กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce



ก้าวต่อก้าวสู่พาณิชย์ 4.0

รายงานประจำปี 2562

Annual Report 2019


ปี
กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce



“เราจะสืบสาน รักษา และต่อยอด
และครองแผ่นดินโดยธรรม
เพื่อประโยชน์สุขแห่งอาณาราษฎรตลอดไป”

พระปฐมบรมราชโองการ
พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว





สารรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงพาณิชย์

Message from the Deputy Prime Minister and Minister of Commerce

ผมรู้สึกเป็นเกียรติเป็นอย่างยิ่งที่ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการก้าวเข้าสู่ปีที่ 99 ของกระทรวงพาณิชย์ ด้วยความตั้งใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะปฏิบัติภารกิจร่วมกับบุคลากรของกระทรวงอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้กระทรวงพาณิชย์สามารถบรรลุตามเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาลที่ได้แถลงไว้ต่อรัฐสภาและนโยบาย 10 ข้อที่ได้มอบหมายในที่ประชุมกระทรวง ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากทุกท่านทุกฝ่ายเป็นอย่างดี

ในโอกาสที่กระทรวงพาณิชย์กำลังก้าวสู่ปีที่ 99 นี้ ผมขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย โปรดดลบันดาลประทานพรให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีพลังกายและพลังใจในการทำงาน เพื่อความเจริญก้าวหน้าของกระทรวงและเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประเทศชาติต่อไป

(นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์)

รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

It is my great honour to be a part of the 99th Anniversary of the Ministry of Commerce. With my complete determination and full capacity, I will work alongside the ministry's personnel to drive the ministry towards the objectives of the government policies presented to the Parliament and the 10 ministry policies. In this regard, cooperation from all parties will be highly appreciated.

On this auspicious occasion of the 99th Anniversary of the Ministry of Commerce, may all of you are blessed with happiness, success, good health and morale to work together for the best interest of our nation and people.

(Mr. Jurin Laksanawisit)

Deputy Prime Minister and Minister of Commerce



สารรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Message from the Deputy Minister of Commerce

99 ปีแห่งการก้าวอย่างมั่นคงของกระทรวงพาณิชย์ ในความตั้งใจที่จะยกระดับรายได้ของประชาชน พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ และผลักดันการค้าของประเทศให้เติบโตอย่างมั่งคั่งและยั่งยืน กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินภารกิจสำคัญ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรม สอดคล้อง และเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐบาล จึงได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานอย่างมียุทธศาสตร์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ด้วยวิสัยทัศน์การทำงาน “เศรษฐกิจการค้าเติบโตจากฐานรากสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ภายในปี 2564” ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศในระยะยาว ครอบคลุมทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้า ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในระดับท้องถิ่นและชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันและเติบโตอย่างมั่นคงเป็นฐานรากของเศรษฐกิจไทย ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมการส่งออก

For the past 99 years of strong commitment to raising Thai people’s income, advancing business competitiveness, and bolstering the country’s trade in a sustainable manner, the Ministry of Commerce has been carrying out its duties in line with government trade and economic policies to ensure that Thailand development brings concrete results for the people’s well-being and improve their livelihood. The Ministry has set its strategic direction to incorporate both proactive and reactive approaches to achieve the vision of “Strengthening Fundamentals for New Economy by 2021” in accordance with the 20-year National Strategic Plan. The strategy is firmly aimed at fostering long-term trade and economic growth for the benefits of all stakeholders including farmers, businesses, and consumers.

In particular, the Ministry of Commerce contributes to the development of local economy and communities by building their

และการค้าชายแดน ตลอดจนส่งเสริมการลงทุนจากไทยไปยังต่างประเทศ พร้อมทั้ง เปลี่ยนบทบาทจากผู้กำกับดูแล (Regulator) เป็นผู้ส่งเสริมและอำนวยความสะดวก (Facilitator) เพื่อส่งเสริมพัฒนาธุรกิจการค้า เชื่อมโยงและขยายตลาด รวมทั้ง เสริมสร้างกลไกทางการค้าให้เกิดระบบการค้าที่เสรี เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ และประการสำคัญคือการส่งเสริมการใช้ตลาดนำการผลิต (Demand Driven) และการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เชื่อมโยงทั้งห่วงโซ่คุณค่าทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม ธุรกิจบริการ และธุรกิจสร้างสรรค์ ที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานคุณค่าให้กับประเทศไทย

ทั้งนี้ แนวทางการดำเนินงานในอนาคต กระทรวงพาณิชย์มุ่งที่จะปรับการทำงานให้มีความยืดหยุ่นสามารถสอดประสานและทำความเข้าใจกับกระแสเศรษฐกิจโลกที่แปรผันอย่างรวดเร็ว ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) และมุ่งเน้นการใช้ระบบเทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ รวมทั้ง ยังเป็นการขยายตลาดการค้าเข้าสู่ระบบ E-commerce อันเป็นการเชื่อมโยงตลาดภายในประเทศกับตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภค ในสังคมยุคดิจิทัล

ในโอกาสที่กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานรับใช้ประชาชนชาวไทยมา 99 ปี ในวันนี้ ผมขอขอบคุณบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ทุกคนที่ร่วมมือร่วมใจปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติอย่างดีเสมอมา และขอขอบคุณทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป

self-reliance and immunity against any difficulties in order for them to become a robust economic foundation of Thailand for years to come. In parallel with local development, international economic development - namely forming economic partnerships, promoting exports and border trade, and boosting outward foreign direct investment - have also been the Ministry's main objectives. In addition, the Ministry places great emphasis on changing its role from regulator to facilitator in order to accelerate business development, connectivity and market expansion as well as promote free trade mechanism with equality and effectiveness. The Ministry also adopts demand - driven approach and encourages value creation and linkages in all sectors including agricultural, industrial, service and creative sectors - all of which are the key drivers of building Thailand's value - based economy.

In response to the rapidly changing world, the Ministry will continue to foster operational flexibility while focusing on new economy and making use of innovative technology to facilitate trade for both service providers and customers. Such hands-on, adaptive approach will help businesses take part in the e-Commerce trading system better which will connect domestic markets with foreign ones while simultaneously meeting customer demands in the digital era.

For 99 years of serving the Thai people, I would like to take this opportunity to express my warmest appreciation to all executives and

ที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือและสนับสนุนการทำงานของกระทรวงพาณิชย์อย่างเต็มกำลังความสามารถ ขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายโปรดดลบันดาลประทานพรให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีพลังกายและพลังใจในการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน และประเทศชาติต่อไป

staffs of the Ministry of Commerce for their hard work, dedication and excellent performance for the best interest of our country. I would also like to extend my sincere gratitude to all government agencies, private sectors, educational institutions, media agencies, and Thai people for your consistent support of the work of the Ministry. Wish everyone be blessed with happiness and success that will give you strengths to continue working for the benefit of our people and our country.



(นายวีรศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์



(Mr. Weerasak Wangsuphakijkosol)
Deputy Minister of Commerce



สารปลัดกระทรวงพาณิชย์

Message from the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce

ปีที่ผ่านมาเป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยต้องรับมือกับประเด็นความท้าทายทางเศรษฐกิจมากพอสมควร โดยเฉพาะเรื่องของความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกที่เกิดจากสถานการณ์ความตึงเครียดทางการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจ และการที่ภาคธุรกิจต้องปรับโครงสร้างและรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล

กระทรวงพาณิชย์เป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักด้านเศรษฐกิจของประเทศที่ได้ดำเนินภารกิจและมาตรการหลายด้าน เพื่อช่วยรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากด้วยการส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ เชื่อมโยงผู้ประกอบการในตลาดชุมชนเข้าสู่ภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้หลักของประเทศ เชื่อมโยงสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นและ OTOP กับช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ใช้มาตรการที่เหมาะสมเพื่อดูแลราคาสินค้าเกษตรสำคัญและช่วยเหลือเกษตรกร ดูแลค่าครองชีพของประชาชนผ่านกลไกร้านค้าในโครงการธงฟ้าประชารัฐ พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของเกษตรกร ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมและ

The past year was another testing time for Thailand as it had quite a number of economic challenges to manage, especially uncertainties in the global economy caused by trade tensions between major powers and the business sector's rush to adjust their structures and business models to keep up with the advancing technology of the digital age.

Ministry of Commerce is one of the country's principal economic agencies that had carried out mission and introduced several measures to help stabilize the country's economy. It strengthened the grassroots economy by promoting economic activities in situ to forge a linkage between local market business operators and tourism, one of the major sources of the country's income, linking original products made with local, traditional knowledge and OTOP to both domestic and international trade channels, and using appropriate measures to stabilize major crop prices and provide assistance to farmers.

ผู้ส่งออกผ่านโครงการต่างๆ (เช่น Yen-D, Yen-D Plus, ต้นกล้าทูโกล) ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ผู้ประกอบการขายสินค้าผ่าน www.thaitrade.com และเชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายกับแพลตฟอร์มชั้นนำ (เช่น Shopee Amazon และ Alibaba) ส่งเสริมนวัตกรรมและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการรวมทั้งเร่งเจรจาการค้าเพื่อเพิ่มพูนโอกาสสำหรับความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและคู่ค้าสำคัญทั่วโลก ตลอดจนติดตามแนวโน้มและปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อเศรษฐกิจและการค้าของประเทศอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้ให้ความสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถของกระทรวงในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริหารจัดการระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการ และประชาชนในทุกพื้นที่ของประเทศไทยเข้าถึงข้อมูลและบริการต่างๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยขึ้น อาทิ บริการข้อมูลนิติบุคคลและงบการเงินผ่านคลังข้อมูล DBD Data Warehouse และซอฟต์แวร์ในการบริหารจัดการธุรกิจสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Total Solution for SMEs) เช่น โปรแกรมงานขายหน้าร้านและโปรแกรมบัญชีออนไลน์ เป็นต้น

กระทรวงพาณิชย์ได้สร้างผลงานและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศอย่างเข้มแข็งมาจนครบ 99 ปี ในปี พ.ศ. 2562 แต่ความสำเร็จและผลงานเหล่านั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้ากระทรวงพาณิชย์ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความตั้งใจทุ่มเท ความสุจริต และความสามัคคีในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศชาติและประชาชน ผมจึงขอใช้โอกาสนี้

It used Pracharat Blue Flag stores as a key mechanism to look after people's cost of living, implemented various capacity building programs (e.g., Yen-D, Yen-D Plus, Ton Kla to Goal) for farmers, SMEs and exporters, promoted e-commerce by encouraging businesses to trade on www.thaitrade.com and connecting them further to leading platforms (e.g., Shoppee, Amazon and Alibaba) and promoted innovation and utilization of intellectual property right to add value to products and services. Moreover, the Ministry actively engaged neighboring countries and key trading partners around the globe in trade negotiations to give Thailand more opportunities to pursue economic and trade cooperation with them and continuously monitored trends and factors that might affect the country's economy and trade.

In addition, Ministry of Commerce attached importance to enhancing its own capability to utilize information technology and Big Data to upgrade its services so that business sector, business operators, and people across Thailand could access data and services faster and with greater convenience and safety. Among other services, DBD Data Warehouse, which gave information on legal entities and their financial statements, and Total Solutions for SMEs, which provided free POS (Point of Sale) software and online accounting tools for SMEs, were just the names of few.

แสดงความขอบคุณต่อผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรของกระทรวงพาณิชย์ทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันดำเนินภารกิจของกระทรวงจนเกิดผลสัมฤทธิ์อันเป็นประโยชน์แก่ประเทศชาติและประชาชนชาวไทยมาโดยตลอด ผมเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่า การที่บุคลากรทุกระดับมีความตั้งใจมั่นที่จะทุ่มเททำงานด้วยความสุจริตและความสามัคคีเช่นนี้ จะทำให้กระทรวงพาณิชย์สามารถเดินหน้าขับเคลื่อนการค้าและเศรษฐกิจของไทยไปสู่อนาคตที่มั่นคงและยั่งยืนได้อย่างแน่นอน

Ministry of Commerce has been rendering services to the country and playing major roles in propelling and stabilizing the country's trade and economy for 99 years in 2019, but its numerous missions and countless goals could not have been accomplished without support from the personnel who have used their knowledge, devotion, integrity and ability to work in unity to deliver the best to their country and fellow Thais. I; therefore, avail myself of this opportunity to extend my personal thanks to Ministry of Commerce's executives, civil servants, and staff for their hard work and contribution in all of the Ministry's accomplishments that have brought so many benefits to Thailand and Thai people. I trust that with its personnel's strong determination to work in unity and with integrity, it is certain that Ministry of Commerce will be able to lead Thailand's trade and economy into a stable and sustainable future.



(นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร)

ปลัดกระทรวงพาณิชย์



(Mr. Boonyarit Kalayanamit)

Permanent Secretary

กระทรวงพาณิชย์

สารบัญ / Contents

วิสัยทัศน์ / พันธกิจ ____ 13
Vision and Mission

โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์ ____ 14
Organization Chart of the
Ministry of Commerce

ผลการดำเนินงานสำคัญ ____ 18
ของกระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2562
(ตุลาคม 2561 - มิถุนายน 2562)
Ministry of Commerce's Key Achievements in Fiscal Year B.E. 2562 (2019) (October 2018 - June 2019)

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ____ 57
สู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจประเทศ
Propel Grassroots Economy :
Toward the Sustainability of the Country

สร้างสังคมผู้ประกอบการ ____ 66
ยกระดับ SMEs / Startup ไทยสู่สากล
Create Entrepreneur Society :
Upgrade Thai SMEs/Startup to International Market

ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ ____ 74
สร้างความมั่งคั่งให้เศรษฐกิจไทย
Propel International Trade :
Create Wealth for Thai Economy

ก้าวสู่องค์กรสมรรถนะสูง ____ 82
ด้วยนวัตกรรมและบุคลากรคุณภาพ
Step Toward Becoming Highly Efficient Organization :
with Innovation and High Quality Personnel

กิจกรรมสำคัญ ปีงบประมาณ 2562 ____ 88
(ตุลาคม 2561 - กันยายน 2562)

ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ ____ 91
Executives of the Ministry of Commerce

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ____ 92
Office of the Permanent Secretary
of the Ministry of Commerce

กรมการค้าต่างประเทศ ____ 98
Department of Foreign Trade

กรมการค้าภายใน ____ 100
Department of Internal Trade

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ____ 102
Department of Trade Negotiations

กรมทรัพย์สินทางปัญญา ____ 104
Department of Intellectual Property

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ____ 106
Department of Business Development

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ____ 108
Department of International Trade Promotion

สำนักงานนโยบาย ____ 110
และยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

องค์การคลังสินค้า 112
Public Warehouse Organization

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) 114
The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization)

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) 116
The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) 118
The International Institute for Trade and Development (Public Organization)

รางวัลเพชรพาณิชย์ ประจำปี 2562 120
Commerce Diamond Award 2019

การดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของกระทรวงพาณิชย์ 125
Ministry of Commerce's Implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997)

"พาณิชย์" Go Green ลดขยะ ลดใช้พลาสติก 132
Commerce Goes Green for waste and plastic reduction

รายชื่อกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์ 135
Laws under Responsibility of Ministry of Commerce

กฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข จำนวน 14 ฉบับ 137
Laws under Amendment Process, 14 Items

รายงานการเงิน 140
Financial Reports

History Timeline (พ.ศ. 2463 - พ.ศ. 2562) 142

รายพระนามและนามเสนาบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ 144
Name list of the Ministers of Commerce and Deputy Ministers of Commerce

รายพระนามและนามปลัดกระทรวงพาณิชย์ 151
Name list of the Permanent Secretaries

ประมวลภาพกิจกรรมกระทรวงพาณิชย์ 152
Gallery Activities of the Ministry of Commerce

บริการสายด่วนกระทรวงพาณิชย์ 160
Call Center



กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

วิสัยทัศน์ Vision

- **เศรษฐกิจการค้าเติบโต สู่เศรษฐกิจยุคใหม่อย่างยั่งยืน ภายในปี 2565**
  Economy and trade grow sustainably into the new economy by 2022

พันธกิจ Mission

1	ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ	Promote the utilization of innovation to enhance the country's competitiveness in trade.
2	พัฒนาเศรษฐกิจการค้าให้เข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับรายได้ของประเทศ	Strengthen economy and trade, reduce inequality and improve the country's income level.
3	ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าให้มีประสิทธิภาพ มาตรฐาน เป็นธรรม	Upgrade trade infrastructure to ensure efficiency, standard and fairness.
4	ส่งเสริมการค้าและพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ	Promote trade and develop international economic cooperation.
5	พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร	Enhance the efficiency of organization management.





โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์

Organization Chart of the Ministry of Commerce

- สำนักงานรัฐมนตรี
  Office of the Minister
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
  Office of the Permanent Secretary
  - สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ 4 แห่ง
    Overseas Commercial Affairs Offices (4 offices)
  - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 76 แห่ง
    Provincial Commercial Affairs Offices (76 offices)
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
  Trade Policy and Strategy Office
- กลุ่มภารกิจด้านการค้าภายในประเทศ
  Internal Trade Cluster
- กรมการค้าภายใน
  Department of Internal Trade
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา
  Department of Intellectual Property
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
  Department of Business Development

กลุ่มภารกิจด้านการค้าต่างประเทศ
Foreign Trade Cluster

กรมการค้าต่างประเทศ
Department of Foreign Trade

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
Department of Trade Negotiations

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Department of International Trade Promotion

- **สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 58 แห่ง**
  International Trade Promotion Offices (58 offices)

รัฐวิสาหกิจ
State Enterprise

องค์การคลังสินค้า
Public Warehouse Organization

องค์การมหาชน
Public Organizations

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ
The Gem and Jewelry Institute of Thailand

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
The International Institute for Trade and Development



ผลการดำเนินงานสำคัญ ของกระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2562

(ตุลาคม 2561 - มิถุนายน 2562)

Ministry of Commerce's Key Achievements in Fiscal Year B.E. 2562 (2019)

(October 2018 - June 2019)

ผลการดำเนินงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์ ปีงบประมาณ 2562 (ตุลาคม 2561 - มิถุนายน 2562)

Ministry of Commerce's Key Achievements in Fiscal Year B.E. 2562 (2019) (October 2018 - June 2019)

กระทรวงพาณิชย์มีบทบาทภารกิจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศ เพื่อความกินดีอยู่ดีของประชาชนด้วยวิสัยทัศน์ **"เศรษฐกิจการค้าเติบโตสู่เศรษฐกิจยุคใหม่อย่างยั่งยืนภายในปี 2565"** ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง พัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งปรับตัวสู่การค้ารูปแบบใหม่ ตลอดจนทำให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นกับการครองชีพผ่านโครงการต่างๆ และพัฒนาตลาดท้องถิ่นให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ได้พัฒนาการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งในตลาดเดิมและเจาะขยายตลาด/กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพ และการสร้างสรรค์สินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด เชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม ธุรกิจบริการและธุรกิจสร้างสรรค์ที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานคุณค่าให้กับประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยมีผลการดำเนินงานภายใต้นโยบายรัฐบาล ดังนี้

Ministry of Commerce plays a leading role and undertakes important mission in propelling the country's trade and economic development and ensuring the people's well-being. Under the vision **"Economy and Trade Sustainably Grow into a New Economy by 2022,"** it focuses on strengthening the grassroots economy, encouraging business operators to create value addition of their products by means of innovation and intellectual property and adjusting business to better suit new model of trade, and providing lower-income people with greater access to basic products for everyday life by implementing various programs and connecting local markets to tourism to stimulate local economic activities and bring more income to local communities. Moreover, it also uses electronic system to upgrades services and to further facilitate trade and promotes international trade in its traditional markets and by expanding into new potential markets/customer bases, adopting demand-driven approach in merchandise production, and bridging supply chains in agricultural sector, industrial sector, services and creative business sector which will be a sustainable driver for Thailand's value-based economy. Major achievements under the government's policy will be presented in the following section.





นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจประเทศ

Policies Aiming to Enhance the Country's Economic Potentiality

รัฐบาลมีนโยบายในการดูแลเกษตรกรให้มีรายได้ที่เหมาะสมผ่านมาตรการต่างๆ อาทิ การลดต้นทุนการผลิต ใช้กลไกตลาดดูแลราคาสินค้าที่ราคาตกต่ำ รวมทั้งรักษาเสถียรภาพของราคาสินค้าให้เหมาะสม นอกจากนี้ได้เร่งเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถแข่งขันได้ โดยเพิ่มองค์ความรู้กระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร รวมถึงส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนลดอุปสรรคในการส่งออกให้เกิดความคล่องตัว พร้อมทั้งแสวงหาตลาดที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการส่งออก โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

The government has policies to enable farmers to make reasonable income by implementing various measures such as using market mechanism to address agricultural products suffered by dropping-price, stabilizing prices of agricultural products, enhancing SMEs' capacity and competitiveness by providing knowledge on production process, product development and organization management, reducing trade barriers to facilitate exports, and penetrating into potential markets to expand export bases. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

1 การดูแลราคาสินค้าเกษตรและส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตร
Monitor Agricultural Product Prices and Promote Agricultural Commodities Market

แก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรด้วยมาตรการต่างๆ ทั้งด้านการกำกับดูแลและเพิ่มช่องทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้ที่เหมาะสม อาทิ

ข้าว :

- ดำเนินมาตรการภายใต้คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) ซึ่งกระทรวงพาณิชย์เป็นฝ่ายเลขานุการ ได้แก่ มาตรการสินเชื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี และการช่วยเหลือค่าเก็บเกี่ยวและปรับปรุงคุณภาพข้าวให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนาปี มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ 252,037 ราย ปริมาณข้าว 1.4 ล้านตัน ไถ่ถอน 0.6 ล้านตัน และจ่ายเงินค่าช่วยเหลือการเก็บเกี่ยวฯ ให้เกษตรกรจำนวน 4.2 ล้านราย จำนวนเงิน 57,532 ล้านบาท และมาตรการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต๊อก ปีการผลิต 2561/62 มีผู้เข้าร่วมโครงการ 271 ราย ใน 48 จังหวัด ชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการแล้ว 171 ล้านบาท รวมทั้งขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการในการปรับลดราคาจำหน่ายปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ กระสอบละ 30-50 บาท

- เพิ่มช่องทางจำหน่ายโดยจัดตลาดนัดข้าวเปลือก จำนวน 42 ครั้ง ในพื้นที่ 22 จังหวัด โดยมีปริมาณการซื้อขายรวม 21,094 ตัน มูลค่า 208 ล้านบาท ส่งผลให้เกษตรกรขายข้าวในราคาสูงกว่าราคาตลาด ตันละ 100-1,000 บาท ตลอดจนประชาสัมพันธ์รณรงค์การบริโภคและเชื่อมโยงการซื้อขายข้าว กข 43 และข้าวสารคุณภาพ (ข้าวสาร Q) กับห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และเชื่อมโยงการรับซื้อจากผู้ค้าข้าว 7 ราย ที่ซื้อจากสหกรณ์ฯ ไปขายใน Modern Trade 1,400 ตันข้าวสาร หรือ 4,000 ตันข้าวเปลือก

Ministry of Commerce aims to solve agricultural product price by implementing market supervising measures and continuously improving access to marketing channel to address agricultural products' pricing problems to ensure reasonable income for farmers:

Rice :

- Implemented measures under the purview of Rice Policy and Administration Committee (RPAC) to which Ministry of Commerce was Secretariat, including Loan to Delay Sale of Wet-season Rice and Assistance for Rice Harvest and Quality Improvement Program for wet-season rice farmers which had 252,037 participating farmers, 1.4 million tons of rice, and 0.6 million tons of redeemed rice, Rice Harvest Cost Assistance Program for 4.2 million farmers which totaled 57,532 million Baht, Interest Reimbursement Scheme for Rice Traders to encourage stockpiling for crop year 2018/19 which had 271 participants in 48 provinces and 171 million Baht of reimbursed interest paid to rice traders, and Collaboration Program to encourage fertilizer traders to cut prices of chemical and organic fertilizer by 30-50 Baht per sack.

- Increased the number of distribution channel by organizing paddy market fair for 42 times in 22 provinces. 21,094 tons of paddy were sold and generated 208 million Baht. This allowed farmers to sell rice at prices that were higher than typical



- ขยายช่องทางตลาดต่างประเทศ โดยทำสัญญาซื้อขายแบบรัฐบาลต่อรัฐบาลกับจีน (G to G) (เมื่อปี 2558) ซึ่งเป็นการขายข้าวฤดูกาลผลิตใหม่ รวม 1 ล้านตัน โดยแบ่งการส่งมอบเป็นงวด ๆ รวมทั้งแบ่งการเจรจาราคาและการส่งมอบข้าวออกเป็นงวด งวดละ 1 แสนตัน โดยที่ผ่านมาได้ส่งมอบข้าวให้จีน รวม 5 งวด ปริมาณรวม 5 แสนตัน เรียบร้อยแล้ว และในปีงบประมาณ 2562 ได้ส่งมอบข้าว งวดที่ 6 และ 7 ปริมาณรวม 2 แสนตัน มูลค่า 2,800 ล้านบาท รวมถึงขายข้าวให้รัฐบาลฟิลิปปินส์และได้ส่งมอบแล้ว ปริมาณ 80,000 ตัน มูลค่า 1,240 ล้านบาท และจัดงานประชุม Thailand Rice Convention โดยมีกิจกรรมสำคัญ อาทิ การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการ การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้าว ผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมข้าว มีผู้เข้าร่วมประชุมจากทั้งในประเทศและในภูมิภาคต่าง ๆ กว่า 46 ประเทศทั่วโลก ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานจัดซื้อข้าวของรัฐบาลต่างประเทศ (G to G) ผู้นำเข้า ผู้ส่งออก สื่อมวลชนและเกษตรกร รวม 800 ราย

มันสำปะหลัง :

- สนับสนุนเครื่องสับมันสำปะหลังขนาดเล็กเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มีคุณภาพและพัฒนากระบวนการแปรรูป รวมทั้งชดเชยผู้ได้รับผลกระทบจากโรคระบาดฯ ไม่เกิน 3,000 บาทต่อไร่ ตลอดจนกำหนดให้มันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นสินค้าที่ต้องมีหนังสือรับรองและต้องปฏิบัติตามมาตรการจัดระเบียบการนำเข้ามาในราชอาณาจักร

market prices by 100-1,000 Baht/ton. Campaigns to raise awareness on rice consumption and activities to improve rice sales were organized. The activities matched producers of Kor Khor 43 Rice and Q Rice with modern trade operators and matched 7 rice traders buying rice from farmers' cooperatives with modern trade operators. The transaction involved 1,400 tons of milled rice, or 4,000 tons of paddies.

- The Department of Foreign Trade entered into a Government to Government (G to G) contract with COFCO, the Government of the People's Republic of China in 2015, leading to the sale and purchase of 1 million tons of rice to be shipped in installments, and the price of which have been negotiated on this basis. To date, the DFT has delivered 700,000 tons of rice to COFCO including 200,000 tons of rice worth 2,800 million Baht which was shipped in 2019. Moreover, the DFT delivered 80,000 MTs of rice worth 1,240 million Baht on a G to G basis to the Philippines. In May 2019, the DFT hosted the 9th Thailand Rice Convention in Bangkok. The convention has been a significant platform for related parties from rice industries worldwide to share and exchange opinions and perspectives on global rice trade, and promoted opportunities for showcasing Thai rice, rice products, and rice-based innovative products. Participants included 800 people from more than 46 countries all over the world, consisting of participants from the public and private sectors, as well as farmers and the media.

Cassava :

- assistance included provision of small cassava chips cutting machines to help improve production efficiency and upgrade processing, and provision of financial assistance, in the amount of

ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ :

● ขอความร่วมมือสมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทยรับซื้อข้าวโพดราคาไม่ต่ำกว่า 8 บาท/กิโลกรัม (ความชื้น 14.5%) ณ กรุงเทพฯ และกำหนดสัดส่วนการนำเข้าข้าวสาลีต่อการรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในอัตรา 1 : 3 ยกเว้นเฉพาะในช่วง 15 มิ.ย.- 15 ส.ค. 2561 กำหนดสัดส่วนในอัตรา 1:2 เนื่องจากช่วงดังกล่าวมีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย

ปาล์มน้ำมัน :

● ออกมาตรการปรับสมดุลน้ำมันปาล์มในประเทศ เพื่อลดสต๊อกน้ำมันปาล์มดิบส่วนเกินออกจากระบบ โดยให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) รับซื้อน้ำมันปาล์มดิบมาผลิตกระแสไฟฟ้าในโรงไฟฟ้าที่มีศักยภาพ จำนวน 160,000 ตัน และคัดเลือกผู้มีสิทธิ์จำหน่ายน้ำมันปาล์มดิบให้ กฟผ. เพิ่มเติมอีก 200,000 ตัน รวมทั้งให้ กฟผ. เพิ่มอัตราการใช้น้ำมันปาล์มดิบจากเดิมวันละ 1,000 ตัน เป็นวันละ 1,500 ตัน และเพิ่มสัดส่วนการใช้ไบโอดีเซล (บี 7) จากอัตราส่วนผสมร้อยละ 6.5-7.0 เป็นร้อยละ 6.8-7.0 ส่งผลให้มีการใช้น้ำมันปาล์มดิบเพิ่มขึ้นปีละ 80,000 ตัน อีกทั้งขอความร่วมมือบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงกระจายสถานีบริการเพื่อจำหน่ายน้ำมัน บี 20 ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และหารือผู้ผลิตรถยนต์ปรับเครื่องยนต์ให้รองรับ บี 20



up to 3,000 Baht per Rai, to farmers adversely affected from plant disease epidemics. Also, cassava and cassava products were made goods that were subject to plant certification and import measures.

Maize :

● assistance included requesting cooperation from Thai Feed Mill Association in buying maize at the prices not less than 8 Baht/kilogram (at 14.5% moisture) in Bangkok and in adopting imported wheat: maize ratio at 1:3, except for the low-production period between June-August 2018 during which the ratio to be adopted would be 1:2.

Oil Palm :

● assistance included formulating measures to retain balance of oil palm in the country. To remove excessive crude palm oil from the system, Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT) bought 160,000 tons of crude palm oil to use as material in the electricity power plants. The Ministry then recruited additional crude palm oil producers to supply additional 200,000 tons of crude palm oil to EGAT. EGAT was also asked to raise their daily usage of crude palm oil from 1,000 to 1,500 tons and adjust palm oil content in biodiesel (B7) formula from 6.5-7.0% to 6.8-7.0%. As a result, the annual demand for crude palm oil increased by 80,000 tons. Moreover, the Ministry collaborated with gasoline manufacturers and retailers to increase the number of B20 diesel distribution stations across the country. Consultations with automobile makers on the modification of B20-compatible engines were held.

ผลไม้ :

● เชื่อมโยง/จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า โรงงานแปรรูป การกระจายผลผลิตผ่านช่องทาง 7-Eleven ห้างสรรพสินค้า ไปรษณีย์ ร้านค้าธงฟ้า ตลาดต้องชม Farm Outlet สถานที่ราชการและเอกชน รณรงค์บริโภคผลไม้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว จัดงาน Fruits Festival และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ตลอดจนการผลักดันการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน CLMV รวมทั้งมีการซื้อขายผลไม้ผ่านสัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายใน ระหว่างเกษตรกร/สหกรณ์/วิสาหกิจชุมชน กับห้างสรรพสินค้า/โรงงานแปรรูป รวม 11,230 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 510 ล้านบาท

มะพร้าว :

● กำหนดเป็นสินค้าควบคุมและควบคุมการขนย้ายนำเข้าจากต่างประเทศ จัดส่งเจ้าหน้าที่ตรวจสอบเพื่อป้องกันการขนย้ายและการลักลอบนำเข้า และดำเนินโครงการรับซื้อเนื้อมะพร้าวแห้งในราคานำตลาดสนับสนุนการแปรรูปเป็นเนื้อมะพร้าวแห้งจำหน่ายให้แก่โรงงานแปรรูป/โรงงานน้ำมันมะพร้าว ในราคาเป้าหมาย 15 บาท/กิโลกรัม เป้าหมาย 5,000 ตัน ในแหล่งผลิตสำคัญ 4 จังหวัด (ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช) มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 258 ราย

กระเทียม :

● เชื่อมโยงตลาด/เจรจาซื้อขายกระเทียมระหว่างผู้แทนเกษตรกร/สหกรณ์จังหวัดแหล่งผลิต (เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน และพะเยา) กับผู้ประกอบการแปรรูป/ผู้ค้ารายใหญ่ 19 ราย มีปริมาณการซื้อขายรวมกว่า 3,400 ตัน และดำเนินการเจรจาซื้อเพิ่มเติมร่วมกับผู้ประกอบการค้าส่ง

ไข่ไก่ :

● เชื่อมโยงการจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดงานธงฟ้าและร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ และสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 15 ล้านฟอง เพื่อลดค่าครองชีพประชาชนและช่วยเหลือ

Fruits :

● efforts were made to encourage the MOU signing and foster connection between fruit producers and department stores and processing factories. Fruits distribution via various outlets, including, 7-11, postal offices, Blue Flag Stores, Tong Chom (Must-See) Markets, Farm Outlets, office buildings of government agencies and private enterprises, and tourism sites, were encouraged. Moreover, several other activities were organized, including Fruit Festivals, online promotional events, and activities to promote fruit exports to CLMV. In addition, Department of Foreign Trade's standard contract-based fruit trade between farmers/cooperatives/local communities' businesses and department stores/processing factories were done and included 11,230 tons of fruits worth approximately 510 million Baht.

Coconut :

● coconut was made product subject to import control and transfer control. Officials were sent to various sites to guard against illegal coconut transfer and imports. Market leading price sales measure for desiccated coconut was implemented. Farmers were encouraged to process coconuts into desiccated coconut for sales to processing factories/coconut oil plants, at the target price of 15 Baht/kilogram and target quantity of 5,000 tons, in 4 major coconut producing provinces (Prachuap Khiri Khan, Chumphon, Surat Thani and Nakhon Si Thammarat). 258 farmers participated in the program.

Garlic :

● efforts were made to build linkages/encourage trade negotiations between representatives of

เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ รวมทั้งสนับสนุนค่าบริหารจัดการเพื่อผลักดันการส่งออก จำนวน 32 ล้านฟอง

ส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม

- เพื่อขยายตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทยเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันและขยายโอกาสทางการตลาด โดยการนำผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ตลอดจนการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 700 ราย และคาดว่าจะมียอดสั่งซื้อในปี 2562 กว่า 200 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มีการประกวดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตรไทย (Agri Plus Award 2019) เพื่อแสดงศักยภาพของผู้ประกอบการไทยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรไทย โดยมีผู้สนใจส่งผลงานเข้าร่วมการประกวด จำนวนถึง 226 ผลงาน



farmers/cooperatives in garlic producing provinces (Chiang Mai, Mae Hong Son, Lampang, Lamphun and Phayao) and 19 major processors/traders. Over 3,400 tons were traded, and additional trade from negotiations with wholesalers was expected.

Eggs :

- efforts were made to promote sales of 15,000,000 eggs through various Blue Flag trade fairs, Blue Flag Pracharat Stores and gas stations to help reduce people's cost of living and assist poultry farmers. Also, management fees for export of 32,000,000 eggs were subsidized.

Promoting Innovative Agricultural Products' Markets

- To expand Thai innovative agricultural products markets both domestically and globally, efforts were made to publicize Thailand's innovative agricultural products to popularize them and improve their acceptance in the international environment; this would also improve their competitiveness and market opportunity. Thai entrepreneurs were led to participate in international trade fairs both domestic and oversea, in-store promotion events with modern trade, and networking activities among innovative agricultural product producers and representatives from relevant government agencies and private sector. 700 entrepreneurs participated in these activities. Sales in 2019 were expected over 200 million Baht. In addition, a contest for Thailand's innovative agricultural products was also organized to showcase Thai businesses' capability in creating value addition for agricultural products. The contest had 226 contenders.

2 การดูแลค่าครองชีพประชาชน
Oversee People's Cost of Living

โดยกำกับดูแลและเพิ่มช่องทางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นกับการครองชีพในราคาถูกกว่าท้องตลาดผ่านโครงการต่างๆ รวมถึงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนมีช่องทางขายสินค้าเพิ่มขึ้น ดังนี้

- **กำหนดสินค้าและบริการควบคุม** 52 รายการ และสินค้าที่ต้องติดตามดูแล 227 รายการ รวมทั้งออกตรวจ/จัดสายตรวจทุกสัปดาห์ๆ ละ 3 ครั้ง ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อป้องปราม ให้ความเป็นธรรมแก่ประชาชน มิให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาหรือแอบลักลอบขึ้นราคา อาทิ การลดปริมาณในบรรจุภัณฑ์เดิม รวมทั้งกำกับดูแลด้านราคาให้เป็นธรรม ทั้งต้นทาง กลางทางและปลายทาง เพื่อให้มีปริมาณสินค้าเพียงพอและไม่ให้มีการฉวยโอกาสปรับราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นโดยไม่มีเหตุผลสมควร และติดตามตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด จำนวน 84,359 ราย พบกระทำผิดจำนวน 172 ราย เปรียบเทียบปรับ รวมเป็น 162,260 บาท ตลอดจนกำกับดูแลชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย โดยตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดให้มีความเที่ยงตรง ถูกต้อง รวม 2.86 ล้านเครื่อง/หีบห่อ พบผิด 13,267 เครื่อง/หีบห่อ และได้ดำเนินการยึด ผูกบัตรและห้ามใช้

- **ออกมาตรการดูแลราคายา เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์** โดยกำหนดให้ยา เวชภัณฑ์และบริการทางการแพทย์เป็นสินค้าควบคุม โรงพยาบาลเอกชน ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายส่ง ต้องแจ้งราคาซื้อ/ขาย ยา เวชภัณฑ์ ค่าบริการ ตามรายการที่อยู่ในบัญชี

Ministry of Commerce takes care of people's cost of living by overseeing and undertaking to increase people's access to commodities and everyday necessities at prices lower than that of market prices. These were done by implementing following programs and ensuring that local communities' businesses had more product distribution channels.

- **Designated 52 Controlled Goods and Services and 227 Goods Subject to Monitoring.** Market inspection/mobile inspection was conducted 3 times per week in Bangkok and various provinces to suppress illegal actions, ensure fairness to consumers, and prevent illegal price raise or indirect price raise, such as reduction of quantity of goods in the packaging. The Ministry undertook to ensure fair pricing in the upstream, midstream and downstream businesses to keep the quantity of necessary products adequate and discourage unreasonable price hike. Also, the Ministry monitored the situation and enforced relevant laws strictly. Inspection was done among 84,359 businesses. 172 of them were found guilty and fined 162,260 Baht in total. The Ministry ensured the accuracy of weight, measuring and quantity of packaged goods to keep trading fair to all by inspecting the precision of weighing and measuring equipment. 2.86 million equipment/packages were inspected, of which 13,267 were found imprecise. They were then confiscated and banned.

เจ็บป่วยฉุกเฉินวิกฤต (UCEP) เบื้องต้นอยู่ที่ 3,892 ราย ซึ่งมาตรการดังกล่าวประกอบด้วย 3 หลักการสำคัญ คือ

1) ราคาโปร่งใสเป็นธรรม กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงราคายา ต้องแจ้งให้กรมการค้าภายในทราบก่อนปรับราคา 15 วัน

2) ผู้บริโภคต้องมีทางเลือก โดยให้โรงพยาบาลเอกชนแสดง QR Code เพื่อเปรียบเทียบราคาจำหน่ายยา ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก ประเมินค่ารักษาเบื้องต้นให้ผู้ป่วยทราบ และต้องแจ้งราคาให้ผู้ป่วยทราบก่อนจำหน่ายหรือให้บริการ

3) การรักษาที่สมเหตุสมผล ให้มีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการในส่วนกลางและต่างจังหวัดเป็นผู้พิจารณาวินิจฉัย กรณีมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการรักษาพยาบาลที่เกินความจำเป็นและหรือการคิดค่าบริการรักษาพยาบาลสูงเกินสมควร

• **ส่งเสริมร้านธงฟ้าประชารัฐ** เพื่อสร้างกลไกในการจำหน่ายสินค้าราคาต่ำกว่าท้องตลาด ช่วยลดค่าครองชีพผู้บริโภค และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ร้านค้า/ผู้ประกอบการชุมชนที่นำสินค้ามาวางจำหน่าย รวมทั้งเป็นช่องทางระบายสินค้าเกษตร โดยให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จำนวน 14.5 ล้านคน ได้ใช้บัตรฯ ชำระค่าสินค้าอุปโภค/บริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ



• **Introduced Measures to Take Care of Prices of Medications, Medical Products and Medical Services** by listing medications, medical products and medical services as controlled goods. Private hospitals, manufactures, importers and wholesalers had to declare buying/selling prices of medications and medical products and fees for services listed the Universal Coverage for Emergency Patients (UCEP) List. Initially, 3,892 businesses were subject to this measure, which consisted of the following 3 important principles.

1) Transparent and fair pricing. If prices were to be changed, Department of Internal Trade must be informed 15 days before the changes took effect.

2) Consumers must have choices. Private hospitals must display QR Code detailing medication prices comparison to provide consumers with convenient access to information. Initial service fee estimation must be provided to patients. All prices and fees must be provided to patients prior to actual sales or services.

3) Reasonable treatments. Sub-committees were to be established both in the central and regional areas to consider complaint cases regarding provision of unnecessarily excessive treatments and excessively high medical services fees

• **Promoted Pracharat Blue Flag Stores** to create a mechanism that distributed necessary commodities priced lower than market prices, helped lower people's cost of living, created

ในร้านธงฟ้าฯ ภายใต้วงเงินที่ได้รับจากรัฐบาลผ่านบัตรฯ มีร้านค้าสมัครเข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 112,000 ราย เกิดผลการใช้จ่ายเงินผ่านบัตรสวัสดิการฯ ผ่านเครื่องรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Capture : EDC) และแอพพลิเคชั่น “ถุงเงินประชารัฐ” รวม 71,740 ล้านบาท ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้น

- **จัดหาร้านอาหารราคาประหยัด “หนูณิชย์”** โดยจำหน่าย “อาหารปรุงสำเร็จเพื่อคืนความสุขทุกจาน” ให้ประชาชน (ถูก สะอาด ดี อร่อย) จำหน่ายอาหารจานเดียวราคาไม่เกินจานละ 25-35 บาท นับแต่เริ่มโครงการปี 2557 ถึงปัจจุบัน มีจำนวนร้าน 15,814 แห่งทั่วประเทศ และยกระดับเป็นร้าน “หนูณิชย์ติดดาว” ที่มีการพัฒนาคุณภาพแล้ว 748 ราย สามารถลดค่าครองชีพให้แก่ประชาชนในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณวันละ 24 ล้านบาท รวมทั้ง ได้จัดทำแอพพลิเคชั่น “หนูณิชย์” เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในการค้นหาร้าน “หนูณิชย์” ในแต่ละจังหวัด โดยสามารถระบุพิกัดของร้าน คำนวณระยะเวลาการเดินทาง และแสดงความคิดเห็นสะท้อนกลับไปสู่เจ้าของร้านเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น



additional income for local communities’ stores/enterprises and served also as distribution channels for agricultural products. 14.5 National Welfare Card holders could use money the government put in their cards to purchase commodities/necessities for everyday life at Blue Flag Pracharat Stores. To date, more than 112,000 stores joined the program, and over 71,740 million Baht was spent through National Welfare Cards on the Electronic Data Capture (EDC) devices and Mobile Application “Thung Ngoen Pracharat” (Money bag) As a result, this helped to expand the overall economy of the country.

- **Sought “Noo Nid Diners,”** restaurants that sold foods at low prices to provide people with “cooked dishes that delivered happiness” (low price, clean, healthy, tasted good). All dishes were priced no higher than 25-35 Baht/dish. Since the beginning of the program in 2014, the number of participating restaurants across the country had now grown to 15,814. Among them, 748 restaurants had been upgraded to “Noo Nid Tid Dao (Restaurants with stars)” with proven quality improvement. People’s daily cost of cooked foods was cut by 24 million Baht. Noo Nid Application had also been developed to help people locate “Noo Nid Restaurants” in each province; the Application would identify the restaurants’ coordination, calculate travel time and serve as channel for comments that could be passed on to the restaurants for use in improving their future services.

• ดำเนินโครงการ “รถเร่..น่าซื้อ” ส่งเสริมและพัฒนารถเร่จำหน่ายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันให้มีมาตรฐาน สามารถเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคทั้งในด้านราคาและปริมาณ ปัจจุบันมีผู้สมัครเข้าร่วม จำนวน 618 ราย



• ดำเนินโครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน จำหน่ายสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพราคาประหยัด ต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 20 - 40 รวม 1,919 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่ายกว่า 280 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนกว่า 2 ล้านคน คิดเป็นมูลค่ากว่า 110 ล้านบาท รวมทั้งจัดมหกรรมลดราคาจำหน่ายสินค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ “New Year Grand Sale” โดยร่วมกับห้างชั้นนำ 15,300 สาขาทั่วประเทศ จำหน่ายสินค้าลดสูงสุดร้อยละ 80 มียอดจำหน่ายสินค้าประมาณ 55,000 ล้านบาท สามารถลดค่าครองชีพประชาชนได้ประมาณ 16,500 ล้านบาท นอกจากนี้จัดงาน “มหกรรมธงฟ้าซับน้ำตาชาวใต้” ณ จังหวัดนครศรีธรรมราช สงขลา สุราษฎร์ธานี และชุมพร เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจาก “ภัยพายุปาบึก” ให้สามารถซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพในราคาต่ำกว่าท้องตลาดสูงสุดร้อยละ 50 มีประชาชนเข้าร่วมงานประมาณ 95,000 คน มีมูลค่าการจำหน่ายราว 50 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพได้กว่า 20 ล้านบาท ตลอดจน

• Implemented Rot-Rae Na-Sue (Purchasable Mobile Grocery) to promote and develop small trucks carrying sellable commodities and daily necessities to be another effective distribution channel for products of fair prices and quantity. To date, 618 businesses joined the program.

• Implemented Blue Flag Low Price Program to help reduce people’s cost of living. The program distributed commodities and daily necessities priced 20-40% lower than market prices for 1,919 times. Sales made reached 280 million Baht. The program helped over 2 million people to reduce their cost of living. New Year’s Sales Festival was organized in collaboration from 15,300 branches of leading stores. Goods were sold at up to 80% off regular prices. Sales made reached approximately 55,000 Baht and cut people’s cost of living by approximately 16,500 million Baht. In addition, Blue Flag to Dry the South’s Tears Festival was organized in Nakhon Si Thammarat, Songkla, Surat Thani and Chumphon to assist people affected by Pabuek Storm by providing them with opportunity to buy commodities and daily necessities priced up to 50% lower than market prices. Approximately 95,000 people visited the events. Sales made reach 50 million Baht. Cost of living was cut by more than 20 million Baht. “Happy School Opening Sales...Shop Fun...and Happy” fair was also organized in collaboration with over 15,300 branches of businesses, manufacturers, major retailers of school uniforms and Retailers’ Association, and modern

จัดงาน “รวมใจ..เพิ่มสุข..ช้อปสนุก..ลดรับเปิดเทอม” โดยร่วมกับผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายชุดนักเรียนรายใหญ่ และสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ห้างค้าปลีกค้าส่งสมัยใหม่ ทุกสาขาทั่วประเทศกว่า 15,300 สาขา จำหน่ายสินค้าเครื่องแบบนักเรียนและอุปกรณ์การเรียน สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ ลดราคาจำหน่ายสูงสุดร้อยละ 70 มียอดจำหน่ายประมาณ 27,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพได้ร้อยละ 30 หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 8,000 ล้านบาท

trade across the country. School uniforms, stationaries, commodities and daily necessities were sold at up to 70% off regular prices. Sales made reached 27,000 million Baht. Cost of living was cut by 30%, or more than 8,000 million Baht.

3 การพัฒนาและเสริมสร้างประสิทธิภาพระบบตลาด
Develope and Enhance Performance of Market System

เพื่อกระตุ้นและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น โดยจัดกิจกรรมเชื่อมโยงสินค้า/บริการเด่นของชุมชนกับการท่องเที่ยวและพัฒนาตลาดรูปแบบต่างๆ ให้น่าสนใจและน่าเชื่อถือ ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนขยายตัวกว่า 2,000 ล้านบาท ดังนี้

• **ตลาดประชารัฐต้องชม** ส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนที่มีอัตลักษณ์ สะท้อนวิถีชุมชน และมีเอกลักษณ์พาณิชย์ (จำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม น้ำหนักเที่ยงตรง) รวมทั้งจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้ตลาดประชารัฐต้องชมเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จำนวน 30 แห่ง



Ministry of commerce develops and enhances the market system to stimulate and strengthen local economy by organizing activities, as shown below, to foster linkage between local communities’ distinctive products/services and tourism and develop all kinds of markets to make them more attractive and credible. As a result, the economy of local communities expanded by more than 2,000 million Baht.

• **Pracharat Tong Chom Markets** Efforts were made to promote and develop local communities’ markets which possessed distinctive identity, reflected local norms and had commercial uniqueness (goods sold at fair price, correct weight). PR activities aiming to popularize Tong Chom Pracharat Markets in 30 locations, e.g., Krabi, Kalasin, Chachoengsao, Chaing Mai and Nakhon Ratchasima, were organized. Since the beginning in 2016, 223 Tong Chom Pracharat Markets had now been

อาทิ จังหวัดกระบี่ กาฬสินธุ์ ฉะเชิงเทรา เชียงใหม่ นครราชสีมา ฯลฯ เริ่มดำเนินการปี 2559 ปัจจุบันมี 223 แห่ง มีมูลค่าการค้ามากกว่า 1,200 ล้านบาท รวมทั้งจัดทำบันทึกความเข้าใจ (MOU) กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเชื่อมโยงการค้ากับการท่องเที่ยว ผลักดันตลาดต้องชมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในท้องถิ่น โดยเฉพาะจังหวัดเมืองรอง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแบบครบวงจร โดยเน้นส่งเสริมตลาดร่วมกันในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาศักยภาพผู้ค้าในท้องถิ่น

• **ตลาดริมทาง** จัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพและประชาสัมพันธ์ตลาดริมทาง จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดศูนย์ผลไม้เขาใหญ่ (นครราชสีมา) ตลาดชุมชนพ่อตาหินช้าง (ชุมพร) ตลาดผลไม้หนองชะอม (ปราจีนบุรี) ตลาดลานค้าชุมชนห้วยเดื่อ (หนองบัวลำภู) และตลาดมอกล้วยไข่ (กำแพงเพชร)

• **หมู่บ้านทำมาค้าขาย** ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้รู้จักค้าขาย โดยคัดเลือกกลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมโครงการ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนแก้วมังกร (แพร่) วิสาหกิจชุมชนบ้านหาดไก่ต้อย (อุตรดิตถ์) วิสาหกิจชุมชนบ้านนาต้นจั่น (สุโขทัย) ชุมชนเกษตรกล้วยไข่ (กำแพงเพชร) และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก (ตาก) รวมทั้งพัฒนาศักยภาพชุมชนหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิม จำนวน 15 แห่ง โดยจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านฯ ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน มีมูลค่าการจำหน่ายกว่า 1.8 ล้านบาท

designated and created trade worth over 1,200 million Baht. A Memorandum of Understanding (MOU) with Tourism Authority of Thailand was signed and became a framework for cooperation on building linkages between trade and tourism which focused on upgrading Tong Chom Markets to be major attractions in local communities, especially those of second tiered cities, though joint efforts in implementing PR and capacity building activities for local entrepreneurs.

• **Roadside Markets** PR and capacity building activities focusing 5 roadside Markets, namely, Khoa Yai Fruit Center Market (Nakhon Ratchasima), Por Ta Hin Chang Local Market (Chumphon), Nong Cha-omm Fruit Market (Prachin Buri), Laan Kah Chum Chon Huay Doeu Market (Nong Bua Lam Phu) and Mor Kloey Khai (Kamphaeng Phet), were organized.

• **Trading Villages** Efforts were made to promote and develop local enterprises to be traders. Farmer and Community Enterprise enterprise groups from 5 communities, namely, Kaew Mang Korn Community Enterprise Enterprise (Phrae), Baan Haad Kai Toi Community Enterprise Enterprise (Uttaradit), Baan Na Ton Chaan Community Enterprise Enterprise (Sukhothai), Kloey Khai Farmer Community (Kamphaeng Phet), and Pluke Rak Herb Processing Local Enterprise (Tak), were recruited to join the program. Capacity building programs for existing 15 Trading Villages communities were also organized; and event aiming to promote their merchandises/products were organized at Siam Paragon Department Store and created trade worth over 1.8 million Baht.



• **ตลาดข้อตกลง** ส่งเสริมการเชื่อมโยงเกษตรกรและผู้ประกอบการให้มีการทำสัญญาข้อตกลงซื้อขายสินค้าเกษตร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ทั้งสองฝ่าย จำนวน 68 สัญญา 13 รายการ ได้แก่ ส้มเขียวหวาน (ทอง) ลำไย เงาะ หอมแดง กระเทียม ทุเรียน มังคุด สับปะรด ลองกอง สละ ลิ้นจี่ กุ้ง และมะละกอฮอล์แลนด์ ปริมาณรวม 15,370 ตัน มูลค่า 634 ล้านบาท

• **ตลาดกลางสินค้าเกษตร** ส่งเสริมเชื่อมโยงการซื้อขายสินค้าเกษตรระหว่างเกษตรกรกับผู้ค้าในตลาดกลาง หรือเกษตรกรผู้รวบรวม/ผู้ค้าในตลาดกลางกับผู้ประกอบการค้าส่ง ค้าปลีกขนาดใหญ่ ปัจจุบันมี 56 แห่ง ใน 32 จังหวัด โดยแบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ตลาดกลางข้าวและพืชไร่ 30 แห่ง ตลาดกลางผักและผลไม้ 20 แห่ง ตลาดกลางสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ที่แปรสภาพมาจากสัตว์น้ำ 4 แห่ง ตลาดกลางปลาสวยงามและสัตว์เลี้ยง 1 แห่ง และตลาดกลางดอกไม้และไม้ดอกไม้ประดับ 1 แห่ง

• **ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์** เพิ่มประสิทธิภาพการกระจายผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ การบริหารเกษตรปลอดภัย และการจัดการคุณภาพผลผลิตทางการเกษตรให้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยมีกิจกรรมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ระดับภูมิภาค อาทิ งาน “ORGANIC NATURAL & HERBS EXPO 2018” (เชียงใหม่) งานสังคมสุขใจภายใต้แนวคิด “เท่นอกกรอบ... ขับเคลื่อนสังคมอินทรีย์สู่ชีวิตที่สมดุล” (นครปฐม) โดยมี

• **Contract-based Markets** Efforts were made to encourage farmers and business operators to sign contract on agricultural product trade which helped to create confidence between both parties. 68 contracts concerning 13 products, namely, orange (golden), longan, rambutan, shallot, garlic, durian, mangosteen, pineapple, longkong, snake fruit, lychee shrimp and Holland Papaya, which had the collective quantity of 15,370 tons and trade value of 634 million Baht, were signed.

• **Wholesale Markets for Agricultural Products** Efforts were made to promote trade transactions between farmers and traders in the wholesale markets and those between agricultural product collectors/traders in the wholesale markets and major wholesalers and retailers. To date, there were 56 wholesale markets for agricultural markets in 32 provinces. They were divided into 5 categories, namely, 30 wholesale markets for rice and field crops, 20 wholesale markets for vegetables and fruits, 4 wholesale markets for fish and fishery products, 1 wholesale market for aquarium fish and pets, and 1 wholesale market for flowers and ornamental plants.

• **Market for Organic Products** Efforts were made to improve efficiency of organic product distribution, safe agriculture management, and market-oriented agricultural product quality management. Regional-level trade fairs for organic products were organized, including “Organic Natural & Herbs Expo 2018” (Chiang Mai) and Happy Society fair under the concept “Cool Outside of the Box...

เกษตรกรและผู้ประกอบการ เข้าร่วมจำนวน 167 บูธ มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 440,000 ราย มูลค่าการจำหน่ายประมาณ 10 ล้านบาท

• **จัดมุมจำหน่ายสินค้าชุมชนในสถานีบริการน้ำมัน** โดยร่วมมือกับบริษัท ปตท.น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด ธนาคาร SMEs และสมาคมการค้าผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงไทย จัดมุมจำหน่ายสินค้าชุมชนภายในร้านขายของฝาก ณ PTT Station ตามเส้นทางแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้ชื่อ “ไทยเด็ด” มีสถานีบริการน้ำมันฯ เข้าร่วมโครงการแล้ว 71 แห่งทั่วประเทศ

• **สร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่ร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT** ผ่านโครงการ “108 เส้นทางการท่องเที่ยว” ที่ผสานความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยสอดแทรกข้อมูลร้านอาหาร Thai SELECT ในแต่ละเส้นทาง รวมทั้งร่วมมือกับ Wongnai และ Grab Food ซึ่งเป็นแอปพลิเคชั่นชั้นนำที่ใช้ค้นหาร้านอาหาร เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้ร้านอาหาร Thai SELECT



Organic Society for Balanced Life” (Nakhon Pathom). 167 booths of farmers and exhibitors were featured. The fair had over 440,000 visitors and created sales of approximately 10 million Baht.

• **Established Local Communities’ Products Corners** at selected gas stations by working in collaboration with PTT Oil and Retail Business PCL, SMEs Bank and PTT Dealer Association to open dedicated sales corners named “Thai Ded” for local communities’ products in PTT stations along tourism routes. To date 71 PTT Stations participated in the program.

• **Created market opportunity for Thai Food Restaurants which were awarded Thai Select Mark** through “108 Tourism Routes” program implemented in collaboration with Tourism Authority of Thailand. The program gave details of restaurants awarded Thai Select Mark along each the tourism route. Moreover, the Ministry worked with Wongnai and Grab Food, which were leading applications for restaurant search, to expand marketing channel for restaurants awarded Thai Select Mark.

4 การส่งเสริมสินค้าชุมชนด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
Promote Community Products with Geographical Indication (GI)

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ทำให้ชุมชนเกิดรายได้ และสร้างชื่อเสียงให้แก่พื้นที่ผลิตสินค้า โดยดำเนินการ ดังนี้

• **เร่งตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไทย** ปัจจุบันขึ้นทะเบียนแล้ว 111 รายการใน 71 จังหวัด ประกอบด้วยสินค้า GI หมวดข้าว 12 รายการ อาหาร 21 รายการ ผักและผลไม้ 53 รายการ ผ้า 9 รายการ หัตถกรรมและอุตสาหกรรม 14 รายการ และไวน์ สุรา 2 รายการ ทั้งนี้ อยู่ระหว่างพิจารณาคำขอขึ้นทะเบียน GI อีก 64 รายการ ส่งผลให้สินค้า GI ทั้งหมดของไทย สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดสูงถึง 4,600 ล้านบาท นอกจากนี้ ได้ดำเนินการให้สินค้า GI ไทย ได้รับการคุ้มครองในต่างประเทศแล้ว รวม 7 รายการใน 4 ประเทศ ทั้งนี้ ได้ลงพื้นที่ผลักดันให้จังหวัดจัดทำระบบควบคุมมาตรฐานคุณภาพสินค้า GI เพื่อให้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศเกิดความเชื่อมั่นในระบบควบคุมฯ ทั้งระบบที่ใช้บุคลากรหน่วยงานภายในเป็นผู้ตรวจสอบ (Internal Control) และระบบจ้างบุคคลภายนอกเป็นผู้ตรวจสอบ (External Control) รวมถึงส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า GI



Ministry of Commerce aims to add value to local community products, increase revenue to communities, build up strong reputation to communities by carrying out the actions as follows;

• **Accelerating the examination process for Thai GI** To date, 111 GI products from 71 provinces have been registered. These included 12 products in rice category, 21 products in food category, 53 products in vegetable and fruit category, 9 products in textile category, 14 products in handicrafts and industrial category, and 2 in wind and spirit category. The ministry is currently in process of conducting examination for additional 64 Thai GI products. As a result, this initiative will create value for all Thai GI products at 4,600 million Thai baht in Thai market. The ministry also promotes the registration of Thai GI products to international market which currently 7 of Thai GI products have been registered in 4 countries. In the meantime, in order to increase the consumer confidence in Thai GI products, the ministry encourages provinces to set up quality control for the administration in order to guarantee the quality and characteristics of the Thai GI products both national and international level. The measures are formulated with internal and external control. Moreover, the ministry also supports GI products and packaging design development for the top 10 Thai GI products for example Sangyod Muang

จำนวน 10 รายการ เช่น ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง/ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้/น้ำหมากเม่าสกลนคร/ผ้าหมักโคลนหนองสูง ฯลฯ นอกจากนี้จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้า GI อย่างต่อเนื่อง สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และผู้ประกอบวิสาหกิจชุมชนกว่า 360 ล้านบาท และร่วมมือกับกลุ่มเซ็นทรัล จัดให้มีมุมจำหน่ายสินค้า GI ไทย ภายในท็อปส์ ซุปเปอร์มาร์เก็ต และเซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์ รวม 108 สาขาทั่วประเทศ

Phatthalung Rice, Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai, Sakon Dhavapi Haang Golden Aromatic Rice, Nong Sung's Femented Mud Cloth, and etc. In addition, the ministry conducts various activities to promote marketing of Thai GI products which result in the revenue increased for more than 360 million Thai baht to farmers and community enterprises. The project was the collaboration between the DIP and Central Group as Thai GI corner set up in 108 branches of Tops Supermarket and Central Food Hall across the country.

5 การปกป้องคุ้มครองและส่งเสริมการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

Protect Intellectual Property Rights and Promote Commercialization of Intellectual Property

โดยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้ใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา และนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ รวมทั้งปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจัง ส่งผลให้ในปี 2562 สหรัฐอเมริกาได้ประกาศสถานะการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทยให้ยังคงสถานะอยู่ในบัญชีประเทศที่ต้องจับตามอง (Watch List : WL) โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

Ministry of Commerce's efforts to increase the competitive advantage on intellectual property, encourage Thai business operators to use intellectual property and innovation to drive business growth and effectively suppress intellectual property infringements deliver impressive results as the US announcement in 2019 to keeps Thailand on the Watch List (WL). Some of notable achievements are shown below.

- **พัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา**และการป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้การปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาทั้งประเทศเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม และรณรงค์สร้าง

- **Development of IP protection system** and suppression of IP infringements by effectively collaborating among all relevant government agencies had led to concrete IP suppression results. The 'Stop Piracy' campaign aimed to raise awareness of Thai people using social media, so that they understand on the importance of respect for IP rights

จิตสำนึกในการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาให้กับทุกภาคส่วน เพื่อให้คนไทย “ไม่ซื้อ ไม่ขาย ไม่ใช้ของปลอม” ผ่านสื่อ Social Media โดยมีจำนวนผู้เข้าชมแฟนเพจของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ใน Facebook เพิ่มจาก 10,500 ราย เป็น 225,000 ราย รวมทั้งแก้ไขปัญหางานค้างสะสมในการจดทะเบียนสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การเพิ่มจำนวนผู้ตรวจสอบและการเสนอแก้ไขปรับปรุงกฎหมายสิทธิบัตรเพื่อให้ขั้นตอนการจดทะเบียนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ฯลฯ และได้เข้าร่วมเป็นภาคีพิธีสารมาดริดว่าด้วยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการไทยและต่างประเทศ ในการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ

• **พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย** ภายใต้ศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IP IDE Center) เพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดและพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยมีผู้ได้รับความรู้กว่า 2,000 ราย นอกจากนี้ จัดงานมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (IP Fair 2019) ภายใต้แนวคิด “GROW YOUR THOUGHTS ต่อยอดความคิด” มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 1,200 ราย และมีการเจรจาจับคู่ธุรกิจจำนวน 98 คู่ สร้างมูลค่าทางการค้าภายในงานกว่า 15 ล้านบาท รวมถึงสร้างช่องทางการเจรจาซื้อขายสินค้าทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม กว่า 600 รายการผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mart) มีผู้เข้าชมกว่า 290,000 ราย ทั้งนี้ ได้ให้บริการระบบเรียนรู้ทรัพย์สินทางปัญญาทางไกล (e-Learning) ผ่านเว็บไซต์ http://elearning.ipthailand.go.th และระบบศูนย์รวมความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา (E-Library) ผ่านเว็บไซต์ ให้กับผู้ประกอบการ นักประดิษฐ์คิดค้น นักสร้างสรรค์ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป โดยมีผู้เข้าใช้บริการรวมกว่า 1,200 คน

by not buying, selling or using infringed products. Visitors of DIP page on Facebook have increased from 10,500 to 225,000. Moreover, problems arising from backlog of patent and trademark applications have been solved by various measures, such as increase in patent and trademark examiners and proposal to revise the Patent Act to ensure more effective patent application procedures. Thailand has become parties of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks, which facilitates the international registration of trademarks for Thai and foreign business operators.

• **Development of Thai Business Operators’** capabilities through the Intellectual Property Innovation Driven Enterprise Center (IP IDE Center) which assists them in creating and developing products and services to satisfy market demand. Over 2,000 people have gained benefits from the IP IDE Center. IP Fair 2019 under the concept “Grow Your Thoughts, Build on Ideas” attracted over 1,200 visitors with successful 98 business matching creating economic value of over 15 million Baht. Moreover, DIP has enabled an online marketplace, IP Mart, for more than 600 IP and innovative products which has been reached by over 290,000 visitors. DIP also provides IP knowledge and information for business operators, inventors, creators, students and interested individuals through the e-learning platform (http://elearning.ipthailand.go.th) and the e-Library platform (http://elibrary.ipthailand.go.th). Over 1,200 users have been using knowledge services provided.

6 การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และเครือข่ายการตลาดสินค้าชุมชน
Create Value Addition for Local Communities' Products

พัฒนาศักยภาพและยกระดับการตลาดผลิตภัณฑ์ฐานราก OTOP ไทยสู่สากล โดยร่วมกับบริษัท คิง เพาเวอร์ แท็กซ์ฟรี จำกัด คัดเลือกสินค้า OTOP เพื่อจำหน่ายในร้าน OTOP STORE ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มูลค่าจำหน่าย 92.6 ล้านบาท ท่าอากาศยานภูเก็ต มูลค่าจำหน่าย 38.5 ล้านบาท และท่าอากาศยานดอนเมือง มูลค่าจำหน่าย 9.3 ล้านบาท ตลอดจนส่งเสริมให้มีการขายออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee รวมถึงพัฒนาจังหวัดจันทบุรีเป็นนครอัญมณี โดยจัดกิจกรรมอาทิ การพัฒนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเข้าสู่การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โครงการซื้อด้วยความมั่นใจ (Buy with Confidence) ผ่านใบรับรองของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ การตรวจรับรองมาตรฐานในภูมิภาค (Mobile Lab) การประกวดโครงการวิจัยด้านอัญมณีและเครื่องประดับ ฯลฯ นอกจากนี้ได้ส่งเสริมผู้ผลิตผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมเพื่อการต่อยอดเชิงพาณิชย์ รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ อาทิ จัดงานอัตลักษณ์แห่งสยาม ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ งาน Craft Bangkok 2019 ณ ไบเทคบางนา มีมูลค่าการจำหน่ายกว่า 180 ล้านบาท



Ministry of Commerce builds local Communities' market network and upgrades grassroots OTOP to international environment by collaborating with King Power Duty Free Co., Ltd. to market OTOP products in OTOP Stores in Suvarnabhumi Airport whose sales revenue was worth 92.6 million Baht, Phuket Airport whose sales revenue was 38.5 million Baht and Don Mueang Airport whose sales revenue was 9.3 million Baht. The products were also made available online on Shopee platform. In addition, Chantaburi province was put on the way to become a Gems City through various activities, including training program to familiarize enterprises with e-commerce, "Buy with Confidence" program with the issuance of Certificates by the Gem and Jewelry Institute of Thailand, Mobile Lab, and Gems and Jewelry Research Program contest, etc. In addition, efforts were made to encourage manufacturers and traders of handicrafts to commercialize their products and take part in marketing promotion activities held in the country and aboard, for example, Identity of Siam at Queen Sirikit National Convention Center and Bangkok Craft 2019 at BITEC Bang Na which generated sales worth over 180 million Baht.

7 การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการค้าส่งค้าปลีกไทย โดยดำเนินโครงการ "ค้าส่งรวมใจ โชห่วยไทยคู่สังคม"

Enhance Potentiality of Thai Wholesalers and Retailers

โดยร่วมมือกับสมาคมค้าส่ง/ค้าปลีก ร้านต้นแบบของกระทรวงพาณิชย์ ลดราคาสินค้าอุปโภค/บริโภคลงร้อยละ 20-50% (ระหว่างวันที่ 27 เมษายน – 5 พฤษภาคม 2562) มีร้านค้าส่งเข้าร่วม 110 ราย ร้านค้าปลีกเข้าร่วม 5,700 ราย เกิดมูลค่าการซื้อขายประมาณ 1,300 ล้านบาท นอกจากนี้ ร่วมกับพันธมิตรพัฒนาผู้ประกอบการโชห่วยไทยโดยปรับภาพลักษณ์ร้านค้าโชห่วยและร้านค้าธงฟ้าประชารัฐให้สะอาดเป็นระเบียบ ลดปริมาณสต๊อกให้เหมาะสม หาช่องทางเพิ่มรายได้ โดยใช้ระบบที่ช่วยในการเก็บข้อมูลการขาย (Point of Sale System : POS) สนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงินในการจัดหาสินค้าราคาประหยัด และให้ความรู้การบริหารจัดการสมัยใหม่ รวม 2,900 ราย คาดว่าจะทำให้ร้านค้าโชห่วยและร้านค้าธงฟ้าประชารัฐมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20



Ministry of Commerce enhances the potentiality of Thai wholesalers and retailers by implementing a program entitled "Wholesalers Come Together, Thai Mom and pop Stores are Part of our Society" in collaboration with Thai Wholesalers/Retailers Association and Ministry of Commerce's model stores to cut prices of daily necessities down by 20-25% (during 27 April-5 May 2019). 110 Wholesalers and 5,700 retailers joined the program which generated approximately 1,300 million Baht of sales. In addition, the Ministry collaborated with partners to upgrade mom and pop store by giving mom and pop stores and Pracharat Blue Flag stores new, brighter images, helping them to reduce stocks and creating new ways for them to earn income through the introduction of Point of Sale System (POS), provision of access to loans from financial institutions to help them procure affordable priced products, and provision of knowledge of modern business management. The assistance was provided to 2,900 stores and expected to help mom and pop stores and Pracharat Blue Flag stores to raise their income by more than 20%.

8 การส่งเสริมการสร้างอาชีพด้วยธุรกิจแฟรนไชส์
Promote Building Careers with Franchised Businesses

โดยนำเสนอธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีมูลค่าไม่สูงมากที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการรายย่อย ไปจัดงาน “แฟรนไชส์สร้างอาชีพ” ในจังหวัดต่าง ๆ แล้วรวม 20 ครั้ง มีเจ้าของแฟรนไชส์เข้าร่วมแสดงธุรกิจจังหวัดละ 50 ธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้มีรายได้น้อย และผู้ว่างงาน รวมกว่า 50,000 ราย มีผู้ซื้อแฟรนไชส์ 1,000 ราย เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจประมาณ 34 ล้านบาท

Ministry of Commerce promotes career building by introducing reasonable priced franchises that suited small enterprises; “Franchises for Careers” Fair had already been organized 20 times in various provinces. In each province, franchisors from 50 businesses participated. The target audience for such trade fair included National Welfare Card holders, people with lower income and unemployed individuals. 1,000 franchises worth approximately 34 million Baht in total were sold.

9 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่ม
Enhance Business Operators’ Capacity and Value Addition

ดำเนินการส่งเสริมเพื่อสร้างผู้ประกอบรายใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ รวมทั้งส่งเสริมการขยายตลาดในต่างประเทศ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- **พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้เข้มแข็งแข่งขันได้ภายในประเทศ** ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจ กว่า 15,000 ราย ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจประมาณ 1,400 ล้านบาท โดยการสร้างผู้ประกอบรายใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิมให้มีแนวคิดในการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรม สร้างความตระหนักและความตื่นตัว จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการ การจัดทำแผนธุรกิจและแผนการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ รวมถึงให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว ณ สถานประกอบการ และพัฒนา

Ministry of Commerce works to enhance Thai businesses’ capability with a view to developing new entrepreneurs, encouraging existing entrepreneurs to create value addition for their goods and services and expanding their sales into international markets. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

- **Enhanced Business Operators’ Potentiality** to make them more competitive in the domestic market by organizing training programs focusing on starting businesses; over 15,000 individuals participated in the programs and generated economic activities worth approximately 1,400 million Baht. The training aimed to encourage new and existing business operators to utilize innovation to propel their

ศักยภาพธุรกิจบริการไทยให้มีการบริหารจัดการตามมาตรฐานสากล เน้นธุรกิจบริการเป้าหมาย อาทิ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก แฟรนไชส์ การท่องเที่ยว สุขภาพ การให้บริการโลจิสติกส์ ธุรกิจบริหารทรัพย์สิน สำนักงานบัญชี ฯลฯ รวมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ ด้วยการสร้างความตระหนักการประกอบธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โดยให้ความรู้และกำกับดูแลการประกอบธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมาย และสร้างโอกาสให้เข้าถึงแหล่งทุน

• **พัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่** โดยสถาบัน New Economy Academy : NEA ได้จัดอบรมการประกอบธุรกิจแบบครบวงจร จำนวน 10,340 ราย อาทิ หลักสูตร “NEW ECONOMY DRIVER” พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หลักสูตร “IT for SMEs เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล” เพื่อต่อยอดสมรรถภาพของธุรกิจ ทั้งนี้ มีผู้สนใจเข้ารับชมเฟสบุ๊คของสถาบัน NEA จำนวน 2.5 ล้านราย ผู้กดไลค์เพจ จำนวน 25,400 ราย และผู้ติดตามเพจ จำนวน 25,700 ราย



เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมส่งออก ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้า อาทิ โครงการ T–Style : Big Toy Design โครงการ Design Excellence Award (Demark) : นิทรรศการ Demark และ Gmark โครงการ Thailand Trust Mark (T-mark) มีผู้ประกอบการไทยได้รับการพัฒนา จำนวน 876 ราย รวมถึงสร้างโอกาสในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้แข่งขันได้

businesses. They were encouraged to be aware of, enthusiastic about and inspired to have entrepreneurial mindset and be knowledgeable about forming business and marketing plans and how to create value addition for their goods and services. Consultations services at the businesses’ own locations were provided. Targeted Thai services businesses, including among other things, retail business, franchises, tourisms business, healthcare services and logistics services, were developed so that their business management could meet internationally accepted standards. Also, the Ministry aimed to build confidence in businesses by enhancing awareness of good governance in business practices, promoting knowledge of legal environment for businesses, enforcing relevant laws and providing access to funding sources.

• **Developed Entrepreneurs for New Era of Trade** by New Economy Academy (NEA) which organized training courses covering all doing business related topics for 10,340 participants. The courses provided included, among others, “New Economy Driver” which aimed to enhance businesses’ potentiality and competitiveness in both domestic and international markets, and “IT for SMEs” which delivered knowledge of digital technology that could be utilized to further businesses. In addition, NEA’s Facebook page had 2.5 million visitors, 25,400 likes and 25,700 followers.

Enhanced Business Operators’ Potentiality and Created Value Addition in Exports-oriented Industry by hosting marketing promotion events and events for value addition tools. The events included, among others, T–Style, Big Toy Design, Design Excellence

ในต่างประเทศ โดยลงพื้นที่พบเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA ในการขยายตลาด การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการ อาทิ “โลจิสติกส์ชายแดนไทย - เมียนมา โอกาสทองการค้าชายแดน” “พัฒนานวัตกรรมการบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์นม” “พลิกวิกฤตเป็นโอกาสอุตสาหกรรมเนื้อโคไทย สู่การเปิดเสรีการค้า” “การค้าก้าวไกล...ก้าวไปกับการใช้สิทธิประโยชน์” “จัดทัพโคนมไทยบุกตลาดต่างประเทศด้วย FTA” “รู้รอบ ASEAN รอบรู้ RCEP” “อนาคตส่งออกไทยกับพลวัตของสงครามการค้า Trade war” “ต่อยอดสินค้าชาไทยโดยใช้ FTA” ฯลฯ มีผู้ได้รับความรู้รวม 5,900 ราย



Award (Demark) program, Demark and Gmark Exhibitions, and Thailand Trust Mark (T-mark) program, and helped to develop 876 entrepreneurs. Also, efforts were made to encourage entrepreneurs to explore opportunity in foreign markets. These included visits to local communities to familiarize farmers and enterprises with utilizing FTAs to expand their markets and knowledge of manufacturing standards and meeting market’s demands under various programs such as those entitled “Thailand-Myanmar Border Logistics: the Golden Opportunity,” “Turn Crisis into Opportunity, Thai Beef Industry to Trade Liberalization,” “Trade Advances,” “Go Far with Trade Preferences,” “Thai Beef to International Markets through FTAs”, “Know ASEAN, Know RCEP,” “Future of Thailand’s Exports and Dynamism of Trade War,” “Trade War,” “FTA to Boost Thai Tea Products, ”etc. Knowledge was shared to 5,900 participants.

10 การส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
Promote e-Commerce

ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเพิ่มช่องทางการค้าออนไลน์ และเชื่อมโยงขยายฐานผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมให้สินค้าชุมชนขยายตลาดในต่างประเทศ โดยมีผลการดำเนินงานสำคัญ ดังนี้

- **พัฒนาธุรกิจไทยในการใช้ e-Commerce** เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด โดยอบรมสัมมนา อาทิ “สร้างธุรกิจสู่ e-commerce” “เทคนิคการขายสินค้าออนไลน์” “ภาษีสำหรับร้านค้าออนไลน์” ฯลฯ มีผู้ได้รับความรู้รวม 2,330 ราย

Ministry of Commerce promotes e-commerce to enable SMEs to expand into online trade channels and consumer bases in both domestic market and abroad and promote community goods in international markets. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

- **Developed Thai businesses** to enable them to utilize e-Commerce to increase marketing opportunity through arranging various seminars,



• **ส่งเสริมและพัฒนาตลาดการค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ "Thaitrade.com"** ซึ่งเป็นตลาดกลางของกระทรวงพาณิชย์ โดยดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ การพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัลและระบบนิเวศเพื่อส่งเสริม SMEs สู่สากล การพัฒนาและส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ ได้จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ให้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำของโลก อาทิ Amazon, Tmall, JD, Lazada กับผู้ประกอบการไทย ทั้งนี้ เว็บไซต์ Thaitrade.com มีสมาชิกใหม่ 2,085 ราย มีผู้เข้าเยี่ยมชมกว่า 1 ล้านราย มีการเจรจาจับคู่ธุรกิจ จำนวน 978 คู่ มีความต้องการซื้อผ่านระบบ Buying Request จำนวน 3,163 ครั้ง

• **ส่งเสริมการค้าออนไลน์ร่วมกับพันธมิตรแพลตฟอร์มชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ** อาทิ ส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าชุมชนเข้าสู่แพลตฟอร์ม Shopee ภายใต้ชื่อ "ของดีออนไลน์ by DBD" ปัจจุบันมีสินค้าชุมชนที่พร้อมจำหน่าย 5 หมวดสินค้า มากกว่า 460 รายการ และจัดทำร้านค้า Thai Flagship Store บนเว็บไซต์ชั้นนำ Tmall.com ของ Alibaba ปัจจุบันมีสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวขายบน Thai Rice Flagship Store แล้ว รวม 160 รายการสินค้า (SKUs) จาก 12 แบรนด์ ยอดขายกว่า 100 ล้านบาท และจะเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น เช่น สินค้าเกษตรนวัตกรรม อาทิ น้ำนมข้าว เครื่องสำอางจากข้าว ฯลฯ

including those entitled "Build Businesses for e-Commerce," "Techniques for Online Trade," "Taxes for Online Stores," etc. Knowledge was passed on to 2,330 participants.

• **Promoted and Developed Online Marketplace** on "thaitrade.com," Ministry of Commerce's central platform. Several programs were held, e.g., program to develop market and ecosystem for e-Commerce to internationalize SMEs. Under the program to develop and promote international e-Commerce, a business-matching between leading global e-Commerce platforms, such as Amazon, Tmall, JD and Lazada, and Thai businesses. Thaitrade.com had 2,085 new members and more than 1,000,000 visitors, matched 978 pairs of businesses, and facilitated 3,163 transactions on its Buying Request system.

• **Promoted Online Trade** in collaboration with leading partner platforms in domestic markets and aboard through activities such as promoting local communities' businesses, under the name "Kongdeeonline by DBD," in Shopee, which had, to date, featured 5 categories, totaling over 460 items, of local communities' products ready for sale. Also, Thai Flag Ship Store was opened on Alibaba's Tmall.com. To date, 160 rice and rice products (SKUs) from 12 brands were available on Thai Rice Flag Ship Store and made more than 100 million Baht of sale revenue. Wider range of products, including innovative agricultural products such as rice milk and cosmetic products derived from rice, would soon be introduced.

11 การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Promote International Trade

โดยเข้าร่วมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกับคู่ค้าและคู่ภาคีระดับต่างๆ เพื่อขยายความร่วมมือทางการค้าและลดอุปสรรคทางการค้าของประเทศ ตลอดจนใช้กลยุทธ์รักษาตลาดเดิมเพิ่มตลาดใหม่ สร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม ส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ ฯลฯ และเน้นสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้สินค้าไทยที่ได้มาตรฐาน โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

• เข้าร่วมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

เพื่อขยายความร่วมมือทางการค้าการลงทุนและร่วมแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่างๆ ในกรอบการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) กรอบอาเซียน กรอบทวิภาคีและพหุภาคี โดยในปี 2562 ไทยในฐานะประธานอาเซียนได้เสนอประเด็นด้านเศรษฐกิจที่ไทยผลักดันเพื่อให้อาเซียนร่วมกันขับเคลื่อนให้บรรลุผลสำเร็จในปี 2562 (Priority Economic Deliverables) ภายใต้แนวคิด “ร่วมมือ ร่วมใจ ก้าวไกล และยั่งยืน” ซึ่งมีประเด็นด้านเศรษฐกิจ



Promoting International Trade by Engaging Trading Countries and Partners in trade negotiations at all levels to expand trade cooperation opportunity, reduce barriers to the country’s trade and by adopting “keep traditional markets, develop new markets” strategy to build strategic partnership, develop niche markets, promote target industrial clusters, etc., as well as create images and confidence in Thai products that meet standards. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

• Participated in International Trade Negotiations

to expand trade and investment cooperation and resolve trade problems under frameworks of free trade agreement (FTA), ASEAN, and bilateral and multilateral trade negotiations. In 2019, Thailand, as the ASEAN Chairman, proposed “Priority Economic Deliverables” that ASEAN would jointly drive toward completion by the end of 2019 under the theme “Advancing Partnership for Sustainability.” The deliverables comprised 13 issues under 3 pillars, namely preparing for the future, e.g., preparing ASEAN for the 4th Industrial Revolution, connectivity, e.g., expanding ASEAN Single Window to cover all 10 member states, and promoting food gastro-tourism and sustainable development, e.g., promoting renewable energy, sustainable fishery. To this end,

ที่จะผลักดัน 13 ประเด็น ภายใต้ 3 ด้านหลัก ได้แก่ รองรับอนาคต เช่น การเตรียมความพร้อมของอาเซียนในการรับมือกับการปฏิวัติอุตสาหกรรม ครั้งที่ 4 ความเชื่อมโยง เช่น การเชื่อมโยงระบบศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดเดียว ให้ครบทั้งอาเซียน 10 ประเทศ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น การส่งเสริมพลังงานหมุนเวียน การประมงที่ยั่งยืน เป็นต้น โดยในเสาเศรษฐกิจดำเนินการประสบความสำเร็จหลายเรื่อง อาทิ การลงนามความตกลงการค้าบริการของอาเซียน การลงนามพิธีสารฉบับที่ 4 เพื่อแก้ไขความตกลงการลงทุนของอาเซียน การได้ข้อสรุปการเจรจาจัดทำความตกลงยอมรับร่วมผลการตรวจสอบและรับรองผลิตภัณฑ์ยานยนต์ของอาเซียน (ASEAN MRA on Type Approval for Automotive Products) การได้ข้อสรุปการเจรจาปรับปรุงพิธีสารว่าด้วยกลไกระงับข้อพิพาทด้านเศรษฐกิจของอาเซียน การได้ข้อสรุปการเจรจาข้อบทว่าด้วยระเบียบปฏิบัติด้านกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน เพื่อรองรับระบบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าด้วยตนเองของอาเซียนให้สามารถเริ่มใช้งานได้ รวมถึงเร่งผลักดันให้สรุปผลการเจรจาจัดทำความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ให้บรรลุผลสำเร็จโดยเร็วตามเป้าหมายในปี 2562

นอกจากนี้ ได้เข้าร่วมประชุมและเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรีกับประเทศคู่เจรจา อาทิ FTA ไทย-ตุรกี FTA อาเซียน-จีน FTA อาเซียน-เกาหลีใต้ FTA อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ประชุมคณะกรรมการเจรจาการค้า BIMSTEC ภายใต้กรอบความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation : BIMSTEC) รวมถึงการเจรจาจัดทำความร่วมมือทางการค้ากับประเทศคู่ค้า

the economic pillar made several notable success, for example, the signing of the ASEAN Trade in Services Agreement and the 4th Protocol to Amend the ASEAN Comprehensive Investment Agreement, the finalization of the ASEAN MRA on Type Approval for Automotive Products, the conclusion of the negotiations to improve the ASEAN Protocol on Enhanced Dispute Settlement Mechanism, the conclusion of the negotiations on the provision of the Operational Procedure for the ASEAN Rules of Origin to operationalize the self-certification within ASEAN, and the concurrence to work towards the conclusion of the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) negotiations by the end of 2019 as per the target set forth earlier.

Moreover, the Ministry attended and hosted many international trade-related meeting, including bilateral and regional FTA negotiations meetings, such as Thailand-Turkey FTA, ASEAN-China FTA, ASEAN-Republic of Korea FTA, ASEAN-Australia-New Zealand FTA, and Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation (BIMSTEC) Trade Negotiating Committee, trade cooperation consultations, such as Thailand-Sri Lanka Sub-committee on Trade Related Matters, and Thailand-Eurasia Ministerial Consultations which ended with the signing of the MOU for the cooperation between the Kingdom of Thailand and the Eurasian Economic Commission, Meetings under APEC Framework, such as APEC Economic Leaders' Meeting, APEC Ministers Responsible for Trade Meeting, and APEC Senior

อาทิ การประชุมคณะอนุกรรมการด้านการค้าไทย-ศรีลังกา การหารือระดับรัฐมนตรีและการลงนามบันทึกความร่วมมือระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยและคณะกรรมาธิการเศรษฐกิจยูเรเชีย การประชุมในกรอบเอเปค อาทิ การประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค การประชุมรัฐมนตรีการค้าเอเปค การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสเอเปค การประชุมคณะกรรมการว่าด้วยการค้าและการลงทุน การประชุมภายใต้กรอบองค์การการค้าโลก รวมทั้งมีการเดินทางเยือนประเทศต่างๆ ของผู้บริหารระดับสูง อาทิ จีน บาห์เรน อินเดีย ฯลฯ



• **เร่งรัดขยายตลาดส่งออกเชิงรุก** ส่งเสริมการขยายตลาดทั้งในรูปแบบตลาดดั้งเดิม (Physical) และ ตลาดออนไลน์ (Digital Market) มีผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมไปขยายตลาดผ่านกิจกรรมทางการตลาด จำนวน 4,000 ราย สามารถเจรจาจับคู่ธุรกิจจำนวน 3,500 คู่ มีมูลค่าการเจรจาการค้ารวม 5,700 ล้านบาท โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า The 13th Cambodian and Import-Export Products Exhibition จัดงานแสดงสินค้าไทย “TOP Thai Brands” ในประเทศกัมพูชา เมียนมา ลาว อินเดียและบังกลาเทศ จัดงานแสดงสินค้า “Mini Thailand Week” ณ ประเทศเมียนมาและลาว

Officials’ Meeting, APEC Committee on Trade and Investment, meetings under the WTO framework, and visits of high-level officers to China, Bahrain, India, etc.

• **Proactively Expanding Export Markets** by targeting both physical and digital markets. Over 4,000 business operators had benefited from joining marketing activities while business-matching connected 3,500 pairs of potential business partners and generated trade deals worth 5,700 million Baht. Major activities included leading trade mission to the 13th Cambodian and Import-Export Products Exhibition, hosting “TOP Thai Brands” exhibitions in Cambodia, Myanmar, Lao PDR, India and Bangladesh, hosting “Mini Thai Week” fairs in Myanmar and Lao PDR, and arranging mission comprising high level executives and private sector representatives to visit China, Bahrain, UAE, South Korea, Japan, Germany, India and the US to develop relations and discuss ways and means for economic, trade and investment cooperation. Also, trade negotiations and business matching for consumer products and premium fruits were held at Centara Grand Hotel, Bangkok; 209 international buyers and importers from department stores, retail stores and On-line Platform were invited to negotiate trade with 628 Thai SMEs. 1,847 Business pairings were established, and purchasing orders worth in total 4,000 million Baht were made.

รวมทั้งนำคณะผู้บริหารระดับสูงและภาคเอกชนเดินทางเยือนประเทศจีน บาห์เรน สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เยอรมนี อินเดีย และสหรัฐอเมริกา เพื่อสร้างความสัมพันธ์และหารือแนวทางความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า การลงทุน กับผู้บริหารระดับสูงภาครัฐและเอกชน ตลอดจนจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและผลไม้พรีเมี่ยม ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ กรุงเทพฯ โดยได้เชิญผู้ซื้อและผู้นำเข้าต่างชาติ จำนวน 209 ราย ในกลุ่มห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก และแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ (On-Line Platform) มาเจรจาธุรกิจกับผู้ประกอบการ SMEs ของไทย 628 ราย เกิดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ จำนวน 1,847 คู่ มูลค่าสั่งซื้อรวม 4,000 ล้านบาท

- **ส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์** มีผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมไปขยายตลาดต่างประเทศ จำนวน 3,144 ราย เกิดมูลค่าการสั่งซื้อรวมกว่า 105,000 ล้านบาท โดยมีกิจกรรมสำคัญ เช่น กลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร เข้าร่วมงานแสดงในประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย กลุ่มสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว จัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 169 ราย ผลการจับคู่เจรจาธุรกิจ จำนวน 1,000 คู่ มูลค่าสั่งซื้อสินค้าทันที 1,500 ล้านบาท มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 30,000 ล้านบาท กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ และออสเตรเลีย รวมถึงในไทย นอกจากนี้นำผู้แทนการค้าสินค้าไปเจรจาการค้าที่ประเทศลาว กัมพูชา เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย กลุ่มสินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ จัดงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ผู้ประกอบการเข้าร่วม จำนวน 1,021 ราย มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าทันที

- **Promoting Targeted Industrial Clusters,** linking 3,144 businesses to international market and generating orders worth in total more than 105,000 million Baht. Major activities included leading Agricultural Products and Foods Cluster to join trade fairs in the US, Germany, UAE, Japan and Malaysia, hosting business-matching session for Rice and Rice Products Cluster which was participated by 169 Thai businesses, and created 1,000 business pairings, immediate purchase order worth 1,500 million Baht and purchase expected within the next 1 year worth approximately 30,000 million Baht, leading Industrial Products Clusters to trade exhibitions organized in the US, Germany, UAE, Australia and Thailand, and leading trade missions to trade negotiations held in Lao PDR, Cambodia, Viet Nam, Philippines and Indonesia. For Fashion and Lifestyle Product, STYLE Bangkok was organized at Bangkok International and Exhibition Centre (BITEC) and joined by 1,021 exhibitors; it generated immediate purchase order worth 850 million Baht and purchase expected within the next 1 year worth approximately 4,000 million Baht. Also, trade mission for the cluster



850 ล้านบาท มูลค่าคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี ประมาณ 4,000 ล้านบาท และได้นำผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ณ เขตบริหารพิเศษฮ่องกง และอิตาลี นอกจากนี้ ยังจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ครั้งที่ 63 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี มีผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้ส่งออกไทยและต่างชาติเข้าร่วมแสดงสินค้ารวม 821 บริษัท/ 1,852 คูหา มีผู้เข้าเยี่ยมชมงานกว่า 14,000 ราย มีมูลค่าการสั่งซื้อรวมกว่า 2,000 ล้านบาท และกลุ่มสินค้าธุรกิจและบริการ ได้จัดนิทรรศการแสดงสินค้าและบริการของธุรกิจบริการการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของไทยภายในงาน Style Bangkok 2018 และนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับภาพยนตร์และคอนเท็นต์ ณ ประเทศสหรัฐฯ และฮ่องกง รวมทั้งเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศเยอรมนี ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฯลฯ และงานแสดงสินค้าด้านความงามในประเทศเยอรมนี และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

was established and led to exhibitions in Hong Kong and Italy. The 63th Gems and Jewelry Fair was held at IMPACT Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani. The fair featured 821 companies/1,852 booth of Thai and international manufacturers, distributors and exporter, attracted over 14,000 visitors and generated over 2,000 million Baht of orders. In addition, for Business Service and Services Cluster, the exhibition showcasing Thailand's printing and packaging services was held during Style Bangkok 2018. Business operators in this sectors were led to trade fairs featuring film and content industry in the US and Hong Kong, trade exhibitions in Germany, Australia, South Korea, Japan, Taiwan, etc., and beauty product trade fairs in Germany and UAE.





นโยบายการส่งเสริมบทบาท และการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน

Policies to Promote Roles and Utilization of Opportunities in the ASEAN Community

รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ในภูมิภาคอาเซียนและขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

The government has policies to promote economic, trade and investment linkages in the ASEAN region and expand economic cooperation with neighboring countries. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

1 จัดงานเชื่อมโยงความสัมพันธ์และความร่วมมือในภูมิภาค
Host Events to Strengthen Intra-Regional Relations and Cooperation

• จัดงาน CLMVT Forum 2019 : CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia และงาน CLMVT Follow Up เพื่อกระชับความสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนของประเทศสมาชิก รวมทั้งยกระดับให้สามารถแข่งขันได้ในโลกยุคใหม่ที่เชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อ มีผู้เข้าร่วมงาน 800 ราย



• จัดงาน "หุ้นส่วนเศรษฐกิจชายแดนไทย – กัมพูชา" เพื่อผลักดันการค้าชายแดนและการลงทุนร่วมกัน รวมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างกัน ณ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีผู้แทนภาครัฐและเอกชนจากจังหวัดชายแดนทั้งสองฝ่ายร่วมประชุมหารือ ทั้งนี้ ได้มีการเจรจาจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทย - กัมพูชา รวม 80 ราย จาก 4 กลุ่มธุรกิจ อาทิ กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มธุรกิจยานยนต์และอะไหล่ เกิดมูลค่าการสั่งซื้อทันทีกว่า 30 ล้านบาท

• Host CLMVT Forum 2019: CLMVT as the New Value Chain Hub of Asia and CLMVT Follow Up to enhance relationship, build economic, trade and investment networks among member countries, and enhance the region's competiveness in the seamless world. The events welcomed 800 participants.

• Host Thailand – Cambodia border Trade Partnership in Sa Kaeo to mutually propel border trade and investment and resolve problems that impeded the bilateral trade. Representatives from government agencies and private sectors from both side's border provinces joined the consultations. In addition, business-matching among 80 business entrepreneurs from 4 business sectors, e.g., food and beverages, consumer products and automotive vehicle and accessories from Thailand and Cambodia was organized and resulted in purchase orders made onsite worth over 30 million Baht.

• Host Southern Region Border Trade Fair in Narathiwat, comprising 80 booths of Thai exhibitors and 40 booths of Malaysian exhibitors. Total trade made onsite was worth more than 3 million Baht. In addition, business-matching between Thailand and Malaysia's businesses resulted in purchase orders made onsite worth over

• **จัดงานมหกรรมการค้าชายแดนภาคใต้ ณ จังหวัดนราธิวาส** มีผู้ประกอบการไทยร่วมงานรวม 80 คูหา และผู้ประกอบการมาเลเซียร่วมออกบูธรวม 40 คูหา มีมูลค่าการซื้อขายภายในงานกว่า 3 ล้านบาท นอกจากนี้ มีการเจรจาจับคู่ธุรกิจ ระหว่างผู้ประกอบการไทย - มาเลเซีย มียอดซื้อขายทันทีประมาณ 4 ล้านบาท และคาดว่าจะซื้อต่อเนื่องภายใน 1 ปีอีกกว่า 65 ล้านบาท

• **นำคณะผู้ประกอบการไทยเดินทางเยือนประเทศกัมพูชา อินโดนีเซีย และเมียนมา** โดยมีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมกว่า 80 ราย ครอบคลุมสินค้าต่างๆ อาทิ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยาและเวชภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ อสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ สามารถเจรจาจับคู่ธุรกิจระหว่างกันกว่า 43 ล้านบาท

4 million Baht while the value of purchase orders expected to be made in the next one year was estimated at over 65 million Baht.

• **Arrange Trade Missions to Visit Cambodia, Indonesia and Myanmar** which were joined by more than 80 Thai entrepreneurs and covered various products, such as food and beverages, cosmetics, medicine and medical products, furniture, real estate, et cetera. Business-matching was worth over 43 million Baht in total.

2 การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน

Implement the Young Entrepreneur Network Development Program : YEN - D Program

(Young Entrepreneur Network Development Program : YEN - D Program) ได้สร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการรุ่นใหม่รวม 1,332 ราย (ตั้งแต่เริ่มโครงการปี 2558) โดยมีการเจรจาจับคู่ธุรกิจการซื้อขายการค้าและการลงทุน เป็นมูลค่ารวมกว่า 4,100 ล้านบาท สามารถสร้างโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยขยายการค้าการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านได้เพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งในปี 2562 ได้ขยายการสร้างเครือข่ายให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และกัมพูชา มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 150 ราย

YEN-D Program has created a network of 1,332 young entrepreneurs since the beginning of the program in 2015. The total trade and investment values of business matching between YEN-D program participants have further increased to exceed 4,100 million Baht. Each year, the program is able to expand trade and investment opportunities and values between Thailand and neighboring countries. In 2019, the program connected Thai entrepreneurs to 150 young entrepreneurs.



นโยบายการส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ

Policies to Promote Good Governance in State Administration and Prevention of Corruption and Malfeasance

รัฐบาลได้เร่งปรับปรุงวิธีการปฏิบัติราชการโดยนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการประชาชน รวมทั้งเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนสนับสนุนเครือข่ายต่างๆ เพื่อสอดส่อง เฝ้าระวังการปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ให้ทุจริต โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

The government undertakes to accelerate the improvement of public sector's operation by using technology to improve public services, promote integrity and moralism, and support its watchdog network to guard against misconducts among government's officers. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

1 พัฒนาการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้าแก่ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์

Improve Services and Trade Facilitation Process for Businesses and General Public by Adopting Electronic System

• **บริการจดทะเบียนนิติบุคคลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Registration)** รองรับทุกกระบวนการของการจดทะเบียนตั้งแต่การจองชื่อนิติบุคคล การยื่นคำขอจดทะเบียน (จัดตั้ง แก้ไข แปรสภาพ เลิก ควบเสร็จ การชำระบัญชี) การชำระค่าธรรมเนียม และการรับหนังสือรับรองนิติบุคคล โดยนำ Digital Signature หรือการลงลายมือชื่อด้วยเทคโนโลยีมาใช้ และสามารถให้บริการแบบ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) โดยเปิดให้บริการตั้งแต่ 18 เมษายน 2560 ปัจจุบันมีผู้มายื่นจดทะเบียนผ่านทาง e-Registration จำนวน 18,546 ราย

• **บริการออกหนังสือรับรองนิติบุคคลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service)** ครอบคลุมบริการหนังสือรับรอง รับรองสำเนา ถ่ายเอกสารทะเบียน งบการเงิน บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของนิติบุคคลทุกประเภท รวมถึงหนังสือรับรองนิติบุคคลภาษาอังกฤษ ผ่านเว็บไซต์ www.dbd.go.th โดยสามารถเลือกรับเอกสารได้ 4 ช่องทาง ได้แก่ รับด้วยตนเอง (Walk in) ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ (EMS) พนักงานส่งเอกสาร (Delivery) และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD e-Certificate File) ตั้งแต่ตุลาคม 2561 – ปัจจุบันมีผู้มาใช้บริการแล้วกว่า 107,000 ราย

• **บริการยื่นขอจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (e-Filing)** ผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th และรับชำระเงินค่าธรรมเนียมด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ผ่านระบบ 4 ช่องทาง ได้แก่ เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ เคาน์เตอร์เซอร์วิส ตู้เอทีเอ็มหรือธนาคาร

• **E-Registration Service (e-Registration)** for every single step in the juristic person registration process, ranging from juristic person name reservation, submission of request forms (for establishment, transformation, dissolution, merger, liquidation), fee payment to picking up of juristic person certificate, has been made possible by means of Digital Signatures technology. The service is available in two languages (Thai-English) and has been operationalized since 18 April 2017. To date, 18,546 applicants have submitted their business registration request via e-Registration.

• **E-Service for the issuance of certificate (e-Service)** which covers the issuance of juristic person certificate (in Thai of English), document legalization, and the issuance of copies of business license, financial statement, list of shareholders, is available on www.dbd.go.th and has 4 document pick-up options, i.e. walk-in order pickup, postal express mail service (EMS), Delivery by messengers and DBD e-Certificate file. Since October 2018-present, more than 107,000 clients have used this service.

• **Intellectual Property Filing Service (e-Filing)** through www.ipthailand.go.th with 4 cash

ออนไลน์ และระบบออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนการรับชำระเงินค่าธรรมเนียมด้วยบัตรเดบิตหรือบัตรเครดิตผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ นับตั้งแต่เปิดระบบ e-Filing เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2561 มีผู้ยื่นคำขอเครื่องหมายการค้า รวม 8,244 คำขอ และสิทธิบัตร รวม 1,657 คำขอ



• **บริการคลังข้อมูลธุรกิจ (DBD Data Warehouse)** เผยแพร่ข้อมูลนิติบุคคล และงบการเงินที่ได้มีการประมวลและวิเคราะห์ให้เป็นข้อมูลสารสนเทศ เพื่อให้ธุรกิจทราบสถานะของตนเอง คู่แข่ง คู่ค้า สถานการณ์ทางธุรกิจ รวมถึงสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวิเคราะห์เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้ โดยให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ www.dbd.go.th ปัจจุบันมีผู้มาใช้บริการกว่า 1.1 ล้านราย (มกราคม – เมษายน 2562)

• **ยกระดับมาตรฐานงานบริการศูนย์บริการประชาชน** โดยส่งเสริมให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 76 จังหวัด ยกระดับมาตรฐานของศูนย์บริการประชาชน ให้ได้มาตรฐานของศูนย์ราชการสะดวก (Government Easy Contact Center : GECC) ซึ่งในปีงบประมาณ 2562 มีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดที่ผ่านการคัดกรองเบื้องต้น จำนวน 16 แห่ง ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น ชลบุรี ชุมพร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก นครพนม นราธิวาส พิจิตร พิษณุโลก มหาสารคาม ยะลา เลย สงขลา สมุทรสาคร และอ่างทอง

e-payment options, i.e., commercial banks, Counter Service, ATM or online banking, and mobile banking, and online payment using debit/credit card. Since e-Filing was launched in February 2018, it has received 8,244 trademark registration and 1,657 patent registration requests.

• **Business Information Service (DBD Data Warehouse)** provides access to juristic person and financial statement data that have been processed and analyzed into information so that businesses can gain insights into their status, competitors, partners and business situation and utilize the information to develop their business strategy. The service is available on www.dbd.go.th and, to date, has served more than 1.1 million clients (January-April 2019).

• **Upgraded services provided by service centers** by encouraging Regional Commercial Offices in 76 provinces to improve the standard of their service centers to meet the Government Easy Contact Center (GECC) Standard. In fiscal year B.E. 2562 (2019), Regional Commercial Offices in 16 provinces, i.e., Khon Kaen, Chon Buri, Chumphon, Chiang Mai, Chiang Rai, Tak, Nakhon Phanom, Narathiwat, Phichit, Phitsanulok, Maha Sarakham, Yala, Loei, Songkhla, Samut Sakhon and Ang Thong, already passed the basic level evaluation.

• **Developed Big Data** by integrating and aligning information kept by all agencies under Ministry of Commerce's purview to make effective

• **จัดทำข้อมูล Big Data** โดยการบูรณาการข้อมูลของทุกหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อใช้กำหนดมาตรการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และเผยแพร่สำหรับประชาชน ประกอบด้วย ข้อมูลส่งเสริมการสร้างอาชีพรายพื้นที่ การผลักดันเศรษฐกิจฐานราก การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปตามเป้าหมาย และการสนับสนุนองค์ความรู้ SMEs 360 องศา

use of them in the formulation of measures and to make them available to public. This included the information used in promoting area-based career building, promoting grassroots economy, promoting international trade to meet the prescribed goals and 360 degree knowledge support for SMEs program.

2 พัฒนาบุคลากรและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน
Human Resource Development and Enhancing Efficiency

โดยจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาสมรรถนะบุคลากร การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัย เพื่อให้บริการประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเป็นธรรม โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

• **พัฒนาระบบบริหารจัดการการเรียนรู้ด้วยตนเอง พร้อมระบบห้องเรียนเสมือน** โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและกระบวนการออกแบบการเรียนการสอนมาประยุกต์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้และแก้ปัญหาข้อจำกัดเกี่ยวกับสถานที่และเวลาเรียน โดยมีพื้นฐานของแนวคิดที่ว่า “การศึกษา คือการเรียนรู้ตลอดชีวิต เรียนที่ไหน เวลาใดก็ได้”

• **พัฒนาบุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพ** ได้จัดทำหลักสูตรนักบริหารการพาณิชย์ระดับสูง โดยพัฒนาข้าราชการระดับบริหารให้เป็นบุคลากรที่มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ทั้งด้านดิจิทัล ด้านการสื่อสาร โดยสร้างระบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งเรียนรู้ด้วยตนเอง เรียนรู้จากการปฏิบัติงาน และเรียนรู้จากการฝึกอบรม รวมทั้งได้ส่งเสริมการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ

Ministry of Commerce exerts effort to promote human resource development by implementing various capacity building programs for personnel and modernizing information technology to ensure convenient, fast and fair public services. Major achievements in this aspect are high-lighted below.

• **Developed self-learning management system and virtual classroom** by using digital technology and learning process design to improve learning’s efficiency and solve problems arising from the lack of time and space. The system has been based on the concept “Education is a Lifelong Learning. Learn Anywhere, Anytime.”

• **Developed personnel into professionals** by formulating a High Level Commercial Management Course to transform executive level government officials into professionals with skills necessary for

เพื่อสนับสนุนให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ตลอดจนการสื่อสารผ่านโครงการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และบูรณาการองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน

- **ส่งเสริมบุคลากรให้มีธรรมาภิบาล** ได้สนับสนุนให้เกิดการทำดี มีคุณธรรม โปร่งใส มีธรรมาภิบาล โดยจัดสัมมนาเพื่อปลูกฝังความซื่อสัตย์สุจริตและป้องกันการทุจริต อาทิ “เครือข่ายพาณิชย์เฝ้าระวังการทุจริต พิชิตคอร์รัปชัน” “ผลประโยชน์ทับซ้อนและการใช้ดุลพินิจในการบริหารงานภาครัฐ” และ “เสริมสร้างการดำเนินงานด้านการป้องกันการทุจริตและส่งเสริมคุ้มครองจริยธรรม” ฯลฯ โดยมีบุคลากรเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 1,300 คน นอกจากนี้ยังส่งเสริมสำนักงานพาณิชย์คุณธรรม โดยขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การประเมินที่เป็นมาตรฐานกลางในการคัดเลือกองค์กรคุณธรรม รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้มีคุณธรรมอันพึงประสงค์ 4 ประการ ได้แก่ พอเพียง มีวินัย สุจริต และจิตอาสา โดยมีหน่วยงานในสังกัดและกำกับกระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมเป็นหน่วยงานคุณธรรม จำนวน 12 หน่วยงาน และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด 76 จังหวัด



the 21st Century in both digital and communication perspectives. This was accomplished by creating diversified learning system, comprising self-learning, on the job training and in-class training, promoting systematic knowledge management to create a learning organization, and encouraging communications through learning culture building program to inspire knowledge exchange and knowledge integration.

- **Promoted Good Governance** among personnel by motivating them to adhere to the principles of merit, integrity, transparency and good governance through various seminars aiming to cultivate honesty and anti-corruption mindset, such as those entitled “MOC Network, Watch Out for Malfeasance, Defeat Corruption,” “Conflict of Interests and Using Discretion in the Administration of the State’s Affairs” and “Strengthening Anti-Corruption Efforts, Strengthen Moral Protection,” etc., participated by 1,300 personnel. In addition, it also promoted the Ethical Commercial Office by propelling its operations in accordance with the assessment criteria used as commonly accepted standard for the selection of ethical organization and inspiring its personnel to have 4 desirable virtues, i.e., self-sufficiency, discipline, honesty and public mindset. To this, 12 agencies under Ministry of Commerce’s purview and 76 Regional Commercial Offices have pledged to become ethical organizations.



บทความ
Articles

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก : สู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจประเทศ

ร้านค้า
ธงฟ้าประชารัฐ



สร้างมูลค่าเพิ่ม
สินค้าและขยายช่องทาง
จำหน่าย



ดูแลราคา
และเพิ่มมูลค่า
สินค้าเกษตร



ลดความเหลื่อมล้ำ
สร้างความเป็นธรรม
ทางการค้า

“ชุมชนมีรายได้
เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโต
ประชาชนห่างไกลความยากจน”





ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจประเทศ

Propel Grassroots Economy : Toward the Sustainability of the Country

"ชุมชนมีรายได้ เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโต ประชาชนห่างไกลความยากจน"

"Communities Earn Income, Local Economy Grows, People are Far from Poverty"

"เศรษฐกิจฐานราก" นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ภายใต้การบริหารงานของรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้กำหนดนโยบายในการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความเข้มแข็ง เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม ที่มุ่งเน้นการใช้กลไกต่างๆ ให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้ ลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้ และขจัดปัญหาความยากจน

"Grassroots Economy," is highly important to Thailand's economic growth. Under the administration of the current government, General Prayuth Chan-o-cha, Prime Minister has made the policy aiming at strengthening grassroots economy one of the strategies under the 20-year National Strategy on building opportunities for social equitability and equality which focuses on utilizing various mechanisms to generate economic development that helps local communities to be economically independent, reduces inequality, disperses income fairly and solves poverty problems.

กระทรวงพาณิชย์ มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมนโยบายรัฐบาล ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (Local Economy) ของประเทศ โดยใช้แนวทางขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามหลักประชารัฐ ให้เกิดการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม ในการสร้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ ลดปัญหาความไม่เสมอภาคในระดับชุมชน เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

บทบาทด้านการ “ยกระดับราคาสินค้าเกษตร” สร้างรายได้แก่เกษตรกรไทย กระทรวงพาณิชย์ได้เข้าไปดูแลราคาสินค้าเกษตร ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และผลไม้ ให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม เพียงพอต่อการดำรงชีพของเกษตรกร และมุ่งพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรและสินค้าเกษตรให้สามารถปรับตัวรองรับการแข่งขันในตลาดโลก ผ่านการใช้กลไกขับเคลื่อนที่เหมาะสมในแต่ละช่วงฤดูกาลการผลิต อาทิ การสนับสนุนการลดต้นทุนปัจจัยการผลิต การจัดอบรม สัมมนาให้ความรู้แก่เกษตรกร การเชื่อมโยงตลาดทั้งในและต่างประเทศผ่านการจัดกิจกรรม เช่น การส่งเสริมตลาดกลางสินค้าเกษตร การจัดงานแสดงสินค้า ตลอดจนได้จัดทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) กับภาคเอกชนเพื่อรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรสำคัญหลายชนิด การผลักดันนำสินค้าเกษตรไทยไปจำหน่ายบนช่องทางการค้าออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน การส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) รวมถึงการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรสำคัญแบบครบวงจร เช่น การจัดทำแผนผลักดันราคาข้าวทั้งระบบ การจัดทำยุทธศาสตร์ผลไม้ เป็นต้น

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าเกษตรให้ตรงกับความต้องการของตลาดโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทันสมัย อาทิ การส่งเสริม “เกษตรนวัตกรรม” ด้วยการสร้างเสริมความรู้ผ่านสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม

Ministry of Commerce has an important role in implementing the government’s policy in its efforts to develop the country’s local economy based on Pracharat Principle which focuses on utilizing a close collaboration among government, private sector and civil society to create jobs, build careers, disperse income and reduce problems arising from inequality at local community level to make the country’s overall economy grow with stability, prosperity and sustainability. Notable works are highlighted below.

Taking leading roles in “raising agricultural products’ price” to generate more income for Thai farmers : Ministry of Commerce undertakes to see to it that agricultural products’ prices, including rice, tapioca, maize and fruits, remain at reasonable level and that they are adequate to let farmers live their lives reasonably. It also aims to improve farmers’ and agricultural products’ potentiality so that they can cope with global competition. Appropriate mechanisms that fitted with characteristics of each crop growing season were rolled out; among other things, production input subsidy, training or seminars to enhance knowledge, linking products to markets inside and outside of the country through various activities such as promoting wholesale markets for agricultural products and trade fairs, establishing memorandum of understanding (MOU) on sales of major agricultural products with private sectors, encouraging agricultural products to enter popular online distribution channels, promoting utilization of preference market access under free trade agreements (FTA), and collaborating with relevant agencies to formulate comprehensive guidelines for the administration of major agricultural products such as a comprehensive plan to raise prices of rice and fruit strategy.



(Institute for Agricultural Product Innovation : APi) เพื่อสนับสนุนให้เจ้าของธุรกิจนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ไปพัฒนาต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร อีกทั้งยังได้ส่งเสริมตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทั้งการเจรจาจับคู่ธุรกิจ การจัดงานแสดงสินค้า และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมียอดสั่งซื้อสินค้าในกลุ่มเป้าหมายการส่งเสริมมีมูลค่ารวมกว่า 300 ล้านบาท

การส่งเสริมสินค้า “เกษตรอินทรีย์” และสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์หลายรูปแบบ อาทิ การจัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ การจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ การจัดงานแสดงสินค้าอินทรีย์ระดับชาติ เป็นต้น เพื่อช่วยขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศและนานาชาติ รองรับการขยายตัวของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ยังได้ส่งเสริมสินค้าในกลุ่ม “เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น” หรือสินค้าที่ได้รับการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือสินค้าจีไอ (Geographical Indication: GI) โดยสนับสนุนให้มีการจดทะเบียนเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าทางการตลาดให้เพิ่มขึ้น โดยเป็นสินค้าท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และคุณลักษณะทางภูมิศาสตร์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ หรือสินค้าที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาในชุมชน ที่มีเรื่องราวและ

In addition, Ministry of Commerce promotes the utilization of innovation and modern technology to create value addition to agricultural products to meet the market’s demand. Notable works include promoting “innovative agricultural products” by disseminating knowledge through the Institute for Agricultural Product Innovation (APi) to encourage business owners to avail themselves of modern technology to improve and create value addition to agricultural products and organizing marketing promotional and PR activities, such as marketing promotional events, business-matching, trade fairs and participating in international trade exhibition held inside and outside of the country, to popularize Thailand’s innovative agricultural products inside and outside of the country. To date, targeted products that were promoted has made over 300 million Baht of sales.

Promoting “organic agricultural products” and safe agricultural products by organizing promotional and developmental events for organic agricultural products, including, among other things, establishing organic agricultural product database, establishing organic agricultural product villages, hosting national trade exhibition for organic agricultural products, to popularize Thailand’s organic agricultural products and expand their market exposure domestically and internationally and prepare for the growing demand from health product market which is now getting more popular and rapidly expanding.

In addition, the ministry promotes “agricultural products with local identity” or products with registered geographical indications (GI products) by encouraging GI registration to create value addition and increase market value of the products. These GI products are locally produced products

ประวัติศาสตร์ ที่เชื่อมโยงกับแหล่งผลิต มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเป็นเวลายาวนาน อาทิ ไข่เค็มไชยา (สุราษฎร์ธานี) มะขามหวานเพชรบูรณ์ (เพชรบูรณ์) ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง (นครศรีธรรมราช) ฯลฯ ปัจจุบันสามารถส่งเสริมสินค้าจีไอของไทยขึ้นทะเบียนได้แล้วกว่า 100 รายการ และมีผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้าสู่ระบบจีไอมากกว่า 2,500 ราย ช่วยสร้างมูลค่าทางการตลาดได้ถึงกว่า 4,000 ล้านบาท

ขณะเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์ยังได้มุ่งเน้นการสร้างโอกาสและขยายช่องทางการค้าในสินค้าเกษตรควบคู่กันไปด้วย ด้วยการใช้ช่องทางตลาดที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลและส่งเสริมของกระทรวงฯ อาทิ ตลาดกลาง ตลาดสด และตลาดต้องชม ซึ่งเป็นกลไกที่ช่วยกระจายสินค้าเกษตรในแต่ละท้องถิ่นให้ถึงมือผู้บริโภคโดยตรง อีกทั้ง ยังมีการพัฒนาตลาดในภูมิภาคให้เป็นแหล่งรวมการค้าขายสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชน รวมถึงส่งเสริมการนำสินค้าเกษตรไทยออกขยายสู่ตลาดต่างแดนผ่านการจัดงานแสดงสินค้าเกษตรไทยในต่างประเทศและการจัดกิจกรรมขยายตลาดข้าวไทยเชิงรุก ตลอดจนการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรไทยอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดเมื่อเดือนมิถุนายน 2562 ได้มีการจัดทำความตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสมาคมการค้าและสมาคมตลาดสินค้าเกษตรจีนกับผู้ประกอบการตลาดกลางของไทย (ตลาดมรกต) เพื่อเน้นขยายตลาดสินค้าผลไม้ไทยสู่ตลาดจีน

ภารกิจอีกด้านของกระทรวงพาณิชย์ที่มีความสำคัญในการช่วยสร้างความเข้มแข็งต่อเศรษกิจฐานราก คือการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้มีรายได้น้อย ด้วย “โครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ” ซึ่งนอกจากจะเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดที่ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากปัญหาค่าครองชีพของประชาชนในพื้นที่แล้ว ยังเป็นจุดกระจายสินค้าชุมชนและพืชผลทางการเกษตร เป็นการช่วยสร้างโอกาสและเพิ่มรายได้ให้ผู้ผลิตสินค้าในท้องถิ่นและเกษตรกร และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การสร้างงาน เกิดเงินหมุนเวียนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น โดยดำเนินการในรูปแบบประชารัฐที่มีเครือข่ายร่วมกันระหว่างร้านธงฟ้าประชารัฐกับผู้ผลิต

with uniqueness and strong inherent geographical origin-base or products whose processing methods are closely combined with traditional knowledge, have rich background and long history that is closely tied to the place origin and have long been known among consumers. Among the most notable are Chiya Salted Egg (Surat Thani), Phetchabun Sweet Tamarind (Phetchabun), Tubtim Siam Pak Phanang pomelo (Nakhon Sri Thammara). To date, Thailand has already registered more than 100 GI products. More than 2,500 Local businesses have joined the GI system and generated more than 4,000 million Baht of market value.

Meanwhile, Ministry of Commerce also aims to create opportunities and expand market channels for agricultural products in parallel to aforementioned efforts. It makes effective use of market channel under its purview and promotional policy, including central wholesale markets, markets for fresh produces and Tong Chom markets, as a mechanism to distribute agricultural products from their local origin direct to consumers. It develops markets located in various regions to serve as trading hubs for local agricultural products and other products made by local communities. It encourages Thai agricultural products to be exported to foreign markets through organizing trade fairs for Thai agricultural products in various countries, organizing proactive rice promotional activities, and implementing PR activities for other Thai agricultural product continuously. Recently, in June 2019, the Memorandum of Understanding (MOU) was done between China Agricultural Trade and Wholesale Market Association and Thailand’s wholesale market operator (Talad Morakot) to expand Thailand’s fruit market into China.

สินค้าชุมชนและสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดใหญ่ที่มีคุณภาพเข้าด้วยกัน รวมทั้งกระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมมือกับกระทรวงการคลังและธนาคารกรุงไทย ในการจัดทำแอพพลิเคชั่น “ถุงเงินประชารัฐ” เพื่อสนับสนุนให้ร้านธงฟ้าประชารัฐ ร้านค้าขนาดเล็ก เข้าร่วมโครงการเพื่อจำหน่ายสินค้าแก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐได้นอกเหนือจากการรับจ่ายเงินผ่านเครื่องรูดบัตรอัตโนมัติ (EDC) เพียงอย่างเดียว ซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างยอดขายแก่ผู้ค้ารายย่อยในตลาดสด ร้านอาหารปรุงสำเร็จ และรถเร่ขายสินค้าได้ และช่วยให้ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐกว่า 14.5 ล้านคน สามารถเข้าถึงการซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม โดยกระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าหมายมีร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ และร้านค้ารายย่อยเข้าร่วมในโครงการจัดทำแอพพลิเคชัน “ถุงเงินประชารัฐ” ดังกล่าวได้ทั่วประเทศไม่ต่ำกว่า 100,000 ราย

นอกจากนี้ ยังได้ช่วยส่งเสริมยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ด้วยการบูรณาการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน และประชาชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และวิธีการทำตลาดผ่านการสร้างเรื่องราว (Story) ของสินค้าให้เป็นที่ “ต้องตา ต้องใจ และต้องซื้อ” รวมถึงการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้า OTOP ได้ง่ายขึ้น โดยผลักดันการจัดตั้งร้านค้า OTOP ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ 3 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดอนเมือง และภูเก็ต ทำให้สามารถยกระดับสินค้า OTOP ไทยสู่สากลให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปได้เพิ่มขึ้น โดยตั้งแต่ปี 2557 ถึงปัจจุบัน มียอดจำหน่ายสินค้า OTOP ณ ท่าอากาศยานทั้งสามแห่งแล้วกว่า 440 ล้านบาท



Another mission of Ministry of Commerce that is crucial to strengthening grassroots economy is improving the quality of living of people with lower income by implementing Pracharat Blue Flag Store program. The program is not only a distribution channel for lower price items that helps to alleviate people’s difficulties caused by cost-of-living problems but it also is a distribution point for local products and agricultural produces that helps to create opportunity and income for local producers and farmers. It helps also to disperse income, create jobs and generate cash flow in the local communities. The program is implemented under Pracharat Model which relies on a network of close collaboration among Pracharat Blue Flag Stores, producers of local products and large manufacturers of good quality products. Ministry of Commerce also collaborates with Ministry of Finance and Krung Thai Bank to develop “Pracharat Money Bag” Application to allow Pracharat Blue Flag Stores and smaller stores to participate in the program and sell products to National Welfare card holders through the application; this is additional alternative to accepting payment via electronic data capture (EDC) devices. The approach; therefore, helps to increase trade opportunity and sales for retailers in local markets and cooked food stores as well as those operating grocery trucks/food carts. It also makes buying products easier for more than 14.5 million National Welfare Card holders. Ministry of Commerce aims to attract no less than 100,000 Pracharat Blue Flag Stores and retailers from across the country to join “Pracharat Money Bag” Application program.

Moreover, the ministry aims to upgrade local products (One Tambon, One Product : OTOP) by integrating a collaboration among the government, private sectors and people to develop products,

ในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น กระทรวงพาณิชย์ยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดชุมชนเดิมในท้องถิ่นต่างๆ ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ผ่านโครงการ “ตลาดประชารัฐต้องชม” ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2559 เพื่อใช้เป็นกลไกในการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ขยายช่องทางการตลาดและสร้างรายได้แก่ชุมชน ภายใต้แนวคิด “เอกลักษณ์พาณิชย์ และอัตลักษณ์ชุมชน” ซึ่งมุ่งพัฒนาให้ตลาดมีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม มีการปิดป้ายแสดงราคาชัดเจน มีเครื่องชั่งเที่ยงตรง ตลอดจนยังสามารถรักษาขนบธรรมเนียม ศิลป วัฒนธรรม วิถีชีวิต และประเพณีของชุมชนไว้ได้

ขณะเดียวกัน ได้ต่อยอดขยายโครงการตลาดประชารัฐต้องชม เพื่อเชื่อมโยงภาคการค้ากับการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน โดยกระทรวงพาณิชย์ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อผลักดันตลาดต้องชมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในท้องถิ่น โดยเฉพาะตามจังหวัดเมืองรอง เพื่อช่วยกระจายรายได้ พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแบบครบวงจร ซึ่งปัจจุบันสามารถผลักดันให้มีตลาดประชารัฐต้องชมทั่วประเทศแล้วกว่า 200 แห่ง มีมูลค่าการซื้อขายปีละกว่า 1,100 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำ “โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (Trading Village)” เพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ สร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชนได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนอีกด้วย

ขณะที่บทบาทการ ดูแลค่าครองชีพ ปัญหาปากท้อง และสร้างความเป็นธรรมทางการค้า กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญสูงสุด และมีการดำเนินมาตรการหลายภาคส่วนออกมาให้เห็นผลเป็นรูปธรรม ได้แก่ การจัด “โครงการธงฟ้าราคาประหยัด” นำสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันมาจำหน่าย



packaging and marketing strategy that focuses on building the products’ story to make these products “catch peoples eyes, touch people’s hearts and, make people buy.” It also increases the number of distribution channels to give people greater access to OTOP products by opening OTOP stores at 3 international airports, namely Suvarnabhumi Airport, Don Mueang Airport and Phuket Airport. As a result, Thailand’s OTOP Products have been made better known internationally, and, since 2014 to date, sales of OTOP products at the three airports are worth more than 440 million Baht.

In promoting local economy, Ministry of Commerce attaches importance to further developing existing local markets in various local communities to make them more interesting through “Pracharat Tong Chom Market” program, which has been implemented since 2016 as an economic stimulus for grassroots economy. The program helps to expand market and create more income for local communities under the concept “Commercial Uniqueness, Community’s Identity” which aims to make these markets trading posts for products with good quality, fair prices, clear display of price tags, and use of precise weighing equipment while helping them to preserve their traditions, cultures, arts, lifestyle and customs.

At the same time, the ministry has built upon Pracharat Tond Chom Market program to link trade to tourism. To this, Ministry of Commerce signed a memorandum of understanding (MOU) with Tourism Authority of Thailand to collectively work to elevate Tong Chom markets to be local tourist attractions, especially in smaller cities, to help disperse income and develop grassroots economy in a comprehensive manner. To date, more than 200 Pracharat Tong Chom markets have been established all over



ให้ผู้บริโภคโดยตรง ในราคาต่ำกว่าท้องตลาด 20-40% เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพแก่ประชาชน รวมถึงยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มการจับจ่ายใช้สอยให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเพิ่มขึ้น “โครงการร้านอาหารหนูณิชย์” เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จที่มีรสชาติอร่อย คุณภาพดี และสะอาด ราคาไม่เกินจาน / ชามละ 35 บาท ให้แก่ประชาชน โดยเริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2557 ถึงปัจจุบัน มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 15,600 ร้านค้าทั่วประเทศ ในจำนวนนี้ได้รับการยกระดับคุณภาพเป็นร้านอาหาร “หนูณิชย์ติดดาว” ได้แล้วกว่า 700 ราย นอกจากนี้ยังได้รณรงค์จัดกิจกรรม “ฉลาดซื้อประหยัดใช้” (Smart Consumer) เพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันและสร้างค่านิยมในการบริโภคอย่างมีเหตุมีผลให้แก่ประชาชน ซึ่งช่วยแก้ปัญหาค่าครองชีพได้อย่างยั่งยืน

ด้านการสร้างความเป็นธรรมทางการค้า กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบ และบังคับใช้ พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 อย่างเข้มงวด โดยเฉพาะในสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อประชาชนอย่างมาก เช่น ค่าบริการทางการแพทย์ โดยเมื่อเดือนพฤษภาคม 2562 ได้มีการออกประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กำหนดให้มีการแจ้งราคาและเงื่อนไขเกี่ยวกับการจำหน่ายยารักษาโรค เวชภัณฑ์ และค่าบริการทางการแพทย์ เพื่อสร้างความเป็นธรรมและเพิ่มทางเลือกให้ประชาชนสามารถตัดสินใจเปรียบเทียบราคายา และค่ารักษาพยาบาล ก่อนเข้าทำการรักษาได้

the country and generated trade worth over 1,100 million Baht annually. In addition, the ministry also establishes “Trading Villages” to promote and strengthen local enterprises, provide them with distribution channels for goods and services, and help local communities to generate more income in a stable, sustainable manner.

Playing major roles in taking care of cost of living, people’s well-being and fairness in trade has been Ministry of Commerce’s top priority, and many concrete measures have been rolled out. Among the most notable measures are organizing “Blue Flag, Low Cost” program which distributes daily necessities direct to consumers at 20%-40% off regular prices to help reduce people’s cost of living and stimulate economy by increase spending and cash flow in the system and implementing “Noo Nid Diners” program to promote sales of good taste, good quality and clean ready-to-eat foods at no more than 35 Baht/dish to the people. Since the beginning of the latter to date, over 15,600 restaurants participate, of the number, more than 700 restaurants have been upgraded to “Noon Nid Tid Dao” restaurants. Moreover, the ministry implemented “Smart Consumer” activity to develop immunity and cultivate reasonable consumption culture among people which would be a sustainable approach to solve people’s cost of living problems.

In ensuring fair trade, Ministry of Commerce has monitored and assessed situation as well as enforced Price of Goods and Service Act B.E. 2542 (1999) strictly, especially under circumstances concerning goods and services that have strong impact to people, such as medical services fees. In May 2019, the ministry issued the Announcement of the Central Committee on Price of Goods and Service prescribing the notification of prices and



นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้ร่วมสนับสนุนนโยบายการกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจลงสู่พื้นที่ของรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดทำงบประมาณบูรณาการเชิงพื้นที่ภายใต้ “แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค 6 ภาค” โดยมีโครงการสำคัญตั้งแต่ปี 2561 ถึงปัจจุบัน อาทิ โครงการยกระดับนวัตกรรมการตลาดสินค้าและบริการเด่น 17 จังหวัดภาคเหนือ โครงการพัฒนาและส่งเสริมข้าวหอมมะลิอินทรีย์และข้าวหอมมะลิ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่สากลครบวงจร โครงการส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าผ้าทออีสาน โครงการพัฒนาผู้ประกอบการสู่ตลาดฮาลาล เป็นต้น ซึ่งโครงการดังกล่าวได้ก่อให้เกิดมูลค่าการค้าในภูมิภาครวมกันมากกว่า 400 ล้านบาท และจากความสำเร็จที่เกิดขึ้น กระทรวงพาณิชย์ยังมีแผนขยายโครงการเพิ่มเติมอีกหลายพื้นที่ เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ได้มุ่งมั่นทำหน้าที่เป็นฟันเฟืองสำคัญในการดูแลพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความอยู่ดีกินดี ให้พี่น้องประชาชนคนไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสังคมไทยให้เกิดความผาสุก ตลอดจนทำให้เศรษฐกิจภาพรวมของทั้งประเทศมีความเข้มแข็งเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

conditions relating to sales of medications, medical products and medical services fees to ensure fairness and to allow people to have choices and compare medication prices and medical services fees before they decided to receive medical treatments

Furthermore, Ministry of Commerce provides supports to the government’s policy that aims to distribute economic development centers into various local areas to continuously strengthen grassroots economy. It has formulated area-based integrated budget plan called “Regional Development Integrated Work Plan for 6 Regions.” Key programs have been implemented under the plan since 2018 until present; among the most notable are Marketing Innovation Upgrade Program for Distinctive Good and Services from 17 Northern Provinces, Comprehensive Program for the Internationalization of Organic Hom Mali Rice and GI Hom Mali rice, and Promotional and Market Expansion Program for Northeastern Region’s hand woven fabrics. These programs generated regional trade value of more than 400 million Baht. From these accomplishments, Ministry of Commerce has more plans to implement the programs in other areas to continuously stimulate and strengthen grassroots economy.

Throughout the past years, Ministry of Commerce has been determined to serve the country as part of its main mechanism to oversee and develop local economy, reduce inequality, and create good living for Thai people; all these efforts are essential to bringing happiness to Thai society and making the country’s overall economy strong and advance forward with stability and sustainability.

สร้างสังคมผู้ประกอบการ : ยกระดับ SMEs /Startup ไทยสู่สากล



สร้างเครือข่าย
ทางการค้า



สร้างโอกาส
เข้าถึงตลาด



สร้างโอกาส
เข้าถึงข้อมูล



พัฒนาศักยภาพ
ผู้ประกอบการ



สร้างโอกาส
เข้าถึงบริการ
ทางการเงิน

“เพิ่มศักยภาพ
ผู้ประกอบการทุกระดับ
สร้างนักการค้ายุคใหม่
เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ”





สร้างสังคมผู้ประกอบการ ยกระดับ SMEs / Startup ไทยสู่สากล

Create Entrepreneur Society : Upgrade Thai SMEs/Startup to International Market

"เพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการทุกระดับ สร้างนักการค้ายุคใหม่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ"

"Raise Potentiality of Business Operators of All Levels, Build Traders of the New Era to Develop the Country's Economy"

โลกธุรกิจยุคใหม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำธุรกิจเพิ่มยิ่งขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงให้สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด โดยนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเปรียบเสมือนอาวุธสำคัญมาใช้ในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับสินค้าและบริการให้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และ Startup ซึ่งจะเป็นคลื่นลูกใหม่ของโลกการค้าในอนาคต

The modern world of businesses is fast-changing, and technology has more crucial roles in businesses. Business operators; therefore, have to readjust themselves to keep up with changes and to respond precisely to the consumers' lifestyles by using innovation, technology and creativity as essential tools to differentiate their products and services and make them stand above those offered by competitors. This is especially true for SMEs and Startups which will be the new wave of trade's world in the future.

รัฐบาลมีนโยบายสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ SMEs และ Startup ให้เป็นกลไกในการพัฒนาประเทศ ทั้งในมิติของการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยกำหนดเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของธุรกิจ SMEs ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศของไทย (Gross Domestic Product : GDP) ให้เป็นร้อยละ 60 ภายในปี 2580 เพิ่มจากปี 2560 ที่มีสัดส่วนต่อ GDP อยู่ที่ร้อยละ 42 พร้อมทั้งยังกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ในทุกระดับตั้งแต่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ให้เป็นผู้ประกอบการที่มีทักษะและแนวคิดในการเป็น “นักการค้ายุคใหม่” ที่เข้มแข็งสามารถนำพาประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นชาติการค้า (Trading Nation) และมีผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็นขายเป็น” มีบริการเป็นเลิศที่สามารถขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศ ควบคู่กับการทำธุรกิจได้อย่างมีธรรมาภิบาล

กระทรวงพาณิชย์ได้เป็นส่วนหนึ่งในกลไกสำคัญที่นำนโยบายของรัฐบาลมาขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs และ Startup ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยเข้าไปเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจและการค้า ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ เริ่มตั้งแต่การปรับกระบวนทัศน์และแนวคิดให้มุ่งเน้นการ “ทำน้อยได้ผลมาก” (Less is more) ใช้กลไกตลาดเป็นตัวนำ (Demand Driven) รวมถึงสร้างสรรค์คุณค่าให้กับตัวสินค้าและบริการ (Value Creation) ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด อีกทั้งให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการและการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และการวิจัยเข้ามาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้



The government attaches importance to the policy to promote and develop SMEs and Startups to be a key driver for the country’s development in income creation, employment, and poverty problem solving dimensions. It sets the goal of raising the contribution of Gross Domestic Product (GDP) of SMEs in the country’s GDP to 60% in 2037 from 42% in 2017. It also specifies the guidelines for the development of business operators at all levels, ranging from farmers, local community enterprises, and small, medium and large enterprises to be businesspeople with skills and mindset of “Traders of the New Era” who are strong and capable of turning Thailand into a Trading Nation. It also aims to have business operators who are “Good at producing and Selling” or “can buy, can sell” to offer excellent services and expand trade and investment into overseas markets while maintaining good governance in their businesses.

Ministry of Commerce has been part of the major mechanisms that bring the government’s policy into a concrete development of SMEs and Startups. It undertakes to enhance the people’s potentiality to do businesses and trade in agricultural, industrial and services sectors, starting from making paradigms shift and encouraging people to have “Less is More” mindset, adopt demand-driven approaches and focus on value creation by taking into consideration market demand. It also focuses on services businesses and utilizing innovation, technology and research in driving the economy forward. Notable works are highlighted below.

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

มุ่งเน้นสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการทั้งด้านการให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจผ่านหลักสูตรต่างๆ รวมถึงการเสริมทักษะทางการตลาดผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและงานแสดงสินค้า โดยมีสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy : NEA) เป็นศูนย์กลางรวบรวมหลักสูตรการพัฒนาและฝึกอบรมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่การเป็น Smart SMEs ภายใต้แนวคิด “แชร์ความรู้สู่ตลาดโลก” (Grow Local to Global) สอดคล้องตามนโยบาย Local to Global ของภาครัฐ โดยเน้นการดำเนินงานใน 5 ด้าน (3 สร้าง 2 พัฒนา) ได้แก่ การสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ การสร้างทักษะความรู้พื้นฐานด้านการส่งออก การพัฒนาสินค้าไทยให้ส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพทั่วโลก การพัฒนาทักษะในการดำเนินธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) รองรับเศรษฐกิจการค้ายุคใหม่ และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMVT (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย) ซึ่งที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์ได้บูรณาการการทำงานร่วมกับพันธมิตรกว่า 30 หน่วยงาน อาทิ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยมหิดล สมาคมการค้าผู้ส่งออกเอเชียและตะวันออกกลาง และองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง เป็นต้น ซึ่งนับตั้งแต่เปิดตัวในปี 2560 ถึงปัจจุบันมีผู้ประกอบการให้ความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ อาทิ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และการอบรม/สัมมนากว่า 184,000 รายทั่วประเทศ นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ ยังมุ่งเน้นการส่งเสริมยกระดับธุรกิจบริการให้มีมาตรฐานสากล อาทิ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ธุรกิจบริการสุขภาพ (ดูแลผู้สูงอายุ) ธุรกิจบริหารทรัพย์สิน ธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นต้น โดยเฉพาะธุรกิจแฟรนไชส์ได้พัฒนาผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจแล้วกว่า 3,000 ราย

Enhance Business Operators’ Capability

The ministry focuses on building and developing entrepreneurs by providing them with knowledge and skills necessary in doing business through various training courses and enhancing their marketing skills through participation in various activities and trade fairs. The New Economy Academy (NEA) is the center for development and training courses aiming to transform SMEs into Smart SMEs under the “Share Knowledge to World Market” (Grow Local to Global) in accordance with the government’s Local to Global policy. It emphasizes the implementation of 5 areas (3 Creations, 2 Development), namely, creating inspiration for starting businesses, creating basic knowledge for exports, developing Thai products for exporting to new, potential markets across the world, developing skills required in e-Commerce to prepare for trade and economy in the new era, and creating network of entrepreneurs in CLMVT (Cambodia, Laos, Myanmar, Viet Nam and Thailand). In the past years, Ministry of Commerce has collaborated with more than 30 partner agencies, such as Bangkok University, Mahidol University, Asia and Middle East Exporter Trade Association, and Hong Kong Trade Development Council. Since its inauguration in 2017, more than 184,000 business operators from all over the countries have shown the interests in and joined the activities via both online and offline channels, including website, Facebook, and training/seminars. In addition, Ministry of Commerce focuses on upgrading services businesses, such as retail/wholesale business, transportation and logistics business, healthcare services (elderly care), wealth



การสร้างเครือข่ายทางการค้า

โดยผลักดันการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจผู้ประกอบการในระดับจังหวัดผ่าน “ศูนย์เครือข่ายธุรกิจ” (MOC Biz Club) ซึ่งถือเป็นศูนย์กลาง การพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างนักธุรกิจในพื้นที่ระดับจังหวัด อันนำมาซึ่งการแก้ปัญหาและพัฒนาธุรกิจในพื้นที่ รวมถึงสร้างเครือข่ายธุรกิจให้เกิดพันธมิตรทางการค้าที่เกื้อกูลกัน ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 12,500 ราย ครอบคลุมทั้ง 77 จังหวัด สามารถสร้างมูลค่าการค้าร่วมกันได้มากกว่า 350 ล้านบาท นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้สร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม ผ่านโครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (YEN-D) ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี 2558 โดยใช้แนวคิด “ความสัมพันธ์แบบเพื่อนมาก่อน แล้วธุรกิจจะตามมาเอง” ปัจจุบันได้ต่อยอดขยายความร่วมมือกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่กว่า 1,400 ราย เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่า 4,100 ล้านบาท

การสนับสนุนการค้าออนไลน์ (e-Commerce)

กระทรวงพาณิชย์ ได้ส่งเสริมการค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางตลาดที่กำลังได้รับความนิยมและสร้างเม็ดเงินจำนวนมหาศาล โดยในปี 2554 ได้ดำเนินโครงการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Thailand B2B e-Marketplace) ผ่านเว็บไซต์กลาง Thaitrade.com เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อจากทั่วโลกสามารถซื้อขายกับผู้ส่งออกไทยได้ง่าย และเป็นศูนย์รวมของข้อมูลทางการค้าของไทยบนโลกออนไลน์ ปัจจุบันมีร้านค้าออนไลน์ที่ได้รับการคัดสรรผ่านเกณฑ์คุณภาพมาตรฐานการส่งออกมากกว่า 23,000 ร้านค้า มีสินค้า 52 หมวดสินค้า รวมกว่า 263,000 รายการ มีผู้ซื้อจากทั่วโลก

management, tourism-related businesses and franchise business, to be on par with international standards. Notably, more than 3,000 entrepreneurs from franchise business have already been developed and successfully passed the business quality standard criteria.

Create Network for Trade

By building networks of business operators at provincial level through “MOC Biz Club,” which is a central hub for business people in all provinces to meet and exchange knowledge and experiences. This helps businesses in local areas to solve problems, develop further and create business network that leads to complementary trade partnership. To date, the club has more than 12,500 members, covers all 77 provinces and creates trade value of over 350 million Baht. In addition, Ministry of Commerce has extended the network to include business operators in CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar and Viet Nam) through Young Entrepreneur Network Development Program (YEN-D), which was initiated in 2015 under “friendship comes first, then business will follow” concept. Currently, the program has been extended to cover cooperation with Malaysia and Indonesia, created a network of over 1,400 new entrepreneurs and generated trade worth over 4,100 million Baht.

Promote e-Commerce

Ministry of Commerce promotes online trade which is a popular market channel that generate tremendous amount of cashflow. In 2011, it began to implement Thailand B2B e-Marketplace program through the central website, Thaitrade.com, that

เข้ามาชมสินค้าแล้วกว่า 8 ล้านราย มีมูลค่าการซื้อขายเกิดขึ้นจริงกว่า 6,500 ล้านบาท และยังมีการพัฒนาระบบ Thaitrade.com ก้าวไปสู่การขายปลีก (B2C) เพิ่มขึ้น ภายใต้ชื่อ “Thaitrade.com Small Order OK (SOOK)” ซึ่งช่วยทำให้การค้าออนไลน์กับต่างประเทศเป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้ธุรกิจอย่างมั่นคง

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้ผลักดันการทำเว็บไซต์ตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา www.thaiipmart.com เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ นักวิจัย นักประดิษฐ์อิสระ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องการค้นหาหุ้นส่วนทางธุรกิจมาร่วมลงทุนได้ง่ายขึ้น ปัจจุบันมีผู้เข้าชมเว็บไซต์กว่า 290,000 ราย ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าออนไลน์ให้ผู้ประกอบการรายใหม่ หรือรายย่อยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น กระทรวงฯ ดำเนินการให้บริการจดทะเบียนรับรองการมีตัวตนของผู้ประกอบการ (DBD Registered) และเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ (DBD Verified) ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ซึ่งปัจจุบันมีผู้ได้รับเครื่องหมาย DBD Registered มากกว่า 45,700 ราย จำนวนกว่า 49,800 เว็บไซต์ และเครื่องหมาย DBD Verified 346 ราย จำนวน 360 เว็บไซต์



helped to facilitate trade and allowed buyers from all over the world to easily buy products from Thai exporters. The website also served as an online hub for Thailand’s trade data. To date, the website had more than 23,000 online stores, all which have been selected and passed export quality standard criteria, featured 52 product categories covering more than 263,000 products, received more than 8 million visitors and generated trade worth over 6,500 million Baht. Thaitrade.com has also been improved further to cover retail trade (B2C) under the name “Thaitrade.com Small Order OK (SOOK)” It made online trade with overseas market easy for both small and large business operators and helped to generate stable incomes for these businesses.

In addition, Ministry of Commerce has pushed forward the launch of a central website for intellectual property, www.thaiipmart.com, to facilitate business operators, researchers, independent inventors, government agencies and private enterprises owning intellectual property rights in their search for business partners and investors. To date, the website has been visited by over 290,000 visitors. Moreover, to increase credibility of new online or small business operators, Ministry of Commerce has launched the registration service to verify their identities (DBD Registered) and the mark that certifies their business credibility (DBD Verified); these services helped also to build confidence among buyers. To date, over 45,700 businesses from over 49,800 websites received DBD Registered marks while 346 businesses from 360 websites received DBD Verified marks.

การสร้างโอกาสการเข้าถึงข้อมูลทางการค้า

กระทรวงพาณิชย์ได้พัฒนาคลังข้อมูลขนาดใหญ่ทางการค้า (Big Data) อาทิ เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า รายงานภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย รายงานสถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ ยุทธศาสตร์การค้ารายสาขา ได้แก่ เกษตร อุตสาหกรรมและบริการ ข้อมูลผลการศึกษา งานวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าและฐานข้อมูลการค้า อาทิ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยรองรับ AEC ยุทธศาสตร์การใช้ตลาดนำการผลิต 4 สินค้า (ข้าว มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน และข้าวโพด) ฐานข้อมูลและสถิติการค้าบริการ ได้แก่ ธุรกิจดิจิทัล ธุรกิจบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ และฐานข้อมูลเชิงลึกของผู้ประกอบการภาคการค้าและอุตสาหกรรมศักยภาพ (S-Curve) รวมทั้งจัดทำข้อมูลให้เป็นมาตรฐานสากล และพัฒนาระบบเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลของหน่วยงานในสังกัด (Open Data) เพื่อให้ผู้ประกอบการ เกษตรกร และหน่วยงานภาครัฐ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการต่อยอดวางแผนการผลิต การส่งออก และการลงทุน

ตลอดจนมีศูนย์บริการข้อมูลและให้คำปรึกษาด้านการค้าและการประกอบธุรกิจ อาทิ ศูนย์ให้คำปรึกษาผู้ประกอบการด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม (IP-IDE Center) ซึ่งมีผู้ประกอบการเข้ารับบริการกว่า 2,000 ราย ศูนย์ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และการให้บริการคลังข้อมูลธุรกิจ (DBD Data Warehouse) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลนิติบุคคลและงบการเงินที่ผ่านการประมวลและวิเคราะห์ให้เป็นข้อมูลสารสนเทศสำหรับให้ผู้ประกอบการนำไปใช้วางแผนธุรกิจ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ยังได้พัฒนาต่อยอดคลังข้อมูลธุรกิจ ส่งผลให้ได้รับรางวัลด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล (WSIS Project Prizes 2019) จากสหภาพโทรคมนาคมนานาชาติและองค์การสหประชาชาติ

Create Opportunity for Access to Trade Data

Ministry of Commerce has developed trade Big Data such as economic and trade indexes, Thailand's international trade reports, goods and services prices reports, sectoral trade strategies for agricultural, industrial and services sectors, results of studies, research works on trade and economic development and trade data such as Thailand's development strategy to prepare for AEC and Demand-driven strategies for 4 products (rice, tapioca, oil palm and maize), trade in services database and statistics for digital business, healthcare and wellness services business, and database featuring in-depth information of business operators and New S-Curve industries. The data have been aligned to relevant international standards, and Open Data system for data exchange and linkage among various agencies has been developed to allow business operators, farmers and government agencies to use the data to plan for production, export and investment.

Moreover, there are also information and business and trade consulting centers. These include, among other things, innovation and intellectual property consulting service center for businesses (IP-IDE Center) which has already welcomed over 2,000 entrepreneurs, business consulting service center and business database service (DBD Data Warehouse) which publicize information on judicial persons and financial statement information that has been consolidated and analyzed for use in business



การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน

กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการทั้งธุรกิจ SMEs และ Startup ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนใหม่ๆ ได้เพิ่มขึ้น โดยมีการออกกฎกระทรวงพาณิชย์กำหนดให้ทรัพย์สินอื่นเป็นหลักประกัน พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดให้ “ไม้ยืนต้นเป็นทรัพย์สินที่ใช้เป็นหลักประกันได้” ส่งผลให้เกิดกระแสความตื่นตัวในการปลูกต้นไม้โดยเฉพาะไม้ยืนต้นเพื่อใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันได้รับจดทะเบียนไม้ยืนต้นเป็นหลักประกันแล้วมากกว่า 61,000 ต้น อาทิ ต้นสัก ยางพารา ยูคาลิปตัส เป็นต้น โดยมีมูลค่าทรัพย์สินที่นำมาเป็นหลักประกันประมาณ 130 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ ได้ทำให้เกิดการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา SMEs และ Startup โดยช่วยปลุกกระแสความตื่นตัวของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ในการนำนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ประกอบธุรกิจของตนเอง รวมทั้งสนับสนุนธุรกิจ SMEs ที่มีอยู่เดิมให้สามารถนำข้อมูล ความรู้ เข้ามาปรับปรุงและต่อยอดธุรกิจเพื่อให้แข่งขันได้ ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาให้เศรษฐกิจของชาติเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนสืบไป

planning by entrepreneurs. The data warehouse has been continuously improved and, as a result, it won the World Summit on the Information Society (WSIS) Project Prizes 2019 from the International Telecommunication Union and the United Nations.

Create Opportunity for Access to Funding Sources

Ministry of Commerce promote and develop SMEs/Startups by giving them opportunities for access to additional funding sources. As a result of the issuance of Ministry of Commerce’s Regulations Prescribing Other Properties as Business Security B.E. 2561 (2018) which stipulates that “perennial plants are property that can be used as business security,” growing trees, especially perennial plants, for use as business security has been an emerging trend. To date, more than 61,000 trees, such as teak trees, rubber trees, and eucalyptus trees, have been registered as business security and are worth approximately 130 million Baht in total.

Ministry of Commerce’s works have brought about enabling environment for SMEs/Startups development by invigorating the enthusiastic spirit of new entrepreneurs to embrace innovation and creativity in their businesses. It also provides necessary supports to allow existing SMEs to use data and knowledge to improve and build upon their existing businesses to remain competitive. These businesses will continue to be a key driver to advance the country’s economy toward strong and sustainable growth.

ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศ : สร้างความมั่งคั่งให้เศรษฐกิจไทย



“เพิ่มขีดความสามารถ
การแข่งขันทางการค้าของไทย
ให้ทัดเทียมระดับสากล”





ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศสร้างความมั่งคั่งให้เศรษฐกิจไทย

Propel International Trade : Create Wealth for Thai Economy

"เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการค้าของไทยให้ทัดเทียมระดับสากล"

"Raise Thailand's Commercial Competitiveness to be on Par with International Level"

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ผ่านมา ได้พึ่งพาการเติบโตจากภาคการส่งออกเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก โดยข้อมูลในปี 2561 การส่งออกของไทยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 77.28 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อย่างไรก็ตามจากสภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มชะลอตัว และผลพวงจากสงครามทางการค้า (Trade War) ระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนที่ยังคงคุกรุ่นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีปัจจัยเสี่ยงจากความเปราะบางในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในหลายภูมิภาค และการก้าวล้ำของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจดั้งเดิมในหลายสาขาอุตสาหกรรม ทำให้นานาประเทศรวมถึงไทยต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการค้าเพื่อรองรับความผันผวนของปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น

Thailand's economic growth in recent years depended mainly on export sector. In 2018, Thailand's exports accounted for 77.28% of its Gross Domestic Product (GDP). However, as a result of decelerating global economy, ongoing trade friction between the US and China (Trade War), risks arising from sensitivities in international relations among countries in various regions, and technological advancement and disruption, many countries, including Thailand, had to readjust their trade strategies to brace for these uncertainties.

กระทรวงพาณิชย์ มีบทบาทเป็นแกนหลักในการดูแล และส่งเสริมทางการค้า และสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อบูรณาการความร่วมมือทางเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก ตามแนวทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงในปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น ควบคู่ไปกับการขยายความร่วมมือทางการค้าเพื่อสร้างแต้มต่อทางเศรษฐกิจให้ประเทศไทยบนเวทีระดับโลก โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

บทบาทการเจรจาสร้างความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ โดยผลักดันให้มีการจัดทำความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ซึ่งมีความสำคัญต่อการอำนวยความสะดวกและช่วยกระตุ้นการค้าระหว่างประเทศในโลกการค้ายุคใหม่ ให้ประสบความสำเร็จทั้งในระดับทวิภาคีและระดับภูมิภาคและมีผลบังคับใช้ได้แล้ว 18 ประเทศ ภายใต้ความตกลง 13 ฉบับ ประกอบด้วย FTA ในฐานะสมาชิกของกลุ่มอาเซียน 7 ฉบับ และ FTA ในระดับทวิภาคี 6 ฉบับ อีกทั้งยังได้ดำเนินการเจรจาความตกลงการค้าเสรีเพิ่มอีกหลายเวที เพื่อขยายโอกาสทางการค้าการลงทุนกับประเทศใหม่ๆ รวมถึงยกระดับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับประเทศที่เป็นตลาดรองที่มีศักยภาพ เช่น ตุรกี ปากีสถาน ศรีลังกา ให้เติบโตยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ ยังอยู่ระหว่างการเจรจาความตกลงการค้าเสรีระดับภูมิภาคอีก 2 เวทีใหญ่ คือ การเร่งจัดทำความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership : RCEP) ประกอบด้วยชาติอาเซียน 10 ประเทศ ร่วมกับจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ซึ่งจะเร่งให้บรรลุผลสำเร็จภายในปี 2562 รวมทั้งได้พิจารณาในการเข้าร่วม “ความตกลงที่ครอบคลุมและก้าวหน้าสำหรับหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก” (Comprehensive and Progressive Agreement of Trans-Pacific Partnership : CPTPP) ซึ่งปัจจุบันได้เตรียมการนำเสนอข้อมูล

Ministry of Commerce plays major roles as a core agency to oversee, promote and foster international trade cooperation to integrate the economic cooperation at the bilateral, regional and global levels as guided by the 20-year National Strategy to minimize impacts from risks brought about by uncertainties while endeavoring to expand trade cooperation to create Thailand’s competitive edge in the global arena. Major works are highlighted below.

Played Roles in International Economic, Trade and Investment Cooperation Negotiations by propelling Free Trade Area (FTA) negotiations, which were crucial in facilitating and stimulating international trade in the new trade era, toward successful conclusion both at the bilateral and regional levels. To date, 13 FTA agreements, covering 18 countries have been brought into effect. These FTAs include 7 agreements done as part of ASEAN and 6 bilateral agreements. Addition FTA agreement negotiations have been initiated to expand trade and investment opportunities into new countries as well as to elevate economic relations with potential emerging markets, such as Turkey, Pakistan and Sri Lanka, to higher plane.



ต่อระดับนโยบายเพื่อพิจารณาความเหมาะสมเกี่ยวกับการเข้าร่วมความตกลงฯ ต่อไป

นอกจากนี้ ในโอกาสที่ประเทศไทยได้รับเกียรติให้เป็นประธานอาเซียน ในปี 2562 ยังได้มีการเสนอประเด็นด้านเศรษฐกิจที่ไทยผลักดันเพื่อให้ชาติในอาเซียนร่วมกันขับเคลื่อนให้บรรลุผลสำเร็จ (Priority Economic Deliverables) ภายใต้แนวคิด “ร่วมมือ ร่วมใจ ก้าวไกลยั่งยืน (Advancing Partnership for Sustainability)” จำนวน 13 ประเด็น 3 ด้าน ได้แก่ การเตรียมความพร้อมของอาเซียนเพื่อรองรับอนาคต (Future-Orientation) การส่งเสริมความเชื่อมโยงในภูมิภาค (Enhanced Connectivity) และการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนในทุกมิติ (Sustainable in all dimensions) ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการตาม Priority Economic Deliverables ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย

บทบาทการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยผลักดันการส่งออกให้ขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง มีการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้า (Strategic Partnership) ในหลากหลายตลาด ทั้งตลาดศักยภาพ ผ่านการส่งเสริมนักธุรกิจไทยแสวงหาโอกาสการลงทุนและดำเนินธุรกิจในกลุ่มประเทศเป้าหมาย เช่น ลาตินอเมริกา ยุโรปตะวันออก ฯลฯ การจัดงานแสดงสินค้าไทย (Top Thai Brand / Thailand Week) และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อเร่งรัดขยายตลาดเชิงรุกทั้งตลาดแบบดั้งเดิม และตลาดดิจิทัล ด้วยการบุกเจาะตลาดรายภูมิภาค รายประเทศ และการเจาะตลาดเชิงลึกรายพื้นที่ อาทิ ตลาดจีนรายมณฑล ตลาดอินเดียเมืองรอง 8 รัฐ 8 เมือง เป็นต้น

นอกจากนี้ ได้ผลักดันผู้ประกอบการไทยออกไปลงทุนต่างประเทศในตลาดใหม่ อาทิ ตลาดอเมริกา ดำเนินการผ่านการสร้างเครือข่าย Fast Track ที่เน้นขยายตลาดเป็นรายอุตสาหกรรม ตลาดลาตินอเมริกา ผ่านการสร้างโอกาสทางการลงทุน ตลาดแอฟริกาผ่าน

Ministry of Commerce is now in the process of 2 regional FTA negotiations. Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), which comprises 10 ASEAN Member States, China, Japan, South Korea, Australia, New Zealand and India, has been targeted for conclusion in 2019. The accession to the Comprehensive and Progressive Agreement of Trans-Pacific Partnership (CPTPP) is being considered, and necessary data regarding the accession is being prepared to be submitted to the policy level for further deliberation.

In addition, on the occasion of Thailand’s assumption of ASEAN Chairmanship in 2019, it has proposed Priority Economic Deliverables, comprising 13 deliverables and 3 strategic drivers, namely, Future-Orientation, Enhanced Connectivity and Sustainable in All Dimensions, under the theme “Advancing Partnership for Sustainability.” Currently, the Priority Economic Deliverables are being implemented and making progress toward their goals.

Played Roles in International Trade Promotion by propelling export expansion. Strategic Partnership cooperation has been pursued in various potential markets by encouraging Thai businesses to explore business and investment opportunities in target markets such as Latin America, Eastern Europe, etc., and organizing trade exhibitions for Thai products (Top Thai Brand / Thailand Week and participating in trade fairs to proactively improve market penetration in traditional markets and digital market in specially focused regions, countries and areas such as provinces of China, 8 Cities in 8 States of India.

Moreover, Ministry of Commerce has encouraged Thai business operators to make investment in new markets. For example, investment



กิจกรรมพิเศษ (Special Task Force) ตลอดจนให้ความสำคัญกับอาเซียนและกลุ่ม CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) ในการสร้างเครือข่ายธุรกิจที่ย้ายฐานการผลิตมายังอาเซียน และได้ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System Preference : GSP) ในการส่งออกไปยังสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป สำหรับตลาดเอเชียตะวันออก ส่งเสริมการค้ารูปแบบ Local to Local ตลาดยุโรปและตลาดตะวันออกกลาง ส่งเสริม SMEs Local to Global และเปิดตลาดใหม่ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เช่น รัสเซีย และแคนาดา เป็นต้น

กลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญในการขยายตลาดต่างประเทศ ได้แก่ การสร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ โดยได้กระชับความสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นระหว่างคู่ค้า เพื่อแสวงหาโอกาสใหม่ทางการค้าและการลงทุน อาทิ การลงนามความร่วมมือ (MOU) ส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้ากับรัฐบาลท้องถิ่นของญี่ปุ่น (จังหวัดวากายามะ) การจัดงาน CLMVT Forum เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนระดับสูง รวมถึงความร่วมมือกับภาคธุรกิจและนักวิชาการมาตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน

กระทรวงพาณิชย์ยังได้เน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ โดยส่งเสริมการทำตลาด ทั้งในและต่างประเทศผ่านกิจกรรมหลายรูปแบบ อาทิ การจัดงานและเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การจัดคณะผู้แทนการค้าเยือนตลาดเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าไทยอย่างต่อเนื่องใน 5 กลุ่มสินค้าเป้าหมาย ได้แก่

in America is promoted through Fast Track network which focuses on industry-based market expansion, investment in Latin America is promoted through investment opportunity building, and investment in Africa is promoted through Special Task Force. Creating networks among businesses relocating to ASEAN and CLMV (Cambodia, Laos, Myanmar and Viet Nam) to take advantage of the Generalized System of Preference (GSP) for exports to the US and EU has also been emphasized. For East Asia markets, local-to-local trade has been promoted. In Europe and Middle East, SMEs Local-to-Glocal program has been promoted. Continuous effort has been made in improving market access to growing markets such as Russia and Canada.

One important strategy that is essential in expanding into overseas market is building strategic partnership. This has been accomplished by fostering close relations and building confidence among trade partners to explore new opportunities for trade and investment. The examples of the efforts include the signing of the Memorandum of Understanding (MOU) on trade cooperation with Japan's local government (Wagayama Prefecture) and the hosting of CLMVT Forum, since 2016 until present, to create network for cooperation between high level representative from government and private sector and promote cooperation between business and academic sectors.

Ministry of Commerce has also adopted Cluster-Based Industrial Promotion, by implementing various marketing promotional activities, such as hosting and participating in trade fairs and exhibitions, arranging outbound trade missions and enhancing Thai products' good images, inside the country and abroad for the following 5 target product categories.

1) สินค้าอาหารและธุรกิจบริการอาหาร โดยจัดคณะผู้แทนการค้าสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมาย Thai SELECT เยือนสหรัฐอเมริกา จีน และเยอรมนี ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ “ครัวไทยสู่ครัวโลก” พัฒนาธุรกิจบริการอาหารสู่ช่องทางออนไลน์ ด้วยการจัดทำแอพพลิเคชั่น Thai SELECT เพื่ออำนวยความสะดวก และกระตุ้นความต้องการบริโภคอาหารไทย อีกทั้งยังมีการจัดงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX-World of Food Asia, งาน SIAL, งาน Foodex Japan, งาน Seafex และส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าและคู่ค้าต่างประเทศ

2) สินค้าฮาลาล ได้เน้นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อดิจิทัล สื่อออนไลน์ และสนับสนุนข้อมูลการตลาดอุตสาหกรรมฮาลาลไทย รวมถึงพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการ และวัฒนธรรมของผู้บริโภคได้

3) สินค้าอุตสาหกรรม ผลักดันการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ อาทิ อาเซียน แอฟริกา เอเชียตะวันออก ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้จัดงานรวมถึงนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ อาทิ AAPEX, THE BIG 5 SHOW, AUTOMECHANIKA DUBAI, MEDICA งานแสดงสินค้าเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น และงานแสดงสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

4) สินค้าไลฟ์สไตล์และแฟชั่น ได้พัฒนาส่งเสริมสินค้าและธุรกิจเพื่อเจาะตลาดเฉพาะ (Niche Market) สู่ตลาดสากล เช่น สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ สินค้า Hospitality เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง รวมทั้งการผลักดันการส่งออกผ่านการจัดงานแสดงสินค้า STYLE จัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Bangkok Gems & Jewelry Fair) เพื่อผลักดันสินค้าอัญมณีให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (Jewelry Hub)

1) Foods and Food Catering Business are promoted by leading trade missions comprising representatives from merchandises/products which have earned “Thai SELECT” mark to visit the US, China and Germany which are target markets for “Thai Kitchen to Kitchen of the World” PR program, putting food catering business on online business channel by developing Thai SELECT Application to facilitate and stimulate demands for Thai foods, and hosting various food fairs such as THAIFEX-World of Food Asia, SIAL, Foodex Japan, Seafex, and promotional events in collaboration with foreign supermarkets and trading partners.

2) Halal Products are promoted by implementing PR activities on various media, including digital media, online media, proving marketing information for Thailand’s Halal Industry, and developing business operators who manufacture products to meet with customers’ demands and culture

3) Industrial Products are promoted by exposing them to foreign markets such as ASEAN, Africa, East Asia, Japan and South Korea through Ministry of Commerce’s trade fairs and participation in trade fairs and exhibition organized inside and outside of the countries, including, AAPEX, THE BIG 5 SHOW, AUTOMECHANIKA DUBAI, MEDICA, trade exhibitions for air conditioners and freezers and trade exhibitions for electrical and electronic products.

4) Lifestyle and Fashion Products are promoted in niche and international markets, such as products for the elderly, products for hospitality business such as hotels and restaurants and pet products. STYLE trade fairs to promote exports of the products has been hosted, and Bangkok Gems & Jewelry Fair was organized to make Thailand a global Jewelry hub.

5) ธุรกิจบริการศักยภาพ ได้พัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการไทย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ บริการด้านสุขภาพ การศึกษา และดิจิทัลคอนเทนต์ ให้มีศักยภาพได้มาตรฐานสากลและสามารถต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มขยายสู่ตลาดต่างประเทศได้ อาทิ อาเซียน เอเชียตะวันออก ตะวันออกกลาง ยุโรป และสหรัฐอเมริกา

ขณะเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์ยังได้ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าไทยผ่านการมอบตราสัญลักษณ์ให้แก่สินค้าที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการไทยที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ อาทิ สัญลักษณ์ “Think Thailand” สัญลักษณ์ “Thailand Trust Mark (T Mark)” และสัญลักษณ์ “Design Excellence Award (DEmark)” รวมทั้งมีการมอบรางวัล “PM Export Award” ให้เป็นเกียรติแก่ผู้ประกอบการที่พัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานระดับสากล และสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นรางวัลสูงสุดที่รัฐบาลมอบให้แก่ผู้ส่งออกมาอย่างต่อเนื่องถึง 27 ปี รวมถึงได้มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการค้า ผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อป้ายดิจิทัล ที่มีศักยภาพบริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ฯลฯ สื่อออนไลน์ชื่อดัง เช่น CNN, Quartz และ Nikkei และสื่อออฟไลน์ท้องถิ่น เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้าย เพื่อให้สินค้าและบริการไทย “ติดตา ติดหู ติดตลาด” เป็นที่รู้จักของนานาประเทศ



5) Potential Services Businesses 3 categories of Thai services businesses, namely, healthcare services, educational services and digital content services, have been promoted to make their potentiality and standard on par with those of international competitors so that the business operators in these sectors are capable of creating value addition by entering foreign markets such as ASEAN, East Asia, Middle East, Europe and the US.

Meanwhile, Ministry of Commerce aims to promote good images of Thai products through awarding special marks to potential products to build confidence in high quality Thai products and services among consumers and to create pride among business operators who have earned the marks. These marks are, for example, “Think Thailand” mark, “Thailand Trust Mark (T Mark),” and “Design Excellence Award (Demark)”. PM Export Award is also given to business operators who have developed their products and services to meet with internationally accepted standards and those who can successfully compete in the international markets; the award is the most prestigious award for exporters given by the government for 27 consecutive years. PR activities aiming to promote Thailand’s good image from trade perspective have been continuously implemented. Various media have been utilized, including online and offline media inside and outside of the country such as billboards, digital billboards at Suvarnabhumi Airport, CNN, Quartz and Nikkei, and local offline media such as television, newspapers, magazines and billboards. This is to ensure that Thai products and services are “Eye-catching, Ear-Catching and Always in the Market” and known by many countries.

นอกจากการเจรจาและการส่งเสริมทางการค้าแล้ว กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญต่อการบังคับใช้กฎระเบียบและมาตรการทางการค้า เพื่อปกป้องดูแลความเป็นธรรมทางการค้าของประเทศ เนื่องจากสถานการณ์การแข่งขันทางการค้าปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้หลายประเทศมีการใช้มาตรการปกป้องและตอบโต้ทางการค้าหรือมาตรการเยียวยาทางการค้า เช่น มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti - Dumping Measure : AD) มาตรการตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing Measure : CVD) และมาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard Measure : SG) เป็นจำนวนมาก โดยในส่วนของไทยพบว่ามีประเทศคู่ค้าใช้มาตรการทางการค้ากับไทยรวม 123 กรณี ได้แก่ มาตรการ AD รวม 91 กรณี จาก 16 ประเทศ มาตรการ SG รวม 29 กรณี จาก 17 ประเทศ และมาตรการ CVD รวม 3 กรณี จาก 2 ประเทศ ขณะที่ไทยได้ใช้มาตรการทางการค้ากับประเทศคู่ค้ารวม 15 กรณี แบ่งเป็นมาตรการ AD 14 กรณี จาก 20 ประเทศ และมาตรการ SG 1 กรณี

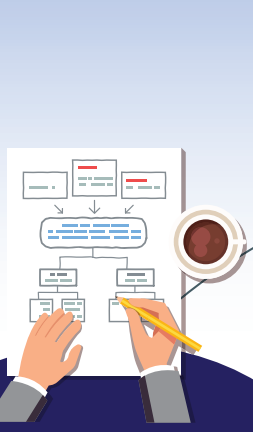
การดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในการดูแลส่งเสริมและสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศในหลากหลายมิติได้ช่วยสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล รวมทั้งช่วยปกป้องและรักษาผลประโยชน์ทางการค้าให้ผู้ประกอบการไทย ส่งผลให้ภาคการส่งออกของไทยสามารถปรับตัวได้อย่างเท่าทัน ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้น



In addition to trade negotiations and promotion, Ministry of Commerce attaches importance to enforcing trade rules and measures to protect and ensure fairness in the country's trade. Since there is growing competition in trade, many countries also use more trade remedies, including Anti - Dumping (AD), Countervailing (CVD) and Safeguard (SG) measures. Thailand has been targeted of trading partners' 123 trade remedies, i.e. 91 AD by 16 countries, 29 SG by 17 countries and 3 CVD by 2 countries. On the other hand, Thailand launched 15 trade remedy cases against its trading partners, comprising 14 AD for 20 countries and 1 SG.

Ministry of Commerce's task in overseeing, promoting and fostering international trade cooperation in various dimensions has brought tremendous income to the country and helped to protect and maintain Thai businesses' interests. As a result, Thailand's export sector is able to readjust itself well amidst emerging risk factors.

ก้าวสู่องค์กรสมรรถนะสูง : ด้วยนวัตกรรมและบุคลากรคุณภาพ



ปรับโครงสร้างองค์กร
ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค



เพิ่มประสิทธิภาพ
การทำงานด้วยนวัตกรรม
และดิจิทัล



บริหารทรัพยากรบุคคล
อย่างมืออาชีพ

“ประชาชนได้รับบริการ
ที่ตอบสนองความต้องการ
ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส”

MOC
ZERO
CORRUPTION





ก้าวสู่องค์กรสมรรถนะสูง ด้วยนวัตกรรมและบุคลากรคุณภาพ

Step Toward Becoming Highly Efficient Organization : with Innovation and High Quality Personnel

"ประชาชนได้รับบริการตอบสนองความต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส"

"People Receive Services that Meet Their Needs in a Convenient, Timely and Transparent Manner"

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและบริบททางสังคมและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว กระทรวงพาณิชย์ได้มีการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้ก้าวทันโลกยุคใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับโครงสร้างหน่วยงานให้มีความเหมาะสม คล่องตัว และเน้นเพิ่มประสิทธิผลในการทำงานเพื่อดูแลพี่น้องประชาชนที่มีหลากหลายกลุ่ม ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปในฐานะผู้บริโภคสินค้าและบริการ ตามคำขวัญกระทรวงพาณิชย์ที่ว่า "ฉับไว โปร่งใส มองไกล ใกล้ชิดประชาชน" และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบ

Amidst fast-changing global trends and economic and social contexts, Ministry of Commerce has developed and enhanced the efficiency of its operations to keep pace with the new era. It has restructured to ensure that its organizational structure remains relevant, flexible, and effective enough to respond to the needs of the various groups of people, including farmers, business operators, and the general individuals who are consumers of goods and services. This is along the line with its motto, "Fast, Transparent, Visionary and Close to the People," and in full compliance with the 20-Year

การบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ โดยให้ความสำคัญกับการมุ่งผลสัมฤทธิ์และประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัยและยึดหลักธรรมาภิบาล รวมถึงนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ตามหลักการ “ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” ภายใต้นโยบายดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ได้พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรในทุกมิติ ประกอบด้วย

Nationa Strategy in Rebalancing Public Sector and Development of Public Administration System area, which aimes to develop the government agencies' administration system by focusing on being outcome-oriented and modern, good governance, using innovations and digital technology in works as per the principle “Public Sector of the People, for the People and Public Interests.” Under such policy, Ministry of Commerce has developed and improved efficiency in all dimensions of its works and human resource development as highlighted below.



ด้านการปรับโครงสร้างกระทรวง โดยปรับปรุงให้ทันสมัยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค อาทิ ในส่วนกลางมีการเพิ่มหน่วยงานระดับกรมด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศ ทำหน้าที่ศึกษาและจัดทำยุทธศาสตร์การค้าของประเทศไทยและการให้ข้อเสนอประเด็นสำคัญและแนวทางการพัฒนาด้านการค้า ส่วนในภูมิภาคได้มีการปรับโครงสร้างหน่วยงานในภูมิภาคที่กระจายอยู่ตามกรมต่างๆ ให้รวมเป็นหนึ่งเดียว (One Roof) เพื่อให้เกิดเอกภาพในการทำงานในระดับพื้นที่ รวมทั้งมีการปรับเพิ่มหน่วยงานในการดูแลด้านการแข่งขันทางการค้าอย่างใกล้ชิด (ก่อนพัฒนาไปเป็นหน่วยงานอิสระ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า)

Restructuring Its agencies in central and regional administrations to keep them relevant. For example, in central administration, Trade Policy and Strategy Office has been added to take responsibility in studying and formulating Thailand's trade strategy and proposing recommendations on key issues and guideline for trade development. In regional administration, regional offices of various agencies have been put under provincial commercial office (One Roof) to ensure unity in local level operations. An independent authority that oversees the trade competition issues have been established.

และล่าสุดมีหน่วยงาน “สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา” (International Insitute for Trade and Development : ITD) เข้ามาอยู่ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อช่วยเสริมทัพด้านการศึกษาวิจัย และความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศ

ด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ในส่วนภูมิภาคได้กำหนดนโยบายการบริหารจัดการงานในภูมิภาคออกเป็น 18 กลุ่มจังหวัด โดยมอบอำนาจให้ผู้บริหารระดับรองปลัดกระทรวงและผู้ตรวจราชการกระทรวงรับผิดชอบแต่ละกลุ่มจังหวัด เพื่อเป็นฟันเฟืองสำคัญเสมือนเป็นกระทรวงในระดับพื้นที่ ทำหน้าที่ขับเคลื่อนภารกิจด้วยการประสานและสร้างความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม เอกชน และประชาชนในพื้นที่ ทำให้สามารถยุติปัญหาและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างรวดเร็วและเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและลดขั้นตอนระยะเวลา เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวกรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างฉับไว อาทิ การจดทะเบียนนิติบุคคลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Registration) การให้บริการหนังสือรับรอง รับรองสำเนา ถ่ายเอกสารทะเบียน งบการเงิน บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของนิติบุคคลทุกประเภท ด้วยรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (DBD e-Certificate File) ระบบให้บริการสารสนเทศที่เชื่อมโยงงานบริการทั้งหมดของกระทรวง (MOC e-Service) และระบบคิวออนไลน์ (Que online) เป็นต้น



(Formerly, it was Trade Competition Commission) Recently, International Insitute for Trade and Development (ITD) was brought under the purview of the Ministry of Commerce to strengthen the country’s work in research and development and trade and economic cooperation.

Improving work efficiency, The regional administration has been divided into 18 provincial groups; each one to report to specifically assigned and empowered Deputy Permanent Secretary and General Inspector level executives. This provincial groups act as the ministry’s arms for local area; they propel the ministry’s works by coordinating and forming close cooperation with all relevant sectors, including public sector, civil society organizations, private sector and people in the local communities. As a result, people’s troubles and difficulties have been addressed in a faster, more concrete manner. In addition, information technology has been adopted to improve service efficiency and reduce time to make services faster and more cost-effective for service recipients as well as to better respond to their demands. Availbale services include judicial person registration (e-Registration), issuance of electronic files of certificates, copy of documents, business registration certificates, financial statements and shareholders’ lists of all types of judicial persons (DBD e-Certificate File), information technology service that connects with all of the ministry;s services (MOC e-Service), and online queuing system (Que online).



ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

กระทรวงพาณิชย์ได้มีการปรับปรุงกระบวนการสรรหาและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรของกระทรวงพาณิชย์มีคุณภาพเป็น “คนดีและคนเก่ง” โดยให้ความสำคัญในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรรบุคลากรเข้าสู่ตำแหน่ง เพื่อให้ได้คนทำงานที่มีความรู้ ความสามารถ มีความเหมาะสมและพร้อมในการทำงาน โดยยึดระบบคุณธรรม (Merit System) และความโปร่งใส รับฟังความต้องการของหน่วยงานเจ้าของตำแหน่ง มีการวางแผนอัตรากำลังโดยวิเคราะห์โครงสร้างอายุของบุคลากร เพื่อให้มีความพร้อมและความต่อเนื่องในการปฏิบัติหน้าที่สำหรับตำแหน่งเป้าหมาย มีการพัฒนาบุคลากรเชิงทักษะ โดยพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมต่างๆ ให้เหมาะสมในแต่ละตำแหน่ง และได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการพัฒนาบุคลากร โดยจัดหลักสูตรการฝึกอบรมผ่านระบบออนไลน์ (e-Learning) ทำให้บุคลากรสามารถเข้าถึงองค์ความรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดเวลา เกิดทักษะ ความเชี่ยวชาญสามารถปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น สอดรับกับแนวคิดการพัฒนาไปสู่ Thailand 4.0 รวมทั้งยังได้ส่งเสริมและปลูกฝังให้บุคลากรเกิดวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้วยกิจกรรมสื่อสารถ่ายทอดองค์ความรู้และนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีการจัดทำเส้นทางความก้าวหน้าในตำแหน่ง (Career Path) รวมทั้งแผนบริหารและใช้ประโยชน์จากกำลังคนคุณภาพ (Talent Management) มีการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน และการสร้างความผูกพันในองค์กร อีกทั้งมีการจัดหาสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อรักษาบุคลากรที่เป็นทรัพยากรสำคัญให้คงอยู่กับกระทรวง

Human Resource Development

Ministry of Commerce has continuously improved its personnel recruiting and development process to ensure that its personel are “good and capable” It attachs importance to every step, starting from selecting personel to assume positions, to make sure that it has knowledgeable and capable personnel. Working based on Merit system and transparency, it listens to the agencies owning the vacant positions and does the workfoce planning by analyzing the personnel’s age structure to prepare for and ensure continuity of target positions. It provides personnel with opportunity for skill enhancement, develops training courses suitable for various positions, and adopts technology in human resource development efforts by introducing e-learning system that provides personel with easy access to knowledge necessary for self improvement and skill and expertise building in accordance with Thailand 4.0 concept. It cultivates and promotes lifelong learning culture among its personnel through the implementation of knowedge management activities which put itself on the path of a learning organization. It develops carreer path and talent management plans. It creates good work environment, fosters organizational commitment, and provides proper benefits to ensure that personnel, the key resources, remain with the ministry.



ทั้งนี้ ในปี 2561 กระทรวงพาณิชย์ยังได้รับการอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนให้จัดทำหลักสูตร “นักบริหารการพาณิชย์ระดับสูง” ซึ่งเป็นหลักสูตรเตรียมความพร้อมสำหรับข้าราชการระดับบริหารให้สามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างมืออาชีพ

นอกเหนือจากการพัฒนา “ความเก่ง” ของบุคลากรกระทรวงพาณิชย์แล้ว กระทรวงฯ ยังได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม “คนดี” โดยผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงฯ ได้ประกาศนโยบาย “กระทรวงพาณิชย์เป็นองค์กรโปร่งใสไร้ทุจริต (MOC ZERO CORRUPTION)” อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เพื่อส่งสัญญาณให้บุคลากรในองค์กรมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง โปร่งใส รวมทั้งได้ประกาศเจตจำนงสุจริตในการบริหารงาน เพื่อให้การบริหารราชการเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล โดยถือประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกสังกัด เพื่อขับเคลื่อนงานต่อต้านการทุจริตผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ เครือข่ายเฝ้าระวังการทุจริต (MOC ZERO CORRUPTION) และเครือข่าย MOC Watch Dog รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิด “หน่วยงาน/สำนักงานพาณิชย์คุณธรรม” ที่ผ่านการคัดเลือกตามหลักเกณฑ์การประเมินองค์กรคุณธรรมที่กำหนดไว้





In 2018, Ministry of Commerce has been approved by Office of the Civil Service Commission to formulate “High Level Commercial Executives” course, a training course for executive-level government officials that aims to prepare them for professional management works.

In addition to developing the “capability” of the Ministry of Commerce’s personnel, the ministry also attaches importance to promoting “good people.” The ministry’s executives have clearly and continuously announced “Ministry of Commerce is a transparent and corruption-free organization (MOC Zero Corruption)” policy to send a clear signal to the personnel and encourage them to have an ethical mindset and work with righteousness and transparency. Also, the Declaration of Honest Intent in Administration has been announced to ensure that the administration of the state’s affairs complies fully to the principles of good governance and is entirely for the people’s interests. The ministry also works in close collaboration with networks inside and outside of the ministry, such as MOC Zero Corruption Network and MOC Watch Dog Network to propel anti-corruption endeavors through various activities. Moreover, it supports the establishment of “Ethical Agencies/Commercial Offices” which pass the specified evaluation criteria for an ethical organization.

As a result of its determination and continuous efforts in organizational development, Ministry of Commerce has recieved more than 40 awards and standards that guarantee its success in effective organizational development. Specifically, among the awards and prizes it has received during 2017-2018 were Distinctive Level Award for the Public Administration with Participation for “Promoting

จากความมุ่งมั่นตั้งใจในการปรับปรุงพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กระทรวงพาณิชย์ได้รับรางวัลและการรับรองมาตรฐานต่างๆ มากกว่า 40 ผลงาน เป็นการการันตี ความสำเร็จในการพัฒนาองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในปี 2560-2561 ได้รับรางวัลพัฒนาการบริหารราชการ แบบมีส่วนร่วมระดับดีเด่นจากผลงาน “โครงการส่งเสริมการตลาดกรีนมาร์เก็ตแบบบูรณาการโดยใช้การตลาดนำ จังหวัดเพชรบูรณ์” และรางวัลระดับชมเชยจากผลงาน “โครงการหนึ่งจังหวัดหนึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” รางวัลการพัฒนาการบริการระดับดี จากผลงาน “ระบบงานผู้ทำบัญชี e-Accountant” และ “โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน” รางวัลพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง จากผลงาน “การให้บริการด้านการค้าระหว่างประเทศส่วนบุคคล (บริการผ่านแอพพลิเคชั่น)” และผลงาน “กระบวนการพัฒนาและส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน (Farm Outlet) จังหวัดกาญจนบุรี” และรางวัลองค์กรโปร่งใสระดับชมเชยจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์จะยังคงไม่หยุดนิ่ง และพร้อมเดินหน้าขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและบุคลากรคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อดูแลเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้ก้าวหน้าได้อย่างมั่นคง และอำนวยความสะดวก สร้างความอยู่ดีกินดีให้กับพี่น้องประชาชนคนไทยอย่างยั่งยืนสืบไป



Integrated Demand-Driven Green Market in Phetchabun program,” Consolation Prize for “One Province, One Geographical Indicator program,” Good Level Award for Service Development for “e-Accountant system,” and “Young Entrepreneur Network for new entrepreneurs from Thailand and neighboring countries program,” Award for Continuous Service Quality Improvement for “Personalized International Trade Services (on Applications)” and “Kanchana Buri Farm Outlet Development and Promotion Process,” and Consolation Prize for Transparent Organization from Office of the National Anti-Corruption Commission.

Nevertheless, Ministry of Commerce shall never stop and will continue to propel development and work toward becoming a highly efficient organization with innovation and high quality personnel to see to it that the country’s trade and economy continue to advance in a stabe manner facilitate and create high quality and sustainable living for Thai people.

กิจกรรมสำคัญ ปีงบประมาณ 2562

(ตุลาคม 2561 - กันยายน 2562)

1 ตุลาคม 2561

- งาน STYLE BANGKOK 2018
- มอบรางวัล “DIP Character Design Contest 2018”
- มอบรางวัล “ASEAN Furniture Design Contest 2018”

2 พฤศจิกายน 2561

- การจัดงานตลาดริมทาง
- การจัดอบรมสำนักงานพาณิชย์คุณธรรมส่วนภูมิภาค

3 ธันวาคม 2561

- งาน New Year Grand Sale
- การประกวด “หนึ่งอาชีวะ หนึ่งนวัตกรรม เพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์”

7 เมษายน 2562

- งาน รวมใจ เพิ่มสุข ช้อปสนุก ลดรับเปิดเทอม
- งาน ร้อยเรื่องราว ผ่านร้อย GI ไทย
- งาน CRAFT BANGKOK 2019
- งาน STYLE BANGKOK 2019

8 พฤษภาคม 2562

- งาน Thailand Fruit Festival 2019 : The World’s Most Delicious Fruits Fair
- งาน Thailand Rice Convention 2019
- งาน IP Fair 2019
- งาน THAIFEX-World of Food Asia 2019

9 มิถุนายน 2562

- การประชุม ASEAN Summit
- การประชุม CLMVT Forum 2019

มกราคม 2562

- งาน ตลาดประชารัฐต้องชม Expo 2019
- การประชุม "Thailand-EU IPR Dialogue"
- งาน อัตลักษณ์แห่งสยาม

กุมภาพันธ์ 2562

- งาน API Parade 2019
- งาน Bangkok Gems & Jewelry 2019

มีนาคม 2562

- YEN-D Plus Program: Batch Thailand-Indonesia
- จับมือ Shopee ดันสินค้าไทยเข้าตลาดอี-คอมเมิร์ซ

4 5 6

กรกฎาคม 2562

- งาน BIOFACH Southeast Asia 2019
- การประชุม JTC ไทย-อิรัก
- Yen-D Frontier Program: Batch Thailand-Vietnam

สิงหาคม 2562

- การประชุมรัฐมนตรี RCEP สมัยพิเศษ ครั้งที่ 8
- งานวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ ครบรอบ 99 ปี
- งานมอบรางวัลเพชรพาณิชย์
- พิธีทำลายของกลางคดีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

กันยายน 2562

- การประชุม AEM
- การประชุมรัฐมนตรี RCEP
- งาน Bangkok Gems & Jewelry 2019
- งาน Gems Treasure
- การประชุม JTC ไทย-ภูฏาน, โมร็อกโก, แอฟริกาใต้, บังคลาเทศ, มัลดีฟส์

10 11 12



ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์

Executives of the Ministry of Commerce





1 2

1 **นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์**
Mr. Jurin Laksanawisit
รองนายกรัฐมนตรีและ
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
Deputy Prime Minister and
Minister of Commerce

2 **นายวีรศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล**
Mr. Weerasak Wangsuphakijkosol
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์
Deputy Minister of Commerce



สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Office of the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce

www.ops.moc.go.th 1203

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรบูรณาการยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง

Vision

Be the principal agency to integrate strategies to propel economy and trade toward resilient growth.

พันธกิจ

- บริหารและติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการกระทรวงพาณิชย์ให้มีผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย
- ผลักดันการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรและระบบงานด้วยนวัตกรรม
- พัฒนาและยกระดับบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ให้มีความเชี่ยวชาญ มีคุณธรรมและจริยธรรม
- พัฒนาและใช้ประโยชน์จากสารสนเทศและฐานข้อมูลการค้าในการกำหนดนโยบายและการให้บริการ

Mission

- Manage and monitor the implementation of Ministry of Commerce's Action Plan to ensure that the outcomes as set forth by its objectives are fully attained.
- Propel continuous growth of the grassroots economy.
- Use innovation to improve the efficiency of organization management and work system.
- Develop and improve Ministry of Commerce's personnel capability to ensure proficiency, integrity and moralism.
- Develop and utilize trade information and data bases in policy formulation and rendering services.



4 2 1 3

1 **นาย ณย■ทธิ์ กัลยาณ■ ■ร**
Mr. Boonyarit Kalayanamit
กระทรวงพาณิชย์
Permanent Secretary

2 **นางสาว■รวี -จารจ-ร■ง**
Miss Urawee Ngowroongrueng
ร ง กระทรวงพาณิชย์
Deputy Permanent Secretary

3 **นางสาว■รณี พล■กว**
Miss. Arunee Poolkaew
ร ง กระทรวงพาณิชย์
Deputy Permanent Secretary

4 **นายสชา■ สินรั■น์**
Mr. Suchat Sinrat
ร ง กระทรวงพาณิชย์
Deputy Permanent Secretary



3 1 2

1 **นายพิทัก ■ด■วิชัยวั■ น์**

Mr. Pitak Udomwichaiwat

ว า รว ราชการกระทรวงพาณิชย์

Chief Inspector General

2 **นายส■-ดด สส■ ธณ์**

Mr. Somdet Susomboon

รว ราชการกระทรวงพาณิชย์

Inspector General

3 **นายสพพั■ ■■ง■สง■ ณ**

Mr. Supapat Ongsangkoon

รว ราชการกระทรวงพาณิชย์

Inspector General



6 4 5

4 **นายสา รจน์ สวั■ ิกล**

Mr. Sarote Suwattigul

รว ราชการกระทรวงพาณิชย์

Inspector General

6 **นายกีร ิ รัช น**

Mr. Keerati Rushchano

รว ราชการกระทรวงพาณิชย์

Inspector General

5 **นางสาวสทัศนีย์ ราช-ร■ งระ ัน**

Miss Suthasanee Rajruangrabin

รว ราชการกระทรวงพาณิชย์

Inspector General



4 3 1 2

1 **นางสาวพัทยา เชิงสะอาด**
Miss Pattaya Choengsa-at
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
Commercial Advisor

2 **นายรณรงค์ พูลพิพัฒน์**
Mr. Ronnarong Phoolpipat
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
Commercial Advisor

3 **นางสาววันเพ็ญ นิโครวนจำรัส**
Miss Wanpen Nicrovanachumrus
ที่ปรึกษาการพาณิชย์ (รักษาการ)
Commercial Advisor (Acting)

4 **นายรัชวิชญ์ ปิยะปราโมทย์**
Mr. Rachavitch Piyapramote
อัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์) คณะผู้แทนถาวรไทย ประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (ปฏิบัติราชการประจำที่ส่วนกลาง)
Minister, Permanent Mission of Thailand to the WTO and WIPO (Bangkok Office)



1 2

ค ะ■ั■เทน■ าวร■ทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก นครเจนีวา

Permanent Representative of Thailand to the World Trade Organization and the World Intellectual Property Organization

1 **นางสาวสุนันทา กังวาลกุลกิจ**
Miss Sunanta Kangvalkulkij
■ ก ■รราช...
Ambassador

2 **นาย■พศาล หรพา ¯ ย์กิจ**
Mr. Paisan Rupanichkij
■รราชท (ก■ริ ารการท)
Minister (Diplomacy)

กรมการค้าต่างประเทศ

Department of Foreign Trade

www.dft.go.th 1385

วิสัยทัศน์

เป็นหน่วยงานที่บริหารจัดการและอำนวยความสะดวกทางการค้าต่างประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมดิจิทัลครบวงจร ภายในปี 2565

Vision

To be a leading organization in providing foreign trade administration and facilitation through the application of integrated digital innovation by 2022

พันธกิจ

- ยกระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยนวัตกรรมบริการที่มีประสิทธิภาพ
- พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยทั้งในระดับภูมิภาคและเวทีโลก
- ปกป้องและรักษาผลประโยชน์สูงสุดทางการค้า

Mission

- To upgrade our trade facilitation through the use of digital service innovation.
- To achieve and maintain national trade competitiveness on a regional and global stage.
- To protect and maximize national trade interests.



2 1 3 4

1 **นายอ ุลย์ โ ตินิสากร ์**
Mr. Adul Chotinisakorn
ี ิ ี
Director - General

2 **นายวัน ัย วราวิทย์**
Mr. Wanchai Varavithya
ร ง ี ิ ี
Deputy Director - General

3 **นางมนัสนิตย์ จิรวัฒน์**
Mrs. Manatsanith Jirawat
ร ง ี ิ ี
Deputy Director - General

4 **นาย ุตินันท์ สิริยานนท์**
Mr. Chutinun Siriyananda
ร ง ี ิ ี
Deputy Director - General

Department of Internal Trade

กรมการค้าภายใน

Department of Internal Trade

www.dit.go.th 1569

วิสัยทัศน์

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

Vision

Strengthening domestic economy and promoting fair competition to achieve a minimum growth rate of 5 percent

พันธกิจ

- ส่งเสริมและพัฒนาสินค้า ระบบและกลไกการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ
- ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น
- ดูแลราคา ปริมาณ และการแข่งขันในสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม
- พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้เทียบเท่าสากลและเป็นผู้นำในอาเซียน
- เสริมสร้างความรู้ให้แก่ประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง
- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยี
- บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

Mission

- Promote and develop goods and services as well as market mechanism to create opportunities and enhance competitiveness of farmers, farmers' institution, local communities' enterprises and business operators.
- Promote and enhance farmers, farmers' institution and local communities' enterprises to be smart entrepreneurs that could strengthen the local economy.
- Ensure reasonable price and quantity and promote fair trade competition of goods and services.
- Develop legal metrology in compliance with international standards to becoming the leading agency in the ASEAN region.
- Provide knowledge and insights into the consumption of goods and the provision of services and promote the roles of consumers in safeguarding their own interests.
- Promote value creation on goods and services through innovation and technology.
- Ensure greater efficiency in organization management in accordance with the principles of good governance and the technological changes.



2 1 3 4

1 **นายวิ ย โภ นกิจ**

Mr. Whichai Phochanakij

Director - General

2 **นาย ตร ย ศักดิ์ศิลป ย**

Mr. Chatchai Saksilapachai

Deputy Director - General

3 **นายประโย น์ เพญสุต**

Mr. Prayoth Benyasut

Deputy Director - General

4 **นายวัฒนศักย์ เสอเอี่ยม**

Mr. Wattanasak Sur-Iam

Deputy Director - General

Department of Trade Negotiations
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

Department of Trade Negotiations

www.dtn.go.th 0-2507-7444

วิสัยทัศน์

ขับเคลื่อนการเจรจาการค้าเชิงรุก เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศ เพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ถึง 17 ล้านล้านบาท ภายในปี 2564

Vision

Driving Trade Negotiations in a Proactive Way for the Maximized Benefits of Thailand Increasing Thailand's International Trade up to 17 trillion baht by B.E. 2564

พันธกิจ

- เจรจาขยายโอกาสทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างเป็นรูปธรรมและปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ
- สร้างพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน
- มุ่งประสิทธิผลในการบริหารจัดการองค์กร โดยให้สอดคล้องกับวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

Mission

- Advancing concrete economic and trade opportunities and protecting public interests in trade.
- Establishing economic partnership and fostering public engagement.
- Ensuring effectiveness in institutional management in accordance with the principles of good governance.



2 1 3

1 **นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม**

Mrs. Auramon Supthaweethum

ผอ.

Director - General

2 **นางสาวเกจพิรุ เกาะสุวรรณ์**

Miss Kejpiroon Kohsuwan

รอง ผอ.

Deputy Director - General

3 **นาย วงอาทิตย์ นิธิอุทัย**

Mr. Duangarthit Nidhi-u-tai

รอง ผอ.

Deputy Director - General

กรมทรัพย์สินทางปัญญา

Department of Intellectual Property

www.ipthailand.go.th 1368

วิสัยทัศน์

ยกระดับการพัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศก้าวสู่ 4.0 ภายในปี 2565

Vision

Upgrade the national intellectual property system toward 4.0 by 2022.

พันธกิจ

- ให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและส่งเสริมการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

Mission

- Protect intellectual property and promote intellectual property rights protection domestically and internationally.
- Promote innovation and actively encourage proper management of intellectual property as well as commercialization of intellectual property.



2 1 3 4

1 **นายทศพล ทังสุบุตร**
Mr. Thosapone Dansuputra
ี
Director - General

2 **นางสาววันเพญ นิโครวนจำรัส**
Miss Wanpen Nicrovanachumrus
ร ง ี
Deputy Director - General

3 **นางสาวนุสรา กาญจนกล**
Miss Nusara Kanjanakul
ร ง ี
Deputy Director - General

4 **นาย ิเรก บุญแท้**
Mr. Direk Boontae
ร ง ี
Deputy Director - General

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

Department of Business Development

www.dbd.go.th 1570

วิสัยทัศน์

เป็นผู้ให้บริการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบ ภายในปี 2564 และมุ่งมั่นพัฒนา SME ให้ขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

Vision

services within 2021 and to steer SME sector forward based on knowledge and innovation.

พันธกิจ

- บริการจดทะเบียนและข้อมูลธุรกิจ ถูกต้อง รวดเร็ว โปร่งใส
- สร้างธรรมาภิบาลธุรกิจ
- พัฒนาธุรกิจไทยให้เข้มแข็งแข่งขันได้
- สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่

Mission

- Delivering business registration and information service in a timly, accurate and transparent manner.
- Building corporate governance.
- Strengthening competitiveness of Thai businesses.
- Promoting and encouraging modern entrepreneurs.



3 2 1 4

1 **นายวุฒิกร ลีวีระพันธุ์**
Mr. Vuttikrai Leewiraphan
ผู้อำนวยการ
Director - General

2 **นางลลิดา จิวะนันทประวัติ**
Mrs. Lalida Jivanantapravat
รองผู้อำนวยการ
Deputy Director - General

3 **นายพูนพงศ์ นัยนาภากร**
Mr. Poonpong Naiyanapakorn
รองผู้อำนวยการ
Deputy Director - General

4 **นางโสรดา เลิศอาภาจิตร์**
Mrs. Sorada Lertharpachit
รองผู้อำนวยการ
Deputy Director - General

DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Department of International Trade Promotion

www.ditp.go.th 1169

วิสัยทัศน์

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชีย ภายในปี 2564

Vision

Thailand's Trade Competitiveness becoming one of the Asia's top 5 in 2021

พันธกิจ

- พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
- ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
- ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

Mission

- Increasing the competitiveness of Thai entrepreneurs in international trade
- Expanding markets for Thai products and services
- Promotiong value creating for Thai products and services
- Continuously increasing the quality of services towards excellence



2 1 3 4

1 **นางสาวบรรจงจิตต์ อังศุสิงห์**
Miss Banjongjitt Angsusingh
ี ี
Director - General

2 **นางวรร ภร ์ เกตุทัต**
Mrs. Vannaporn Ketudat
ร ง ี ี
Deputy Director - General

3 **นายวิทยากร ม ีเนตร**
Mr. Wittayakorn Maneenetr
ร ง ี ี
Deputy Director - General

4 **นายภ ิต รัตนกุล เสรีเริง ทธ์**
Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit
ร ง ี ี
Deputy Director - General

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

Trade Policy and Strategy Office

www.tpso.moc.go.th 0-2507-7895

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลักในการชี้นำเศรษฐกิจการค้าไทย เพื่อก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ ให้เติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

Vision

Be a principal agency to lead Thailand's economy and trade toward a new economic era with the average annual growth of no less than 5%

พันธกิจ

- บูรณาการ จัดทำ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าให้มีทิศทางชัดเจนเป็นเอกภาพ
- ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และรายงานสถานการณ์ทางการค้าที่สำคัญ
- จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ
- เป็นศูนย์กลางระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

Mission

- Integrate, formulate and drive forward Thailand's trade strategies
- Study, analyze, monitor and report trade situations
- Establish and develop economic indicators
- Serve as the center for economic and trade intelligence system



1 2

1 **นางสาวพิมพ์ นก วอน■อพร**

Miss Pimchanok Vonkorpon

■ วยการ

Director - General

2 **นางสุรีย์พร สหวัฒน์**

Mrs. Sureeporn Sahawat

ร ง ■ วยการ

Deputy Director - General

องค์การคลังสินค้า

Public Warehouse Organization

www.pwo.co.th 0-2507-5267

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการบริหารจัดการคลังสินค้า การค้าและบริการสินค้าเกษตรด้วยความมุ่งมั่นตามหลักธรรมาภิบาล

Vision

To become an organization of excellence in warehouse management, trade and agricultural goods services with determination under good governance

พันธกิจ

- ดำเนินธุรกิจคลังสินค้าเกษตร การค้า และธุรกิจบริการสินค้าเกษตรด้วยมาตรฐานอย่างมืออาชีพเป็นธุรกิจหลัก รวมทั้งการให้บริการโลจิสติกส์และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า
- พัฒนาระบบบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง ให้มีมาตรฐานสากลและสอดคล้องตรงตามความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง สร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม และพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- บริหารจัดการงานนโยบายรัฐ เพื่อรักษาสมดุลทั้งปริมาณ และราคาสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความโปร่งใส

Mission

- To engage in agricultural warehouse businesses, trade and agricultural goods service businesses with professional standards as the primary business along with providing services in logistics and related businesses to add increase value for customers.
- To continually develop managment systems and achieve international standards meeting customer and stakeholder needs.
- To focus on continual human resource management, build a culture of teamwork and develop the organization to grow with sustainability while considering corporate social and environmental responsibility.
- To manage work in compliance with government policies in order to effectively and transparently maintain balance in the amount and price of goods.



นาย■พศาล เตียวง ์สวรรณ์

Mr. Paisal Tiawongsuvan

ร ง ■ วยการ รก■าการ ท ■ วยการ ง■์การ■ ง- ■า

Executive Vice President Acting President

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
(องค์การมหาชน)

The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization)

www.sacict.or.th 1289

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้ และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าศิลปหัตถกรรมไทยรวมทั้งต่อยอดเชิงพาณิชย์สู่สากล เพื่อให้ชุมชนกินดีอยู่ดี อย่างยั่งยืน

Vision

To become a Thai handicraft knowledge and preservation center, commercializing globally for sustainable community's well-being.

พันธกิจ

- ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดการขยายตลาด ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงิน และการตลาด
- ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญาอื่นๆ

Mission

- To organize the contests and sale of local arts and crafts products.
- To develop and promote local arts and crafts products in terms of quality standards as well as the images and designs of such products and their packaging.
- To promote and support their marketing activities and the expansion of their local and international markets.
- To build up the network of support among different industries in terms of production and sale of local arts and crafts products, and to apply modern technology to techniques initiated through local wisdom or blend them together.
- To develop training plans in terms of production, personnel and marketing anagement.
- To provide support to and encourage the observance of the intellectual property rights of all types.



1 2

1 **นางอัมพวัน พิชาลัย**

Mrs. Amparwon Pichalai

ว.การ

Chief Executive Officer

2 **นางสาวแสงระวี สิงหวิบูลย์**

Miss Saengrawee Singhawiboon

ร.ง. ว.การ

Deputy Chief Executive Officer

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)

www.git.or.th 0-2634-4999

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรมืออาชีพที่ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกในปี 2564

Vision

Thailand to be the World's Gems and Jewelry Hub in 2021.

พันธกิจ

- ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้มีขีดความสามารถสูงในตลาดโลก
- เป็นสถาบันหลักของชาติในการวิจัย ตรวจสอบ และรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ รวมทั้งโลหะมีค่า
- ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับ
- เป็นศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ เพื่อให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์ธุรกิจอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถยืนหยัด และแข่งขันได้ทุกสภาวการณ์ในตลาดโลก

Mission

- To promote and develop the gem and jewelry industry to become highly competitive in the global market.
- To be the nation's primary institute in research, inspect, and certify quality of gemstones, jewelry, and precious metals.
- To promote and develop personnel of the gem and jewelry industry to meet demand of gem and jewelry industrial business.
- To be a gem and jewelry industry information center to provide news and information and publicize gem and jewelry industrial business to thrive and compete in the dynamic global market.



2 1 3

1 **นางดวงกมล เจียมบตร**

Mrs. Duangkamol Jiambutr

ผู้อำนวยการ

Director

2 **นายสเมธ ประสงค์พงศ์ชัย**

Mr. Sumed Prasongpongchai

รองผู้อำนวยการ (ด้านธุรกิจ)

Deputy Director of Business

3 **นายทนง ลีลาวัฒนสุข**

Mr. Thanong Leelawatanasuk

รองผู้อำนวยการ (ด้านเทคนิค)

Deputy Director of Gem and Precious Metal Technique

International Institute for Trade and Development

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)

The International Institute for Trade and Development (Public Organization)

www.itd.or.th 02-216-1894

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพทางการค้าและการพัฒนาที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

Vision

To be a knowledge bridge and capacities building center on trade and development globally recognised.

พันธกิจ

- เป็นศูนย์กลางเพื่อให้บริการด้านการฝึกอบรม สนับสนุนงานวิจัยและงานวิชาการด้านการค้าระหว่างประเทศ การเงิน การคลัง การลงทุน การพัฒนา และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง ให้แก่บุคลากรต่างๆ ในภูมิภาคและอนุภูมิภาค
- สร้างศักยภาพและความสามารถในการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจและมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมร่วมกัน ให้แก่ประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคและอนุภูมิภาค
- สนับสนุนความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ ด้านการค้าระหว่างประเทศ การเงิน การคลัง การลงทุน การพัฒนาและสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคและอนุภูมิภาค
- สนับสนุนความร่วมมือกับ UNCTAD และองค์การที่เกี่ยวข้อง พัฒนาองค์ความรู้ และกระบวนการถ่ายทอดให้แก่ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคและอนุภูมิภาค

Mission

- To be a center of excellence in training, research and academic services in the fields of international trade, finance, investment and development for the human resources in the region and sub-region.
- To enhance and strengthen the analytical capacity in formulating economic policies and legal measures in harmonization with the global norms for developing countries in the region and sub-region
- To support the economic cooperation by promoting experience and knowledge sharing on international trade, finance, investment and development among countries in the region and sub-region.
- To foster the cooperation with UNCTAD and relevant organizations to advocate knowledge development, management and dissemination for countries in the region and sub-region.



1 2

1 **นายเชิดศักดิ์ วีระพัฒน์**
Mr. Cherdsak Virapat
ว่าที่ รอ. วยการ
Executive Director

2 **นางปิยพร เอี่ยมติวัฒน์**
Mrs. Piyaporn Aeimtitiwat
รอ. ว่าที่ วยการ
Deputy Executive Director



ความสำคัญของรางวัล "เพชรพาณิชย์"

The Prestige of the "Commerce Diamond Award"

รางวัล "เพชรพาณิชย์" เป็นรางวัลอันทรงเกียรติที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดขึ้น เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติผู้ทำคุณประโยชน์แก่ประเทศชาติด้านเศรษฐกิจ การค้า และการพาณิชย์ รวมถึงผู้ที่สร้างคุณูปการให้แก่กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งพิธีมอบรางวัล "เพชรพาณิชย์" นี้จะจัดขึ้นในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ (วันที่ 20 สิงหาคม) ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นแบบอย่างของบุคคลที่แสดงถึงความมุ่งมั่น และทุ่มเทในการพัฒนาภาคเศรษฐกิจการค้าการพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กร สังคมส่วนรวม และระดับประเทศ รางวัล "เพชรพาณิชย์" จัดขึ้นครั้งแรกในปี 2553 และต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (ปี 2562) เป็นปีที่ 10 มีผู้ได้รับคัดเลือกเพื่อรับรางวัลแล้วจำนวน 131 ราย โดยมีคณะทำงานคัดสรร "เพชรพาณิชย์" เป็นผู้คัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และมีผลงานโดดเด่นเพื่อรับรางวัล

The "Commerce Diamond Award" is a restigious award presented by the Ministry of Commerce to the best individuals who have shown a great contribution to Thailand's trade, economic, and commercial development as well as individuals who have made remarkable contribution to the achievements of the Ministry of Commerce. The awarding ceremony is held annually on August 20th, which marks the anniversary of the establishment of the Ministry of Commerce. The objective of this award is to recognize and reward individuals who set excellent examples for strong commitment and devotion to trade, economic, and commercial development at the levels of organization, society, and nation as a whole. Having been introduced for the first time in 2010, the Commerce Diamond Award has been granted for 10 consecutive years to a total of 131 individuals who were competently selected by a distinguished "Commerce Diamond Award" Selection Committee.

สาขาของรางวัล “เพชรพาณิชย์”

“Commerce Diamond Award” Categories :

สาขาผู้ประกอบการ

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้ประกอบการ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ผู้ประกอบการด้านสินค้าเกษตร
2) ผู้ประกอบการด้านสินค้าอุตสาหกรรม
3) ผู้ประกอบการด้านธุรกิจบริการ
4) ผู้ประกอบการที่เป็นผู้สร้างนวัตกรรม
5) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

สาขาผู้ทรงคุณวุฒิ

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้มีองค์ความรู้พิเศษ หรือมีผลงานด้านวิจัย หรือการพัฒนา ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผู้ทรงคุณวุฒิทั่วไป
2) ด้านครูศิลป์ของแผ่นดิน หรือครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือปราชญ์ชาวบ้าน

สาขาข้าราชการและพนักงาน

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าหน้าที่ของรัฐในองค์การมหาชนในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนกลาง
2) ส่วนภูมิภาค
3) ส่วนต่างประเทศ

Awards for Best Entrepreneurs

The awards in this category are granted to the best entrepreneurs in 5 different sectors, namely :

1) Agricultural product sector
2) Manufactured product sector
3) Service sector
4) Commercial innovation sector
5) Young entrepreneur sector

Awards for Best Scholars

The awards in this category are presented to individuals who have demonstrated exceptional knowledge and expertise, or research or development studies that generate significant benefits in the fields of economy, trade, and commerce. The awards are divided into 2 sub-categories as follows :

1) General scholars
2) Master artisan, arts and crafts master, or local philosophers

Awards for Best Civil Servants and Staff Members

The awards in this category are bestowed upon civil servants and staff members of the Ministry of Commerce and its affiliated organizations, which are classified into 3 groups, namely :

1) Central offices
2) Provincial offices
3) Overseas offices

รางวัล "เพชรพาณิชย์" ปี 2562 มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 15 ราย ได้แก่

In the year 2019, there are 15 recipients of the Commerce Diamond Award

สาขาผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ด้าน มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 5 ราย ดังนี้

Awards for Best Entrepreneurs in 5 sectors are given to 5 recipients as follows :

ด้านสินค้าเกษตร
Agricultural product sector



ดร.อนุรักษ์ เรืองรอบ
เลขาธิการสหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย

Dr. Anurug Ruangrob
Secretary General
Thailand Sustainable Agriculture Confederation

ด้านสินค้าอุตสาหกรรม
Manufactured product sector



นายวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา
ประธานกรรมการ
บริษัท มหาบูรพาผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด และ บริษัท เอทีเคออลไลค์ จำกัด

Mr. Visit Limlurcha
President
Great Oriental Food Products Co., Ltd. and ATK All Like Co., Ltd.

ด้านธุรกิจบริการ
Service sector



นายสมชนะ กังวารจิตต์
ผู้ก่อตั้งบริษัท Prompt Design จำกัด

Mr. Somchana Kangwarnjit
Founder
Prompt Design Co., Ltd.

ด้านนวัตกรรม
Commercial innovation sector



นพ.สิทธิพร บุณยนิตย์
กรรมการนักวิจัย
บริษัท บุณยนิตย์วัสดุแพทย์ จำกัด

Dr. Sittiporn Punyanitya, M.D.
Research Manager
Punyanitya Medical Instrument Co., Ltd.

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่
Young entrepreneur sector



นายมานพ แก้วโกย
ประธานวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ขวัญทุ่งกุลา

Mr. Manop Kaewkoi
Chairman
Kwan-Tungkula Organic Rice Community Enterprise

◈ **สาขาผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย 2 ด้าน มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 4 ราย ดังนี้**
Awards for Best Scholars in 2 sectors are granted to 4 recipients as follows :

ด้านผู้ทรงคุณวุฒิทั่วไป
General scholars



นายมีชัย แต้สุจริยา
ครูศิลป์ของแผ่นดิน ปี 2559
เจ้าของพิพิธภัณฑ์บ้านคำปุน

Mr. Meechai Taesujariya
The Master Artisan of Thailand 2016
Owner of Khampun Museum of
Weaving Culture



ผศ.ดร.สุจิตรา ตุลยาเดชานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพาณิชยศาสตร์
และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Dr. Suchitra Tunlayadechanont,
Ph.D., C.P.A. (U.S.)
Assistant Professor
Faculty of Commerce & Accountancy,
Chulalongkorn University



นางสาวอนัญญา เค้าโนนกอก
ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า
ย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง จ.ชัยภูมิ

Miss Ananya Khaononkok
Chairman Natural dyeing weaving group
Nogn Bua Dang Community Enterprise,
Chaiyaphum Province

ด้านครูศิลป์ของแผ่นดิน หรือครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือปราชญ์ชาวบ้าน
Master artisan, arts and crafts master or local philosopher



นายอุทัย เจียรศิริ
ครูศิลป์ของแผ่นดิน ปี 2562
เจ้าของร้านเครื่องถมอุทัย

Mr. Uthai Jeansiri
The Master Artisan of Thailand 2019
Owner of Uthai Nielloware Shop

สาขาข้าราชการและพนักงาน มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 6 ราย ดังนี้

Awards for Best Civil Servants and Staff Members are conferred on 6 recipients as follows :

ส่วนกลาง
Central offices



นางสาวพัทยา เชิงสะอาด
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Miss Pattaya Choengsa-at
Commercial Advisor,
Office of the Permanent Secretary,
Ministry of Commerce



นางสาวฐิติมา งามทวีรัตน์
ผู้อำนวยการกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร 1
กรมการค้าภายใน

Miss Titima Ngamtaveeratn
Director,
Agricultural Trade Promotion Division 1
Department of Internal Trade



นายปิติชัย รัตนนาคะ
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Mr. Pitichai Ratananaka
Trade Officer, Senior Professional Level
Department of International Trade Promotion

ส่วนภูมิภาค
Provincial offices



นางสาวจุฬารัตน์ นุ่มนิ่ม
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่

Miss Chularat Numnim
Trade Officer, Senior Professional Level
Office of Provincial Commercial Affairs,
Phrae Province



นายอาวุธ วงศ์สวัสดิ์
พาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Mr. Arwut Wongsawas
Director, Higher Level
Office of Provincial Commercial Affairs,
Suratthani Province



นายนิยุทธ์ สืบสาย
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร

Mr. Niyuth Subsai
Trade Officer, Professional Level
Office of Provincial Commercial Affairs,
Sakon nakhon Province

การดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของกระทรวงพาณิชย์



Ministry of Commerce's Implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997)

ตลอดระยะเวลากว่า "2 ทศวรรษที่พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประกาศใช้ มีการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจในสาระสำคัญแห่ง พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการ รวมทั้งเพื่อให้ประชาชนทราบ ถึงสิทธิที่สำคัญ ในการใช้สิทธิตามกฎหมายข้อมูลข่าวสารฯ เพื่อตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ และมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสิทธิมนุษยชน คือประชาชนสามารถรับรู้ข้อกฎหมายหรือการดำเนินการของภาครัฐ ซึ่งอยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 41 ที่บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิ

1. ได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานภาครัฐ ตามที่กฎหมายบัญญัติ

2. เสนอเรื่องราวร้องทุกข์ต่อหน่วยงานของรัฐและได้รับแจ้งผลการพิจารณาโดยรวดเร็ว และ

3. ฟ้องหน่วยงานของรัฐให้รับผิดเนื่องจากการกระทำหรือการละเว้น การกระทำของข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้ รัฐมีหน้าที่ต้องเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับทราบโดยมีหลักธรรมมาภิบาลในการบริหารบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) ดังนี้

For more than 2 decades since its entry into force, the Official Information Act B.E. 2540 (1997), knowledge and understanding of its essence have been disseminated so that government officials were fully aware of the importance of the Act and people were informed of their rights under this law, including, among other things, the right to inspect the use of state's power, the right to effectively participate in the government sector's undertakings. The Act complies fully with the principle of human rights, i.e., people have access to laws or government sector's undertakings. This has also been stipulated in the Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 (2017) under Section 41 which states that "a person and community shall have the right to:

1. be informed and have access to public data or information in possession of a State agency as provided by law;

2. present a petition to a State agency and be informed of the result of its consideration in due time;

3. take legal action against a State agency as a result of an act or omission of a government official, official or employee of the State agency." As such, the state has the obligation to disclose information to the public based on the following principles of Good Governance.

1) หลักนิติธรรม (The Rule of Law) การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ

2) หลักคุณธรรม (Morality) การยึดมั่นในความถูกต้อง ดีงาม การส่งเสริม ให้บุคลากรพัฒนาตนเอง

3) หลักความโปร่งใส (Accountability) ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ได้สะดวกและเข้าใจง่าย และมีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องอย่างชัดเจน

4 หลักการมีส่วนร่วม (Participation) การให้โอกาสให้บุคลากรหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมทางการบริหารจัดการ

5) หลักความรับผิดชอบ (Responsibility) การตระหนักในสิทธิและหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม และ

6 หลักความคุ้มค่า (Cost – effectiveness or Economy) มีความประหยัด ใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างคุ้มค่าและรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์

ประกอบกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 56 บัญญัติว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารนั้นจะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน หรือส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น หรือเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ” ภายใต้หลักการที่ว่า “เปิดเผยเป็นหลัก ปกปิดเป็นข้อยกเว้น”

ตลอด 2 ทศวรรษ ที่กระทรวงพาณิชย์ ให้ความสำคัญ และตระหนักในสิทธิของประชาชน ปฏิบัติตามเจตนารมณ์ แห่ง พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการฉบับดังกล่าว ตลอดจนปฏิบัติตามมติคณะรัฐมนตรี ที่กำหนดอย่างเคร่งครัด โดยกำกับ ติดตาม สนับสนุน ให้หน่วยงาน

1) The Rule of Law: act as per laws, rules and regulations

2) Morality: abide by righteousness, virtue, and encourage personnel to commit to self-improvement

3) Accountability: people have convenient access to information that is easy to understand, and there must be a clear verification process for such information.

4) Participation: personnel and stakeholders are given the opportunity to participate in management

5) Responsibility: be aware of rights and obligations, and cognizant of social responsibility, and

6) Cost-Effectiveness or Economy: be economical, make effective use of equipment thereof and conserve natural resources

Also, Section 56 of the Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2550 (2007) stipulated that “a person shall have the rights to receive information of public data under the possession of government agencies, state agencies, state enterprises or local administrations unless the disclosure of such information or data will jeopardize the national security and public security or encroach upon the other persons’ interests that subject to protection by laws or their right of privacy. The disclosure of information shall subject to laws and be done under “Disclosure is Common, Concealment is Exception” principle.

Throughout the 2 decades, Ministry of Commerce have attached utmost importance to and

ในสังกัด ปฏิบัติตามแนวทางของพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 เป็นผลให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ สามารถจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ ทั้งทางกายภาพและทางอิเล็กทรอนิกส์ ครบทุกหน่วยงาน เมื่อปี พ.ศ. 2561 นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานที่ผ่านเกณฑ์การประเมินศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการโดดเด่น จากสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสาร (สขร.) สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจ ในการปฏิบัติตาม พ.รบ. ข้อมูลข่าวสารฯ อย่างเคร่งครัดเป็นผลให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ได้รับรางวัลศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการโดดเด่นประจำปี พ.ศ. 2561 ถึง 2 หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงความโปร่งใส ยุติธรรม และมีหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน

ในรอบปีงบประมาณ 2562 กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. ด้านการสอดส่องให้คำแนะนำและติดตามผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ดังนี้

been fully cognizant of the people's rights and acted in full compliance with the intention of the Act and all relevant cabinet's decisions by supervising and encouraging the agencies under its purview to comply to provisions of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) and monitoring their progress, all of the agencies under Ministry of Commerce's purview have successfully established both physical and electronic Official Information Centers in 2018. Some of these agencies have been classified "outstanding" as per the official information center evaluation criteria by Office of the Official Information Commission, Office of the Permanent Secretary, the Prime Minister's Office. As a result of their determination and strong will to earnestly implement the Official Information Act B.E. 2540 (1997), 2 agencies under the Ministry of Commerce's purview, namely, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce and Department of Foreign Trade won Excellent Official Information Center Awards which accentuated their transparency, fairness and good governance in carrying out their duties.



1.1 รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ 2562 ทางเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

1.2 การกำกับ ติดตาม ให้หน่วยงานดำเนินการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน ส่งข้อมูลข่าวสารของราชการลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตามมาตรา 7 และดำเนินการจัดแสดงข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 9 โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารตามเกณฑ์มาตรฐานความโปร่งใสและตัวชี้วัดความโปร่งใสของหน่วยงาน กำชับให้หน่วยงานจัดแสดงข้อมูลไว้ในศูนย์กายภาพ และทางศูนย์ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์) เพื่อให้ประชาชนสามารถขอดู ตรวจสอบ ได้โดยสะดวก และจัดทำรายงานเสนอผู้บริหารทราบเป็นรายไตรมาส

1.3 การแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน โดยมอบหมายผู้บริหารระดับสูงเป็นประธานกรรมการ ผู้บริหารหน่วยงาน (ผู้อำนวยการสำนัก / กอง) เป็นกรรมการ ตลอดจนมีการมอบหมายเจ้าหน้าที่ เพื่อรับผิดชอบตรวจสอบปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการ

1.4 จัดเก็บสถิติการขอเข้ารับบริการข้อมูลข่าวสาร และจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บริหารทราบ จากการเก็บสถิติในภาพรวมของกระทรวงพบว่ามีผู้สนใจเข้ามาขอรับบริการข้อมูลข่าวสารของราชการที่หน่วยงานให้บริการ รวมจำนวน 1,303,060 ราย โดยเฉพาะที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มากถึง 869,697 ราย และกรมการค้าต่างประเทศ 237,965 ราย นอกจากนี้ยังมีการให้บริการผ่านเว็บไซต์ (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์) และเยี่ยมชมเว็บไซต์ รวมทั้งสิ้น 436,432 ครั้ง

During Fiscal Year B.E. 2562 (2019), Ministry of Commerce have carried out following important duties.

1. Supervising and monitoring the duties carried out by agencies under the Ministry of Commerce' purview.

1.1 Publicized the outcomes of the implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) on the website of Office of the Official Information Commission, Office of the Permanent Secretary, the Prime Minister's Office.

1.2 Supervised and monitor the agencies' duties to ensure that they kept of the official information stipulated in Section 7 and Section 9 correct, complete and up-to-date, publicized official information in the National Gazette in accordance with the provisions of Section 7, and displayed information as stipulated in Section 9, especially information as per the agencies' standards for transparency and transparency key performance indexes. The Ministry also reiterated that all agencies publicize information through physical and electronic (website) official information centers so that people could easily see and inspect the information. The agencies were also mandated to present quarterly reports to executives.

1.3 Established the official information administration committee by appointing high level executives to be chairpersons and appointing agencies' executives (executive directors, directors)

ในปีงบประมาณ 2562 มีประชาชนมาติดต่อขอตรวจสอบข้อมูล ซึ่งเป็นการใช้สิทธิตามมาตรา 11 (การจัดหาข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนตามคำขอเฉพาะรายซึ่งไม่มีส่วนที่ห้ามมิให้เปิดเผยตามมาตรา 14 หรือมาตรา 15) จำนวน 2,857 ราย ประเภทข้อมูลที่มีการขอใช้บริการมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ 1) สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศต่าง ๆ 2) รายชื่อผู้ส่งออก – นำเข้าของไทย และ 3) โครงสร้างสินค้าออก – สินค้าเข้าของไทย และขอคัดสำเนาเอกสาร จำนวน 10 ราย

2. ด้านการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

2.1 การจัดอบรม / สัมมนา ในหลักสูตร ต่าง ๆ ของกระทรวงพาณิชย์

กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญในการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ ให้กับข้าราชการ เจ้าหน้าที่ บุคลากรในสังกัดกระทรวง ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนประชาชนทั่วไป ให้มีความรู้ ความเข้าใจในเจตนารมณ์แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 อย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญ ได้แก่ การจัดอบรมให้กับข้าราชการบรรจุใหม่ กระทรวงพาณิชย์



to be members of the committee. There was also designation of dedicated officers who were tasked to inspect and update the publication of the official information.

1.4 Kept the statistics of official information services and submitted reports to executives for notation. The statistics showed that the Ministry had collectively 1,303,060 visitors who requested official information services. Department of Business development, in particular, provided services to 869,697 visitors while Department of Foreign Trade serviced 237,965 visitors. In addition, services through website (electronic official information center) were available, and the website was visited for 436,432 times.

During fiscal year B.E. 2562 (2019), 2,857 individuals had made requests to inspect information, which was exercising their rights under the provision of Section 11 (provision of information, except the information not subject to disclosure as stipulated in Section 14 or Section 15, to a person as per individual request). The three most requested information types were 1) statistics of Thailand's trade with different countries 2) List of Thailand's exporters-importers and 3) Thailand's exports-imports structure, and 10 individual requested copies of documents.

2. Building Knowledge and Understanding of the Official Information Act B.E. 2540 (1997)

2.1 Organized training sessions/seminars in Ministry of Commerce's Curricula

ตามโครงการฝึกอบรมข้าราชการบรรจุใหม่ หลักสูตร “ข้าราชการที่ดี” เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2562 โดยสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และการจัดเสวนาให้กับข้าราชการ เจ้าหน้าที่ บุคลากร ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2562 โดยกรมการค้าต่างประเทศ เป็นต้น

2.2 ส่งเสริมให้บุคลากรเข้ารับการทดสอบความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

2.3 จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สิทธิของประชาชนตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ในงานสัมมนาของหน่วยงาน

2.4 เยี่ยมชมศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำมาปรับปรุงการดำเนินงานในภาพรวมของกระทรวง

3. ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน กระทรวงพาณิชย์ได้มีการพัฒนาปรับปรุงช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับสถานการณ์ทาง

Ministry of Commerce attached importance to constantly building knowledge and understanding of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) among its government officers, staff, personnel, service receivers, stakeholders and the general public so that they would be equipped with knowledge and understanding of the purposes of the Official Information Act B.E. 2540 (1997). Among important initiatives were, Office of Permanent Secretary, Ministry of Commerce’s training session for Ministry of Commerce’s newly recruited government officers as per the training program for newly recruited government officers, topic “Good Government Officer” organized on 5 April 2019 and Department of Foreign Trade’s seminar for government officers, staff, personnel, business operators and interested individuals organized on 12 March 2019.

2.2 Encouraged personnel to take Office of the Permanent Secretary, the Prime Minister’s Office’s examinations that tested their knowledge and understanding of the implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997)



สังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนสืบค้นข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ของหน่วยงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อาทิ จัดทำ Banner “ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร” ไว้ในจุดที่เห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงง่าย จัดทำ คลิปปิ้งข่าวออนไลน์ (News Clipping) จัดทำบทความศูนย์ราชการใสสะอาด การปรับปรุงเว็บไซต์ www.thailandntr.com เพื่อเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ DITP TOUCH : Expertise ให้บริการข้อมูล/คำปรึกษาเชิงลึก เกี่ยวกับการส่งออกและการนำเข้า Application “DTN Drive” ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ และ MOC Mobile Application ได้แก่ การตรวจสอบราคาสินค้า (MOC Life) บริการค้นหาข้อมูล (MOC Search) สถิติข้อมูลการค้าของไทย (MOC Statistics) ติดตามสถานะการทำธุรกรรมออนไลน์ (MOC Tracking) และ Social Media Facebook Twitter YouTube และ Chat Online ซึ่งประชาชนจะได้รับข้อมูลข่าวสาร อย่างสะดวก รวดเร็ว



2.3 Organized activities to publicize the people’s rights under the Official Information Act B.E. 2540 (1997) at the sideline of seminars organized by its agencies.

2.4 Visited official information centers of various agencies, both inside and outside of the Ministry of Commerce, to exchange experience and use newly learnt knowledge in improving the Ministry’s overall services.

3.Developing Information System to disseminate the agency’s information: Ministry of Commerce worked continuously and along the line with current social and economic situation to develop and improve its information dissemination channels. It aimed to provide people with convenient access to its information and services by, for instance, putting “Information Search” Banner in an easy-to-see-and-access location, providing News Clipping, publicizing Transparent Government Center articles, improving www.thailandntr.com to make it a data base for international trade laws and rules, developing DITP TOUCH: Expertise to provide in depth information/consultation services on exporting and importing, developing “DTN Drive” Application to provide international trade information services, and developing MOC Mobile Application for merchandise price inspection service (MOC Life), information search (MOC Search), Thailand’s trade statistics (MOC Statistics), online services tracking (MOC Tracking). Social Media, including, Facebook, Twitter, YouTube and Chat Online were also available to ensure that people will have convenient and fast access to information.

“พาณิชย์” Go Green ลดขยะ ลดใช้พลาสติก

Commerce Goes Green for waste and plastic reduction



กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายมุ่งสู่กระทรวงสีเขียว ด้วยการดูแล ปกป้องสิ่งแวดล้อม และลดการสร้างภาระให้กับสิ่งแวดล้อม โดยจัดทำโครงการ “พาณิชย์รักษ์โลก” ที่มุ่งลด ละ เลิก การใช้กล่องโฟมและพลาสติกหูหิ้วภายในศูนย์อาหาร ร้านค้า และตลาดนัดของกระทรวงพาณิชย์ การลดและคัดแยกขยะมูลฝอย รวมถึงการทำ CSR ที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรม “พาณิชย์ร่วมใจห่วงใยสิ่งแวดล้อม บริจาคสิ่งของใช้แล้ว” มีเป้าหมายเพื่อสร้างความตระหนัก และรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือ ความรัก ความสามัคคี และมีสัมพันธภาพที่ดีในองค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และภาคประชาชน



The Ministry of Commerce has placed its emphasis towards environmental actions dedicated to making a positive social or environmental impact on society by taking care and reducing burden to the environment. The ministry has launched “MOC Green Earth” project which aims to discourage plastic and foam use in food centers, shops, and flea market vendors in the ministry, reduce and separate waste as well as to implement the environmental CSR project namely “The Ministry Social Responsibility and Donation” The goal of this project is to raise awareness and responsibility for creating better environment as well as to strengthen cooperation, unity, and good relationship between the organization, related agencies, and public sector.

การดำเนินกิจกรรมภายใต้ “พาณิชย์ร่วมใจห่วงใยสิ่งแวดล้อม บริจาคสิ่งของใช้แล้ว” โดยได้เริ่มตั้งแต่ ปี 2554 ที่สำคัญ ได้แก่

1. การรับบริจาคอะลูมิเนียมและถุงน่องใช้แล้วมอบให้มูลนิธิขาเทียมในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เพื่อนำไปรีไซเคิลทำขาเทียมสำหรับผู้พิการที่ยากไร้ด้อยโอกาส โดยการเชิญชวนบริจาควัสดุที่ผลิตจากอะลูมิเนียม เช่น ที่เปิดกระป๋องน้ำอัดลม อาหาร ฝาเครื่องดื่มแบรนด์ ถาดอะลูมิเนียมในเครื่องสำอาง และลวดแม็กซ์เย็บกระดาษที่ใช้แล้ว ถุงน่องที่ใช้แล้ว ทั้งแบบเต็มตัวและใต้เข่า

2. การรับบริจาคกล่องเครื่องดื่มยูเอชที มอบให้มูลนิธิอาสาเพื่อนพึ่ง (ภาฯ) ยามยาก สภากาชาดไทย เพื่อนำไปรีไซเคิลเป็นแผ่นหลังคามอบให้กับผู้ที่ประสบปัญหาด้านที่อยู่อาศัย รวมทั้งผู้ด้อยโอกาสและขาดแคลน โดยเชิญชวนบริจาคกล่องนม น้ำผลไม้ ชา กาแฟ กะทิ

3. การรับบริจาคกระดาษใช้แล้ว และปฏิทินตั้งโต๊ะมอบให้มูลนิธิคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์

4. การรับบริจาคใบสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ไม่ถูกรางวัล มอบให้ศูนย์พัฒนาเด็กพิเศษวัดห้วยหมู หมู่ที่ 9 บ้านดอนแจง ต.ดอนตะโก อ.เมือง จ.ราชบุรี เพื่อนำไปประดิษฐ์เป็นดอกไม้จันทน์ และพวงหรีด

Since 2011, the activities under “The Ministry Social Responsibility and Donation” including

1. The donation of aluminum and used stockings to the Prostheses Foundation of H.R.H the Princess Mother in order to make prosthetic legs to amputees of all races and religions. Donation materials include aluminum can rings or lid, aluminum cosmetic trays, used staples, and used stockings.

2. The donation of UHT paper box to Friends in Need (of “PA”) Volunteers Foundation, Thai Red Cross in order to recycle and make roofing sheets to those less fortunate who are in need of housing assistance. Donation materials include beverage cartons such as juice, tea, and coffee, and milk.

3. The donation of used papers and calendars to Foundation for The Blind in Thailand under the Royal Patronage of H.M. the Queen.

4. The donation of lottery paper to Wat Huai Mhoo Special Education Center in Ratchburi province in order to make the sandalwood flowers and wreath.



นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้เดินหน้าเลิกใช้ถุงพลาสติกหูหิ้ว และแก้วพลาสติก โดยได้จัดทำโครงการ “พาณิชย์รักษ์โลก” ซึ่งได้มีการประสานขอความร่วมมือผู้ประกอบการภายในกระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ ร้านค้าในศูนย์อาหารสวัสดิการ ร้านค้าในตลาดนัดกระทรวงพาณิชย์ และร้านค้าที่เข้ามาจำหน่ายสินค้าภายในกระทรวงในโอกาสต่างๆ เช่น งานธงฟ้า งานแฟรนไชส์ ฯลฯ เลิกใช้โฟมบรรจุอาหาร โดยใช้กล่องกระดาษ และชานอ้อยบรรจุอาหารแทน และกำหนดให้ใช้ถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้บรรจุของให้ลูกค้า รวมทั้งรณรงค์ให้ข้าราชการ พนักงาน และลูกจ้างของกระทรวงพาณิชย์ พกแก้วน้ำและกล่องข้าวส่วนตัว และใช้ถุงผ้าในชีวิตประจำวัน

จากการดำเนินงานทั้งหมดนี้ ได้ส่งผลให้กระทรวงพาณิชย์เดินหน้าเข้าสู่การเป็นกระทรวงสีเขียวที่มุ่งดูแล รักษาสิ่งแวดล้อม มุ่งบริหารจัดการขยะมูลฝอย เพื่อผลักดันให้บรรลุตามเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ยังมุ่งหวังว่า การจุดประกายการดูแลและปกป้องสิ่งแวดล้อมของกระทรวงพาณิชย์ จะขยายวงกว้าง ทำให้ทุกคนหันมาสนใจ ใส่ใจ และให้ความสำคัญกับการปกป้อง และดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้เพิ่มขึ้น

Under “MOC Green Earth” project, the Ministry of Commerce discourages plastic uses in all forms i.e. plastic handle and glass. The ministry also asks cooperation from food court, flea market vendors as well as shops available in the ministry in special occasions such as the Blue Flag market, the Franchise day to avoid using plastic and foam in food container.

The minister will continue its commitment towards the “Green Ministry” in encouraging a positive impact through its activities on the environment - managing waste and saving the environment. With all efforts, it is hoped to inspire and raise awareness among the public that could translate into improved care and protection of the environment for the better and greener society.



รายชื่อกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์
Laws under Responsibility of Ministry of Commerce

รายชื่อกฎหมาย | **List of Laws**

กรมการค้าต่างประเทศ 4 ฉบับ | Department of Foreign Trade, 4 Items

1. พ.ร.บ. การส่งออกไปนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522
2. พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503
3. พ.ร.บ. การตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ พ.ศ. 2542
4. พ.ร.บ. มาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น พ.ศ. 2550

1. Export and Import of Goods Act, B.E. 2522 (1979)
2. Export Commodity Standards Act, B.E. 2503 (1960)
3. Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, B.E. 2542 (1999)
4. Safeguard Measure Against Increased Imports Act, B.E. 2550 (2007)

กรมการค้าภายใน 6 ฉบับ | Department of Internal Trade, 6 Items

1. พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542
2. พ.ร.บ. มาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542
3. พ.ร.บ. คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558
4. พ.ร.บ. การค้าข้าว พุทธศักราช 2498
5. พ.ร.บ. ควบคุมโภคภัณฑ์ พ.ศ. 2495
6. พ.ร.บ. ยกเลิก พ.ร.บ.การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 พ.ศ. 2558

1. Price of Goods and Service Act, B.E. 2542 (1999)
2. Weights and Measures Act, B.E. 2542 (1999)
3. Warehouse, Silo and Cold Storage Act B.E. 2558 (2015)
4. Rice Trading Act, B.E. 2489 (1946)
5. Commodities Control Act B.E. 2495 (1952)
6. Act Repealing of the Agricultural Futures Trading. Act B.E. 2542, B.E. 2558 (2015)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 10 ฉบับ | Department of Business Development, 10 Items

1. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 ลักษณะ 22 หุ้นส่วนและบริษัท
2. พ.ร.บ. กำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วน จดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ พ.ศ. 2499
3. พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499
4. พ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535
5. พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542
6. พ.ร.บ. การบัญชี พ.ศ. 2543
7. พ.ร.บ. วิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547
8. พ.ร.บ. สมาคมการค้า พ.ศ. 2509
9. พ.ร.บ. หอการค้า พ.ศ. 2509
10. พ.ร.บ. หลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. 2558

1. Civil and Commercial Code Book III Specific Contracts Title XXII Partnerships and Companies
2. Act Prescribing Offences Related to Registered Partnerships, Limited Partnerships, Limited Companies, Associations and Foundations, B.E. 2499 (1956)
3. Business Registration Act, B.E. 2499 (1956)
4. Public Limited Companies Act, B.E. 2535 (1992)
5. Foreign Business Act, B.E. 2542 (1999)
6. Accounting Act, B.E. 2543 (2000)
7. Accounting Profession Act B.E. 2547 (2004)
8. Trade Associations Act, B.E. 2509 (1966)
9. Chambers of Commerce Act, B.E. 2509 (1966)
10. Business Security Act B.E. 2558 (2015)

รายชื่อกฎหมาย

List of Laws

กรมทรัพย์สินทางปัญญา 7 ฉบับ

1. พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537
2. พ.ร.บ. สิทธิบัตร พ.ศ. 2522
3. พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534
4. พ.ร.บ. คุ้มครองแบบผังภูมิของวงจรรวม พ.ศ. 2543
5. พ.ร.บ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546
6. พ.ร.บ. ผลิตผลิตภัณฑ์ซีดี พ.ศ. 2548
7. พ.ร.บ. ความลับทางการค้า พ.ศ. 2545

Department of Intellectual Property, 7 Items

1. Copyright Act, B.E. 2537 (1994)
2. Patent Act, B.E. 2522 (1979)
3. Trademark Act, B.E. 2534 (1991)
4. Protection of Layout Designs of Integrated Circuits Act, B.E. 2543 (2000)
5. Geographical Indication Protection Act, B.E. 2546 (2003)
6. Optical Disc Production Act, B.E. 2548 (2005)
7. Trade Secret Act B.E. 2545 (2002)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ

1. พ.ร.บ. สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2537

Department of International Trade Promotion, 1 Items

1. Thai National Shippers Council Act, B.E. 2537 (1994)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ

1. พ.ร.บ. คุ้มครองการดำเนินงานขององค์การการค้าโลก พ.ศ. 2537

Department of Trade Negotiations, 1 Items

1. The Operation of the World Trade Organization Act B.E. 2537 (1994)



กฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข จำนวน 14 ฉบับ

Laws under Amendment Process, 14 Items

กฎหมาย	Laws

กรมการค้าต่างประเทศ 3 ฉบับ | Department of Foreign Trade, 3 Items

1. ร่างพระราชบัญญัติการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนของการอุดหนุน)
2. ร่างพระราชบัญญัติการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนของการตอบโต้การทุ่มตลาด)

   สถานะ

   เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562 ร่างพระราชบัญญัติทั้งสองฉบับได้ผ่านการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเสนอนายกรัฐมนตรีเพื่อนำทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อทรงลงพระปรมาภิไธยให้ประกาศใช้เป็นกฎหมายต่อไป
3. ร่างพระราชบัญญัติการควบคุมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง พ.ศ. ....

   สถานะ

   เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562 ร่างพระราชบัญญัติได้ผ่านการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติแล้ว ขณะนี้อยู่ระหว่างสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเสนอนายกรัฐมนตรีเพื่อนำทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อทรงลงพระปรมาภิไธยให้ประกาศใช้เป็นกฎหมายต่อไป

1. Draft Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, (No.…), B.E.…. (sections concerning subsidies)
2. Draft Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, (No.…), B.E.…. (sections concerning anti-dumping)

   Status

   As of 26 February 2019, both items had already passed through the Office of the Council of State. The items are now waiting to be forwarded by the Secretariat of Cabinet to the Prime Minister who shall present them to His Majesty the King to sign and enact.
3. Draft Act on Control of Goods Associated with the Proliferation of Weapon of Mass Destruction, B.E.….

   Status

   As of 1 February 2019, the Draft had already passed through the Office of the Council of State. The item is now waiting to be forwarded by the Secretariat of Cabinet to the Prime Minister who shall present them to His Majesty the King to sign and enact.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 6 ฉบับ | Department of Business Development, 6 Items

1. ร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (บรรพ 3 ลักษณะ 22 หุ้นส่วนและบริษัท)

   สถานะ

   อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป

1. Draft Act Amending the Civil and Commercial Code (No.…), B.E.…. (Book III Specific Contracts Title XXII Partnerships and Companies)

   Status

   In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly

กฎหมาย	Laws

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 6 ฉบับ

2. ร่างพระราชบัญญัติกำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
สถานะ
อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป

3. ร่างพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
สถานะ
อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี และสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป

4. ร่างพระราชบัญญัติการจัดตั้งบริษัทจำกัดคนเดียว พ.ศ. ....
สถานะ
อยู่ระหว่างสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาจัดทำร่างเพื่อส่งให้สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป

5. ร่างพระราชบัญญัติสมาคมการค้า (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
สถานะ
อยู่ระหว่างสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาจัดทำร่างเพื่อส่งให้สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป

6. ร่างพระราชบัญญัติหอการค้า (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
สถานะ
อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อนำเข้าคณะรัฐมนตรีพิจารณา

Department of Business Development, 6 Items

2. Draft Act Prescribing Offences Related to Registered Partnerships, Limited Partnerships, Limited Companies, Associations and Foundations, (No.…), B.E.….
Status
In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly

3. Draft Public Limited Companies Act, (No…), B.E.….
Status
In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly

4. Draft Formation of One Natural Person Limited Companies Act, B.E.….
Status
Being prepared by the Office of the Council of State to be sent to the Secretariat of Cabinet to submit to the Cabinet

5. Trade Associations Act, B.E. 2509 (1966)
Status
Being prepared by the Office of the Council of State to be sent to the Secretariat of Cabinet to submit to the Cabinet

6. Chambers of Commerce Act, B.E. 2509 (1966)
Status
In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet

กรมทรัพย์สินทางปัญญา 4 ฉบับ

1. ร่างพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่..) พ.ศ. ....
(ในส่วนที่เกี่ยวกับขั้นตอนการจดทะเบียนและพิธีการแก้ไขความตกลงทริปส์)
สถานะ อยู่ระหว่างการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

Department of Intellectual Property, 4 Items

1. Draft Patent Act, (No.…), B.E. … (sections concerning registration process and TRIPS amendments)
Status
Under the Office of the Council of State's deliberation

กรมทรัพย์สินทางปัญญา 4 ฉบับ

Department of Intellectual Property, 4 Items

2. ร่างพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์)
   สถานะ
   อยู่ระหว่างการประชุมคณะกรรมการพัฒนากฎหมายว่าด้วยสิทธิบัตร
3. ร่างพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อจำกัดความรับผิดของผู้ให้บริการและการเข้าเป็นภาคีสนธิสัญญาว่าด้วยลิขสิทธิ์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก)
   สถานะ
   อยู่ระหว่างการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
4. ร่างพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ สำหรับคนพิการ)
   สถานะ
   พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2561 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 135 ตอนที่ 92 ก วันที่ 11 พฤศจิกายน 2561 และมีผลใช้บังคับวันที่ 11 มีนาคม 2562 เป็นต้นไป

2. Draft Patent Act, (No.…), B.E. … (sections concerning patents for industrial designs)
   Status
   Under consideration by the meeting of the Patent Law Development Committee
3. Draft Copy Right Act, (No.…), B.E. …(sections concerning limitation of liabilities of service providers and the accession to WIPO Copyright Treaty)
   Status
   Under the Office of the Council of State's deliberation
4. Draft Copy Right Act, (No.…), B.E. … (sections concerning exceptions to infringement of copyright for persons with disabilities)
   Status
   The Copy Right Act, (No. 4.), B.E. 2561 (2018) was announced in Part 92a, Vol. 135 of the Government Gazette on 11 November 2018 and has been in effect since 11 March 2019.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ

Department of International Trade Promotion, 1 Items

1. พระราชบัญญัติสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2537
   สถานะ
   อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม

1. Thai National Shippers Council Act, B.E. 2537 (1994)
   Status
   In the Department's drafting process

(ข้อมูล ณ วันที่ 26 เมษายน 2562) (Information as of 26 April, 2019)



กระทรวงพาณิชย์

งบแสดงฐานะการเงิน

FINANCIAL STATEMENT

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 / As of September 30, 2018

หน่วย (บาท) / Unit (Baht)

	2561 / 2018	2560 / 2017
สินทรัพย์ / Assets		
สินทรัพย์หมุนเวียน / Current Assets		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด / Cash and Cash Equivalents	545,277,860.23	355,924,316.35
ลูกหนี้ระยะสั้น / Short-term Receivables	72,830,055.09	42,944,506.80
ลูกหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น / Short-term Receivables	311,456.60	101,850.00
วัสดุคงเหลือ / Supplies	15,501,683.04	13,070,396.89
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น / Other Current Assets	526,907.05	529,006.70
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / Total Current Assets	**634,447,962.01**	**412,570,076.74**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน / Fixed Assets		
ลูกหนี้ระยะยาว / Long-term Receivables	1,889,380.00	1,894,380.00
เงินลงทุนระยะยาว / Long-term Investment	1,325,725.00	1,325,725.00
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (สุทธิ) / Property, Plant and Equipment (Net)	3,295,930,082.19	3,508,384,203.90
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สุทธิ) / Intangible Assets (Net)	459,234,979.73	317,863,106.36
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น / Other Fixed Assets	437,100.00	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน / Total Fixed Assets	**3,758,817,266.92**	**3,829,467,415.26**
รวมสินทรัพย์ / Total Assets	**4,393,265,228.93**	**4,242,037,492.00**
หนี้สิน / Liabilities		
หนี้สินหมุนเวียน / Current Liabilities		
เจ้าหนี้ระยะสั้น / Short-term Account Payable	293,922,032.23	249,913,507.65
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น / Short-term receivables (amounts be tranferred) and subsidies	3,081,225.94	12,135,385.78
เงินรับฝากระยะสั้น / Short-term Deposits	335,661,702.41	135,921,551.93
หนี้สินหมุนเวียนอื่น / Another Current Liabilities	2,482,483.64	2,178,053.92
รวมหนี้สินหมุนเวียน / Total Current Liabilities	**635,147,444.22**	**400,148,499.28**
หนี้สินไม่หมุนเวียน / Non-Current Liabilities		
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว / Short-term Account Payable	16,016,875.19	8,426,888.50
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว / Long-term cash advance from the treasury	19,000,000.00	19,000,000.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น / Non-Current Liabilities	1,889,380.00	1,894,380.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน / Total Non-Current Liabilities	**36,906,255.19**	**29,321,268.50**
รวมหนี้สิน / Total Liabilities	**672,053,699.41**	**429,469,767.78**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Net Assets/Net Capital	**3,721,211,529.52**	**3,812,567,724.22**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Net Assets/Net Capital		
ทุน / Capital	2,984,842,178.49	2,984,842,178.49
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม / Revenues Over/(Below)	736,369,351.03	827,725,545.73
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Total Net Assets/ Total Net Capital	**3,721,211,529.52**	**3,812,567,724.22**

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

FINANCIAL STATEMENT INDICATING WORK OPERATION

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 / As of September 30, 2018

หน่วย (บาท) / Unit (Baht)

	2561 / 2018	2560 / 2017
รายได้ / Assets		
รายได้จากงบประมาณ / Cash and Cash Equivalents	8,254,061,344.68	7,911,972,969.06
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ / Short-term Receivables	152,783,051.00	145,920,052.00
รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค / Short-term Receivables	40,999,041.39	234,021,838.99
รายได้อื่น / Supplies	1,451,555.90	446,303.28
รวมรายได้ / Total Current Assets	**8,449,294,992.97**	**8,292,361,163.33**
ค่าใช้จ่าย / Fixed Assets		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร / Personnel expense	2,628,388,079.90	2,624,293,000.51
ค่าบำเหน็จบำนาญ / Gratuities and pensions	1,006,759,331.28	938,641,759.16
ค่าตอบแทน / Compensation	166,289,482.89	161,770,380.48
ค่าใช้สอย / Office supplies	3,774,906,241.92	3,392,285,499.72
ค่าวัสดุ / Office supplies	134,386,514.94	161,576,763.45
ค่าสาธารณูปโภค / Utilities expenses	173,741,128.90	176,461,910.13
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย / Depreciation and amortization	573,418,556.69	442,832,852.11
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนและบริจาค / Subsidization and donations expense	121,752,118.10	121,134,340.51
ค่าใช้จ่ายอื่น / Other expense	10,541,197.52	3,669,159.81
รวมค่าใช้จ่าย / Total Expense	**8,590,182,652.14**	**8,022,665,665.88**
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายก่อนต้นทุนทางการเงิน / Revenues higher (lower) than regular expense	**(140,887,659.17)**	**269,695,497.45**
ต้นทุนทางการเงิน / Finance cost	18,000.00	17,000.00
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ / Revenues higher (lower) net expense	**(140,905,659.17)**	**269,678,497.45**



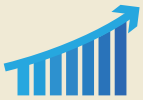
History Timeline

(พ.ศ. 2463 - พ.ศ. 2562)

สถาปนา
กระทรวงพาณิชย์
2463

2486

- เริ่มจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค



2503

- กำหนดให้สินค้ามีมาตรฐานในการส่งออกเป็นไปตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าขาออก

2523

- การจัดประกวดข้าวหอมมะลิครั้งแรก

2534

- จัดตั้งกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (คชก.)
- ริเริ่มโครงการธงฟ้าราคาประหยัด



2536

- ทูลเกล้าฯ ถวายสิทธิบัตรการประดิษฐ์ “กังหันน้ำชัยพัฒนา” แด่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร



- เกิด FTA ฉบับแรกของไทย คือ เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)

2501

- ริเริ่มตลาดกลางขายส่งสินค้า
  - ตลาดไข่เป็ดบรรทัดทอง
  - ตลาดท่าโรงโม่
  - ตลาดผักและผลไม้ปากคลองตลาด



2518

- การประกันราคาข้าวเปลือกครั้งแรก

2532

- ประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO)



2535

- เริ่มมีการมอบรางวัล Prime Minister’s Export Award



2538

- ไทยเป็นสมาชิกลำดับที่ 59 ที่ร่วมก่อตั้งองค์การการค้าโลก



2541

- ริเริ่มโครงการ Thai SELECT

2542

- เริ่มใช้ตราสัญลักษณ์ Thailand's Brand

2545

- เริ่มใช้เครื่องหมายรับรองรูปพนมมือสำหรับข้าวหอมมะลิ

2547

- เริ่มขึ้นทะเบียนคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ตัวแรกของประเทศไทย

2552

- ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัล "ผู้นำโลกด้านทรัพย์สินทางปัญญา" (WIPO Global Leader Award) แด่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร



- จัดงานอัตลักษณ์ไทยครั้งแรก

2553

- เริ่มมีการมอบรางวัลเพชรพาณิชย์



2554

- มีการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ Thailand's Brand ไปสู่ตราสัญลักษณ์คุณภาพไทยแลนด์ Thailand Trust Mark (T Mark)
- เปิดตัว Thaitrade.com

2557

- ริเริ่มโครงการร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จเพื่อคืนความสุขทุกจานให้ประชาชน "หนูณิชย์...พาชิม"



2559

- จัดการประชุม CLMVT Forum เป็นครั้งแรก
- ริเริ่มตลาดต้องชม
- บูรณาการหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ในส่วนภูมิภาค (One Roof)

2560

- เริ่มเปิดให้บริการระบบจดทะเบียนนิติบุคคลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Registration)
- ไทยหลุดจากบัญชี PWL เป็น WL
- ริเริ่มโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ
- เริ่มจัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (APi)
- เริ่มจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA)

2561

- เริ่มโครงการ Big Data เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย
- ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการผลักดันประเทศไทยให้เป็นมหาอำนาจด้านผลไม้เมืองร้อนของโลก
- เริ่มโครงการตลาดริมทาง

99 ปี กระทรวงพาณิชย์

2562

รายพระนามและนามเสนาบดี

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Name list of the Ministers of Commerce and Deputy Ministers of Commerce

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
-	พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระจันทบุรีนฤนาถ	เสนาบดี	คนที่ 1 : ครั้งที่ 1	20 ส.ค. 2463	พ.ศ. 2473
-	พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน	เสนาบดี	คนที่ 2 : ครั้งที่ 1	พ.ศ. 2474	10 ธ.ค. 2475
2	พระยาวงษานุประพัทธ (หม่อมราชวงศ์สท้าน สนิทวงศ์)	รมว.	คนที่ 3 : ครั้งที่ 1	10 ธ.ค. 2475	1 เม.ย. 2476
3	พระยาวงษานุประพัทธ (หม่อมราชวงศ์สท้าน สนิทวงศ์)	รมว.	คนที่ 3 : ครั้งที่ 2	1 เม.ย. 2476	20 มิ.ย. 2476
4	พระยาโกมารกุลมนตรี (ชื่น โกมารกุล ณ นคร)	รมว.	คนที่ 4 : ครั้งที่ 1	24 มิ.ย. 2476	16 ธ.ค. 2476
5	พระยาโกมารกุลมนตรี (ชื่น โกมารกุล ณ นคร)	รมว.	คนที่ 4 : ครั้งที่ 2	16 ธ.ค. 2476	29 มี.ค. 2477
	พระสารสาสน์พลขันธ์ (ลอง สารสาส)	รมว.	คนที่ 5 : ครั้งที่ 1	29 มี.ค. 2477	22 ก.ย. 2477
6	พลเรือตรี พระยาศรยุทธเสนี (กระแส ประวาหะนาวิน)	รมว.	คนที่ 6 : ครั้งที่ 1	22 ก.ย. 2477	12 ก.พ. 2478
	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 1	12 ก.พ. 2478	28 ก.ค. 2480
	พันเอกหลวงชำนาญยุทธศิลป์ (เชย รมยะนันทน์)	รมช.		18 ธ.ค. 2479	28 ก.ค. 2480
7	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 2	10 ส.ค. 2480	10 ธ.ค. 2480
	พันเอกหลวงชำนาญยุทธศิลป์ (เชย รมยะนันทน์)	รมช.		10 ส.ค. 2480	10 ธ.ค. 2480
8	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 3	21 ธ.ค. 2480	16 ธ.ค. 2481
	พันเอกหลวงชำนาญยุทธศิลป์ (เชย รมยะนันทน์)	รมช.		21 ธ.ค. 2480	16 ธ.ค. 2481
9	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 4	21 ธ.ค. 2481	16 ก.พ. 2485
	พลตรี เสรีฤทธิ์ (จรัญ รัตนกุล)	รมช.		6 ก.ย. 2482	26 ก.ย. 2484
	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 5	19 ส.ค. 2484	16 ก.พ. 2485
	พลตรี เสรีฤทธิ์ (จรัญ รัตนกุล)	รมช.		19 ส.ค. 2484	26 ก.ย. 2484
	หลวงชำนาญนิติเกษตร (อุทัย แสงมณี)	รมช.		26 ก.ย. 2484	1 ก.พ. 2485
	พลเรือโท สินธุ์ กมลนาวิน	รมว.	คนที่ 8 : ครั้งที่ 1	16 ก.พ. 2485	6 มี.ค. 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		4 ก.พ. 2485	6 มี.ค. 2485
10	พลตรีจรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมว.	คนที่ 9 : ครั้งที่ 1	10 มี.ค. 2485	20 มี.ค. 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		10 มี.ค. 2485	20 มี.ค. 2485
	พลตรีจรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมว.	คนที่ 9 : ครั้งที่ 2	20 มี.ค. 2485	8 ก.ย. 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		20 มี.ค. 2485	8 ก.ย. 2485
	พันตรีควง อภัยวงศ์	รมว.	คนที่ 10 : ครั้งที่ 1	8 ก.ย. 2485	17 ก.พ. 2486
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		20 มี.ค. 2485	3 มี.ค. 2486
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมว.	คนที่ 11 : ครั้งที่ 1	3 มี.ค. 2486	24 ก.ค. 2487
	นายกอ มไหสวรรย์ สมบัติศิริ	รมช.		20 ต.ค. 2486	24 ก.ค. 2487

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
11	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมว.	คนที่ 11 : ครั้งที่ 2	2 ส.ค. 2487	20 ก.ย. 2487
	พันตรีควง อภัยวงศ์	รมว.	คนที่ 10 : ครั้งที่ 2	10 ม.ค. 2488	16 ส.ค. 2488
	นายเดือน บุนนาค	รมช.		10 ม.ค. 2488	16 ส.ค. 2488
12	นาวาเอก หลวงศุภชลาศัย (บุง ศุภชลาศัย)	รมว.	คนที่ 12 : ครั้งที่ 1	1 ก.ย. 2488	17 ก.ย. 2488
	นายเดือน บุนนาค	รมช.		1 ก.ย. 2488	17 ก.ย. 2488
13	หม่อมหลวงอุดม สนิทวงศ์	รมว.	คนที่ 13 : ครั้งที่ 1	19 ก.ย. 2488	31 ม.ค. 2489
14	พลอากาศตรี มุนี มหาสันทนะ เวชยันต์รังสฤษฎ์	รมว.	คนที่ 14 : ครั้งที่ 1	2 ก.พ. 2489	18 มี.ค. 2489
15	หม่อมหลวงกรี เดชาติวงศ์	รมว.	คนที่ 15 : ครั้งที่ 1	24 มี.ค. 2489	1 มิ.ย. 2489
16	หม่อมหลวงกรี เดชาติวงศ์	รมว.	คนที่ 15 : ครั้งที่ 2	11 มิ.ย. 2489	21 ส.ค. 2489
17	พันตรี วิลาศ โอสถานนท์	รมว.	คนที่ 16 : ครั้งที่ 1	24 ส.ค. 2489	28 พ.ค. 2490
18	นายเดือน บุนนาค	รมว.	คนที่ 17 : ครั้งที่ 1	31 พ.ค. 2490	8 พ.ย. 2490
	นายจำลอง ดาวเรือง	รมช.		31 พ.ค. 2490	8 พ.ย. 2490
19	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมว.	คนที่ 11 : ครั้งที่ 3	11 พ.ย. 2490	6 ก.พ. 2491
20	พลอากาศตรี มุนี มหาสันทนะ เวชยันต์รังสฤษฎ์	รมว.	คนที่ 14 : ครั้งที่ 2	25 ก.พ. 2491	8 เม.ย. 2491
21	พระยามไหสวรรย์ (กวย สมบัติศิริ)	รมว.	คนที่ 18 : ครั้งที่ 1	15 เม.ย. 2491	16 พ.ย. 2491
	พลตรีเภา เพียรเลิศ บริภัณฑ์ยุทธกิจ	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 6	16 พ.ย. 2491	24 มิ.ย. 2492
	หม่อมราชวงศ์ คึกฤทธิ์ ปราโมทย์	รมช.		30 พ.ย. 2491	1 ม.ค. 2492
22	พลตรีเภา เพียรเลิศ บริภัณฑ์ยุทธกิจ	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 7	28 มิ.ย. 2492	29 พ.ย. 2494
	นายเทพ โชตินุชิต	รมช.		16 ม.ค. 2493	29 พ.ย. 2494
23	พลอากาศตรี มุนี มหาสันทนะ เวชยันต์รังสฤษฎ์	รมว.	คนที่ 14 : ครั้งที่ 3	29 พ.ย. 2494	6 ธ.ค. 2494
24	หลวงวิจิตรวาทการ (วิจิตร วิจิตรวาทการ)	รมว.	คนที่ 19 : ครั้งที่ 1	8 ธ.ค. 2494	23 มี.ค. 2495
	พันเอก ศิริ สิริโยธิน	รมช.		11 ธ.ค. 2494	23 มี.ค. 2495
25	นายวรการบัญชา	รมว.	คนที่ 20 : ครั้งที่ 1	28 มี.ค. 2495	4 ก.พ. 2497
	พลตรี ศิริ สิริโยธิน	รมช.		28 มี.ค. 2495	22 มี.ค. 2497
	จอมพล แปลก พิบูลสงคราม	รมว.	คนที่ 21 : ครั้งที่ 1	04 ก.พ 2497	23 มี.ค. 2497
	พลจัตวา ศิริ สิริโยธิน	รมว.	คนที่ 22 : ครั้งที่ 1	23 มี.ค. 2497	26 ก.พ. 2500
26	พลเอกเภา เพียรเลิศ บริภัณฑ์ยุทธกิจ	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 8	31 มี.ค. 2500	16 ก.ย. 2500
	นายสุรพงษ์ ตรีรัตน์	รมช.		31 มี.ค. 2500	16 ก.ย. 2500
27	นายสุกิจ นิมมานเหมินท์	รมว.	คนที่ 23 : ครั้งที่ 1	23 ก.ย. 2500	26 ธ.ค. 2500
	พลโท จิตติ นาวีเสถียร	รมช.		23 ก.ย. 2500	26 ธ.ค. 2500
28	นายสุกิจ นิมมานเหมินท์	รมว.	คนที่ 23 : ครั้งที่ 2	1 ม.ค. 2501	20 ต.ค. 2501
	พลโท จิตติ นาวีเสถียร	รมช.		1 ม.ค. 2501	7 ส.ค. 2501
	พลตรี เนตร เขมะโยธิน	รมช.		7 ส.ค. 2501	20 ต.ค. 2501

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
29	นายสุนทร หงส์ลดารมภ์	รมว.	คนที่ 24 : ครั้งที่ 1	10 ก.พ. 2502	1 พ.ค. 2502
	นายเกษม ศรีพยัคฆ์	รมว.	คนที่ 25 : ครั้งที่ 1	1 พ.ค. 2502	8 ธ.ค. 2506
30	นายเกษม ศรีพยัคฆ์	รมว.	คนที่ 25 : ครั้งที่ 2	11 ธ.ค. 2506	5 ก.ค. 2508
	นายสุนทร หงส์ลดารมภ์	รมว.	คนที่ 24 : ครั้งที่ 2	8 ก.ค. 2508	10 ก.พ. 2511
	นายพจน์ สารสิน	รมว.	คนที่ 26 : ครั้งที่ 1	10 ก.พ. 2511	7 มี.ค. 2512
31	นายบุญชนะ อัตถากร	รมว.	คนที่ 27 : ครั้งที่ 1	11 มี.ค. 2512	17 พ.ย. 2514
	พลตำรวจโท พิชัย กุลละวณิชย์	รมช.		11 มี.ค. 2512	17 พ.ย. 2514
	นายประสิทธิ์ กาญจนวัฒน์	รมช.		23 พ.ย. 2513	17 พ.ย. 2514
32	นายประสิทธิ์ กาญจนวัฒน์	รมว.	คนที่ 28 : ครั้งที่ 1	19 ธ.ค. 2515	14 ต.ค. 2516
	นายโอสถ โกศิน	รมช.		19 ธ.ค. 2515	14 ต.ค. 2516
33	นายชาญชัย ลี้ถาวร	รมว.	คนที่ 29 : ครั้งที่ 1	16 ต.ค. 2516	22 พ.ค. 2517
	นายจรูญ ศรีบุญเรือง	รมช.		16 ต.ค. 2516	22 พ.ค. 2517
34	นายวิจารณ์ นิวาตวงศ์	รมว.	คนที่ 30 : ครั้งที่ 1	30 พ.ค. 2517	14 ก.พ. 2518
	นายประสงค์ สุขุม	รมช.		30 พ.ค. 2517	14 ก.พ. 2518
35	นายดำรง ลัทธพิพัฒน์	รมว.	คนที่ 31 : ครั้งที่ 1	21 ก.พ. 2518	6 มี.ค. 2518
	นายประเทือง คำประกอบ	รมช.		21 ก.พ. 2518	6 มี.ค. 2518
36	นายทองหยด จิตตวีระ	รมว.	คนที่ 32 : ครั้งที่ 1	17 มี.ค. 2518	12 ม.ค. 2519
	นายไชยศิริ เรืองกาญจนเศรษฐ์	รมช.		10 เม.ย. 2518	12 ม.ค. 2519
	นายธเนศ เอียสกุล	รมช.		8 ม.ค. 2519	12 ม.ค. 2519
37	นายดำรง ลัทธพิพัฒน์	รมว.	คนที่ 31 : ครั้งที่ 2	21 เม.ย. 2519	23 ก.ย. 2519
	นายคล้าย ละอองมณี	รมช.		21 เม.ย. 2519	23 ก.ย. 2519
38	นายดำรง ลัทธพิพัฒน์	รมว.	คนที่ 31 : ครั้งที่ 3	5 ต.ค. 2519	6 ต.ค. 2519
	นายคล้าย ละอองมณี	รมช.		5 ต.ค. 2519	6 ต.ค. 2519
39	นายสุธี นาทวรทัต	รมว.	คนที่ 33 : ครั้งที่ 1	22 ต.ค. 2519	20 ต.ค. 2520
40	นายนาม พูนวัตถุ	รมว.	คนที่ 34 : ครั้งที่ 1	12 พ.ย. 2520	21 ธ.ค. 2521
	นายปรก อัมระนันท์	รมช.		12 พ.ย. 2520	21 ธ.ค 2521
41	นายอบ วสุรัตน์	รมว.	คนที่ 35 : ครั้งที่ 1	24 พ.ค. 2522	11 ก.พ. 2523
	นายปรก อัมระนันท์	รมช.		24 พ.ค. 2522	11 ก.พ. 2523
	นายอบ วสุรัตน์	รมว.	คนที่ 35 : ครั้งที่ 2	11 ก.พ. 2523	29 ก.พ. 2523
	นายจุมพล ธรรมจารีย์	รมช.		11 ก.พ. 2523	29 ก.พ. 2523
42	นายตามใจ ขำภโต	รมว.	คนที่ 36 : ครั้งที่ 1	12 มี.ค. 2523	22 ม.ค. 2524
	นายวิสิษฐ์ ตันสัจจา	รมช.		12 มี.ค. 2523	22 ม.ค. 2524

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
	นายไพโรจน์ ไชยพร	รมช.		12 มี.ค. 2523	11 มี.ค. 2524
	นาวาอากาศตรี ปุณมี ปุณศรี	รมว.	คนที่ 37 : ครั้งที่ 1	22 ม.ค. 2524	11 มี.ค. 2524
	นายไพโรจน์ ไชยพร	รมช.		12 มี.ค. 2523	11 มี.ค. 2524
	นายชวน หลีกภัย	รมว.	คนที่ 38 : ครั้งที่ 1	11 มี.ค. 2524	19 ธ.ค. 2524
	นายประกายพฤกษ์ ศรุตานนท์	รมช.		11 มี.ค. 2524	19 ธ.ค. 2524
	นายทวี ไกรคุปต์	รมช.		11 มี.ค. 2524	27 ต.ค. 2525
	นาวาอากาศตรี ปุณมี ปุณศรี	รมว.	คนที่ 37 : ครั้งที่ 2	19 ธ.ค. 2524	22 เม.ย. 2526
	ร้อยตรี ประพาส ลิมปะพันธ์	รมช.		19 ธ.ค. 2524	22 เม.ย. 2526
43	นายโกศล ไกรฤกษ์	รมว.	คนที่ 39 : ครั้งที่ 1	7 พ.ค. 2526	15 ม.ค. 2529
	นายไพโรจน์ ไชยพร	รมช.		7 พ.ค. 2526	15 ม.ค. 2529
	นายประยูร จินดาศิลป์	รมช.		7 พ.ค. 2526	5 ส.ค. 2529
	ร้อยตำรวจเอก สุรัตน์ โอสถานุเคราะห์	รมว.	คนที่ 40 : ครั้งที่ 1	15 ม.ค. 2529	5 ส.ค. 2529
	นายอำนวย ยศสุข	รมช.		15 ม.ค. 2529	5 ส.ค. 2529
44	ร้อยตำรวจเอก สุรัตน์ โอสถานุเคราะห์	รมว.	คนที่ 40 : ครั้งที่ 2	11 ส.ค. 2529	6 พ.ย. 2529
	นายประจวบ ไชยสาสน์	รมช.		11 ส.ค. 2529	3 ส.ค. 2531
	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมช.		11 ส.ค. 2529	3 ส.ค. 2531
	นายมนตรี พงษ์พานิช	รมว.	คนที่ 41 : ครั้งที่ 1	6 พ.ย. 2529	3 ส.ค. 2531
	นายประจวบ ไชยสาสน์	รมช.		11 ส.ค. 2529	3 ส.ค. 2531
	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมช.		11 ส.ค. 2529	3 ส.ค. 2531
45	นายสุบิน ปิ่นขยัน	รมว.	คนที่ 42 : ครั้งที่ 1	9 ส.ค. 2531	26 ส.ค. 2533
	นายภิญญา ช่วยปลอด	รมช.		9 ส.ค. 2531	26 ส.ค. 2533
	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมช.		9 ส.ค. 2531	9 ธ.ค. 2533
	นายอมเรศ ศิลาอ่อน	รมว.	คนที่ 43 : ครั้งที่ 1	26 ส.ค. 2533	9 ธ.ค. 2533
	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมช.		9 ส.ค. 2531	9 ธ.ค. 2533
	นายเจี่ย ก๊กผล	รมช.		26 ส.ค. 2533	9 ธ.ค. 2533
46	นายอมเรศ ศิลาอ่อน	รมว.	คนที่ 43 : ครั้งที่ 2	14 ธ.ค. 2533	23 ก.พ. 2534
	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมช.		14 ธ.ค. 2533	23 ก.พ. 2534
	นายจำนงค์ โพธิสาโร	รมช.		14 ธ.ค. 2533	23 ก.พ. 2534
47	นายอมเรศ ศิลาอ่อน	รมว.	คนที่ 43 : ครั้งที่ 3	6 มี.ค. 2534	22 มี.ค. 2535
	หม่อมราชวงศ์ ปรีดิยาธร เทวกุล	รมช.		10 ก.ค. 2534	22 มี.ค. 2535
48	นายอนุวรรตน์ วัฒนพงศ์ศิริ	รมว.	คนที่ 44 : ครั้งที่ 1	17 เม.ย. 2535	10 มิ.ย. 2535
	หม่อมราชวงศ์ ปรีดิยาธร เทวกุล	รมช.		17 เม.ย. 2535	10 มิ.ย. 2535

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
	นายสัมพันธ์ เลิศนุวัฒน์	รมช.		17 เม.ย. 2535	10 มิ.ย. 2535
	นางพวงเล็ก บุญเชียง	รมช.		17 เม.ย. 2535	10 มิ.ย. 2535
49	นายอมเรศ ศิลาอ่อน	รมว.	คนที่ 43 : ครั้งที่ 4	18 มิ.ย. 2535	22 ก.ย. 2535
	หม่อมราชวงศ์ปรีดิยาธร เทวกุล	รมช.		18 มิ.ย. 2535	22 ก.ย. 2535
50	นายอุทัย พิมพ์ใจชน	รมว.	คนที่ 45 : ครั้งที่ 1	29 ก.ย. 2535	19 พ.ค. 2538
	นายไชยยศ สะสมทรัพย์	รมช.		29 ก.ย. 2535	19 พ.ค. 2538
	นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์	รมช.		29 ก.ย. 2535	13 ธ.ค. 2537
	นายไพฑูรย์ แก้วทอง	รมช.		29 ก.ย. 2535	23 ก.ย. 2536
	นายเฉลิมพล สนิทวงศ์ชัย	รมช.		23 ก.ย. 2536	25 ต.ค. 2537
	นายฉัตรชัย เอียสกุล	รมช.		25 ต.ค. 2537	11 ธ.ค. 2537
	นายกอร์ปศักดิ์ สภาวสุ	รมช.		17 ธ.ค. 2537	19 พ.ค. 2538
51	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมว.	คนที่ 46 : ครั้งที่ 1	18 ก.ค. 2538	24 พ.ย. 2539
	ว่าที่ร้อยตรี ไพโรจน์ สุวรรณฉวี	รมช.		18 ก.ค. 2538	23 พ.ค 2539
	นายมนตรี ด่านไพบูลย์	รมช.		18 ก.ค. 2538	24 พ.ย. 2539
	นายอำนวย ยศสุข	รมช.		28 พ.ค. 2539	24 พ.ย. 2539
	นางสาวสุคนธ์ กาญจนาลัย	รมช.		27 ก.ย. 2539	24 พ.ย. 2539
52	นายณรงค์ชัย อัครเศรณี	รมว.	คนที่ 47 : ครั้งที่ 1	29 พ.ย. 2539	21 มิ.ย. 2540
	นายเฉลิมพล สนิทวงศ์ชัย	รมช.		29 พ.ย. 2539	24 ต.ค. 2540
	นายสมพร อัศวเหม	รมช.		29 พ.ย. 2539	6 พ.ย. 2540
	นายณรงค์ชัย อัครเศรณี	รมว.	คนที่ 47 : ครั้งที่ 2	21 มิ.ย. 2540	24 ต.ค. 2540
	นายเฉลิมพล สนิทวงศ์ชัย	รมช.		29 พ.ย. 2539	24 ต.ค. 2540
	นายสมพร อัศวเหม	รมช.		29 พ.ย. 2539	6 พ.ย. 2540
	นายสม จาตุศรีพิทักษ์	รมว.	คนที่ 48 : ครั้งที่ 1	24 ต.ค. 2540	6 พ.ย. 2540
	นายสมพร อัศวเหม	รมช.		29 พ.ย. 2539	6 พ.ย. 2540
	นายวิชัย ชัยจิตวณิชกุล	รมช.		24 ต.ค. 2540	6 พ.ย. 2540
	นายพจน์ วิเทตยนตรกิจ	รมช.		24 ต.ค. 2540	6 พ.ย. 2540
53	นายศุภชัย พานิชภักดิ์	รมว.	คนที่ 49 : ครั้งที่ 1	14 พ.ย. 2540	9 พ.ย. 2543
	นายไพฑูรย์ แก้วทอง	รมช.		14 พ.ย. 2540	9 พ.ย. 2543
	นายโพธิพงษ์ ล่ำซำ	รมช.		14 พ.ย. 2540	4 ต.ค. 2541
	นายประวิช รัตนเพียร	รมช.		5 ต.ค. 2541	9 ก.ค. 2542
	นายกรพจน์ อัศวินวิจิตร	รมช.		9 ก.ค. 2542	9 พ.ย. 2543
	นายรักษ์ ตันติสุนทร	รมช.		8 ก.ย. 2543	9 พ.ย. 2543

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
54	นายอดิศัย โพธารามิก	รมว.	คนที่ 50 : ครั้งที่ 1	17 ก.พ. 2544	3 ต.ค. 2545
	นายสุวรรณ วลัยเสถียร	รมช.		17 ก.พ. 2544	3 ต.ค. 2545
	นายเนวิน ชิดชอบ	รมช.		5 มี.ค. 2545	3 ต.ค. 2545
	นายอดิศัย โพธารามิก	รมว.	คนที่ 50 : ครั้งที่ 2	3 ต.ค. 2545	8 พ.ย. 2546
	นายวัฒนา เมืองสุข	รมช.		3 ต.ค. 2545	8 พ.ย. 2546
	นายวัฒนา เมืองสุข	รมว.	คนที่ 51 : ครั้งที่ 1	8 พ.ย. 2546	11 มี.ค. 2548
	นายพงษ์ศักดิ์ รักตพงศ์ไพศาล	รมช.		8 พ.ย. 2546	6 ต.ค. 2547
	นายอนุทิน ชาญวีรกูล	รมช.		6 ต.ค. 2547	11 มี.ค. 2548
55	นายทนง พิทยะ	รมว.	คนที่ 52 : ครั้งที่ 1	11 มี.ค. 2548	2 ส.ค. 2548
	นายสุริยา ลาภวิสุทธิสิน	รมช.		11 มี.ค. 2548	6 ก.ค. 2548
	นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์	รมว.	คนที่ 53 : ครั้งที่ 1	2 ส.ค. 2548	19 ก.ย. 2549
	นายปรีชา เลาหพงศ์ชนะ	รมช.		2 ส.ค. 2548	19 ก.ย. 2549
56	นายเกริกไกร จีระแพทย์	รมว.	คนที่ 54 : ครั้งที่ 1	8 ต.ค. 2549	6 ก.พ. 2551
	นางอรนุช โอสถานนท์	รมช.		1 ก.พ. 2550	1 ต.ค. 2550
57	นายมิ่งขวัญ แสงสุวรรณ์	รมว.	คนที่ 55 : ครั้งที่ 1	6 ก.พ. 2551	2 ส.ค. 2551
	นายวิรุฬ เตชะไพบูลย์	รมช.		6 ก.พ. 2551	2 ส.ค. 2551
	พันตำรวจโท บรรยิน ตั้งภากรณ์	รมช.		6 ก.พ. 2551	-
58	นายไชยา สะสมทรัพย์	รมว.	คนที่ 56 : ครั้ง 1	2 ส.ค. 2551	24 ก.ย. 2551
	พันตำรวจโท บรรยิน ตั้งภากรณ์	รมช.		6 ก.พ. 2551	24 ก.ย. 2551
	นายพิเชษฐ์ ตันเจริญ	รมช.		2 ส.ค. 2551	24 ก.ย. 2551
	นายไชยา สะสมทรัพย์	รมว.	คนที่ 56 : ครั้ง 2	24 ก.ย. 2551	2 ธ.ค. 2551
	พันตำรวจโท บรรยิน ตั้งภากรณ์	รมช.		24 ก.ย. 2551	2 ธ.ค. 2551
	นายสงคราม กิจเลิศไพโรจน์	รมช.		24 ก.ย. 2551	2 ธ.ค. 2551
59	นางพรทิวา นาคาศัย	รมว.	คนที่ 57 : ครั้งที่ 1	20 ธ.ค. 2551	9 ส.ค. 2554
	นายอลงกรณ์ พลบุตร	รมช.		20 ธ.ค. 2551	9 ส.ค. 2554
60	นายกิตติรัตน์ ณ ระนอง	รมว.	คนที่ 58 : ครั้งที่ 1	10 ส.ค. 2554	18 ม.ค. 2555
	นายภูมิ สาระผล	รมช.		10 ส.ค. 2554	
	นายศิริวัฒน์ ขจรประศาสน์	รมช.		10 ส.ค. 2554	
	นายบุญทรง เตริยาภิรมย์	รมว.	คนที่ 59 : ครั้งที่ 1	18 ม.ค. 2555	
	นายภูมิ สาระผล	รมช.		10 ส.ค. 2554	27 ต.ค. 2555
	นายศิริวัฒน์ ขจรประศาสน์	รมช.		10 ส.ค. 2554	27 ต.ค. 2555
	นายบุญทรง เตริยาภิรมย์	รมว.	คนที่ 59 : ครั้งที่ 2	18 ม.ค. 2555	30 มิ.ย. 2556

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
	นายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ	รมช.		27 ต.ค. 2555	
	นายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล	รมว.	คนที่ 60 : ครั้งที่ 1	30 มิ.ย. 2556	22 พ.ค. 2557
	นายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ	รมช.		27 ส.ค. 2555	22 พ.ค. 2557
	นายยรรยง พวงราช	รมช.		30 มิ.ย. 2556	22 พ.ค. 2557
61	พลเอก ฉัตรชัย สาริกัลยะ	รมว.	คนที่ 61 : ครั้งที่ 1	30 ส.ค. 2557	19 ส.ค. 2558
	นางอภิรดี ตันตราภรณ์	รมช.		30 ส.ค. 2557	19 ส.ค. 2558
	นางอภิรดี ตันตราภรณ์	รมว.	คนที่ 62 : ครั้งที่ 1	19 ส.ค. 2558	23 พ.ย. 2560
	นายสุวิทย์ เมษินทรีย์	รมช.		19 ส.ค. 2558	15 ธ.ค. 2559
	นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์	รมช.		15 ธ.ค. 2559	23 พ.ย. 2560
	นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์	รมว.	คนที่ 63 : ครั้งที่ 1	23 พ.ย. 2560	30 ม.ค. 2562
	นางสาวชุติมา บุณยประภัศร	รมช.		23 พ.ย. 2560	16 ก.ค. 2562
62	นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์	รมว.	คนที่ 64 : ครั้งที่ 1	10 ก.ค. 2562	
	นายวีรศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล	รมช.		10 ก.ค. 2562	

รายพระนามและนาม

ปลัดกระทรวงพาณิชย์

Name list of the Permanent Secretaries

ลำดับที่	รายพระนามและรายนาม	ดำรงตำแหน่งเมื่อ
1	พระยามโนปกรณ์นิติธาดา (ก้อน หุตะสิงห์)	1 ตุลาคม 2465
2	หม่อมเจ้าฉลาดลบเลอสรรค์ กมลาสน์	1 เมษายน 2469
3	พระยาพิพิธสัมบัติ (ตาบ กุวานนท์)	1 กันยายน 2469
4	หม่อมเจ้าสกลวรรณากร วรวรรณ	1 กรกฎาคม 2475
5	หม่อมเจ้าวิมวาทิตย์ รพีพัฒน์	1 กุมภาพันธ์ 2476
6	พลเรือตรี พระยาศรยุทธเสนี (กระแส ประวาหะนาวิน)	1 มีนาคม 2478
7	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	1 กุมภาพันธ์ 2485
8	พันตรี เสวก นิรันดร (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 มิถุนายน 2485 1 สิงหาคม 2485
9	นาวาโท ฉา โพธิทัต (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) นาวาโท ฉา โพธิทัต	1 ธันวาคม 2485 1 มิถุนายน 2486
10	นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 กรกฎาคม 2489
11	พระนรราชจำนง (สิงห์ ไรวา) (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) พระนรราชจำนง (สิงห์ ไรวา) นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 ตุลาคม 2489 1 พฤศจิกายน 2489 1 มกราคม 2490 1 พฤษภาคม 2494
12	หลวงศรีปรีชาธรรมปาฐก (ศิริ สิตปรีชา) (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 มิถุนายน 2494
13	พันเอก ณรงค์ สาลีรัฐวิภาค (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) พันเอก ณรงค์ สาลีรัฐวิภาค นายเกษม ศรีพยัคฆ์	1 ธันวาคม 2494 1 เมษายน 2495 1 เมษายน 2497
14	หลวงถวิลเศรษฐพณิชยการ (ถวิล คุปตารักษ์)	1 กรกฎาคม 2498
15	พลโท อัมพร จินตกานนท์	1 มกราคม 2504
16	นายประยูร กาญจนดุล	1 ตุลาคม 2512
17	นายวิจารณ์ นิวาตวงศ์	1 ตุลาคม 2515
18	นายพชร อิศรเสนา ณ อยุธยา	1 ตุลาคม 2529
19	นายจเร จุฑารัตนกุล	1 ตุลาคม 2537
20	นายสมพล เกียรติไพบูลย์	27 ตุลาคม 2538
21	นายเกริกไกร จีระแพทย์	1 ตุลาคม 2543
22	นายการุณ กิตติสถาพร	7 พฤศจิกายน 2544
23	นายศิริพล ยอดเมืองเจริญ	1 ตุลาคม 2550
24	นายยรรยง พวงราช	1 ตุลาคม 2552
25	นางวัชรี วิมุกตายน	1 ตุลาคม 2555
26	นางศรีรัตน์ รัษฐปานะ	1 ตุลาคม 2556
27	นางสาวชุติมา บุณยประภัศร	27 มิถุนายน 2557
28	นางสาววิบูลย์ลักษณ์ ร่วมรักษ์	1 ตุลาคม 2559
29	นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค	1 ตุลาคม 2560
30	นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร	1 ตุลาคม 2561

ประมวลภาพกิจกรรมกระทรวงพาณิชย์
Gallery Activities of the Ministry of Commerce

ถวายพระพรชัยมงคล พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562

Well-wishing Ceremony on the Auspicious Occasion of the Coronation of King Rama X, B.E. 2562 (2019)











ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

Well-wishing Ceremony on the Occasion of His Majesty King Rama X's Birthday













ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี

Well-wishing Ceremony on the Occasion of Her Majesty Queen Suthida Bajrasudhabimalalakshana's Birthday













ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

Well-wishing Ceremony on the Occasion of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn's Birthday











ถวายพระพรชัยมงคลพระบรมวงศ์ที่มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม สถาปนาพระเกียรติยศ เฉลิมพระนามาภิไธย และพระนาม

Well-wishing Ceremony for the Members of the Royal Family who are Bestowed New Royal Titles and Titles by the Royal Announcement of His Majesty King Rama X













วันกิติยากร
Kitiyakara Day
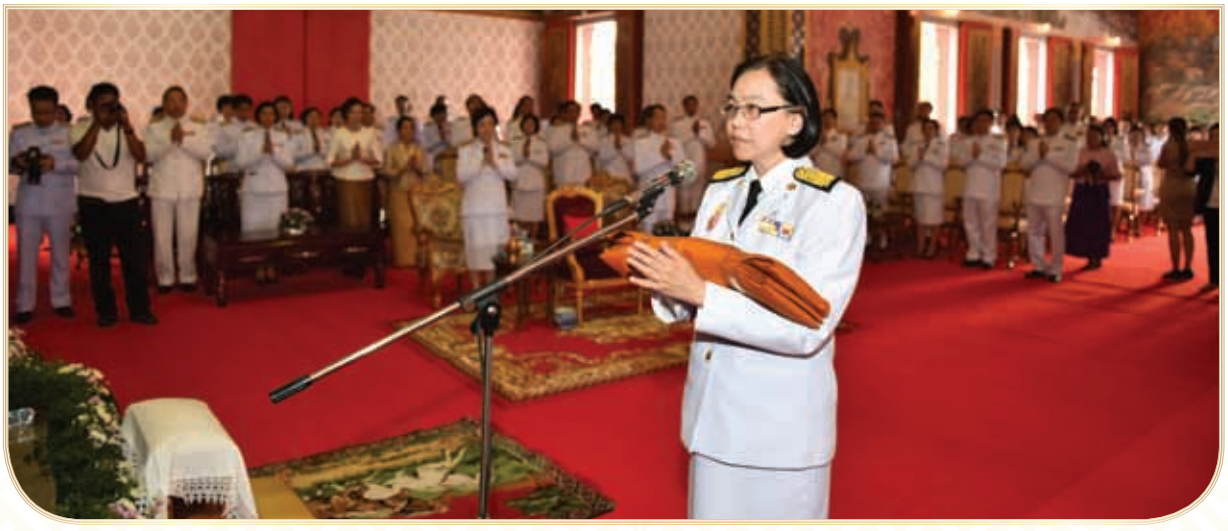












พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน ปี 2561 ณ วัดพระแท่นดงรังวรวิหาร จังหวัดกาญจนบุรี

Royal Kathina Offering Ceremony B.E. 2561 (2018) at Wat Phra Thaen Dong Rang Worawihan, Kanchanaburi Province









บริจาคโลหิตเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในโอกาสมหามงคล พระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562

Blood Donation to Honor the Auspicious Occasion of the Coronation of King Rama X, B.E. 2562 (2019)

















บริการสายด่วน!!
กระทรวงพาณิชย์
Call Center 1203

กรมการค้าต่างประเทศ
1385

กรมการค้าภายใน
1569

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
02-507-7555

กรมทรัพย์สินทางปัญญา
1368

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
1570

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
1169

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
02-507-7895

องค์การคลังสินค้า
02-507-5002

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
1289

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ
02-634-4999

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
02-216-1894 - 7

MOC THAILAND



กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

“ก้าวต่อก้าวสู่พาณิชย์ 4.0”

กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507-7000, 0 2507-8000 โทรสาร 0 2547-5209-10
Email : webmaster@moc.go.th
Website : www.moc.go.th
สายด่วน : 1203

563 Nonthaburi Rd., Amphur Muang, Nonthaburi 11000
Tel. (662) 507-7000, 662-507-8000 Fax. (662) 547-5209-10
Email : webmaster@moc.go.th
Website : www.moc.go.th
Hotline : 1203

www.moc.go.th