้นที่ ลดการใช้ยาฆ่าแมลงหรือสารเคมีที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ต้องดูที่จุดแข็งของแต่ละธุรกิจแล้วนำมาปรับใช้ในมุมมองที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นจุดแข็งในแต่ละธุรกิจนั้นๆ ครับ” คุณจิรโรจน์ กล่าวทิ้งท้าย

สนใจพัฒนาสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่มด้วย BCG Model

ติดต่อ สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า

คุณปณิธิ ยองประยูร

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ผู้อยู่เบื้องหลังการสร้างภาพลักษณ์การค้าไทย

ดิฉันได้รับโอกาสจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในการปฏิบัติงานที่สำนักประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กลุ่มงานยุทธศาสตร์ ภาพลักษณ์การค้า เป็นเวลา 5 ปี กลุ่มงานมีภารกิจด้านสร้างภาพลักษณ์องค์กร และภาพลักษณ์ด้านการค้าระหว่างประเทศ หน้าที่หลักในการดำเนินงานของดิฉัน คือการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์การค้าไทยในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น การใช้เครื่องมือ PR Newswire การใช้แพลตฟอร์มสื่อออนไลน์เพื่อแสดงการค้าของไทยในระดับสากลอย่างมีประสิทธิภาพ การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศรวมถึงป้ายสนามบิน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ และใช้ประโยชน์สื่อนิตยสาร Think Trade Think DITP เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์เชิงบวกของการค้าไทย

จากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้จากผู้อำนวยการหลายๆ ท่าน และเพื่อนร่วมงานในการปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะหลังโควิด 19 ดิฉันจึงต้องทำงานร่วมกับที่ปรึกษา เพื่อวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในยุค Next Normal มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในหลายๆ ด้านทั้งภูมิรัฐศาสตร์ และสถานการณ์การค้าทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยผลการดำเนินงานของสำนักงานต่างๆ ที่ผ่านกระบวนการมาพร้อมวิเคราะห์ตัวชี้วัดร่วมด้วย

สุดท้ายนี้ ดิฉันขอขอบพระคุณผู้บริหาร พี่ๆ น้องๆ ทุกท่าน ทั้งที่อยู่ในกรมและจากสำนักงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กลุ่มงานยุทธศาสตร์ภาพลักษณ์การค้า ที่ให้โอกาสและการสนับสนุนในการทำงาน และหวังว่าการทำงานร่วมกับที่ปรึกษาร่วมกันวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ยุค Next Normal จะสามารถสร้างกลยุทธ์ให้กรมเข้าถึงผู้รับบริการและผู้ประกอบการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และจะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับหน่วยงาน เข้าถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกรมได้ไม่มากนักน้อย ขอขอบคุณค่ะ

ปฏิทินกิจกรรมและการสัมมนา

2-4 AUTOMECHANIKA DUBAI 2023
ขึ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์ตกแต่ง
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
ต.ค. 66

7-10 Asian Contents & Film Market
(ACFM) 2023 ประเทศเกาหลีใต้
ต.ค. 66

7-11 ANUGA 2023 สินค้าอาหาร
เมืองโคโลญจ์ เยอรมนี
ต.ค. 66

31-2 AAPEX 2023 ขึ้นส่วนยานยนต์และ
อุปกรณ์ตกแต่ง สหรัฐอเมริกา
ต.ค.-พ.ย. 66

31-5 American Film Market 2023
ธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์
ฮอลลีวูด สหรัฐอเมริกา
ต.ค.-พ.ย. 66

5-10 China International Import Expo 2023
(CIIE 2023) สินค้านานาชาติเน้นอาหาร
และเครื่องดื่ม นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐ
ประชาชนจีน
พ.ย. 66

13-16 MEDICA 2023 เครื่องมือแพทย์และ
ผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ เยอรมนี
พ.ย. 66

6-9 ThaiTAM 2023 สินค้าเครื่องจักรกล
การเกษตร กำแพงแสน นครปฐม
ส.ค. 66

สนใจข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อ

ข้อมูล ผังอบรม/สัมมนา
และงานแสดงสินค้า

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

drive.ditp.go.th

คนอ่อนแอ
ให้อภัยคนอื่นไม่เป็น
การให้อภัย เป็นลักษณะ
ของคนเข้มแข็ง

- Mahatma Gandhi -





THINK TRADE THINK DITP

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์