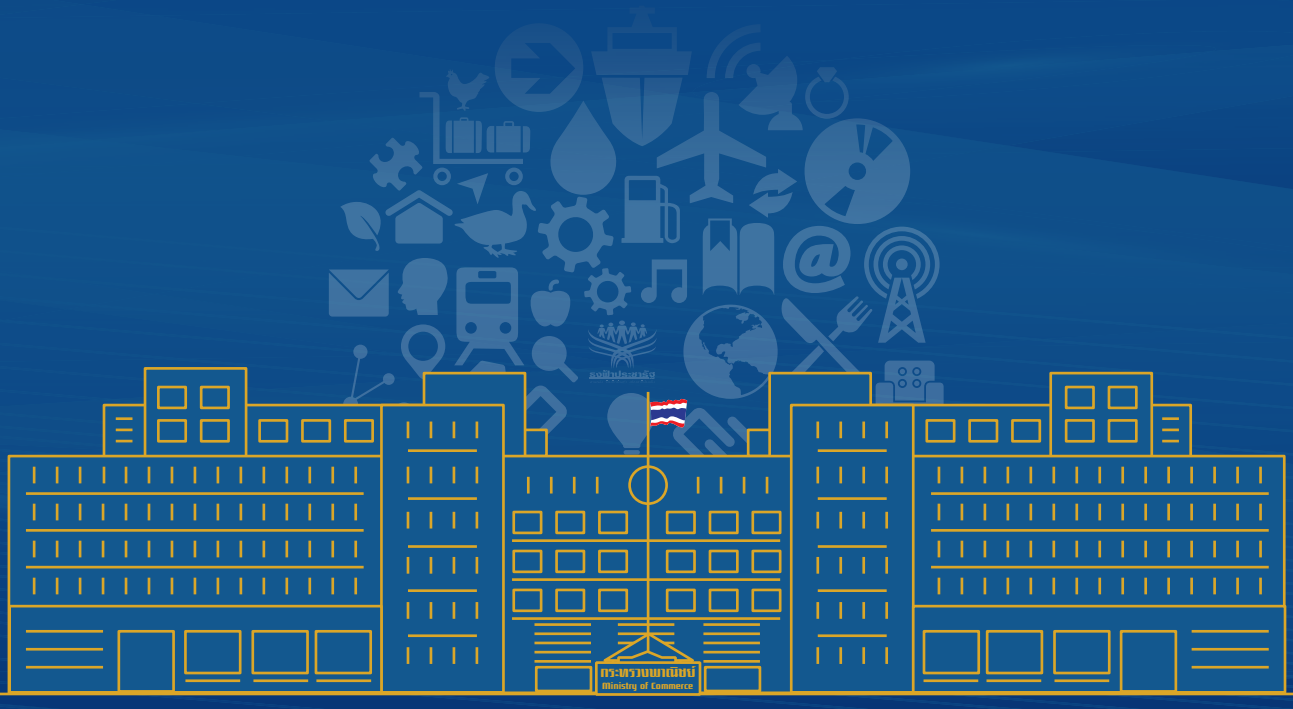
๑๐๐ ปี กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

รายงานประจำปี ๒๕๖๑

Annual Report 2018

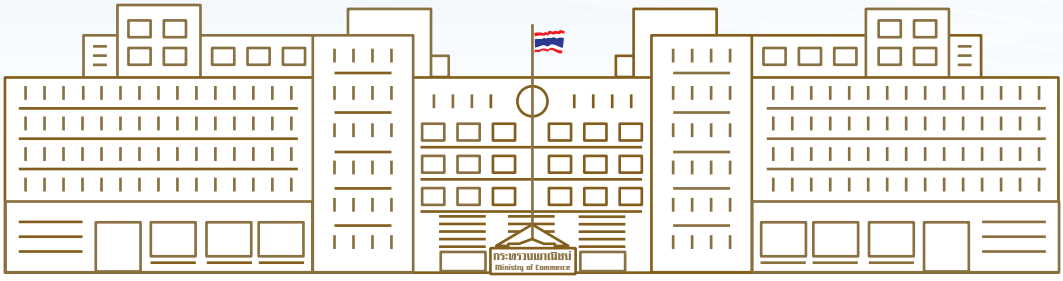


SMART MOC 4.0


๒๔๖๓ - ๒๕๖๑
กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

ค่านิยม กระทรวงพาณิชย์

CORE VALUE OF THE MINISTRY OF COMMERCE



เชี่ยวชาญการค้า ก้าวหน้านวัตกรรม
เป็นธรรมโปร่งใส ใส่ใจประชาชน

Strong Expertise in Trade;
Move Ahead with Innovation;
Adhere to Transparency and Fairness;
Respect People's Needs and **T**reat People Well.

SMART MOC

สาร พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

Message from His Excellency General Prayut Chan-O-Cha (Ret.) Prime Minister of the Kingdom of Thailand

เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ ครบรอบ 98 ปี ในวันที่ 20 สิงหาคม พุทธศักราช 2561 นี้ ผมขอแสดงความยินดีและขอขอบคุณคณะผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ทุกท่าน ที่ร่วมพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างเต็มที่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานสำคัญที่มีบทบาทในการดำเนินงานกำกับดูแล และส่งเสริมการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญก้าวหน้าและเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและมีความมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบการค้าเสรีที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์จึงต้องมียุทธศาสตร์ในการดำเนินงานทั้งเชิงรุกและเชิงรับอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความได้เปรียบและสามารถกำกับดูแลด้านการตลาดได้อย่างมั่นคง โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการพร้อมๆ กับการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีการค้าโลกซึ่งการจะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนั้น ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์จะต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ตลอดจนปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความทุ่มเท เสียสละ และร่วมมือร่วมใจกันแก้ปัญหา เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวทันกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

ในโอกาสนี้ ผมขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย และอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากล โปรดดลบันดาล

On the auspicious occasion of the 98th anniversary of the Ministry of Commerce's inauguration on the 20th day of August 2018, I am delighted to convey to the Ministry's executives, officials and employees my appreciation for their great efforts and continued commitment in strengthening and moving our nation's economy forward.

The Ministry of Commerce has been taking a dominant, leading role in not only regulating commercial activities but also promoting both national and international trade to steer the country through intense competition and challenges of the free-market era toward sustainable economic wealth, growth and stability. It thus became evidently clear that the Ministry of Commerce needs to have both defensive and aggressive strategies to bring about trade advantages while not compromising the regulatory controls by focusing on raising the quality standard of Thai products and services, strengthening Thai entrepreneurs' potential, and improving the country's competitive standing on the global stage. To achieve this, the Ministry of Commerce's officials and employees have to keep themselves fresh by acquiring new knowledge and skills as well as perform their duties with dedication and seamless intra-cooperation in order for the country to stay abreast of the fast-changing global trends and developments.

ให้คณะผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ทุกคนจงประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีพลังกาย พลังใจ และสติปัญญา เพื่อร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้เติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

พลเอก

(ประยุทธ์ จันทร์โอชา)
นายกรัฐมนตรี

On this occasion, I would like to wish all Ministry's executives, officials and employees the blessings of the Buddhist Triple Gems, happiness, success, good health and morale to work toward our country's strong economic foundation, sustainable wealth and security.



สารรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

Message from the Minister of Commerce

เศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในช่วงที่กำลังขยายตัวและเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพ เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และการกำหนดนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ของรัฐบาล มีส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจไทยให้ก้าวไปสู่การเป็นเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ที่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กระทรวงพาณิชย์ในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ได้ทำหน้าที่อย่างเต็มที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระบบ และผู้ประกอบการทุกระดับ ควบคู่ไปกับการวางรากฐานด้านเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง พร้อมทั้งเชื่อมโยงเศรษฐกิจฐานรากสู่เศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อนำพาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง มุ่งสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว และลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้และก่อให้เกิดความสมดุลในการพัฒนาประเทศในทุกมิติ โดยมุ่งปฏิรูปองค์กรให้มีความคล่องตัว เพิ่มความปราดเปรียว รองรับการเปลี่ยนแปลงและทำงานเชิงรุกมากยิ่งขึ้น

ในปี 2561 กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินนโยบายที่สำคัญ ทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการดูแลค่าครองชีพ เพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายให้กับประชาชน โดยการพัฒนาร้านค้าธงฟ้าประชารัฐให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ในขณะเดียวกันได้กำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมธุรกิจบริการศักยภาพ อาทิ บริการโลจิสติกส์ บริการสุขภาพ และบริการสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจบริการของอาเซียน และเพิ่มรายได้จากภาคบริการ รวมทั้ง กระทรวงพาณิชย์กำลังเร่งสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ การแก้ไขกฎหมาย และการเสนอกฎหมายใหม่ เพื่อรองรับรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การลดขั้นตอน

Thailand’s economic recovery has continued to broaden and gain momentum. This is supported by the broad-based global economic recovery, technological and digital transformation, and the fast-progressing economic stimulus and competitiveness-enhancing measures under Thailand 4.0 initiative, which aims to drive the Thai economy towards innovation-based economy through value creation on par with those of developed countries. As the main government agency responsible for promoting Thailand’s trade and economic development, the Ministry of Commerce has played a vital role in promoting and laying a strong foundation for holistic and inclusive economic development of the country. The other important mission is to promote local economic development through digital transformation, with an aim for Thailand to get out of the middle-income trap with less income disparity and become a developed nation that achieves sustainability in all social and economic development dimensions.

In 2018, the Ministry has adopted more proactive roles to address key policy challenges, ranging from developing local economy, easing cost of living, promoting income, and reducing expenditures. To begin with, more “Tong Fah Pracharat” shops will be opened nationwide. Moreover, potential service sectors such as logistics and healthcare and wellness have been promoted to a new growth engine so that Thailand will become a hub of high-value services in ASEAN

การทำงาน และการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่การเป็น e-Ministry ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยสร้างความเป็นธรรมและเท่าเทียมในการทำธุรกิจในทุกระดับ

สำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากนั้น กระทรวงพาณิชย์มีบทบาทสำคัญในการผลักดันราคาสินค้าเกษตรหลักให้มีราคาสูงเป็นประวัติการณ์ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมทั้งผลไม้สำคัญ เช่น ทุเรียน ปีนี้ราคาปรับตัวสูงขึ้นมาก หลังจากที่ได้เข้าไปเชื่อมโยงตลาดและผลักดันส่งออก โดยเฉพาะการขายออนไลน์เข้าสู่ตลาดจีน ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ จะเดินหน้าผลักดันราคาสินค้าเกษตรหลักและผลไม้สำคัญดังกล่าวให้ทรงตัวอยู่ในระดับนี้ต่อไป โดยขณะนี้ อยู่ระหว่าง

and income of local service providers will increase. Moreover, the Ministry continues to enhance enabling business environment by amending existing laws, recommending new laws that are more suitable to new business models, reducing regulatory and paperwork burden, and introducing an electronic system in the public service provision (e-Ministry). Such proactive measures by the Ministry will increase fair and equal business opportunities for everyone.

As for strengthening local economy, the Ministry has made a major contribution in driving prices of major crops and agricultural products to a record-high level, thereby raising income of millions of farmers. In particular, prices of Hom-Mali rice, cassava, maize for livestock feeding, along with major fruits have recorded a significant rise after the Ministry actively brought together sellers and buyers and promoted their exports; particularly, in the Chinese market through online channels. The Ministry will continue to push forward a plan to keep the prices of those major crops and fruits high at this level. Currently, a strategic plan for holistically driving



การจัดทำแผนผลักดันราคาข้าวทั้งระบบ เพื่อดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรมได้โดยเร็ว

ด้านการดูแลค่าครองชีพและแก้ปัญหาปากท้องให้กับประชาชน กระทรวงพาณิชย์ได้ผลักดันโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ โดยให้ความช่วยเหลือร้านค้าปลีกชุมชนและร้านค้าขนาดเล็กของไทยให้สามารถแข่งขันได้ ท่ามกลางกระแสการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งกลไกค้าปลีกดังกล่าว ลดค่าครองชีพให้กับผู้มีรายได้น้อยซึ่งถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ พร้อมทั้งเพิ่มมุมสินค้าราคาประหยัด นำสินค้าจากเกษตรกร ผู้ผลิตชุมชน สินค้าโอท็อป มาจำหน่ายในร้านค้าชุมชนดังกล่าวด้วย

สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่ม SMEs และ MSMEs กระทรวงพาณิชย์พัฒนาและเชื่อมโยงให้มีแหล่งค้าขายทั้งการค้าในรูปแบบออฟไลน์ ขณะเดียวกันได้ผลักดันช่องทางการค้าออนไลน์ผ่านระบบ e-Commerce โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Thaitrade.com เพื่อเป็น National e-Commerce Platform ของประเทศไทยให้ส่งเสริมการค้าขายสินค้า และบริการของไทยไปยังตลาดโลก นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์สามารถผลักดันการส่งออกของปี 2561 (มกราคม-เมษายน) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11.5 นับเป็นมูลค่าที่สูงที่สุดในรอบ 7 ปี โดยปีนี้กระทรวงพาณิชย์มั่นใจว่าจะสามารถผลักดันให้การส่งออกเป็นไปตามเป้าหมายที่ร้อยละ 8 โดยมีแผนที่จะดำเนินการอย่างเข้มข้น ทั้งการเร่งรัดขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดเฉพาะกลุ่มและตลาดเมืองรอง การใช้การเจรจาการค้า เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า และนโยบายหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจในการขยายการค้าและการลงทุน รวมทั้งจะเร่งขยายความร่วมมือกับประเทศในกลุ่ม CLMV

ในโอกาสครบรอบวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ในปีนี้ ผมขอขอบคุณข้าราชการและบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ทุกท่าน และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนที่ได้เสียสละแรงกาย แรงใจ และสติปัญญาในการมุ่งมั่นพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทย อย่างเต็มกำลังความสามารถ และขอส่งกำลังใจ และความปรารถนาดีไปสู่ทุกท่าน ที่ได้สร้างสรรค์ผลงาน และร่วมแรงร่วมใจทำงานเพื่อประโยชน์

rice prices has been developed and will soon be implemented to deliver concrete results.

To tackle rising cost of living, the Ministry has promoted “Tong Fah Pracharat” shops by upscaling and enhance the competitiveness of community retailers and small shops against the rising tides of rapidly changing nature of trade, while cost of living has been lessened for welfare card holders. More cheap consumer goods, farm products, community and OTOP products have also been taken to the stores’ shelves.

Focusing on developing Small and Medium Enterprises (SMEs) and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), the Ministry of Commerce is proud to help numerous Thai SMES and MSMEs to increase sales - both offline and online through e-commerce. Thaitrade.com – Thailand’s national e-marketplace platform - will be expanded to help Thai SMEs and MSMEs to successfully reach out to the global market. Furthermore, Thailand’s exports during January – April 2018 have recorded an 11.5% growth, the highest in 7 years. As a result, it is highly likely that the export growth target of 8% for 2018 will be achieved thanks to the Ministry’s active export promotion services that focus on niche markets and second-tiered cities, solving trade obstacles through trade negotiations, expanding trade and investment through strategic partnerships, and increasing economic ties with CLMV countries.

In closing, on the Auspicious Occasion of the 98th Anniversary of the Ministry of Commerce, I would like to extend my gratitude to the executives, officials and staff of the Ministry of Commerce as well as all relevant agencies – both public and private - for their dedicated support and commitment to promoting Thailand’s trade and economic development. Moreover, I would like to offer my best wishes and encouragement to all

ของประชาชนและประเทศชาติเป็นสำคัญ พร้อมกันนี้ ขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย โปรดดลบันดาลให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญรุ่งเรือง มีกำลังกาย กำลังใจในการทำงานอย่างเต็มที่ และพร้อมที่จะเดินหน้าและร่วมกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สืบไป

staff to continue their good work in the public interest. Last but not least, I wish all of the officials and staff great blessings, happiness, good health, and strong desire to work hard to promote Thailand's economic development towards a developed-country status with long-lasting stability, prosperity, and sustainability.



(นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์



(Mr. Sontirat Sontijirawong)
Minister of Commerce

สารรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Message from the Deputy Minister of Commerce

ตลอดระยะเวลา 98 ปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์มุ่งมั่นทำงานเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของไทยตั้งแต่ระดับฐานรากจนถึงระดับประเทศ ให้เติบโตอย่างมั่นคง มีเสถียรภาพ สามารถก้าวข้ามความท้าทายและความผันผวนจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อความอยู่ดีมีสุขของทุกภาคส่วน ทั้งเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ค้า และประชาชนทั่วไป ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีโดยเฉพาะดิจิทัล และประเด็นเกี่ยวเนื่องกับการค้า เช่น ความสัมพันธ์ทางภูมิรัฐศาสตร์ ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม ทำให้บริบทเศรษฐกิจการค้าโลกยุคใหม่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง กระทรวงพาณิชย์จึงให้ความสำคัญกับการปรับบทบาทภารกิจและการทำงานให้ยืดหยุ่น ทันสมัย พร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที และนำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาการให้บริการของกระทรวงให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกและสนับสนุนเกษตรกร ธุรกิจ และผู้ประกอบการทุกขนาดให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถเกาะเกี่ยวและได้รับประโยชน์จากห่วงโซ่คุณค่าโลกยิ่งขึ้น กระทรวงพาณิชย์จะยังคงมุ่งเปิดประตูการค้าการลงทุนและขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศ ผ่านการดำเนินการที่หลากหลาย ทั้งการเจรจาขยายโอกาสและปลดล็อคอุปสรรคการค้า การลงทุน การพัฒนาหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ ทางเศรษฐกิจ (Strategic Economic Partnership) การเชื่อมโยงเครือข่ายการค้าการลงทุนรัฐ-เอกชน ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน คู่ค้าสำคัญ และตลาดศักยภาพใหม่ ตลอดจนการจัดทำความตกลงการค้าเสรี โดยเฉพาะการเร่งเจรจาความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ซึ่งจะครอบคลุมตลาดการค้า การลงทุนที่ใหญ่ที่สุดในโลก พร้อมกันนี้ กระทรวงพาณิชย์มุ่งส่งเสริมการยกระดับ

For the happiness and well-being of all parties, the Ministry of Commerce has committed its hard work and dedication for the past 98 years in driving Thai economy from grassroots to national level towards a stable and resilient growth path – capable of overcoming both internal and external challenges and fluctuations. Technological advancement, especially digital, coupled with geo-politics, environment, sustainability and other trade-related issues has led to the new era of economy where business environment becomes more complex and ever-changing. The Ministry is thereby proactively adapting our missions and operation so that we can promptly respond to new, diverse situations. We also place great emphasis on utilizing technology to improve service speed and efficiency so as to facilitate and enable farmers, entrepreneurs and businesses of all sizes to be competitive in both domestic and international markets.

For Thailand to better integrate into and enjoy the benefits of global value chains, the Ministry of Commerce will continue to advance the country's international economic relations and open doors for businesses. This will be implemented through various approaches, including exploring trade and investment opportunities and removing barriers, forming strategic economic partnerships, and strengthening public/private trade and investment networks between Thailand and neighboring countries, key trading partners as well as emerging markets. Through all these approaches, Thailand gives no less importance to the negotiations of free trade agreements (FTAs), particularly Regional

และเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการไทยด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนต่อยอดเชื่อมโยงสินค้าและบริการด้วยศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาพื้นบ้านและทรัพยากรท้องถิ่น โดยมีทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้และคุ้มครองผลประโยชน์ของคนไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์มั่นใจว่า หากภาครัฐ เอกชน และประชาชนผนึกกำลังกันแล้ว ประเทศไทยจะสามารถใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งในการก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของอาเซียนและต่อยอดไปสู่ภูมิภาคอื่นได้

ในโอกาสนี้ ดิฉันขอส่งกำลังใจและความปรารถนาดีมายังผู้บริหารและบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ และขอขอบคุณทุกท่านที่ร่วมแรงร่วมใจทำงานอย่างสุดกำลังความสามารถ ขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายโปรดดลบันดาลประทานพรให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีพลังกายและพลังใจในการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติต่อไป

(นางสาวชุติมา บุณยประภัศร)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Comprehensive Economic Partnership (RCEP) which will become the largest trade and investment bloc in the world. In parallel, the Ministry of Commerce commits its full support to enhance and add value to Thai products and services using technology, innovation, creativity, culture, local wisdoms and resources – while intellectual property serving as a powerful tool creating and protecting national benefits both domestically and internationally. The Ministry strongly believes that with public-private-people cooperation, Thailand can leverage its locational advantage to become the trade and investment hub of ASEAN and beyond.

On this auspicious occasion, I would like to extend my warmest wishes and encouragement to all MOC executives and personnel. Your hard work and dedication are greatly appreciated. May all of you be blessed with happiness, success and strength in order for us to work together for the best interest of our nation.

(Miss Chutima Bunyapraphasara)
Deputy Minister of Commerce



สารปลัดกระทรวงพาณิชย์

Message from the Permanent Secretary of the Minister Commerce

บริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไปจากการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดกลายเป็นความท้าทายของกระทรวงพาณิชย์ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและสมดุล

ความท้าทายดังกล่าวมีความซับซ้อนขึ้นในหลายมิติ เช่น เสถียรภาพราคา ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ค่าครองชีพ การแข่งขันทางการค้า และความเป็นธรรมทางการค้า เป็นต้น ทำให้กระทรวงพาณิชย์ต้องปรับตัวและพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการภาคเอกชน เกษตรกร ประชาชน รวมไปถึงหน่วยงานราชการด้วยกันเอง

ตลอด 1 ปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ได้สร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการดูแลสินค้าเกษตรให้มีเสถียรภาพ เชื่อมโยงตลาดล่วงหน้าและระบายผลผลิตสู่ modern trade ผ่านระบบขนส่งกระจายสินค้าทั่วประเทศเพื่อรองรับกับปริมาณผลผลิตที่จะออกมาในแต่ละฤดูกาล พัฒนาตลาดท้องถิ่นให้เกษตรกรและประชาชนมีพื้นที่ซื้อขายสินค้า ดูแลค่าครองชีพผ่านร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ อีกทั้งยังเน้นการสร้างงานสร้างอาชีพใน 10 จังหวัดยากจนโดยบูรณาการร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ในขณะเดียวกัน สำหรับมิติการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน กระทรวงฯ ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ สินค้า GI และสินค้าเกษตรนวัตกรรม เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดระดับบน

นอกจากนี้ กระทรวงยังส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดน ควบคู่กับการส่งเสริม OTOP SMEs และธุรกิจ startups โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ ผ่านโครงการสำคัญต่าง ๆ เช่น การเป็นหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศคู่ค้าสำคัญ การผลักดันการส่งออก การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านหรือโครงการ YEN-D

The rapidly changing social and economic environment brought about by fast-paced technological advancement has become a crucial challenge for the Ministry of Commerce in propelling the country's trade and economic development in stable and balanced manner. These challenges have manifested themselves in many aspects pertaining to the responsibilities of the Ministry, i.e., price stability, competitiveness of entrepreneurs, cost of living, trade competition, and fair trade, to name but a few. Therefore, the Ministry of Commerce needs to be prepared to cope with these fast changing trends and satisfy the needs of all relevant stakeholders, namely the business sector, farmers, consumers, as well as other government agencies.

Over the past year, the Ministry of Commerce has implemented policies to with an aim to strengthen the local economy. To that end, agricultural products are linked to agricultural futures exchange market and modern trade stores through nationwide distribution networks to accommodate any excess supply and yield fluctuation. The Ministry assists in the creation of local markets as trading grounds for farmers and merchants and set up Thong Fah stores to aid with the rising cost of living. Moreover, job creation projects have, in collaboration with related agencies, been initiated to help poor people in 10 provinces.

As for competitiveness development, the Ministry has concentrated on promoting organics, GI, and innovative agricultural products to position Thailand's agricultural product in the high-end market.

The Ministry of Commerce has also promoted both international and border trade in parallel with capacity building for OTOP, SMEs, and startups through a number of successful projects. Among them include

และสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (NEA) เป็นต้น

กระทรวงได้ปฏิรูปการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับการเข้าสู่ e-Ministry นโยบาย Thailand 4.0 และระบบราชการ 4.0 ผ่านการบริหารจัดการระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ตลอดจนระบบเตือนภัยการค้าและการพยากรณ์เป้าหมายการค้าผ่าน Trade Intelligence System (TIS)

การส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นอีกหนึ่งภารกิจสำคัญ กระทรวงได้ผลักดันการต่อยอดจากหิ้งสู่ห้าง โดยใช้ฐานข้อมูลสิทธิบัตรระดับโลกให้คำปรึกษาด้านนวัตกรรมครบวงจร รวมถึงพัฒนาระบบและแก้กฎหมายเพื่อลดขั้นตอนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

ทั้งหมดนี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งในการทำงานในปีที่ 98 ของกระทรวงพาณิชย์ที่มุ่งหวังจะตอบสนองความต้องการและความท้าทายที่มีความซับซ้อนและเข้มข้นมากขึ้น ดิฉันขอขอบคุณผู้บริหารกระทรวง เพื่อนข้าราชการ พนักงาน และเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ทุกท่าน และดิฉันเชื่อมั่นว่านับจากปีนี้และปีต่อ ๆ ไป กระทรวงพาณิชย์ก็จะยังไม่หยุดพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและสมดุล

(นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค)
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

building strategic partnerships with major trading partners, carrying out pro-active export promotion, creating networks of young entrepreneurs between Thailand and neighboring countries via our 'YEN-D' program, and imparting knowledge and skills related to new economy to entrepreneurs via New Economy Academy (NEA).

In addition, the Ministry's information technology system has undergone major transformation in line with the e-Ministry initiative, Government 4.0, and Thailand 4.0 via the employment and analytics of Big Data and by generating trade warning and target forecasting with a trade intelligence system (TIS).

Promoting research and innovation for commercial use is another important mission. This has been done using worldwide patent database, providing integrated consultation services, and amending processes and laws in order to ease the intellectual property registration procedure.

These are just some of the achievements in the 98th year of the Ministry of Commerce's operation. I would like to take this opportunity to thank all executives, colleagues, and staffs of the Ministry for their hard work and dedication. I am confident that our Ministry will continue to strive for the best for the prosperity and sustainability of the country and its people.



N. Sakuntanaga

(Mrs. Nuntawan Sakuntanaga)
Permanent Secretary

สารบัญ CONTENTS

14 วิสัยทัศน์ และ พันธกิจ
Vision and Mission

16 โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์
Organization Chart of the Ministry of Commerce

18 ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2561
Moc Key Achievements In 2018

48 ยกระดับการบริหารพาณิชย์ภูมิภาค สร้างความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานราก
Upgrade Regional Commercial Affairs Administration, Strengthen Grassroots Economy

52 พลิกโฉมเศรษฐกิจไทยสู่ความมั่งคั่ง ด้วยสินค้าเกษตรนวัตกรรม
Agricultural Product Innovation at the Forefront of Thai Economic Revamp Toward Prosperity

57 ยกระดับ "ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ" ช่วยลดค่าครองชีพแก่ผู้มีรายได้น้อย
Improving "Pracharath Blue Flag Store" to Reduce Cost of Living for People with Low Income

61 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเอฟทีเอ เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรไทย
Promote FTA Utilization to Empower Thai Farmers

66 ไทยประสบความสำเร็จ หลุดพ้นจาก บัญชี PWL ครั้งแรกในรอบ 10 ปี
Thailand's Success, First Time in 10 Years Off Priority Watch List (PWL)

70 สร้างงาน สร้างอาชีพ... สู่การพัฒนา คุณภาพชีวิตผู้มีรายได้น้อยอย่างยั่งยืน
Job Creation, Career Building...for a Sustainable Quality of Living Development for People with Low Income

74 Creative Economy : "สร้างคุณค่า จากความคิด เพิ่มมูลค่า เชิงพาณิชย์ ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์"
Creative Economy : "Create values from ideas, Add Commercial Values with Creative Economy"

79 NEA โค้ชมืออาชีพ ปั้นผู้ประกอบการไทย เติบโตอย่างไร้ขีดจำกัด
New Economy Academy (NEA), Professional Coach for Thai Businesses' Endless Growth

84 ขับเคลื่อนระบบ e-Commerce: นำพาธุรกิจไทยสู่ยุคดิจิทัล
Promote e-Commerce: Digitalize Thai Business

89 ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ
Trade in Services Performance and Potential Index: TSPPI

93 "SACICT เสริมสร้างความแข็งแกร่ง ให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย"
"Empowring Thai Crafts"

96 Buy With Confidence ยกระดับ ความเชื่อมั่น นำไทยสู่ศูนย์กลางอัญมณี และเครื่องประดับโลก
"Buy With Confidence" Heightened Confidence Preping Thailand to Become Global Gem and Jewelry Hub

100 ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์
Executives of the Ministry of Commerce

102 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
Office of the Permanent Secretary

108 กรมการค้าต่างประเทศ
Department of Foreign Trade



110 กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

112 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
Department of Trade Negotiations

114 กรมทรัพย์สินทางปัญญา
Department of Intellectual Property

116 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Department of Business Development

118 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Department of International Trade Promotion

120 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

122 องค์การคลังสินค้า
Public Warehouse Organization

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

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

128 หน่วยงานส่วนภูมิภาค
Provincial Offices

134 หน่วยงานในต่างประเทศ
Oversea Offices

142 รางวัล "เพชรพาณิชย์" ประจำปี 2561
"Commerce Diamond Awards" 2018

146 สรุปผลการดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ในรอบปีงบประมาณ 2561
Summary of Ministry of Commerce's Implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) for Fiscal Year B.E. 2561 (2018)

150 รายชื่อกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์
Laws Under Responsibility of MOC

152 กฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข จำนวน 14 ฉบับ
Laws Under Amendment Process, 14 Items

155 รายงานการเงิน
Financial Reports

157 รายพระนามและนามเสนาบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
Name list of the Ministers of Commerce

160 รายพระนามและนามปลัดกระทรวงพาณิชย์
Name list of the Permanent Secretaries

161 ประมวลภาพกิจกรรม กระทรวงพาณิชย์
Gallery Activity The Ministry of Commerce

กระทรวงพาณิชย์
MINISTRY OF COMMERCE



วิสัยทัศน์ VISION

เศรษฐกิจการค้าเติบโตจากฐานรากสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ภายในปี 2564

Thailand's economy and trade flourish from grassroots to greatness of the new economy by the year 2021

พันธกิจ

1. ยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้า โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และเศรษฐกิจภาคการค้าและบริการ ให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับอย่างครบวงจร
2. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยการส่งเสริมการสร้างอาชีพ พัฒนาธุรกิจท้องถิ่น และขยายช่องทางการตลาดให้ผู้ประกอบการชุมชนและเกษตรกร
3. พัฒนาระบบการค้าให้มีความเป็นธรรมและมีมาตรฐาน สนับสนุนการประกอบธุรกิจด้วยโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับระบบสากล
4. มุ่งส่งเสริมการค้า การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ และการเชื่อมโยงกับระบบการค้าโลก โดยสร้างการยอมรับในสินค้าและบริการของไทยพร้อมกับขยายความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกรูปแบบ

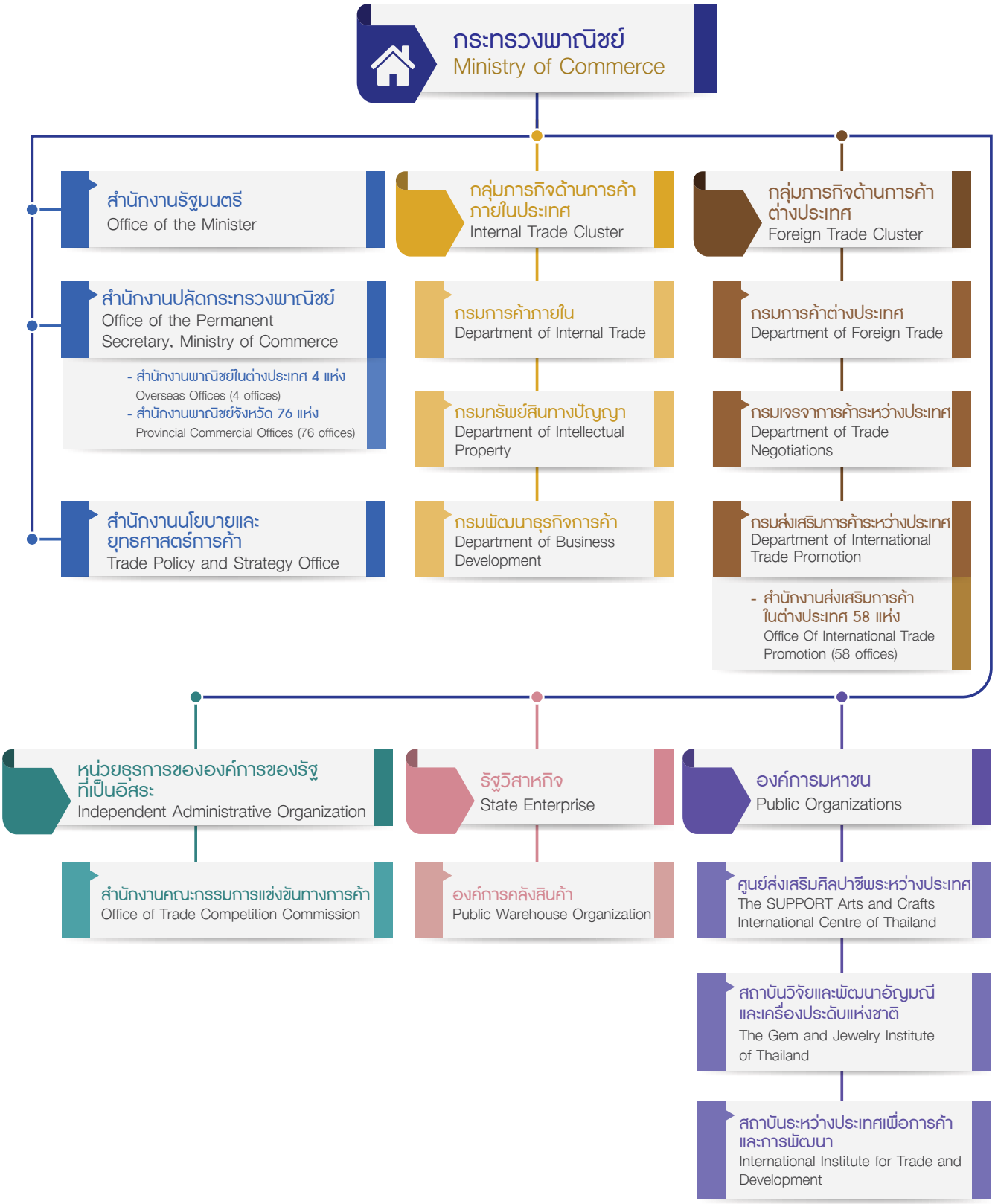
MISSION

1. Elevate the competitiveness of entrepreneurs of all levels by promoting innovation and technology-based value creation as well as enhanced trade and services in full range
2. Strengthen domestic economy and trade by promoting job creation, developing domestic businesses and expanding market channels for local community businesses and farmers
3. Develop fair and standardized trading system, support business operations by providing trading infrastructure that is modern, efficient and aligned with international system
4. Promote international business and trade, especially linkage to global trade by enhancing world-wide recognition of Thailand's goods and services and expanding all facets of international cooperation



โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์

Organization Chart of The Ministry Commerce



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2561

MOC KEY ACHIEVEMENTS IN 2018



ผลการดำเนินงานสำคัญ ปี 2561

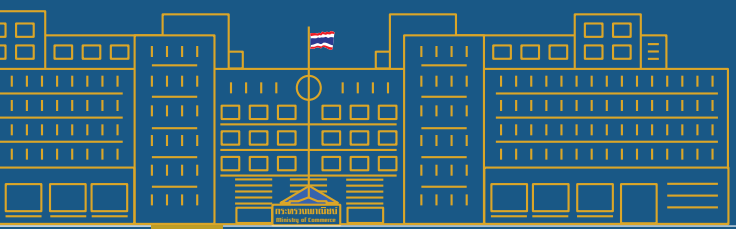
Moc Key Achievements In 2018

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศให้ขยายตัวได้อย่างมั่นคงและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี เพื่อนำพาประเทศไทยก้าวสู่การเป็น “ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ตามนโยบายของรัฐบาล โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์การทำงานทั้งเชิงรุกและเชิงรับภายใต้วิสัยทัศน์การทำงาน “เศรษฐกิจการค้าเติบโตจากฐานรากสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ภายในปี 2564” พร้อมกับดำเนินยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ระยะ 20 ปี เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เติบโตครอบคลุมทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค รวมถึงเศรษฐกิจฐานรากในระดับท้องถิ่นและชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

ตลอดจนมีการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามโครงการไทยนิยมยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่จากการเป็นผู้กำกับดูแล (Regulator) ไปสู่การเป็นผู้ส่งเสริมอำนวยความสะดวก (Facilitator) ทางการค้าให้กับภาคเอกชน โดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ (Demand Driven) ในการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ให้กับการผลิตสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการ ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงในห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่ภาคการเกษตร อุตสาหกรรม ธุรกิจบริการ ธุรกิจสร้างสรรค์ จนถึงผู้บริโภค กลายเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ขยายตัวได้อย่างเข้มแข็งตั้งแต่ระดับฐานรากจนสู่ระดับบนของประเทศ โดยมีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

The Ministry of Commerce (MOC) has been making notable progress on its mission to accelerate Thailand’s economic growth and usher in economic stability, prosperity and sustainability in line with the 20-Year National Strategy and the government policy. While carrying out its own blueprint of 20-Year MOC Strategy, the Ministry of Commerce is also working on formulating both active and proactive work strategies under the visionary approach aiming at “strengthening economic fundamentals and growth toward New Economy within 2021”. This is to ensure that the economic wealth is to be enjoyed by all sectors, including farmers, business operators, and consumers , especially, those at the local and community levels for which the goal of self-reliance is the priority.

In steering the wheels of national and international economic development pursuant to the government’s Thai Niyom Young Yeung (“Sustainable Thainess”) project, the MOC has reinvented its role from being a regulator to a trade facilitator to promote the principles of demand-driven value creation – a practice that makes consumers’ demands central to the decisions on what to produce or offer to the market, leading to greater connectivity of supply chain which involves agricultural, industrial, service, creative business, and consumer sectors. This is instrumental in widening income dispersion, minimizing economic disparity, driving and strengthening bottom-up economic growth. Key achievements of MOC are as elaborated below.



1. การดูแลราคาสินค้าเกษตรและการพัฒนาตลาด

ภายใต้สถานการณ์ที่ราคาสินค้าเกษตรมีราคาตกต่ำและไม่มีความสมดุลระหว่างการผลิตกับความต้องการ เนื่องจากมีผลผลิตออกมามากเกินไป กระทรวงพาณิชย์ได้เร่งแก้ไขสถานการณ์ด้วยการนำมาตรการต่าง ๆ ออกมาดำเนินการเพื่อดูแลให้เกษตรกรมีรายได้ที่เหมาะสม ทำให้สินค้าเกษตรที่สำคัญ โดยเฉพาะข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในปี 2561 มีราคาปรับตัวสูงขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งมีการดำเนินการด้านสินค้าเกษตรที่สำคัญ ดังนี้

1.1 การบริหารจัดการสินค้าเกษตรสำคัญ

- **ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว**
  - **การช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าว**

1) ชดเชยดอกเบี้ยในการเก็บสต็อกปีการผลิต 2560/61 โดยจัดสรรวงเงินสินเชื่อให้ผู้ประกอบการเก็บสต็อกสินค้า 218 ราย ใน 40 จังหวัด ปริมาณข้าวเปลือกรวมกว่า 3 ล้านตัน

2) จัดตลาดนัดข้าวเปลือก เพื่อใช้กลไกตลาดในการรับซื้อข้าวเปลือกของเกษตรกร ทำให้เกิดการแข่งขันและเกษตรกรมีอำนาจต่อรองในการซื้อขายมากขึ้น โดยมีการจัด 65 ครั้ง มีปริมาณการรับซื้อรวม 37,804 ตัน มูลค่า 340 ล้านบาท และทำให้เกษตรกรสามารถขายข้าวในราคาสูงกว่าปกติตันละ 100 - 2,000 บาท



1. Agricultural product price monitoring and market development

In the face of plummeting prices and oversupply of agricultural products caused by the imbalance between farm output and market demand, the MOC has been continually rolling out a number of measures to help maintain farmers' income at a suitable level, resulting in an upswing in prices of key agricultural commodities in 2018, particularly rice, tapioca, corn feed. Actions undertaken by the MOC include:

1.1 Management of key agricultural commodities

- **Rice and rice products**
  - **Support offered to rice farmers**

1) Loan interest compensation for the stocked-up rice crops of the production year 2017/2018. Sufficient credit facilities were allocated to 218 rice merchants keeping an aggregate inventory of around 3-million-ton rice stocks in 40 provinces.

2) Organizing rice farmers' market where buyers could buy paddy directly from farm owners. This measure helps invigorate market competition and raise farmers' bargaining power. The MOC has organized a total of 65 events of farmers' market, generating THB 340 million in sales of 37,804 million tons of paddy. Farmers taking part in this activity are able to sell their crops at THB 100 – 2,000 per ton higher than the regular price.

3) The MOC has organized meetings to update the information and knowledge concerning the government's aid measures for farmers, business operators, private and public organizations.

4) Through the integrated efforts with the Ministry of Agriculture and Cooperatives to create linkages between 7 rice processors and 8 agricultural cooperatives, orders for a total of 1,121 tons of paddy output were placed at THB 12,500 per ton.

- **Accelerated release of rice from the government's stocks:** During the first half of 2018 (the data as of June 25, 2018) the MOC has released the government's rice stocks which was acquired through



3) จัดประชุมเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือของรัฐบาลให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน

4) บูรณาการร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อเชื่อมโยงการรับซื้อข้าวเปลือกระหว่างผู้ประกอบการแปรรูปข้าว 7 ราย กับสหกรณ์การเกษตร 8 แห่ง โดยมีปริมาณผลผลิตข้าวเชื่อมโยงได้ทั้งสิ้น 1,121 ตัน ราคาตันละ 12,500 บาท

■ **เร่งรัดการระบายข้าวในสต็อกของรัฐ :** ในรอบ 6 เดือนแรกของปี 2561 (ข้อมูล ณ 25 มิ.ย. 2561) กระทรวงพาณิชย์ได้มีการระบายข้าวในสต็อกของรัฐที่เกิดขึ้นจากโครงการรับจำนำข้าวเปลือกของรัฐบาลที่ผ่านมา เป็นไปตามกรอบยุทธศาสตร์การระบายข้าวที่คณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) ให้ความเห็นชอบไว้ โดยได้มีการระบายข้าวเพื่อการบริโภค 0.04 ล้านตัน มูลค่า 534.08 ล้านบาท และคงเหลือข้าวในสต็อกของรัฐสำหรับระบายเข้าสู่อุตสาหกรรม รวมถึงที่อยู่ระหว่างการพิจารณาผลการประมูล 2 ล้านตัน

■ **ผลักดันการส่งออกข้าว :** ในรอบ 6 เดือนแรกของปี 2561 ไทยสามารถส่งออกข้าวได้ปริมาณ 5.52 ล้านตัน มูลค่า 2,808 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็น 88,439 ล้านบาท ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะเดียวกันกระทรวงพาณิชย์ยังได้ขับเคลื่อนโครงการและกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกข้าวเชิงรุกออกสู่ต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. การส่งออกข้าวรัฐบาลภายใต้สัญญา G to G

(1) ได้ทยอยส่งมอบข้าวงวดที่ 5 เพิ่มอีก 100,000 ตัน

the rice pledging scheme of the previous administration in accordance with the strategic framework for rice release endorsed earlier by the Committee on Rice Policy and Management. To this end, 0.04 million tons of rice in the government's stocks worth around THB 534.08 million were released for consumption, leaving 2 million tons as remaining inventory that are either awaiting the forthcoming release for industrial use or in the consideration process for auction.

■ **Rice exports.** During the first half of 2018, Thailand has exported 5.52 million tons of rice, amounting to USD 2,808 million or THB 88,439 million, 7.3% higher than the previous year. Other proactive schemes and activities undertaken by the MOC to promote rice export include:

1. Government rice exports under G-to-G contracts

(1) The 5th lot of 100,000-ton rice was delivered to Chinese authority (COFCO) under the G-to-G rice contract for the export of 1 million tons of Thai rice which had been signed since 2015 while the remaining will be gradually shipped to China in 100,000 tons per lot.

(2) The MOC has joined G-to-G rice auction held by National Food Authority (NFA) of the Philippines and won the auction to sell 120,000 tons of 25% white rice to the Philippines' government. The delivery of rice is expected to be completed by July 2018.

ให้กับทางการจีน ตามสัญญาซื้อขายข้าวแบบ G to G กับจีน (COFCO) ที่ทำไว้เมื่อปี 2558 จำนวน 1 ล้านตัน ซึ่งหลังจากนี้กระทรวงพาณิชย์จะเร่งส่งมอบข้าวที่เหลืออีกงวดละ 100,000 ตัน ให้หมดจนครบสัญญา

(2) เข้าร่วมการประมูลขายข้าวแบบ G to G กับ National Food Authority (NFA) ของ รัฐบาลฟิลิปปินส์ และสามารถชนะการประมูลขายข้าวขาว 25% ปริมาณ 120,000 ตัน ให้กับรัฐบาลฟิลิปปินส์ได้สำเร็จ โดยคาดว่าจะส่งมอบข้าวได้แล้วเสร็จภายในเดือนกรกฎาคม 2561

2. การสร้างโอกาสและขยายช่องทางตลาดต่างประเทศ ผ่านการส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้าวไทย

(1) เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติสำคัญ อาทิ งาน The 2nd Hong Kong Food Fiesta ณ ฮ่องกง งาน Gulfood 2018 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และงาน BIOFACH 2018 (เยอรมนี) โดยผลจากการเจรจาธุรกิจการค้า ในงาน BIOFACH ทำให้เกิดมูลค่าคำสั่งประมาณ 52 ล้านบาท

(2) เข้าร่วมกิจกรรมเปิดตัวโครงการ Thai Rice Flagship Store บนเว็บไซต์ Tmall.com ในเครือ Alibaba Group โดยจัดแสดงตัวอย่างสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมข้าวไทย 34 รายการ

(3) เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร 2561 (THAIFEX - World of Food Asia 2018) สามารถจับคู่เจรจาธุรกิจการค้าสำเร็จ เกิดยอดสั่งซื้อ 8,700 ตัน คิดเป็นมูลค่า 325 ล้านบาท

- **มันสำปะหลัง** กระทรวงพาณิชย์ได้สนับสนุนเครื่องสับมันสำปะหลังขนาดเล็กให้วิสาหกิจชุมชนแปรรูปมันสำปะหลังเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ตามแนวทางบริหารจัดการ “มหาสารคามโมเดล” โดยปัจจุบันสามารถเชื่อมโยงได้แล้ว 15 จังหวัด ปริมาณ 220,000 ตัน/ปี นอกจากนี้ได้นำคณะผู้แทนไปเจรจาการค้าที่ประเทศนิวซีแลนด์ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารสัตว์ที่ประเทศตุรกี และได้จัดงานประชุมมันสำปะหลังนานาชาติ (World Tapioca Conference 2018) เพื่อแสดงศักยภาพของไทยในฐานะผู้ผลิตและผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอันดับหนึ่งของโลก ก่อให้ความเชื่อมั่นในมาตรฐานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของไทย และแสดงความพร้อมของไทยในการเป็นศูนย์กลางการค้ามันสำปะหลังของภูมิภาค ซึ่งภายในงานมีการซื้อขายมันสำปะหลังไม่ต่ำกว่า 1.49 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 430 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (14,134 ล้านบาท)

2. Seeking the opportunity to penetrate the international market for Thai rice through promotional and PR activities.

(1) Joining major international trade fairs e.g. The 2nd Hong Kong Food Fiesta in Hong Kong, Gulfood 2018 in the United Arab Emirates, BIOFACH 2018 (Germany) – the successful business negotiations at BIOFACH resulted in orders worth around THB 52 million.

(2) Participating in a launch of online Thai Rice Flagship Store on Tmall.com, a website under Alibaba Group. At the launch, 34 sample items of rice products and rice innovations have been showcased.

(3) Participating in THAIFEX – World of Food Asia 2018 in which business matching has borne fruit; the orders worth THB 325 million have been signed for 8,700 tons of rice.

- **Tapioca.** The MOC has sponsored small tapioca choppers to community enterprises for processing raw tapioca into higher value added product as per “Mahasarakham Model” management concept– at present there are 15 provinces with 220,000 tons of tapioca production a year being part of this connection. Other activities to bolster tapioca trade include 1) taking Thai trade missions to join business negotiation in New Zealand, 2) participating in the animal feeds trade show in Turkey, and 3) hosting World Tapioca Conference 2018 to showcase Thailand’s capability as the world’s top producer and exporter of tapioca products and to become the regional tapioca trade hub, and to gain the market’s confidence in Thai tapioca quality. The tapioca sales during the conference reached over 1.49 million tons or USD 430 million (THB 14,134 million).

- **Corn feed.** The MOC has collaborated with Thai Feed Mill Association to set the base price of corn feed at THB 8 per kg (14.5% in moisture content) and successfully formed a trilateral trade connectivity (farms, the National Farmers Council, and gatherers) – 15 provinces with a yearly corn feed output of 525,000 tons are already joining the network.

- **ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์** ร่วมมือกับสมาคมผู้ผลิตอาหารสัตว์ไทยให้มีการรับซื้อข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากเกษตรกรในราคาไม่ต่ำกว่า 8 บาท/กก. (ความชื้น 14.5%) รวมถึงมีการเชื่อมโยงตลาดสินค้าในรูปแบบ “ไตรภาคี” เกษตรกร สภาเกษตรกร ผู้ประกอบการแห่งชาติ และผู้รวบรวม ซึ่งสามารถเชื่อมโยงแล้ว 15 จังหวัด ปริมาณ 525,000 ตัน/ปี

- **ปาล์มน้ำมัน**

1) แก้ไขปัญหาราคาน้ำมันปาล์ม โดยมีการกำหนดราคารับซื้อน้ำมันปาล์มดิบนำตลาด และออกประกาศราคารับซื้อน้ำมันปาล์มไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 19 บาท ตลอดจนตรวจสอบระบบการซื้อขายของผลปาล์มน้ำมัน น้ำมันปาล์มของโรงงานสกัด และโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์ม รวมถึงโรงงานผลิตไบโอดีเซล เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้าในแหล่งผลิต จ.ชุมพร กระบี่ สุราษฎร์ธานี สมุทรปราการ และปทุมธานี

2) มาตรการการปรับสมดุลน้ำมันปาล์มในประเทศ โดยกระทรวงพาณิชย์ ได้เร่งผลักดันการส่งออกน้ำมันปาล์มเพื่อลดสต็อกน้ำมันปาล์มในประเทศให้เข้าสู่ระดับปกติ อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการส่งออกน้ำมันปาล์มดิบ 300,000 ตัน เป็นเวลา 5 เดือน จนถึงเดือนตุลาคม 2561

- **ผลไม้** เร่งขยายและเพิ่มช่องทางตลาดเพื่อรองรับผลผลิตของเกษตรกร โดยจัดให้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) การรับซื้อผลไม้ฤดูการผลิตปี 2561 ระหว่างเกษตรกร ชาวสวน กับห้างค้าปลีก และผู้ส่งออกผลไม้ โดยมีเป้าหมายการรับซื้อไม่น้อยกว่า 333,000 ตัน มูลค่ากว่า 20,200 ล้านบาท ขณะเดียวกันยังมีการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการไทย กับผู้ประกอบการอินเดีย ก่อให้เกิดการสั่งซื้อผลไม้ 1,300 ตัน/เดือน นอกจากนี้ยังจัดทำแผนยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร เพื่อผลักดันประเทศไทยเป็นมหานครผลไม้ของโลก ภายใต้ 4 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ มุ่งเน้นพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล พัฒนาช่องทางการจำหน่าย ขยายไปถึงตลาดออนไลน์ และสนับสนุนจัดหาสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษ ขณะเดียวกันยังได้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนให้เป็นที่ต้องการของตลาดโลก โดยสร้างตราสินค้า (Brand) “Thailand Trust Mark” (TTM) รวมถึงส่งเสริมการขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.thaitrade.com

- **Oil palm**

1) To solve the problem of dropping palm oil price, the MOC has fixed and announced the price of crude palm oil at THB 19 per kg and, to ensure fairness in oil palm trade, conducted field investigation of how palm crops have been actually traded between the plantation owners and buyers, including palm oil bought by crushing mills, refineries, and biodiesel producers in Chumphon, Krabi, Surat Thani, Samutprakan and Pathum Thani.

2) In implementing a measure to balance domestic demand and supply of palm oil, the MOC is accelerating the palm oil exports to lower the excessive domestic palm oil stocks to a normal level by, inter alia, subsidizing the costs of exporting 300,000 tons of crude palm oil for a period of 5 months running up to October 2018.

- **Fruits.** To accelerate market expansion for Thai fruits to adequately absorb the rising output of farm produce, the MOC lends its hand in the signing of the Memorandum of Understanding (MOU) between farms and retailers/exporters for the purchase of fruits in the harvest season 2018 with a goal of at least 333,000 tons in trade volume worth over THB 20,200 million. The MOC has also facilitated business matching between Thai party (cooperatives, community enterprises, and business operators) and Indian business partners, leading to orders for Thai fruits of around 1,300 tons a month. In a bid to position Thailand as the world’s fruit capital, a comprehensive fruit trade strategy is developed covering 4 major aspects as follows:- improving the quality to take Thai fruits to new heights of international recognition; exploring new market channels; making a strong presence in online market; and making low-interest credit facilities easily available. The MOC has created “Thailand Trust Mark” (TTM) brand to PR Thai fruits to the world’s audience and promote online presence of Thai fruits on www.thaitrade.com.

1.2 การพัฒนาตลาดและขยายช่องทางการค้าสินค้าเกษตรต่างๆ

• **การส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม** มีการจัดกิจกรรมขยายช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมทั้งในและต่างประเทศ ประกอบด้วย 1) จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า งาน Agrinnovation 2018 ใน 4 ภูมิภาคที่กรุงเทพฯ ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา กิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ ห้างค้าปลีกต่างๆ 2) นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ เช่น งาน STYLE 2018 และ THAIFEX 2018 โดยมียอดคาดการณ์สั่งซื้อภายใน 1 ปี รวม 180 ล้านบาท 3) จัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ อาทิ งานเจรจาจับคู่ผลงานวิจัยกับผู้ประกอบการ โครงการความร่วมมือด้านเกษตร Smart Agriculture กับบริษัท อาลีบาบา กรุ๊ป เพื่อจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ Tmall.com ส่งผลให้เกิดคำสั่งซื้อในปัจจุบันและอนาคตกว่า 120 ล้านบาท 4) กิจกรรมสร้างความตระหนักรู้และสร้างแรงบันดาลใจ เช่น งานสัมมนา “อนาคตเศรษฐกิจไทย...ก้าวไกลด้วยสินค้าเกษตรนวัตกรรม” งานสัมมนาเรื่อง “ทิศทางตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมโลก 2018” และ “งานวิจัยจากหิ้งสู่ห้าง : ความฝันสู่ความจริง” กิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย “iLIKE”



• **ส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์** มีการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ระดับภูมิภาค 4 ครั้ง โดยมีเกษตรกรและผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์เข้าร่วม 310 ราย นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าช่วงเทศกาลตรุษจีน 2 ครั้ง จัดกิจกรรมส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet) มียอดจำหน่ายรวมกว่า 5 ล้านบาท มีการส่งเสริมเกษตรกรให้มีการผลิตสินค้าตามมาตรฐานและมีความรู้ด้านการตลาด 4 แห่ง พร้อมกับจัดตั้งหมู่บ้านเกษตรอินทรีย์ 2 แห่ง คือ หมู่บ้านหนองเทา จังหวัดอุบลราชธานี และหมู่บ้านหนองเม็ก จังหวัดอำนาจเจริญ

1.2 Market development and trade channels expansion

• **Promoting agricultural product innovation.** Activities to explore and penetrate market, both at home and abroad, for Thai innovative agri-products include: 1) trade fairs e.g. Agrinnovation 2018 in Bangkok, Khon Kaen, Chiang Mai, and Songkla, promotional events held in retailing/department stores, 2) Thai business operators’ participation in international trade fairs e.g. STYLE 2018, and THAIFEX 2018 with THB 180 million in anticipated annual sales, 3) business matching events e.g. matching meeting between owners of research work and business operators, and the cooperation initiative with Alibaba Group on Smart Agriculture to sell products on Tmall.com which results in present and upcoming orders worth around THB 120 million, 4) motivational campaigns and other activities e.g. seminars on “The Future of Thai Economy To Be Driven by Agri-Product Innovation”, “Market Direction for Agri-Product Innovation 2018”, and “From Off-the-Shelf Research Work to Commercial Business: Be a Dream Come True”, and “iLIKE” campaign to raise awareness of Thai agri-product innovation.

• **Promoting organic products.** Trade fairs and exhibitions were held 4 times in key provinces, in which a total of 310 organic farms and business operators have attended. Other activities include forming connections of business operators to join 2 Chinese New Year trade festivals; promoting sales of organic products at Farm Outlets – an aggregate sales hit THB 5 million; giving farmers knowledge support on how to do proper marketing and to improve the quality of organic farm products; forming 2 villages of organic farming at Nong Thao village in Ubon Ratchathani and Nong Mek in Amnat Charoen as well as 2 more Organic Farm Outlets in Natural House store in Nonthaburi and Abhaibhubejhr Community Store under Abhaibhubejhr Hospital’s administration in Prachin Buri; and helping a group of Thai business operators get the opportunity to showcase their organic products at BIOFACH in Germany and at Natural Product Expo West in USA –

อีกทั้งยังจัดตั้ง Organic Farm Outlet แห่งใหม่เพิ่มอีก 2 แห่ง ณ ร้านเนเชอรัลเฮาส์ จังหวัดนนทบุรี และร้านค้าชุมชนอภัยภูเบศร โรงพยาบาลอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ตลอดจนได้นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอินทรีย์ระดับโลกอย่าง BIOFACH ณ ประเทศเยอรมนี และงานแสดงสินค้าอาหาร Natural Product Expo West ณ ประเทศสหรัฐฯ เกิดมูลค่าการสั่งซื้อทันที 15 ล้านบาท และมูลค่าการสั่งซื้อภายใน 1 ปี อีก 210 ล้านบาท

- **ส่งเสริมการซื้อขายในระบบตลาดข้อตกลง** ผลักดันให้มีการใช้สัญญาข้อตกลงมาตรฐานของกรมการค้าภายในในการซื้อขายล่วงหน้า 41 สัญญา ในสินค้า 20 รายการ เช่น ส้มเขียวหวานพันธุ์สีทองปลอดภัยจากสารพิษ ข้าวโพดหวานสาหร่ายพวงองุ่นสด ฯลฯ โดยมีปริมาณรวม 13,700 ตัน มูลค่ากว่า 380 ล้านบาท รวมทั้งได้อบรมการใช้ประโยชน์ตลาดข้อตกลงแก่เกษตรกร 3 ครั้ง มีผู้เข้าร่วมอบรม 250 ราย และนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร Anuga ณ ประเทศเยอรมนี และญี่ปุ่น

- **ส่งเสริมและพัฒนาศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlets)** เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของการนำผลผลิตและผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่าย ปัจจุบันมี Farm Outlets แล้ว 43 แห่ง ใน 23 จังหวัด มีมูลค่าจำหน่ายรวม 175 ล้านบาท และในปี 2561 มีแผนจัดตั้งเพิ่มอีก 18 แห่ง ใน 17 จังหวัด

- **ส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดสินค้าเกษตร** เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายผลผลิต การบริหารจัดการคุณภาพผลผลิตให้ตรงความต้องการของตลาด ได้แก่ 1) สนับสนุนการตั้งจุดรวบรวม กระจายผลผลิต 8 จุด ปริมาณผลผลิต 1,800 ตัน มูลค่า 96 ล้านบาท 2) เจรจาจับคู่ธุรกิจ 2 ครั้ง แบ่งเป็น การจับคู่ธุรกิจระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน หอการค้า และผู้ประกอบการไทยจำนวน 32 ราย กับผู้ประกอบการประเทศอินเดีย 13 ราย ในสินค้า 8 รายการ คาดว่าผู้ประกอบการอินเดียจะนำเข้าผลไม้ไทยช่วงครึ่งปีหลังเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 15,600 ตัน มูลค่ากว่า 13,000 ล้านบาท (2) การจับคู่เจรจาธุรกิจระหว่างสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการไทยจำนวน 21 ราย กับผู้ประกอบการประเทศลาว 34 ราย สินค้า 19 รายการ คาดว่าผู้ประกอบการลาวนำเข้าผลไม้ไทยช่วงครึ่งปีหลังเพิ่มขึ้นอีก 7,200 ตัน มูลค่าไม่น้อยกว่า 600 ล้านบาท

this leads to on-the-spot orders worth THB 15 million in addition to the 1-year orders of THB 210 million.

- **Promoting use of contract-farming model.** The MOC has encouraged the use of 41 standard templates of forward contract, as made available by the Department of Internal Trade, for 20 items of agricultural commodities e.g. pesticide-free golden tangerine, sweet corn, sea grapes, etc. (constituting 13,700 tons worth over THB 380 million). Other activities include seminars on how to make profit from contract farming – the seminars were held 3 times with a total of 250 participants – and leading the group of Thai business operators to join food exhibitions in Germany (Anuga Food Fair) and Japan.

- **Developing and promoting agricultural commodity distribution centers (Farm Outlets);** it is established to be a central venue for any farms to distribute their products. Currently there are 43 outlets in 23 provinces, making THB 175 million in sales. It is planned to open 18 more in 17 provinces in 2018.

- **Strengthening marketing potential of agricultural commodities.** Activities to improve distribution efficiency and manage the quality of agricultural commodities in alignment with market demand include: 1) supporting the establishment of 8 locations to collect and distribute 1,800 tons of farm products worth THB 96 million, 2) business matching of 32 Thai cooperatives, community enterprises, chambers of commerce, and business operators with 13 business operators from India for 8 items of agricultural commodities – it is anticipated that after successful business matching at least 15,600 million more tons of Thai fruits will be exported to India during the second half of 2018, which equates to THB 13,000 million, and 3) business matching of 21 Thai cooperatives, community enterprises, and business operators with 34 business operators from Lao for 19 items of commodities – it is anticipated that Thai fruit exports to Lao within the second half of 2018 will go up 7,200 million tons, which equates to at least THB 600 million.



ดูแล ค่าครองชีพ



กำกับดูแลราคาให้เหมาะสมและเป็นธรรม

- ตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายเข้มงวดกับสินค้าควบคุม 53 รายการ และสินค้าที่ต้องติดตาม 227 รายการ
- จัดทำแอพพลิเคชั่น **"ลายแทงของถูก"** แสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้า
- กำกับดูแลชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ



การลดภาระค่าครองชีพ

- **ธงฟ้าราคาประหยัด** ลดราคา 20 - 40%
- **ร้านอาหาร "หนูณิชย์"** ราคาไม่เกินจานละ 25 - 35 บาท จำนวน 14,260 ร้าน และรถขายอาหาร 34 ราย

2. การดูแลค่าครองชีพประชาชน ในภาวะที่ผู้บริโภคยังคงประสบปัญหาค่าครองชีพสูงและยังมีทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าดีราคาประหยัดไม่มากนัก กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการดูแลแก้ไขปัญหาค่าครองชีพของประชาชนในทุกระดับ เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและกำกับดูแลราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมเป็นธรรม โดยมีการดำเนินมาตรการดูแลค่าครองชีพ ดังนี้

2.1 การดูแลราคาสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม

มีการกำหนดสินค้าและบริการควบคุม 53 รายการ และสินค้าที่ต้องติดตามดูแล 227 รายการ พร้อมทั้งจัดสายตรวจออกตรวจตรากำกับดูแลสถานการณ์ราคาสินค้าเป็นประจำทุกสัปดาห์ ๆ ละ 3 ครั้ง ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด **เพื่อดูแลราคาสินค้าให้เป็นธรรมทั้งต้นทาง กลางทาง และปลายทาง รวมถึงให้มีปริมาณสินค้าเพียงพอ** ไม่ให้มีการฉวยโอกาสขึ้นราคาทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยสามารถตรวจสอบทั้งสิ้น 80,257 ราย พบกระทำผิด 179 ราย เปรียบเทียบปรับรวม 161,800 บาท ขณะเดียวกันยังได้มี**การกำกับดูแลชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ** เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย โดยตรวจสอบเครื่องชั่งตวงวัดได้ 2.3 ล้านเครื่อง/หีบห่อ พบผิด 44,000 เครื่อง/หีบห่อ พร้อมได้ดำเนินการยึดบัตรและห้ามใช้ไว้ นอกจากนี้ยังมี**การออกมาตรการฉลาดซื้อประหยัดใช้** ผ่านร้านโชห่วยและเครือข่ายในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมค้าส่งค้าปลีกไทยสู่ชุมชนกว่า 20,000 รายทั่วประเทศ ตลอดจนการจัดทำ **แอพพลิเคชั่นลายแทงของถูก** เพื่อแสดงข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้าและส่งเสริมการขายสินค้าราคาประหยัดในแต่ละพื้นที่

2. Monitoring cost of living. In the face of persistent problems of increased cost of living and limited access to quality goods at affordable prices, the MOC has continued to implement a number of measures, as elaborated below, to tackle the rising cost of living on all levels and regulate prices of consumer goods.

2.1 Regulatory measures to keep consumer goods available at fair and reasonable prices

In addition to the official announcement of 53 items of controlled goods and services and 227 monitored items, the MOC is continually working to ensure that there are field teams of state officials scouring the street 3 times a week in Bangkok and other provinces to monitor movement of consumer goods' prices. This is to ensure that **consumer goods, whether upstream, midstream or downstream, are in sufficient supply and sold at fair prices,** and any ill-intended attempt to mark up the price, directly or indirectly, will be barred. Out of 80,257 shops subject to inspection, 179 are found committing wrongdoing and penalized, in total, with fine of THB 161,800. Regarding the MOC's **regulatory efforts in terms of weights/measurements and packaging** for purpose of fair sales practices, 2.3 million weight scales/measuring devices and packages have been inspected, 44,000 of which are found defective and their use permits are consequently revoked. Furthermore, **a measure dubbed "Smart Buy, Wise Spending"** has been rolled out through networks of mom-and-pop shops

2.2 การลดภาระค่าครองชีพของประชาชน

• **โครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน** มีการจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 20-40 ทั่วประเทศ จำนวน 1,880 ครั้ง มีมูลค่าการจำหน่าย 317 ล้านบาท สามารถลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชน 1.39 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 125 ล้านบาท นอกจากนี้ยังจัดงานลดราคาจำหน่ายสินค้าในช่วงเทศกาลปีใหม่ "รวมใจ..เพิ่มสุข..ช้อปสนุก..ลดรับปีใหม่" โดยร่วมกับห้างค้าปลีกและภาคเอกชนจำหน่ายสินค้าลดสูงสุดร้อยละ 80 มียอดจำหน่ายได้กว่า 35,000 ล้านบาท ลดค่าครองชีพประชาชนได้อีก 10,500 ล้านบาท รวมถึงจัดงานรวมใจ... เพิ่มสุข...ช็อปสนุก...ลดรับปิดเทอม โดยร่วมมือกับภาคเอกชนจำหน่ายเครื่องแบบนักเรียน ลดราคาสูงสุดร้อยละ 70 มียอดจำหน่ายสินค้ากว่า 20,000 ล้านบาท ลดภาระค่าครองชีพได้ 6,000 ล้านบาท ตลอดจนได้ขอความร่วมมือผู้ผลิตสินค้าไม่ให้ปรับขึ้นราคาภายหลังที่มีการปรับอัตราค่าแรงขั้นต่ำเพิ่มขึ้น



• **โครงการร้านอาหาร "หนูณิชย์"** ส่งเสริมให้มีร้านอาหารที่ "อร่อย คุณภาพดี สะอาด ประหยัด" จำหน่ายในราคาไม่เกินจาน/ชามละ 25-35 บาท โดยตั้งแต่เริ่มโครงการเดือนสิงหาคม 2557 ถึงมิถุนายน 2561 มีร้านอาหารเข้าร่วมทั่วประเทศแล้ว 14,260 ร้าน แบ่งเป็นกรุงเทพฯ 4,698 ร้าน ส่วนภูมิภาค 9,528 ร้าน และรถขายอาหาร 34 ราย สามารถลดภาระค่าครองชีพในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จได้ประมาณร้อยละ 10-35 ของเงินค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารต่อวัน หรือประมาณวันละ 15 ล้านบาท

3. การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการค้า

กระทรวงพาณิชย์เร่งพัฒนาผู้ประกอบการ โดยนำมาตรการส่งเสริมการใช้ตลาดเป็นตัวนำ (Demand Driven) ควบคู่กับการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด มาใช้เชื่อมโยงยกระดับภาคการค้า

and independent retailers to support over 20,000 Thai retail/wholesale businesses across the country. In addition, with recently-launched **"Lai Taeng Khong Tuuk"** App (A map of low-priced stores) shoppers-cum-internet users will be regularly updated with price comparison information and other information about savings items available in the area.

2.2 Measures to ease cost of living pressures

• **Low-Price Blue Flag project.** Prices of consumer goods under Low-Price Blue Flag project are generally 20% - 40% lower than regular market prices. The MOC has already organized a total of 1,880 Low-Price Blue Flag events with THB 317 million in sales, easing cost of living pressures of 1.39 million citizens or THB 125 million. The MOC in collaboration with retailers and private sector has organized an event "Ruam Jai… Purm Suk…Shop Sanook…Lod Rub Pee Mai" (New Year Festival, Fun Shopping, Big Discount) where discounts were offered up to 80% and sales at the end of the event reached THB 35,000 million – it helps saved cost of living as much as THB 10,500 million. In collaboration with student uniform retailers, the MOC organized a similar event called "Ruam Jai…Purm Suk…Shop Sanook…Lod Rub Bherd Term" (Back-to-School, Fun Shopping, Big Discount) to help parents save their spending on their children's new uniforms by offering discounts up to 70%. This event has generated THB 20,000 million in sales, constituting a total of THB 6,000 million in saved cost of living. The MOC has also sought producers' cooperation in keeping prices of consumer goods unchanged even after the mandatory minimum wage increase becomes effective.

• **'Noo Nit' Food Shop project** to promote food shops that serve "delicious, good quality and clean" menu at affordable prices within the range of THB 25 – 35/dish. From August 2014 to June 2018, there are as many as 14,260 food shops joining the project; 4,698 of which are in Bangkok, 9,528 are in other provinces, and 34 are food trucks. This project helps lower the spending on ready-to-eat dish around 10% - 35% of the normal daily spending on food, or around THB 15 million per day in total.

ตั้งแต่ภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และธุรกิจบริการ อีกทั้งให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการและเศรษฐกิจใหม่ (Service Based Economy & New Economy) ด้วยการส่งเสริมการใช้ข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาธุรกิจ โดยเฉพาะข้อมูลความต้องการตลาดของลูกค้า เพื่อนำมาใช้วางแผนธุรกิจ สร้างแบรนด์ พัฒนาสินค้าหรือบริการ เชื่อมโยงธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startups) กับผู้ประกอบ SMEs ให้มีความแข็งแกร่งทั้งองคาพยพ โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

3.1 การส่งเสริมและพัฒนาตลาดอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) กระทรวงพาณิชย์เร่งผลักดัน 2 ภารกิจหลักในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับวงการอีคอมเมิร์ซไทย คือ 1) การเป็นผู้นำในการพัฒนาการค้าในรูปแบบอีคอมเมิร์ซผ่านการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดยได้ร่วมมือกับทุกกระทรวงสร้าง e-Commerce ecosystem ของประเทศ 2) การสร้างแฟลตฟอร์มที่เป็นศูนย์กลางการค้าออนไลน์ของประเทศให้เป็น National e-Marketplace เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทยผ่าน “ไทยเทรดดอทคอม” (Thaitrade.com) ซึ่งช่วยเชื่อมผู้ขายไทยกับผู้ซื้อทั่วโลกเข้าถึงกัน

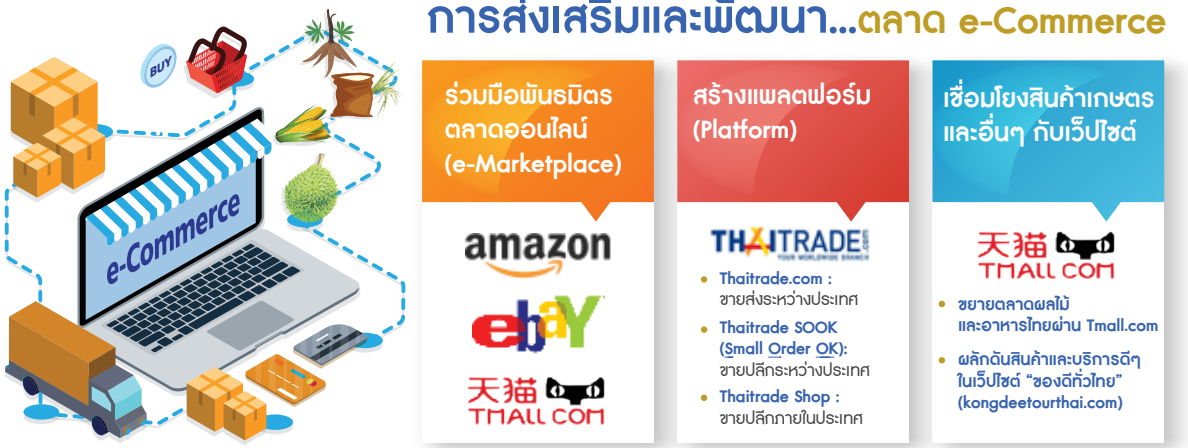
นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ยังได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยสามารถใช้ประโยชน์จากอีคอมเมิร์ซได้อย่างมีประสิทธิภาพบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของประเทศ โดยร่วมมือทั้งหมด 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่

ด้านที่ 1 e-Payment: เพื่อรองรับการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิต/เดบิตทุกธนาคาร การชำระเงินผ่านผู้ให้บริการ e-Wallet และพร้อมรองรับการชำระเงินออนไลน์รูปแบบใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้

3. Strengthening competitive advantage in trade. As part of the MOC’s attempt to strengthen Thai entrepreneurs’ competitive potential, a series of measures has been undertaken to encourage entrepreneurs to use demand-driven concept alongside value creation to best serve the market and to take the whole Thai business sector including agricultural, industrial and service ventures to new heights. The MOC has made Service Based Economy & New Economy approach central to the competitiveness of Thai business sector by promoting the use and analysis of information, particularly the one about demand of target market, in developing products, services and business plans, building brands, and linking startups to SMEs to empower the whole sector. Key measures as mentioned above are as follows.

3.1 Developing and promoting e-Commerce. To strengthen Thai e-Commerce sector, the MOC has been expediting the progress of 2 major tasks as follows:- 1) being a leader in developing e-Commerce based on the national strategic plan for e-Commerce development by collaborating with each and every ministry to embody Thailand’s e-Commerce ecosystem, 2) building a central online platform to function as the national e-Marketplace (Thaitrade.com) where Thai businesses are able to explore trading opportunities and grow their business by connecting Thai vendors with buyers around the world.

In addition, the MOC is cooperating with both Thai and non-Thai organizations to enable Thais to efficiently use



ด้านที่ 2 e-Logistics: เพื่อเชื่อมต่อกับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในไทย อาทิ ไปรษณีย์ไทย, Shippop, SCG Express, Ninja, Skootar, Alpha ฯลฯ รวมถึงผู้ให้บริการขนส่งสินค้าระดับโลก ดีเอชแอล เอ็กซ์เพรส

ด้านที่ 3 e-Marketplaces: เพื่อเชื่อมโยงกับห้างสรรพสินค้าออนไลน์ต่าง ๆ ภายในประเทศ โดยเปิดเป็น Gateway ให้เชื่อมระบบการค้นหาสินค้าจากทุกเว็บไซต์พันธมิตรและแสดงผลได้ในที่เดียว นำร่องโดยเชื่อมระบบของ 6 หน่วยงาน ได้แก่ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (เว็บไซต์ของดีทั่วไทย) กรมส่งเสริมสหกรณ์ บริษัท บิ๊กซี ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีแมนทิค ทัช จำกัด (BentoWeb) บริษัท แอลเอ็นดับเบิ้ลยู ช็อป จำกัด (เทพชอป) และเว็บไซต์ตลาดต่อยอด



- **ขยายช่องทางการตลาดอีคอมเมิร์ซ**

1) จับมือพันธมิตร e-Marketplace ต่างชาติจัดโครงการ Smart Online SMEs Plus หรือ S.O.S+ "ต่อยอดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าออนไลน์ Smart Online SMEs Plus (S.O.S+)" เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ไปต่างประเทศได้มากขึ้น พร้อมกับมีการจัดกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการไทยกับ Amazon (สหรัฐอเมริกาและยุโรป), Tmall (จีน), eBay (สหรัฐอเมริกา), Bagantrade (เมียนมา), Shop JJ (สิงคโปร์), และ Gosoko (แอฟริกา) ตลอดจนจัดคลินิกให้คำปรึกษาด้านการค้าออนไลน์อย่างครบจร (Thaitrade.com's Clinic) รวมถึงมีบริการถ่ายรูปสินค้า และบริการเขียนรายละเอียดสินค้า เพื่อให้สามารถสร้างแคตตาล็อกสินค้าสำหรับใช้เจรจาธุรกิจกับตัวแทน e-Marketplaces ได้ทันที และมีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 1,300 ราย

2) ผลักดันสินค้าเกษตรไทยส่งตรงสู่ผู้บริโภคจีน ผ่าน Thai Flagship Store บน Tmall.com Ffp กระทรวงพาณิชย์ร่วมมือกับบริษัท Alibaba Group จำกัด เปิดตัว Thai Flagship Store บนเว็บไซต์ Tmall.com โดยเริ่มจาก 2 กลุ่ม

and maximize the benefits of e-Commerce on Thailand's platform. Three key features under the cooperation are explained below.

(1) e-Payment: This feature is to support payment made through credit/debit cards of all commercial banks, e-Wallet, and any impending online payment methods.

(2) e-Logistics: This feature is to connect with such Thai logistics service providers as Thailand Post, Shippop, SCG Express, Ninja, Alpha, etc and global courier firms e.g. DHL, and Express.

(3) e-Marketplaces: This feature is to link Thaitrade.com with domestic online stores through Gateway that allows search engines of all alliance websites to run search functions and show search results in one place. The MOC has spearheaded this feature by linking the platform with 6 websites of: (1) the Department of Business Development (kongdeetourthai.com), (2) the Cooperative Promotion Department, (3) Big C Supercenter PLC, (4) Semantic Touch Co., Ltd. (bentoweb.com), (5) LnwShop Co., Ltd. (thepshop), and (6) taradtoryod.com.

- **e-Commerce market expansion**

1) Joining forces with non-Thai e-Marketplace to debut Smart Online SMEs Plus, or S.O.S+, project to facilitate Thai entrepreneurs' cross-border trade simply through online channel. Other activities alongside this project include business matching forums between Thai entrepreneurs and representatives from Amazon (USA and Europe), Tmall (China), eBay (USA), Bagantrade (Myanmar), Shop JJ (Singapore) and Gosoko (Africa), all-round consulting service of Thaitrade.com's Clinic on how to do online business, product photoshoot service, drawing up product descriptions for catalogues that could be readily used when negotiate business with e-Marketplaces' representatives. There are over 1,300 Thai entrepreneurs participating in the project.

2) Marketing Thai agricultural products directly to Chinese consumers via Thai Flagship Store on Tmall.com. The MOC in collaboration with Alibaba Group has recently debuted Thai Flagship Store on Tmall.com, spearheading the presence of Thai goods on online

สินค้านำร่อง ได้แก่ (1) สินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าว (2) ผลไม้ ทุเรียนหมอนทองและลำไย ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้บริโภคชาวจีนอย่างมาก มีมูลค่าคำสั่งซื้อทุเรียน 15,000 ล้านบาท ภายใน 3 ปี และจะมีมูลค่าคำสั่งซื้อลำไย 200 ล้านบาท และจะโตมากกว่า 100% ต่อเนื่องตลอด 3 ปี และหลังจากนี้มีแผนเร่งผลักดันสินค้าอื่น ๆ เจาะตลาดจีนผ่าน Tmall.com อย่างต่อเนื่อง

3) มิติใหม่ Thaitrade.com For All ยกระดับเว็บไซต์ Thaitrade.com ให้เป็น National e-Marketplace Platform พร้อมกับได้เปิดตัวเว็บไซต์ Thaitrade.com โฉมใหม่และแพลตฟอร์มสำหรับซื้อขายภายในประเทศภายใต้ชื่อ Thaitrade Shop โดยมีจุดเด่น นอกจากส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าตลาดออนไลน์เพื่อขายปลีกในลักษณะ B2C แล้ว ยังมีการรวม e-Marketplace ไทยอื่น ๆ มาเชื่อมต่อข้อมูลสินค้าขายบน Thaitrade Shop เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางการเข้าถึงสินค้าและบริการของไทยด้วย เพื่อรองรับการแข่งขันของ e-Marketplace จากต่างประเทศได้

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการเชิงรุก เพื่อต่อยอดความร่วมมือด้านการค้าออนไลน์ของ Thaitrade.com โฉมใหม่ โดยด้านในประเทศ จัดกิจกรรม Road Show ส่วนภูมิภาคเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ Thaitrade.com และส่งเสริมผู้ประกอบการไทยมีโอกาสขายสินค้าไปต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการพัฒนาระบบให้ใช้งานง่าย รองรับการเชื่อมต่อฐานข้อมูลการค้าช่องทางอื่นและระบบ Big Data ของกระทรวงพาณิชย์ ด้านต่างประเทศ จัดกิจกรรม Road Show ในต่างประเทศและขยายความร่วมมือทางการค้าร่วมกับพันธมิตรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ชั้นนำในต่างประเทศในตลาดอาเซียน ยุโรป จีน และเกาหลีใต้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของ Thaitrade.com ในการเป็น National e-Marketplace ไทย

3.2 การพัฒนาผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

- **การส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบธุรกิจและธุรกิจ** ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจ 15,000 ราย ก่อให้เกิดประโยชน์ทางมูลค่าเศรษฐกิจ 1,500 ล้านบาท และยังกระตุ้นให้ผู้ประกอบรายใหม่และพัฒนาผู้ประกอบการรายเดิม หันมาพัฒนาธุรกิจด้วยนวัตกรรม จัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) และแผนการตลาด (Marketing Plan) ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการได้ รวมถึงการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว (One on One Coaching)

market with 2 product categories i.e. (1) rice and innovative rice products and (2) fruits – durian Monthong and longan. The debut is a success, drawing much attention from Chinese consumers that durian alone has brought 3-year orders as much as THB 15,000 million and longan for THB 200 million whereas sales over the next 3 years are expected to grow over 100%. Following the spectacular debut, business planning to market other product categories via Tmall.com is already underway.

3) New dimension of Thaitrade.com For All. The MOC has officially repositioned Thaitrade.com as the National e-Marketplace Platform and debuted not only a brand-new look of Thaitrade.com but also a new platform of domestic marketplace called Thaitrade Shop. The highlight is that not only does it enable entrepreneurs to sell their goods online via B2C channel but other Thai e-Marketplace platforms are allowed to link with Thaitrade Shop and use it as online hub of Thai products and services in rivalry with other non-Thai e-Marketplaces.

In addition, the MOC's proactive move to further the online trade collaboration following the recent launch of Thaitrade.com's new look is made both at home and abroad. Activities within the country are:- Road Shows held in key provinces to boost confidence in Thaitrade.com; giving Thai entrepreneurs support they needed to export their goods; and improving the system to make it more user-friendly and support connectivity with the MOC's Big Data and other trade-related database. Activities outside the country are: organizing Road Shows overseas; extending the scope of collaboration with leading e-Commerce alliances in ASEAN, EU, Chinese, and South Korean markets to build confidence and trust in Thaitrade.com that it is capable to become Thailand's National e-Marketplace.

3.2 Empowering business operators toward New Economy

- **Strengthening potential of entrepreneurs and their businesses** through business-related seminars – attended by 15,000 individuals in total – to bolster their business acumen and encourage both newcomers and experienced entrepreneurs to develop businesses using



การพัฒนาผู้ประกอบการ สู่เศรษฐกิจยุคใหม่

ณ สถานประกอบการ อีกทั้งยังมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพธุรกิจบริการไทย ที่อยู่ภายใต้กรอบความตกลงการค้าบริการอาเซียน (AFAS) ให้มีการบริหารจัดการที่ดีตามมาตรฐานสากล เช่น ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก แฟรนไชส์ ท่องเที่ยว สุขภาพ โลจิสติกส์ ขณะเดียวกันยังให้ความรู้พัฒนาทักษะแรงงานอีกหลายหลักสูตร เช่น แม่บ้านมืออาชีพ ช่างเสริมสวยมืออาชีพ และร้านอาหารมืออาชีพ พร้อมทั้งส่งเสริมให้นำระบบการค้าออนไลน์ มาช่วยลดต้นทุนและขยายช่องทางการค้า สร้างความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล ตลอดจนจัดทำข้อมูลและยุทธศาสตร์การค้าภาคบริการ เพื่อเสนอให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบลดอุปสรรคต่อภาคธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจดิจิทัลและบริการสุขภาพ

- **การสร้างแบรนด์และมูลค่าเพิ่มให้กับร้านอาหารไทยทั่วประเทศ** โดยเน้นสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อผ่านตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ปัจจุบันมีร้านอาหารที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT แล้ว 150 ราย
- **การพัฒนาตลาดและเศรษฐกิจภูมิภาค CLMVT** ดำเนินโครงการหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้าและประชารัฐเมืองคู่มิตรเพื่อธุรกิจสู่สากล (Strategic Partnership for Sister Cities) โดยได้นำร่องเชื่อมโยงต้นแบบการค้าและเครือข่ายประชารัฐระหว่างจังหวัดของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ต้นแบบ ได้แก่ ภาคเหนือตอนบน (สมุนไพร ไฮบริดเชียงราย – ฉาน เมียนมา) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

innovation and teach them how to draw up business plans as well as marketing plans that could add more value to their products/services. Other activities to enhance potential of Thai businesses, particularly those in service sector as defined in the ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS) e.g. retail/wholesale, franchise, tourism, health, and logistics businesses to have proper management system of international standard in place, include on-site One on One Coaching, training courses on how to become professional maids, beauticians, restaurateurs, and more, as well as promoting the use of e-commerce system to save cost, expand marketing channels, and build customers' confidence and trust with good governance. The MOC has also prepared a strategy for service business and other information necessary for proposing the regulatory revision to remove some restrictions imposed on the digital and health-service business sectors.

- **Branding and value addition for Thai-food providers across the country,** with a focus on building customers' confidence through Thai SELECT logo. Currently there are 150 qualified restaurants/food shops bearing this logo.



(คลัสเตอร์โคขุน สกลนคร นครพนม มุกดาหาร – สะหวันนะเขต ลาว) ภาคตะวันออก (น้ำมะม่วงสองแผ่นดินไพลิน กัมพูชา – จันทบุรี) และภาคกลางตอนล่าง (Town Portal Application ประจวบฯ – มะริด เมียนมา) พร้อมกับจัดกิจกรรมพัฒนาบุคคลากรด้านการค้า การลงทุนระหว่างกันในกลุ่ม CLMVT ได้แก่ หลักสูตรพัฒนาผู้บริหาร/ผู้ประกอบการระดับกลาง-สูง พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs การวางแผนและการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ไทยจะเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมนานาชาติ CLMVT Forum 2018 เพื่อเป็นเวทีขยายโอกาสการค้าของไทยกับประเทศ CLMV และขยายไปถึงตลาดจีนและอินเดีย

- **การส่งเสริมสู่ความเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก**

1. กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับสมาพันธ์เครื่องประดับโลก (CIBJO) จัดประชุม CIBJO CONGRESS เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศในการเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก (Gem and Jewelry Hub) รวมถึงสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับไทย และแสดงศักยภาพด้านการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มีผู้เข้าร่วมงานทั้งไทยและต่างชาติ 300 คน จาก 43 ประเทศ

2. การจัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ Bangkok Gems and Jewelry Fair มีผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้ส่งออกชั้นนำด้านอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเข้าร่วมแสดงสินค้า 747 ราย ผู้ประกอบการต่างชาติ 106 ราย สามารถสร้างมูลค่าการสั่งซื้อทันที 610 ล้านบาท และมูลค่าสั่งซื้อต่อเนื่องภายใน 1 ปี ประมาณ 1,400 ล้านบาท

- **การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการสู่สากล**

มีผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมและพัฒนาด้านการตลาดและธุรกิจส่งออก 51,000 ราย โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ อาทิ ส่งเสริมนักออกแบบไทยสู่ตลาดโลก ส่งเสริมสินค้านวัตกรรม

- **Reinforcing CLMVT market and economic growth.** The MOC has been carrying out the Strategic Partnership for Sister Cities project, spearheading the connectivity of 4 trade models and Pracharath Network between Thailand's provinces and the neighboring countries as follows: (1) in upper northern region (Hybrid Herbs model: Chiang Rai – Shan in Myanmar), (2) in northeast region (Fattening Cows Cluster: Sakon Nakhon – Nakhon Phanom – Mukdahan - Sawan Nakhet in Lao), (3) in eastern region (Song Pan Din Pai Lin mango juice model: Cambodia – Chanthaburi), and (4) in lower central region (Town Portal Application model: Prachuap Khiri Khan – Myeik in Myanmar). Other activities in relation to human resources development, intra-CLMVT trade and investment include training courses on several topics e.g. development of management/mid-to-high level business operators, enhancement of SME owners' potential, sustainable transportation and logistics planning, etc. In addition, Thailand has hosted CLMVT Forum 2018 – this presents a good opportunity for Thailand to ramp up its presence in CLMV countries and even into China and India.

- **Empowering Thai jewelry industry to become a global gem and jewelry hub.**

1. The MOC in association with the World Jewellery Confederation (CIBJO) has hosted CIBJO Congress, aiming to portray Thailand's image and capability to be a global gem and jewelry hub, build networks of Thai jewelers, and demonstrating potential of Thailand's jewelry-making industry. The event has drawn as many as 300 participants from 43 countries.

2. Bangkok Gems and Jewelry Fair. This event was participated by 747 Thai exhibitors – consisting of leading jewelry makers, suppliers, and exporters – and 106 foreign jewelers, leading to immediate orders worth a total of THB 610 million and 1-year order of around THB 1,400 million.

- **Empowering Thai entrepreneurs to take them global.** Joined by 51,000 individuals, key activities organized to assist entrepreneurs in area of marketing and

และสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่ตลาดสากล ส่งเสริมสร้างความเชื่อมั่น โดยพัฒนาผู้ประกอบการสร้างตราสินค้าสู่สากล (DEMark) ส่งเสริมตราสัญลักษณ์ “Thailand Trust Mark” (T Mark Festival) รวมทั้งพัฒนาผู้ประกอบการตามหลักสูตรของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy : NEA)



• การพัฒนาผู้ประกอบการด้วยทรัพย์สินทางปัญญา

1) อำนวยความสะดวกด้านการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ โดยจัดตั้งสำนักงานรับคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ เพื่อรองรับการเข้าเป็นภาคีพิธีสารมาดริด (Madrid Protocol) โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถยื่นขอรับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศได้ใน 100 ภาคี ครอบคลุม 116 ดินแดนทั่วโลก โดย ข้อมูล ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561 มีผู้ยื่นคำขอผ่านระบบพิธีสารมาดริดแล้ว 1,866 คำขอ

2) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ สร้างนักรบเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยเน้นการสร้างผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ S-Curve ให้สร้างสรรค์ผลงานทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมผ่านศูนย์ IP IDE Center รวมถึงสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยเข้าถึงข้อมูลการสืบค้นสิทธิบัตรและวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยี เพื่อต่อยอดและพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาด ขณะเดียวกันยังได้สร้างความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาให้กับ SMEs หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา กว่า 6,700 ราย ตลอดจนสร้างช่องทางการเจรจาซื้อขายทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมกว่า 600 รายการ โดยเปิดตัวเว็บไซต์ตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา (IP Mart) รองรับแอพพลิเคชั่นบนมือถือ โดยมีผู้เข้าชมกว่า 43,000 ราย

export business include promoting Thai designers, innovative and environmental-friendly products to global stage, helping entrepreneurs to do product branding for global recognition (DEMark), promoting the use of “Thailand Trust Mark” logo (T Mark Festival), and empowering entrepreneurs using the curriculum developed by New Economy Academy (NEA).

• Empowering entrepreneurs with intellectual property.

1) The Madrid Application Receiving Office has recently been established to facilitate the international registration of Thai trademarks following Thailand’s accession to Madrid Protocol that came into effect on November 7, 2017 enabling Thai business operators to file applications for trademark protection in 100 countries that are contracting parties to the Madrid Protocol – covering 116 territories. According to the statistics as of May 31, 2018, there are 1,866 applications being filed for protection through the Madrid System.

2) The MOC’s intellectual property-related efforts include 1) promoting IP commercialization, 2) creating new-age economic warriors by encouraging SMEs and targeted S-Curve industries to create intellectual property and innovation through IP IDE Center, 3) making patent search easier and making accessible to Thai entrepreneurs the information useful for the analysis of technological trends and product development in sync with market demand, 4) educating 6,700 individuals from such sectors as SMEs, educational institutions, state and private organizations about the importance of intellectual property, and 5) launching IP Mart website with mobile app – a handy channel for negotiating sales of over 600 items of intellectual property and innovation; more than 43,000 viewers already visited the website.

3) To enhance systematic management of intellectual property, the MOC has pushed forward the collaboration with 8 higher education institutions with a focus on creating knowledge base for patent search, analysis of technological trends, and commercial exploitation of intellectual property for further development of products.

3) ผลักดันความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ รวม 8 แห่ง ในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ในการสืบค้นสิทธิบัตรการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยี การต่อยอดผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

4) รณรงค์สร้างจิตสำนึกในการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาให้กับทุกภาคส่วน เพื่อให้ คนไทย "ไม่ซื้อ ไม่ขาย ไม่ใช้ของปลอม" ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมีจำนวนผู้เข้าชมแฟนเพจ ใน Facebook เพิ่มจาก 10,500 ราย เป็น 213,070 ราย (ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2561)

3.3 การขับเคลื่อนภารกิจโดยจัดทำ Big Data

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการขับเคลื่อนตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล ด้วยการจัดทำ Big Data บูรณาการข้อมูลของทุกหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์เข้าด้วยกัน เพื่อใช้กำหนดมาตรการให้มีประสิทธิภาพและยกระดับขีดความสามารถให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

- **สร้างอาชีพรายพื้นที่ ผลักดันเศรษฐกิจฐานราก (Business Opportunity)** ใช้ข้อมูล Big data แสวงหาโอกาสทางธุรกิจในแต่ละพื้นที่ เพื่อสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพและเสนอแนะธุรกิจเฟรนไชส์ที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ให้เป็นทางเลือกสำหรับประชาชนที่มีความต้องการจะเริ่มต้นธุรกิจ
- **ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เป็นไปตามเป้าหมาย (International Dashboard)** โดยการเชื่อมโยงข้อมูลหน่วยงานด้านต่างประเทศของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อ

4) The MOC is running a campaign on social media to reinforce the public's moral conscience in respecting intellectual property rights through a slogan "Don't Buy, Don't Sell, Don't Use Knockoffs" - the number of viewers visiting Facebook fan page increases from 10,500 to 213,070 (as of May 31, 2018).

3.3 Making the mission progress with Big Data

As part of the government's Thailand 4.0 policy, the MOC has developed Big Data by integrating the information and data of all departments under the MOC umbrella in one place for enhanced efficiency in formulating its measures as well as for tangible capability improvement as follows.

- **Career development by individual region and strengthening grassroots economy (Business Opportunity)** by using Big Data, and providing information about franchise business that fits with each individual as an alternative for anyone interested in starting his/her own business.
- **Promoting international trade toward the goals (International Dashboard)** by connecting the MOC's information and data concerning foreign affairs for further use by the MOC's executives when making policy-related decisions.
- **Enhancing all-round SMEs knowledge base (SMEs 360 degree)** by integrating training information of all departments under the umbrella of MOC to assess the level of each entrepreneur's business potential after



นำข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจสำหรับดำเนินนโยบายของผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์

- **สนับสนุนองค์ความรู้ SMEs 360 องศา** โดยบูรณาการข้อมูลการฝึกอบรมจากทุกกรมในกระทรวงพาณิชย์ เพื่อบ่งชี้ศักยภาพของผู้ประกอบการที่ผ่านการฝึกอบรมในแต่ละด้าน เป็นรายบุคคล ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างเหมาะสม และแข่งขันพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การพัฒนาขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนเข้มแข็ง

ด้วยเหตุที่เศรษฐกิจฐานรากของไทยยังไม่เข้มแข็ง เกิดความเหลื่อมล้ำทางโครงสร้างเศรษฐกิจระหว่างในเมืองกับท้องถิ่น กระทรวงพาณิชย์ได้เล็งเห็นถึงปัญหาและได้นำนโยบายเสริมสร้างกลไกทางการค้า โดยเน้นการเข้าส่งเสริมตลาดท้องถิ่นและตลาดชุมชนให้มีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อสร้างงาน สร้างตลาด สร้างโอกาส สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นโดยมีผลดำเนินงานที่สำคัญ ประกอบด้วย

4.1 โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยของรัฐบาล

- **โครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ** กระทรวงพาณิชย์ได้เริ่มดำเนินโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐมาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 ปัจจุบัน ณ มิถุนายน 2561 มีร้านค้าสมัครเข้าร่วมโครงการกว่า 42,600 ราย ใน 76 จังหวัด และมีการติดตั้งเครื่องรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ (Electronic Data Capture :

attending the trainings which will lead to further development in the right direction where they will be well equipped to efficiently compete in the market.

4. Empowering grassroots and community economy.

Having recognized the enduring problems of struggling grassroots economy and the disparity of urban and rural economic infrastructure, the MOC has been rolling out policies to reinforce trade mechanism with a focus on increasingly engaging local- and community-level markets with other economic activities to create more jobs, larger market and greater opportunity for their own communities. The following were undertaken by the MOC.

4.1 National Welfare Card project to help low-income earners.

- **'Pracharath Blue Flag' project.** The MOC has started the project since October 2017. According to the latest figures as of June 2018, there are 42,600 shops in 76 provinces subscribing to the project and more than 28,705 Electronic Data Capture (EDC) terminals have already been installed with a goal of 40,000 sets in total being put in operation within 2018 to make shopping at Blue Flag shops more convenient. Another notable feature is that people could search the locations of all Blue Flag shops online





EDC) แล้วกว่า 28,705 เครื่อง มีแผนจะติดตั้งเพิ่มให้เป็นไปตามเป้าหมาย 40,000 ราย ในปี 2561 เพื่อให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐได้รับความสะดวกในการจับจ่ายซื้อสินค้าและที่สำคัญประชาชนยังสามารถค้นหาที่ตั้งร้านค้าธงฟ้าประชารัฐได้ทางเว็บไซต์ www.shop.moc.go.th ได้อีกด้วย โดยปัจจุบันมีการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ที่จำเป็นรวมทั้งสิ้นกว่า 30,000 ล้านบาท ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจกว่า 1 แสนล้านบาท นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์มีการยกระดับร้านค้าธงฟ้าประชารัฐให้สามารถแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ โดยมีการร่วมกับสถาบันการศึกษาจัดอบรมความรู้ทางธุรกิจ ให้แก่ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ซัพพลายเออร์ และผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่นรวมกว่า 30,000 ราย ใน 3 หลักสูตร ได้แก่ การบริหารธุรกิจอย่างง่าย การจัดทำบัญชีและบริหารภาษี และการเชื่อมโยง รวบรวม และการกระจายผลิตภัณฑ์ชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนพัฒนาร้านค้าธงฟ้าประชารัฐเป็นศูนย์กระจายสินค้าระดับจังหวัด 53 แห่ง และระดับอำเภออีกกว่า 370 แห่ง เพื่อสนับสนุนสินค้าชุมชนและสินค้าเกษตรให้มีช่องทางจำหน่ายมากขึ้น

- **สร้างอาชีพให้แก่ผู้มีรายได้น้อย** กระทรวงพาณิชย์ได้เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากโดยการเข้าไปช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยที่ลงทะเบียนบัตรสวัสดิการแห่งรัฐไว้ ให้มีงานมีอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยได้ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเปิดอบรมให้ความรู้ และส่งเสริมให้มีการจับคู่ธุรกิจระหว่างแฟรนไชส์ของไทยที่มีมูลค่าไม่สูงนัก (10,000 – 50,000 บาท) กับผู้มีรายได้น้อย โดยตั้งเป้าหมายจะจัดงานเจรจาธุรกิจ 20 ครั้ง และสร้างอาชีพได้ 20,000 ราย นอกจากนี้ ยังร่วมกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน โรงเรียนวิชาชีพ อาชีวะ และกระทรวงศึกษาธิการ จัดอบรมหลักสูตรร้านอาหารแม่บ้าน ร้านเสริมสวย มีผู้ได้รับความรู้กว่า 800 ราย และยังมีแผนจัดอบรมเพิ่มอีก 6 ครั้ง ครั้งละ 200 ราย

at www.shop.moc.go.th. According to the latest report, the spending on consumer goods via National Welfare Card is recorded at THB 30,000 million, representing THB 100 billion in cash circulation within the economic system. In a bid to enhance competitiveness of Blue Flag shops against convenience stores and modern trade retailers, the MOC has partnered with educational institutions to tailor-made the following 3 business knowledge training courses for over 30,000 Blue Flag shop owners, suppliers and makers of local/community products:- 1) Basic Business Management, 2) Accounting and Tax Management, and 3) Inter-Connectivity, Collection and Distribution System for Community Products. Moreover, 53 Blue Flag shops have been upgraded to operate as provincial distribution centers and 370 shops as Amphoe-level distribution centers so that community and agricultural products have more channels to reach customers.

- **Career development for low-income earners.** In its effort to strengthen the very foundation of Thailand's economy by helping the registered low-income earners have careers and better income, the MOC in collaboration with educational institutions opened training courses on career development and championed business matching between Thai franchisors with affordable range of franchise fees (THB 10,000 – 50,000) and low-income earners, with a goal of creating new careers/jobs for 20,000 individuals following 20 sessions of business matching. Joining forces with the Department of Skill Development, vocational schools, and the Ministry of Education, the MOC offered skill development courses for food, beauty salon and maid-service business – over 800 people signed up for these courses. The planning for additional 6 sessions (200 participants/session) is already underway.

4.2 Development of market mechanism to strengthen economic fundamentals

- **Community market for community businesses campaign (Must-Visit Market).** The MOC has promoted community markets that feature distinctive identity, local way of life and commercial characteristics



4.2 การพัฒนากลไกตลาดสู่ฐานรากที่เข้มแข็ง

• **โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น (ตลาดต้องชม)** ดำเนินการส่งเสริมตลาดชุมชนที่มีอัตลักษณ์สะท้อนวิถีชุมชน รวมถึงมีเอกลักษณ์พาณิชย์ (มีการจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม น้ำหนักเที่ยงตรง) เพื่อให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ SMEs นำสินค้าในพื้นที่มาจำหน่ายให้ประชาชนโดยตรง เพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) เริ่มดำเนินการปี 2559 ปัจจุบันมี "ตลาดต้องชม" 208 แห่ง มูลค่าการค้าโดยรวม 330 ล้านบาท

• **หมู่บ้านทำมาค้าขาย** ดำเนินสำรวจและคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อมเพื่อเตรียมส่งเสริมพัฒนาเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งใหม่ จำนวน 5 แห่ง ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 แห่ง และภาคใต้ 2 แห่ง รวมทั้งจัดประชุมหารือกับผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านทำมาค้าขาย ที่ได้รับการส่งเสริมมาแล้ว 10 แห่ง (ภาคเหนือ 3 แห่ง และภาคกลาง 7 แห่ง) โดยนำรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) ที่ได้ศึกษามาแล้วมาเป็นแนวทางในการพัฒนา

• **ตลาดประชารัฐโมเดิร์นเทรด (Modern Trade)** ประสานขอความร่วมมือห้างสรรพสินค้า ห้างค้าส่ง ค้าปลีก เพื่อจัดสรรพื้นที่ให้ผู้ประกอบการรายใหม่ตามโครงการตลาดประชารัฐ

• **โครงการประชารัฐ "สร้างงาน สร้างตลาด สร้างโอกาส สร้างรายได้"** กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมกับหน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการกองทัพไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) ธนาคารออมสิน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ดำเนินโครงการต้นแบบนำร่อง ณ จังหวัดกาญจนบุรี ภายใต้ชื่อ "โครงการประชารัฐโดยการขับเคลื่อนไทยนิยมอย่างยั่งยืนเพื่อจังหวัดกาญจนบุรี" หรือ

(products offered at fair price and precise quantity). These will be a marketplace where farmers, community enterprises and SMEs could do face-to-face sales with consumers and plays an important role in stimulating and strengthening Local Economy. Starting since 2016, Must-Visit Market campaign is growing so quickly that there are now 208 locations with reported sales of THB 330 million.

• **Trading Village project.** The MOC has surveyed and thereafter selected 5 communities – 3 are in the northern region and 2 are in the south of Thailand – that have potential for further development to become part of Trading Village project. The MOC has also hosted meetings to discuss with leaders/members of the inaugural Trading Villages (3 in the northern provinces and 7 in the central region). The MOC has adopted the proven business model in setting a proper course for Trading Village development.

• **Pracharath Modern Trades.** As part of Pracharath Market project, the MOC has sought cooperation from Department Stores and retailers/wholesalers to allocate some spaces for newfound entrepreneurs.

• **Pracharath project to create jobs, market, opportunities and income.** In collaboration with the Armed Force Development Command under the auspices of the Royal Thai Armed Forces Headquarters, Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives, Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand, Government Savings Bank, PTT PLC., and Rajamangala University of Technology, the MOC has carried out "Pracharath Project Driven by Sustainable Thainess for Kanchanaburi" or known in short as Kanchanaburi **Model** – a prototype project first implemented in **Kanchanaburi province – to create jobs, market, opportunities and income** for residents in the province. Most of the activities under this project features MOC assistance in form of consultation and advice regarding career development for low-income earners, available source of funds, development of products/services to serve the market, connectivity to modern trade markets, etc. All of this will be used in helping the country's 10 lowest-income provinces i.e. Maehongson, Narathiwat, Pattani, Kalasin, Nakhon Panom, Chainat, Tak, Buriram, Amnat Charoen,

"กาญจนบุรีโมเดล" เพื่อ **"สร้างงาน สร้างตลาด สร้างโอกาส สร้างรายได้"** ให้แก่ประชาชนภายในจังหวัด อาทิ การให้คำปรึกษาการสร้างอาชีพของผู้มีรายได้น้อย การให้คำแนะนำด้านแหล่งเงินทุน การพัฒนาสินค้าและบริการเข้าสู่ตลาด การเชื่อมโยงสู่ตลาดโมเดิร์นเทรด ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนา 10 จังหวัดที่มีรายได้น้อยที่สุดของประเทศ ได้แก่ แม่ฮ่องสอน นราธิวาส ปัตตานี กาฬสินธุ์ นครพนม ชัยนาท ตาก บุรีรัมย์ อำนาจเจริญ น่าน ซึ่งปัจจุบันได้ดำเนินโครงการต่อเนื่องไปแล้วที่จังหวัดอำนาจเจริญและบุรีรัมย์



4.3 การพัฒนาสินค้าชุมชน

- **ส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)** เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า สร้างความมั่งคั่งแก่ชุมชน และสร้างชื่อเสียงให้แก่พื้นที่ผลิตสินค้า

1) ส่งเสริมการจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไทยทั่วประเทศ ส่งผลให้ปัจจุบันสามารถขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไทยแล้ว 94 รายการ ใน 64 จังหวัด สร้างมูลค่าทางการตลาดสูงกว่า 3,700 ล้านบาท โดยในช่วงตุลาคม 2560 – พฤษภาคม 2561 สามารถขึ้นทะเบียน GI ไทยเพิ่มอีก 11 รายการ ใน 9 จังหวัด ได้แก่ มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี (ราชบุรี) กล้วยไข่กำแพงเพชร (กำแพงเพชร) ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี (อุบลราชธานี) แห้วสุพรรณ (สุพรรณบุรี) ละมุดบ้านใหม่ (พระนครศรีอยุธยา) ส้มบางมด (กรุงเทพมหานคร) ลิ้นจี่บางขุนเทียน (กรุงเทพมหานคร) สังคโลกสุโขทัย (สุโขทัย) กล้วยตากบางกระทุ่มพิษณุโลก (พิษณุโลก) ทุเรียนหลงลับแลอุตรดิตถ์ และทุเรียนหลินลับแลอุตรดิตถ์ (อุตรดิตถ์) อีกทั้งยังอยู่ระหว่างจัดทำคำขอขึ้นทะเบียน GI ไทยที่มีศักยภาพในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มอีก 3 รายการ ได้แก่ กาแฟดอยตุง กาแฟดอยช้าง สับปะรดห้วยมุ่น

2) ผลักดันให้จังหวัดจัดทำระบบควบคุมการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า GI ไทย เพื่อสร้าง

and Nan. Currently, the model is being implemented in Amnat Charoen and Buriram.

4.3 Community product development

- **Promoting community products by using Geographical Indication (GI)** to add more value to products and bring wealth and reputation to the GI places of production.

1) Promoting the registration of Thai GIs countrywide. At present there are 94 items of officially registered Thai GI from 64 provinces, representing over THB 3,700 million in market value. From October 2017 to May 2018, 11 more items of products from 9 provinces have been registered as Thai GIs, i.e. Ratchaburi Aromatic Coconut or Maphrao Namhom (Ratchaburi), Kamphaeng Phet Banana or Gluay kai Kamphaeng Phet (Kamphaeng Phet), Ubon Ratchathani Hommali Rice or Khao Hommali Ubon Ratchathani (Ubon Ratchathani), Water Chestnuts Suphan or Haew Suphan (Suphanburi), Banmai Sapodilla (Ayutthaya), Bang Mod Tangerine (Bangkok), Bang Khun Thien Lychee (Bangkok), Sangkhalok Sukhothai (Sukhothai), Bangkrathum Phitsanulok Dried Banana (Phitsanulok), Uttaradit Long Lab-Lae Durian (Uttaradit), and Uttaradit Lin Lab-Lae Durian (Uttaradit). The filing of applications for 3 more items of Thai GIs i.e. Doi Chaang Coffee, Doi Tung Coffee, and Pineapple Hauymon with trade potential in Japan is currently underway.

2) To secure domestic consumers' confidence and penetrate overseas market, the MOC has encouraged and assisted 7 provinces to implement a proper standard quality assurance for 9 items of Thai GI products by using internal control system, i.e. Kamphaeng Phet Banana or Gluay kai Kamphaeng Phet (Kamphaeng Phet), Bankha Pineapple (Ratchaburi), Ratchaburi Aromatic Coconut or Maphrao Namhom (Ratchaburi), Water Chestnuts Suphan or Haew Suphan (Suphanburi), Ubon Ratchathani Hommali Rice or Khao Hommali Ubon Ratchathani (Ubon Ratchathani), Durian Prachin (Prachin Buri), Salted fish Kulao Tak Bai (Narathiwat), Longkong Tanyougmat (Narathiwat), and Pomelo Hom Khuanlang (Songkla) while an external

ความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคในประเทศและขยายตลาดสู่ต่างประเทศ โดยใช้บุคลากรภายในเป็นผู้ตรวจสอบ (Internal Control) 9 รายการ ใน 7 จังหวัด ได้แก่ กล้วยไข่กำแพงเพชร (กำแพงเพชร) สับปะรดบ้านคาและมะพร้าวน้ำหอมราชบุรี (ราชบุรี) แห้วสุพรรณ (สุพรรณบุรี) ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี (อุบลราชธานี) ทุเรียนปราจีน (ปราจีนบุรี) ปลากุเลาเค็มตากใบและลองกองตันหยงมัส (นราธิวาส) และส้มโอหอมควนลัง (สงขลา) อีกทั้งยังว่าจ้างบุคคลภายนอกเป็นผู้ตรวจสอบ (External Control) 3 รายการ ใน 3 จังหวัด ได้แก่ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ (สุรินทร์) ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน (ลำพูน) และสับปะรดห้วยมุ่น (อุตรดิตถ์)



3) ส่งเสริมและสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้า GI โดยจัดงาน GI Market 2018 สำหรับจำหน่ายสินค้า GI สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนกว่า 7.5 ล้านบาท อีกทั้งยังเข้าร่วมจำหน่ายสินค้า GI ในงาน Thaifex -World of Food Asia 2018 สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการสินค้า GI กว่า อีก 121 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า GI ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตลอดจนเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ผลิตสินค้า GI โดยร่วมมือกับบริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด จัดให้มีมุมจำหน่ายสินค้า GI ไทย (GI Corner) 100 สาขาทั่วประเทศ และขยายสู่ช่องทางตลาด Online ผ่านเว็บไซต์ IP Mart

4) สร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้า GI ไทย โดยในโอกาสที่ Mr. Francis Gurry ผู้อำนวยการใหญ่องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก เดินทางเยือนไทย ได้ลงพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน เยี่ยมชมสินค้า GI ไทย ได้แก่ ผ้าไหมยกดอกลำพูน ลำไยเบี้ยวเขียวลำพูน และศิลาดลเชียงใหม่ โดย Mr. Gurry ได้กล่าวยกย่องการส่งเสริมและคุ้มครอง GI ของไทยที่ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม โดยถือเป็นตัวอย่างให้กับนานาประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาความหลากหลายทางชีวภาพของสินค้าเกษตรและงานหัตถกรรมท้องถิ่น ที่มี

body has been enlisted to provide the quality control service for the following 3 GIs in 3 provinces, i.e. Surin Hom Mali Rice (Surin), Lamphun Golden Dried Longan (Lamphun), and Pineapple Hauymon (Uttaradit).

3) The MOC' activities to help Thai GI producers in areas of marketing and distribution channel for their products include: 1) hosting GI Market 2018 – a marketplace for GI products and joined by farmers, growers and community enterprises who at the end of trade fair have collectively earned THB 7.5 million, 2) participating in Thaifex-World of Food Asia 2018; this generates around THB 121 million in income to suppliers of GI products, 3) promoting the development of GI products that meet consumers' taste and preference, 4) collaborating with Central Food Retail to secure more distribution channel and consequently getting exclusive shelf space for Thai GI products called 'GI Corner' at 100 stores countrywide, and 5) introducing Thai GI products into online market through IP Mart website.

4) Creating value to Thai GI products. On the occasion of Mr. Francis Gurry, Director General of World Intellectual Property Organization (WIPO), paying official visit to Thailand, especially the communities producing Thai GI products (Lamphun Brocade Thai Silk, Lamphun Biaokhiao Longan, and Chiang Mai Celadon) in Chiang Mai and Lamphun, he expressed his admiration in Thailand's successful efforts in promoting and protecting Thai GI that has set a good example for other countries in how to promote and enhance the biodiversity of agricultural commodities and folk handicrafts featuring connectivity with local wisdom and community culture to serve the purpose of local economic development.

- **Expanding market channel for OTOP products.** The MOC' activities to take the competitiveness of OTOP products to new heights and make a strong presence in markets both at home and abroad include: 1) activities that enhance the potential and knowledge of OTOP business operators on how to develop and present products for the OTOP group of pottery and hammock (87 participants and 9 new OTOP prototype products), and 2)

ความเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน สู่การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

- **ขยายช่องทางการตลาดสินค้าชุมชน (OTOP)**

ได้ดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาดควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้า OTOP เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดในและต่างประเทศ พร้อมให้ความรู้ในการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา และเปลญวน 87 ราย สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ 9 ต้นแบบ อีกทั้งส่งเสริมนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางการตลาดใหม่ เช่น ร้านค้าปลีกชุมชน ร้านค้าในท่าอากาศยาน โดยตั้งแต่ปี 2557 ถึงปัจจุบัน ได้นำสินค้า OTOP ไปวางจำหน่าย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานภูเก็ต มียอดจำหน่ายกว่า 335 ล้านบาท และในปี 2561 ได้ขยายไปสู่ท่าอากาศยานดอนเมือง รวมถึงท่าอากาศยานเชียงใหม่ และท่าอากาศยานอู่ตะเภา

นอกจากนี้ ได้พัฒนาช่องทางการค้าออนไลน์ โดยจัดทำเว็บไซต์ “ของดีทั่วไทย” kongdeetourthai.com เพื่อรวบรวมสินค้าและบริการจากทั่วประเทศ (e-Directory) ซึ่งภายในเว็บไซต์ได้แบ่งตามหมวดสินค้า ประเภทสินค้าและพื้นที่ร้านค้า รวมถึงแบ่งสินค้าตามคะแนนจากผู้ใช้บริการ (Review rating) ประกอบด้วย สินค้า OTOP, สินค้า GI, สินค้า Organic, รายชื่อผู้ประกอบการ SMEs, รายชื่อสมาชิก MOC Biz Club โดยการคัดเลือกจากพาณิชย์จังหวัด ซึ่งปัจจุบันได้คัดเลือกผู้ประกอบการเข้าสู่เว็บไซต์แล้ว 125 ร้านค้า นอกจากนี้ยังได้พัฒนาความรู้และทักษะเกี่ยวกับการทำร้านค้าออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นอีก 18 จังหวัด จำนวน 1,500 ราย และผู้ประกอบการใน 10 จังหวัดยากจน 300 ราย

4.4 การสร้างความเข้มแข็งเครือข่ายธุรกิจ Moc Biz Club ได้ณาการการทำงานร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในการสร้างเครือข่ายการค้าการลงทุนผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดการเชื่อมโยงและขยายการค้าครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งได้มีการพัฒนาศักยภาพสมาชิกเครือข่ายธุรกิจระดับจังหวัดแล้ว 77 จังหวัด รวม 3,850 ราย รวมถึงจัดกิจกรรมเสวนาให้ความรู้การประกอบธุรกิจและเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจในรูปแบบ Supply Chain ในระดับภูมิภาค ซึ่งได้ดำเนินการแล้วในจังหวัดเชียงราย ขอนแก่น ภูเก็ต และอยุธยา มีผู้เข้ารับความรู้ 506 ราย

pushing OTOP products into new distribution channels e.g. community retail stores, airport shops – since 2014, OTOP products have already found their way to Suvarnabhumi Airport and Phuket Airport with THB 335 million in sales. It’s planned that in 2018 there would be more shelf spaces of OTOP products at Don Muang Airport, Chiang Mai Airport, and U-Tapao Airport.

The MOC has also developed a new online trade channel, or kongdeetourthai.com, as an electronic hub of Thai products and services countrywide (e-Directory). Assorting products/services based on product segment, type, location, and review rating, the website features the information about OTOP products, GI products, organic products, name list of SMEs, list of MOC Biz Club members which has been vetted and selected by the relevant Provincial Commercial Offices – there are now 125 shops being selected and already active on the website. In addition, the MOC has educated 1,500 local entrepreneurs from 18 provinces and 300 from 10 impoverished provinces on how to operate online shops as well as the specific skills they need to do business online.

4.4 Strengthening Moc Biz Club networks. The MOC has been working closely with each Provincial Commercial Office on building trade-and-investment networks of local, small-scale entrepreneurs in order to embody trade connectivity and business expansion covering 77 provinces nationwide – 3,850 MOC Biz Club members in 77 provinces have already been trained to enhance their potential. The MOC has hosted discussion forums in Chiang Rai, Khon Kaen, Phuket and Autthaya – with 506 participants in total – to educate them on how to do business and to build regional-level connectivity of supply chain.

4.5 Development of southern-border trade and economy. Trade shows organized as part of the MOC’s measures to create jobs, market, opportunities and

4.5 การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดนภาคใต้ ดำเนินการจัดกิจกรรมสร้างงาน สร้างตลาด สร้างโอกาส สร้างรายได้ให้ประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ได้แก่ จัดงานถนนคนเดิน Art Street : Yala Bird City 2018 จัดงานเทศกาลอาหารจานเด็ดโก-ลกและของดีชายแดนใต้ จัดงานตลาดประชารัฐชายแดนภาคใต้ การเปิดร้านค้าจำหน่ายสินค้าราคาประหยัดในงานกาชาดประจำปีของจังหวัด มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 381 ราย เกิดมูลค่าการค้ากว่า 10 ล้านบาท

4.6 การเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ได้ดำเนินโครงการภายใต้แผนงานบูรณาการเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ 13 โครงการ มีผู้ประกอบการ เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมแล้วกว่า 3,900 ราย เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค และสร้างมูลค่าการค้าในเบื้องต้นแล้วกว่า 150 ล้านบาท โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญ เช่น การอบรมสัมมนา อาทิ “การบริหารจัดการและวางแผนธุรกิจ” “การค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Commerce)” “สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์” รวมทั้ง จัดงาน “หัตถศิลป์ผ้าทออีสานสืบสานวัฒนธรรมไทย” จัดงาน “มนต์เสน่ห์อีสานเมืองแห่งผ้าคราม” และงานแสดงและจำหน่ายสินค้าฮาลาลของภาคใต้” ฯลฯ



4.7 การให้ความรู้แก่เกษตรกรเพื่อปรับตัวรองรับการเปิดเสรีทางการค้า ด้วยการจัดคณะเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่พบเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้แก่ โคนม กาแฟ โคเนื้อ และผลไม้ และจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีผู้ได้รับความรู้ 6,334 ราย (ข้อมูล ณ 31 พฤษภาคม 2561)

income for better livelihood of people in southern border provinces include Art Street : Yala Bird City 2018, Kolok Cuisine and Southern Border’s Selected Items Exhibition, and Pracharath Market in Southern Border Event. The MOC has also joined the annual provincial Red Cross Fair for entrepreneurs to open booths selling special-price products. A total of 381 business operators have participated in these fairs and events, generating over THB 10 million in sales.

4.6 Strengthening a sustainable growth of national economy. Thirteen projects under the integrative plan of actions to strengthen and sustain the growth of national economy have been rolled out and participated by over 3,900 business operators and farmers of target group, contributing to vibrant growth of regional economy and over THB 150 million in trade value. Activities under these projects include, but not limited to, trainings and seminars on, for example, business management and planning, mobile commerce, and value addition through packaging, and trade shows themed “Hand-Woven E-San Fabrics as Legacy of Thai Culture”, “Alluring E-San: A City of Indigo-Dyed Fabrics”, “Halal Products from Southern Provinces”, etc.

4.7 Educating farmers to prep them for trade liberalization. The MOC has sent a field team to talk with farmers and entrepreneurs of various industries e.g. dairy farming, meat cattle farming, coffee and fruit plantations and held activities to enhance their knowledge – a total of 6,334 individuals participating in the activities (statistics as of May 31, 2018).

4.8 Promoting Thai art and handicraft products. To broaden distribution channels for Thai art and handicraft products, the MOC has organized events and activities both at home and abroad e.g. exhibitions themed “Siam Identity”, “Crafts Bangkok”, “SACICT Enjoy Crafts”, and “Heart-Woven Cotton”.

5. International trade and economic development. The MOC has pushed forward the

4.8 การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม โดยการขยายช่องการจำหน่ายงานศิลปหัตถกรรมไทยผ่านการจัดกิจกรรมทั้งในและต่างประเทศ เช่น งานอัตลักษณ์แห่งสยาม งาน CRAFTS BANGKOK งาน SACICT เพลิน CRAFTS และงานฝ้ายทอใจ เป็นต้น



5. การพัฒนาเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

ดำเนินการผลักดันการขยายการค้าการลงทุนในต่างประเทศด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก FTA และเวทีเจรจาการค้าระดับต่าง ๆ ให้มากขึ้น จนสามารถทำให้การค้าโดยรวมของประเทศใน 4 เดือนแรกของปี 2561 (มกราคม - เมษายน) มีมูลค่า 162,877 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 15 จำแนกเป็นการส่งออกมูลค่า 81,775 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 12 และการนำเข้า มูลค่า 81,102 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 18 โดยดำเนินมาตรการสำคัญ ดังนี้

5.1 การเจรจาและสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ ได้เข้าร่วมการประชุมเจรจาสำคัญในเวทีต่าง ๆ อาทิ การประชุมสุดยอดอาเซียน การประชุมรัฐมนตรีเอเปค การประชุมคณะกรรมการเจรจาความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) การประชุม FTA ไทย-ปากีสถาน การประชุม FTA ไทย-ตุรกี การประชุม FTA อาเซียน-ออสเตรเลีย-

expansion of Thai trade and investment overseas by rolling out various measures to strengthen Thai business operators' potential and competitiveness, and to encourage them to utilize more of preferential arrangements under various FTAs and trade negotiations forums. Eventually, these helped contribute to the total trade of USD 162,877 million in the first 4 months of 2018 (January to April), representing th year-on-year growth of 15%. The figure is composed of USD 81,775 million in exports (12% growth) and USD 81,102 million in imports (18% growth). Key measures are as follows.

5.1 Negotiations to establish international collaboration. The MOC has participated in several trade negotiations in various forums, e.g. ASEAN Summit, APEC Ministerial Meetings, Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) Trade Negotiation Committee meetings, Thailand-Pakistan FTA meetings, Thailand-Turkey FTA meetings, and ASEAN-Australia-New Zealand FTA meetings. In a bid to expand the scope of collaboration and minimize international trade barriers, the MOC has pushed forward various Strategic Economic Partnerships, including Thailand-Cambodia JTC meeting, and Trade and Investment Framework Agreement (TIFA) Council Meeting between Thailand and USA. Currently, Thailand has already entered into 12 Free Trade Agreements (FTAs) with 17 partner countries, and a total value of trade between Thailand and its FTA partner countries in 2018 (from January to April) amounts to USD 96,629 million, or 40% of the country's total trade value.

5.2 Proactive export market expansion. The MOC has encouraged Thai business operators and service providers to explore new market overseas, particularly niche market (e.g. pet supplies, specialized services/products for the elderly) and City Focus market. Activities aimed at making a foray into City Focus market include: 1) marketing events and business negotiations organized as part of Top Thai Brands projects in Cambodia and Lao, and 2) Thailand Week/Mini Thailand Week Trade Show held in India, Philippines, Vietnam, Sri Lanka, and

นิวซีแลนด์ นอกจากนี้ยังได้ผลักดันการเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจ (Strategic Economic Partnership) รวมถึงการประชุม JTC ไทย-กัมพูชา และการประชุมคณะมนตรีภายใต้กรอบความตกลงด้านการค้าและการลงทุนระหว่างไทยและสหรัฐฯ เพื่อเป็นการขยายความร่วมมือ และลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันไทยมีความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) จำนวน 12 ฉบับ กับ 17 ประเทศคู่ค้า มีการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่เจรจา FTA ปี 2561 (มกราคม - เมษายน) มูลค่ามากถึง 96,629 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 40 ของมูลค่าการค้ารวมของประเทศ

5.2 การเร่งรัดขยายตลาดส่งออกเชิงรุก ได้ดำเนินการส่งเสริมการนำสินค้าและบริการของไทยเข้าไปเปิดตลาดใหม่ ๆ ในต่างประเทศอย่างกว้างขวาง ประกอบด้วย ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) อาทิ พัฒนาสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง พัฒนาตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ ฯลฯ ตลาดเมืองรอง (City Focus) จัดกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมเจรจาธุรกิจ ในโครงการ Top Thai Brands ในประเทศกัมพูชา และลาว จัดงานแสดงสินค้าในโครงการ Thailand Week / Mini Thailand Week ณ ประเทศอินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ศรีลังกา และมัลดีฟส์ มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 463 ราย มูลค่าสั่งซื้อรวม 2,090 ล้านบาท นอกจากนี้ยังสร้างความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) นำคณะผู้บริหารระดับสูงของไทยเดินทางเยือน ประเทศสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น กัมพูชา และอินเดีย เพื่อขยายตลาดการค้าและการลงทุนระหว่างกัน

5.3 การส่งเสริมธุรกิจบริการ มีการจัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมใน 4 กลุ่ม ได้แก่ Wellness & Medical Services, Creative Economy, Institutional Services & Trade Supporting Services และ Trade Logistics ประกอบด้วย 1) เร่งรัดการขยายตลาดธุรกิจบริการเชิงรุก 2) ส่งเสริมคลัสเตอร์บริการใหม่ ๆ และ High Value Services ที่มีศักยภาพสูง 3) ส่งเสริมการรวมกลุ่มเชื่อมโยงคลัสเตอร์ระหว่างธุรกิจบริการกับสินค้าที่เกี่ยวเนื่อง มีผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริม 879 ราย จับคู่เจรจาการค้า 3,265 คู่ เกิดมูลค่าสั่งซื้อ 3,727 ล้านบาท

5.4 การส่งเสริมอุตสาหกรรมรายคลัสเตอร์ (Clusters Promotion) มีผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมไปขยายตลาด จำนวน 2,900 ราย เกิดมูลค่าการสั่งซื้อประมาณ 47,000 ล้านบาท โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ จัดงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ

Maldives – a total of 463 Thai exhibitors have joined the trade shows, receiving orders worth THB 2,090 million. Furthermore, in its efforts to embody global strategic partnership, the MOC has led Thai delegations comprising high-level executives to visit USA, China, Japan, Cambodia and India to explore the opportunity for growing bilateral trade and investment ties.

5.3 Promoting service business focusing on 4 sectors:- (1) Wellness & Medical Services, (2) Creative Economy, (3) Institutional Services & Trade Supporting Services, and (4) Trade Logistics, for which the MOC has drawn up a strategic framework featuring 3 key aspects as follows: 1) expediting proactive market expansion for service businesses, 2) championing clusters of new service businesses and potential high-value services, and 3) connecting service business cluster with other related clusters. A total of 879 service providers have received assistance and guidance from the MOC, and 3,256 pairs have participated in business matching, leading to THB 3,727 million in sales orders.

5.4 Promoting industrial businesses by individual cluster (Clusters Promotion). A total of 2,900 entrepreneurs has collectively reported THB 47,000 million in sales after being guided by the MOC on how to expand their markets. The MOC's assistance has been provided to the following business clusters:- Gem & Jewelry Cluster – the activities involve the hosting of gem and jewelry trade shows, Heavy Industry Cluster – it includes the participation in business negotiations at Thailand Tractor & Agri-Machinery Show as well as other trade shows in USA, Germany, the United Arab Emirates, and India, Lifestyle Cluster – it includes the participation in trade shows in China and France and hosting an exhibition of new trends of lifestyle (STYLE), and Food & Agriculture Cluster – the activities include the participation in reputed food exhibitions e.g. ANUGA Food Fair in Germany, FOODEX in Japan, Gulfood in the United Arab Emirates, and Seafood Expo North America in USA, etc. and collaborating with The Thai Chamber of Commerce and Germany's Koelnmesse company to host "THAIFEX – World of Food Asia 2018"

กลุ่มอุตสาหกรรมหนัก ร่วมเจรจาการค้าในมหกรรมแทรกเตอร์และจักรกลการเกษตรไทย และเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ณ ประเทศสหรัฐฯ เยอรมนี สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ และอินเดีย กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ณ ประเทศจีนและฝรั่งเศส และจัดงานแสดงสินค้าไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ (STYLE) กลุ่มเกษตรและอาหาร เข้าร่วมงานแสดงสินค้าด้านอาหารที่สำคัญ อาทิ งานแสดงสินค้า ANUGA ณ ประเทศเยอรมนี งาน FOODEX ณ ประเทศญี่ปุ่น งาน Gulfood ณ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ และงาน Seafood Expo North America ประเทศสหรัฐฯ ฯลฯ รวมถึงจัดงาน "THAIFEX – World of Food Asia 2018" โดยร่วมกับหอการค้าไทยและบริษัท โคโลญเมสเซ่ ประเทศเยอรมนี นำผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารจาก 40 ประเทศ ร่วมออกงานกว่า 2,500 ราย มีมูลค่าสั่งซื้อรวมกว่า 11,500 ล้านบาท โดยภายในงานเน้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการด้านอาหารที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

5.5 การส่งเสริมการค้าชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อขยายมูลค่าการค้าชายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (เมียนมา ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย) โดยในปี 2561 (มกราคม - พฤษภาคม) มีการขยายตัวร้อยละ 4.07 โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

- **โครงการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (Young Entrepreneur Network Development Program : YEN-D Program)** ดำเนินโครงการมาแล้ว 4 Season (ปี 2558-2561) รวม 18 รุ่น สามารถสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยกับเพื่อนบ้านได้แล้ว 1,100 คน สามารถเจรจาจับคู่ธุรกิจและเกิดมูลค่าการค้าและการลงทุนระหว่างกัน 2,800 ล้านบาท
- **จัดมหกรรมการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา** เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาดของสินค้าและบริการของไทยในประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีการเจรจาจับคู่ธุรกิจรวม 5 คู่ มูลค่า 65 ล้านบาท และมีการซื้อขายภายในงานรวมกว่า 70 ล้านบาท



in which over 2,500 food producers from 40 countries have signed up as exhibitors and a particular focus on the part of Thailand is to PR food products and services that interrelated with Thailand's Creative Economy components. The reported figure of sales in THAIFEX is more than THB 11,500 million.

5.5 Promoting border trade and trade in special economic zones to increase value of border trade between Thailand and the neighboring countries (Myanmar, Lao, Cambodia, and Malaysia). In 2018 (January – May) a growth of border trade is reported at 4.07% and key activities to boost border trade include:

- **Young Entrepreneur Network Development Program (YEN-D Program).** This program has been executed for 4 seasons (2015 – 2018), producing 18 batches of developed entrepreneurs into the industry, adding 1,100 more of entrepreneurs into a network of Thai young entrepreneurs and those of neighboring countries, and, after fruitful business matching attempts, boosting cross-border trade and investment for THB 2,800 million.
- **Thailand – Cambodia Border Trade Exhibition** held to expand distribution channels for Thai goods and services in neighboring countries. A total of 5 successful business deals resulting from business matchings conducted in the exhibition is worth THB 65 million while the exhibition's total sales reached THB 70 million.
- **Enhancing competitiveness of cross-border business operators** by hosting seminars to build their knowledge and understanding in trade and investment along the border and in the Special Economic Zones, trade regulations, and preferential tariff scheme (Form D). Attended by 840 individuals, the seminars were held 8 times in 6 provinces i.e. Sa Kaeo, Nakhon Panom, Tak, Narathiwat, Chiang Rai, and Songkla.

6. Business and innovation facilitation.

In the new age of business, the MOC has reinvented its role in supporting the country's trade and economic growth from a regulator to a trade facilitator and is responsible for the following tasks.

• **เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการการค้าชายแดน** ด้วยการจัดสัมมนาสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการค้าการลงทุนชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้งกฎระเบียบทางการค้า การใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากร (Form D) จำนวน 8 ครั้ง ใน 6 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว นครพนม ตาก นราธิวาส เชียงราย และสงขลา โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 840 คน

6. การอำนวยความสะดวกทางธุรกิจและสร้างนวัตกรรม

ในยุคของโลกการค้ายุคใหม่กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการปรับบทบาทในการสนับสนุนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ จากผู้กำกับดูแล (Regulator) มาเป็นผู้ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกทางการค้า โดยมีการดำเนินงานที่สำคัญดังนี้

6.1 การสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน

ดำเนินการลดขั้นตอนและระยะเวลา ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ อาทิ พัฒนาระบบจดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์ (e-Registration) ลดขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ โดยรวมการจองชื่อและจดทะเบียนนิติบุคคลออนไลน์เหลือขั้นตอนเดียว จากเดิม 2 ขั้นตอน ซึ่งได้เปิดให้บริการตั้งแต่ เมษายน 2561 และได้พัฒนาระบบการยืนยันตัวบุคคลและนิติบุคคลของระบบ e-Registration และ e-Filing เป็นชุดเดียวกัน ตลอดจนการให้ผู้ประกอบการสามารถมอบอำนาจให้ผู้แทน รวมถึงการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนเป็นอัตราคงที่ นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาระบบ e-Filing ให้ระบบที่ใช้งานง่ายขึ้น อำนวยความสะดวกการนำส่งงบการเงินแก่นิติบุคคล สามารถนำมาประมวลผลสถานะนิติบุคคลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้รวดเร็วมากขึ้น

6.2 การสร้างโอกาสให้ธุรกิจเข้าถึงแหล่งเงินทุนด้วยกฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ

โดยการอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายหลักประกันทางธุรกิจ สิทธิ

6.1 Reinforcing Thailand's business ecosystem to make Thailand a trade and investment hub.

The MOC has continued to streamline and enhance the efficiency of its services by applying the innovation and information technology. The examples of MOC's efforts in this area are the development of online juristic person registration (e-Registration), the shortened business starting process where 2 steps, juristic person's name reservation and filing the application are combined into 1 – this feature has been in operation since April 2018, the development of one single authentication of ordinary/juristic person system that works on both e-Registration and e-Filing platforms, relaxation of rules concerning the appointment of proxy, registration fees revision by making them flat rate, and development of e-Filing system that is more user-friendly, facilitates the electronic submission of financial statements, and allows for data processing in order for users to analyze the status of juristic persons for use in business decision making..

6.2 Making source of funds accessible to businesses through the law on secured transactions

(also called business security or business collateral). Participated by 2,500 individuals, the seminars organized by the MOC cover the following subjects: law on collateral/secured transactions, rights and obligations of a security provider, a security receiver, and a security enforcer. Last year the MOC set out to develop a business collateral registration system capable of supporting the following service features:- registration of business security, data browsing/searching, certifying proof of registration, and processing the applications for a licensed security enforcer. As of May 2018, the MOC has already processed 204,392 applications for registration of business collateral contract, representing THB 4.74 trillion in registered collateral value.

ขั้นตอนการนำส่งงบการเงิน e-Filing **"สะดวก ส่งได้ทุกที่ ทุกเวลา 24 ชั่วโมง"**



และหน้าที่ของผู้ให้หลักประกัน ผู้รับหลักประกัน และผู้บังคับหลักประกัน โดยมีผู้ได้รับความรู้กว่า 2,500 ราย และในปีที่ผ่านมาได้พัฒนาระบบจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจ ให้รองรับการให้บริการเกี่ยวกับการจดทะเบียน การตรวจค้นข้อมูล การขอรับรองหลักฐานการจดทะเบียน การขอใบอนุญาตเป็นผู้บังคับหลักประกัน โดย ณ เดือนพฤษภาคม 2561 ได้รับจดทะเบียนสัญญาหลักประกันทางธุรกิจแล้ว 204,392 คำขอ มูลค่าการจดทะเบียน 4.74 ล้านล้านบาท

6.3 การจัดทำบทวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจ อาทิ รายงานวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจการค้าของไทยและคู่ค้าสำคัญ บทวิเคราะห์ผลกระทบจากมาตรการการค้าโลก การค้ารายกลุ่มสินค้าและภูมิภาค บทวิเคราะห์ค่าครองชีพและเศรษฐกิจในประเทศ การพัฒนาเกษตรวิถียั่งยืนและภูมิปัญญาสู่การเพิ่มมูลค่า การสร้างนวัตกรรมนำเศรษฐกิจไทย แนวทางการใช้การตลาดนำการผลิตสินค้าเกษตร เป็นต้น รวมทั้งจัดทำดัชนีและเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าและรายงานภาวะการค้าระหว่างประเทศเป็นรายเดือน ให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน หน่วยงานวิชาการ และประชาชนผู้สนใจได้นำไปใช้ประโยชน์

6.4 การสร้างไพรเวตคลาวด์ (Private Cloud) สำหรับใช้ภายในหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ โดยเปิดใช้งานตั้งแต่มกราคม 2560 มีหน่วยงานมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และยังสร้างระบบสำรองฉุกเฉิน (Disaster Recover Site: DR Site) เพื่อใช้ทดแทนระบบหลักในกรณีเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน ส่งผลให้ระบบสารสนเทศของกระทรวงพาณิชย์มีความพร้อมเต็มที่ในการรองรับให้บริการประชาชนและผู้ประกอบการ

6.5 พัฒนาระบบชำระเงินกลางของกระทรวงพาณิชย์ (MOC e-Payment) เพื่อรองรับการรับชำระค่าธรรมเนียมการให้บริการของกระทรวงพาณิชย์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ เคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์ไม่น้อยกว่า 10 แห่ง จุดบริการรับชำระเงินไม่น้อยกว่า 1 แห่ง รวมถึงบริการ Internet Banking บัตรเครดิต และบัตรเดบิต และระบบเติมเงินโดยชำระเงินล่วงหน้า เช่น e-Wallet หรือ e-Money ที่เปิดให้บริการได้ในเดือนกันยายน 2561

6.6 พัฒนาคุณภาพและจัดทำมาตรฐานข้อมูลด้านการพาณิชย์ เพื่อยกระดับข้อมูลด้านการพาณิชย์

6.3 Preparing economic analysis reports on various topics e.g. trade between Thailand and major trading partners, impacts of global trade measures, trade situation and prospect by individual category of goods and region, cost of living and national economic standing, development of sustainable agriculture and local wisdoms toward value addition, innovation at the forefront of Thailand's economic growth, approaches of using marketing to lead agricultural commodities production, trade and economic indexes and indicators, and monthly statistics of international trade. These analysis reports are made available to both public and private organizations, academic bodies, as well as any interested individuals.

6.4 Establishing a Private Cloud for internal use by all departments under the MOC's purview. It was first operable in January 2018 with continually growing number of users since launch. A Disaster Recover Site (DR Site) is also developed for use in case of any crisis incident affecting the operability of the main system, guaranteeing that MOC's IT system will remain fully serviceable at all times for individual users and businesses.

6.5 Developing a central payment platform (MOC e-Payment) to support fees payment to the MOC and its subsidiary departments made through such channels as commercial banks (not less than 10 banks), Counter Service (not less than 1 service provider), Internet Banking, credit and debit cards, and online prepaid accounts e.g. e-Wallet or e-Money – this feature will be operable in September 2018.

6.6 Enhancing quality of commerce-oriented data and establishing the standards thereof in order to raise the standard of Thai commercial data (consisting of information about business operators, products, and intellectual property) to the international level pursuant to TH e-GIF 2.0 Framework and re-design it to be Open Data allowing for further development by both internal and

ให้มีมาตรฐานสากล ตามกรอบแนวทางเชื่อมโยงรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ เวอร์ชั่น 2.0 (TH e-GIF 2.0) ประกอบด้วยข้อมูลผู้ประกอบการ ข้อมูลสินค้า ข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงดำเนินการพัฒนาเป็นระบบข้อมูลเปิด (Open Data) เพื่อให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกนำไปใช้พัฒนาต่อยอดและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ โดยมีกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายในเดือนมีนาคม 2562

7. การพัฒนาองค์การ บุคลากรและเพิ่มประสิทธิภาพ ดำเนินการจัดอบรมหลักสูตรพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์และสอดรับกับนโยบายรัฐบาล 1,627 ราย อาทิ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชนในเมืองรอง การสร้างนวัตกรรมการบริหารงานภาครัฐ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ นักบริหารการพาณิชย์ระดับสูง ศักยภาพที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน เป็นต้น ตลอดจนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานของบุคลากรกระทรวงพาณิชย์กับภาคเอกชนและองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาแนวคิดการทำงานให้ทันสมัย สามารถเป็นผู้นำการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศได้

8. การป้องปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ ดำเนินการจัดอบรมพัฒนาจิตสำนึกและสร้างความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริต จำนวน 1,762 ราย อาทิ การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการให้เกิดความโปร่งใส หลักเกณฑ์และมาตรการป้องกันและปราบปรามการกระทำอันเป็นการขัดกันระหว่างประโยชน์ส่วนบุคคลกับประโยชน์ส่วนรวม รวมถึงการอบรมเชิงปฏิบัติการเครือข่าย (MOC Watch Dog) เฝ้าระวังการทุจริตในองค์กร เป็นต้น

9. การพัฒนากลไกการบริหารงานในภูมิภาค ด้วยการเน้นการบูรณาการการบริหารงานร่วมกันให้มีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และเป็นเอกภาพ ภายใต้แนวคิด “หลังคาเดียวกัน (One Roof)” และกำหนดให้มีกลไกขับเคลื่อนงานที่เรียกว่า “พาณิชย์ภาค” (Mini MOC) โดยมีผู้บริหารระดับสูงจากส่วนกลาง เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการปฏิบัติภารกิจเชิงนโยบายให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดในพื้นที่ได้อย่างรวดเร็วทันท่วงที

external organizations and for identifying new business opportunities. This is due to complete in March 2019.

7. Organizational and human resources development and workforce efficiency enhancement. The MOC has provided training courses – with a total of 1,627 participants – to enhance productivity of workforce in line with the relevant strategies and the government policies. The courses deal with, inter alia, the following topics:- strengthening economic fundamentals for higher income of residents in secondary urban cities, innovation in public administration, digital technology potential, foreign language skills, high level commerce executives , and necessary qualities and skills for specific jobs. In its efforts to gain fresh and novel perspective of work approaches in order to efficiently lead the nation’s economic development, the MOC has organized forums for sharing work experience between MOC officials and private or international organizations.

8. Corruption and misconduct suppression. Participated by 1,762 individuals, seminars and workshops with a focus on building moral conscience and strengthening anti-corruption mechanism were organized covering such topics as the transparency of bureaucratic structure, approaches and measures to prevent and suppress conflict-of-interest acts, MOC Watch Dog, etc.

9. Improving provincial administration by emphasizing integrative management for greater flexibility, efficiency and unity under the concept of “One Roof”. The MOC has also introduced a new mechanism called Mini MOC where top management officials from the central administration are to lead the execution of policy-based missions with efficiency and promptness in solving problems occurring in the area.



บทความ Article

01 **ยกระดับการบริหารพาณิชย์ภูมิภาค** สร้างความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานราก
Upgrade Regional Commercial Affairs Administration, Strengthen Grassroots Economy

02 พลิกโฉมเศรษฐกิจไทยสู่ความมั่งคั่ง ด้วย**สินค้าเกษตรนวัตกรรม**
Agricultural Product Innovation at the Forefront of Thai Economic Revamp Toward Prosperity

03 ยกระดับ **"ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ"** ช่วยลดค่าครองชีพแก่ผู้มีรายได้น้อย
Improving "Pracharath Blue Flag Store" to Reduce Cost of Living for People with Low Income

04 **ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเอฟทีเอ** เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรไทย
Promote FTA Utilization to Empower Thai Farmers

05 **ไทยประสบความสำเร็จ** หลุดพ้นจาก บัญชี PWL ครั้งแรกในรอบ 10 ปี
Thailand's Success, First Time in 10 Years Off Priority Watch List (PWL)

06 **สร้างงาน สร้างอาชีพ...** สู่การพัฒนา คุณภาพชีวิตผู้มีรายได้น้อยอย่างยั่งยืน
Job Creation, Career Building...for a Sustainable Quality of Living Development for People with Low Income

07 **Creative Economy :** "สร้างคุณค่าจากความคิด เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์"
Creative Economy : "Create values from ideas, Add Commercial Values with Creative Economy"

08 **NEA โค้ชมืออาชีพ** ปั้นผู้ประกอบการไทย เติบโตอย่างไร้ขีดจำกัด
New Economy Academy (NEA), Professional Coach for Thai Businesses' Endless Growth

09 **ขับเคลื่อนระบบ e-Commerce:** นำพาธุรกิจไทยสู่ยุคดิจิทัล
Promote e-Commerce: Digitalize Thai Business

10 **ดัชนีภาวะการค้า**ภาคบริการ
Trade in Services Performance and Potential Index: TSPPI

11 **"SACICT** เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย"
"Empowring Thai Crafts"

12 **Buy With Confidence** ยกระดับความเชื่อมั่น นำไทยสู่ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก
"Buy With Confidence" Heightened Confidence Preping Thailand to Become Global Gem and Jewelry Hub



ยกระดับการบริหารพาณิชย์ภูมิภาค สร้างความเข้มแข็งสู่เศรษฐกิจฐานราก

Upgrade Regional Commercial Affairs Administration, Strengthen Grassroots Economy

จากนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยเริ่มจากการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ควบคู่กับการดูแลความเป็นอยู่ของคนไทยให้อยู่ดีมีสุขอย่างทั่วถึง กระทรวงพาณิชย์ได้มีการดำเนินตามนโยบายของรัฐบาล ในการพัฒนาดูแล การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้มีความเข้มแข็ง

Guided by the Government's policy that aims to strengthen the country's economic potential by developing grassroots economy to enable farmers, local enterprises and SMEs to grow steadily while, at the same time, ensuring that Thai people enjoy good quality living standard, Ministry of Commerce has implemented the Government's policy to develop, drive and strengthen the country's grassroots economy.



ปรับการบริหารงานด้านการพาณิชย์ส่วนภูมิภาค

โดยในปี 2561 ที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการปรับกระบวนการทำงาน และการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับภารกิจในระดับภูมิภาคครั้งใหญ่ โดยได้ปรับบทบาทให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนนำนโยบายที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานรากของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในเชิงพื้นที่ของรัฐบาล

ขณะเดียวกันกระทรวงพาณิชย์จากส่วนกลางยังได้จัดเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานแต่ละด้าน มาเป็น

Improve the Administration of Regional Commercial Affairs

In 2018, Ministry of Commerce undertakes the overhaul of work process and general administration relating to its work at the regional level. Provincial Commercial Affairs Offices across the country have had their roles adjusted so that they have become the main agencies to implement and materialize the Government's policies that are relevant to grassroots economy in accordance with the Government's area-based development strategy.

พี่เลี้ยงให้คำปรึกษาแก่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอย่างใกล้ชิด พร้อมกับปรับบทบาทให้กองบริหารการพาณิชย์ภูมิภาค เป็นหน่วยงานสนับสนุนเชื่อมโยงภารกิจระหว่างส่วนกลางกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และสามารถถ่ายทอดการปฏิบัติภารกิจลงสู่พื้นที่ได้อย่างแม่นยำ ตลอดจนสามารถสะท้อนปัญหาจากพื้นที่สู่การตัดสินใจในระดับนโยบายได้

การปรับบทบาทครั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังมุ่งเน้นให้สำนักงานจังหวัดปฏิบัติภารกิจในลักษณะกลุ่มจังหวัดแบ่งเป็น 18 กลุ่มจังหวัด และพาณิชย์ภาค 6 ภาค รวมถึงทำหน้าที่เป็นผู้พัฒนาและแก้ไขปัญหาภายในพื้นที่ของตนเอง เช่น การพัฒนาผู้ประกอบการ การเร่งรัดหาตลาด การเชื่อมโยงเข้ากับการพัฒนาท่องเที่ยวท้องถิ่น เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน และส่งเสริมให้มีการแปรรูปสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้น

ตลอดจนยังได้มอบหมายให้กลุ่มพาณิชย์จังหวัดชายแดน ต้องเร่งผลักดันขยายตลาดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม CLMV กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนามให้มากขึ้น ตลอดจนเชื่อมโยงไปยังประเทศที่สามเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดนของประเทศ ขณะเดียวกันยังส่งเสริมให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยุคใหม่ เป็นทั้งนักการค้า นักการตลาด และนักกลยุทธ์ที่มีความรอบรู้ และเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ ผ่านการจัดตั้งทีมเศรษฐกิจระดับจังหวัด โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นหัวหน้าทีม เพื่อวางกลยุทธ์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กองทุนหมู่บ้าน ให้สามารถดำเนินธุรกิจสร้างรายได้แก่ชุมชนได้

เร่งทำงานเชิงรุก ใกล้ชิดประชาชน

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังได้ปรับกลยุทธ์การทำงานแบบเชิงรุกให้มีความใกล้ชิดกับประชาชนและเกษตรกรมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ การป้องกันและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ได้อย่างทันท่วงที โดยอาศัยความร่วมมือกับภาครัฐ เอกชน และประชาชน ภายใต้พื้นฐานการทำงานแบบบูรณาการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด One Roof เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างเบ็ดเสร็จครบวงจร มีประสิทธิภาพ ตามนโยบาย “ฉับไว โปร่งใส มองไกล ใกล้ชิดประชาชน”



Meanwhile, Ministry of Commerce at the capital also appoints officers who are in charge in each related field to closely coach and consult with the Provincial Commercial Affairs Offices. The roles of Regional Commercial Affairs Division have been adjusted so that it has become a supporting agency that creates linkages between the central administration with Provincial Commercial Affairs Offices. This is to ensure efficiency, enable commands for actions to be precisely passed on to each regional agency and allow problems encountered by regional agencies to be sent back for policy-level decisions.

In this major adjustment, Ministry of Commerce aims to allow Provincial Commercial Affairs Offices to work in clusters. They are arranged into 18 provincial commercial clusters and 6 commercial regions. They work as developer and will solve problem encountered in their area of jurisdiction. These include fostering entrepreneurs, integrating their work with those relating to local tourism development to generate income to local communities and promoting local products’ deep processing to enhance the value addition.

It also tasks border provincial commercial group to press forward and try to increase border trade with neighboring countries, namely Cambodia, Laos, Myanmar and Viet Nam (CLMV, and expand border trade further to include additional third countries. In the meantime, it encourages Provincial Commercial Offices to serve as well-rounded traders, marketers and



ขณะเดียวกันยังได้มอบอำนาจให้ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์ มีอำนาจแทนปลัดกระทรวงพาณิชย์ทำหน้าที่บริหารดูแลสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 6 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคใต้ ฝั่งอันดามันและอ่าวไทย และภาคใต้ชายแดน เพื่อให้สามารถบริหารงานได้อย่างคล่องตัว มีประสิทธิภาพกว่าเดิม ได้แก่

(1) เชื่อมโยงการทำงานให้เกิดการบูรณาการจากส่วนกลางสู่ภูมิภาค หรือภูมิภาคสู่ส่วนกลาง รวมถึงเชื่อมโยงระดับภูมิภาคโดยกลุ่มจังหวัด 18 กลุ่ม และเชื่อมโยงระดับกลุ่มจังหวัดเป็นระดับภาค 6 ภาค เพื่อผลักดันให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ ให้มีความคล่องตัวและรวดเร็วทันสถานการณ์

(2) อำนวยการให้การทำงานของพาณิชย์จังหวัดในพื้นที่กลุ่มจังหวัด และในภาค เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว โดยได้ช่วยประสานงานในด้านงบประมาณ บุคลากร หน่วยพิเศษเคลื่อนที่เร็ว (Special Task Force) ตลอดจนสร้างเครือข่ายประสานระหว่างกระทรวง กรม ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง กับหน่วยงานปฏิบัติในพื้นที่เพื่อกำกับดูแลการปฏิบัติภารกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย

(3) วางแนวทางบูรณาการ โดยจัดทำแผนงาน โครงการ แผนปฏิบัติงานของภาค ขับเคลื่อนงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์กระทรวงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค พร้อมกับประสานการทำงานร่วมกับ ผู้ว่าราชการจังหวัด และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่อย่างใกล้ชิด

(4) สื่อสาร ชี้แจง ทิศทาง แนวทางการดำเนินงาน กำกับดูแล เร่งรัด และติดตามการปฏิบัติราชการ

strategists who play leading roles in the local economic development through the establishment of the provincial economic development teams led by each province's governor. They will formulate strategies to promote local enterprises and utilizes village fund to ensure that local communities can build businesses and generate stable income.

Work in Proactive Manner Closely with People

In addition, Ministry of Commerce has adopted proactive work strategies and worked more closely with people and farmers to enhance awareness and to prevent and solve problems encountered in each area in a timely manner. It relies also on a close collaboration with public sector, private sector and people based on Provincial Commercial Affairs Offices' One Roof strategy to ensure that the work is fully integrated and highly effective in accordance with the "Fast, Transparent, Visionary and Close to People" policy principle.

Meanwhile, it delegates powers to the Inspector Generals of the Ministry of Commerce so that they have the authority to work on behalf of the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce to oversee Provincial Commercial Affairs Offices across the country which are grouped into 6 regions, namely, Northern, Central, Northeastern, Eastern, Southern-Andaman and Gulf of Thailand, and Southern border regions. This is to ensure that the administration is carried out in a more effective manner by:

(1) creating linkages of works from central headquarter to regions or from regions to central headquarter, including those among 18 provincial commercial clusters and among the 6 regions, to ensure that works are fully integrated, fast and timely,

(2) ensuring that the works Provincial Commercial Affairs officers in the provincial clusters and regions are facilitated and run in a timely manner by strengthening the coordination of budgetary affairs, personnel and Special Task Force, and building networks of various

ให้แก่หน่วยปฏิบัติในพื้นที่รับผิดชอบ พร้อมทั้งให้คำปรึกษา แนะนำการแก้ไขปัญหา และการปฏิบัติงานในพื้นที่ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ แผนงาน หลักเกณฑ์และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

บรรลุเป้าหมายขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

ผลจากการดำเนินการยกระดับการทำงานของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดไปสู่การทำงานเชิงรุก และบูรณาการร่วมกันนั้น กระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าหมายในระยะสั้นจะสามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาแผนการดำเนินงานที่เป็นเรื่องเร่งด่วนได้เห็นผลโดยเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตร รักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร เพื่อให้เกษตรกรได้รับความเป็นธรรม ตลอดจนดูแลประชาชนภาวะค่าครองชีพ ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคให้อยู่ในระดับเหมาะสม รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาค

ขณะที่ประโยชน์ในระยะยาว จะสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของภาค ร่วมกับจังหวัดและกลุ่มจังหวัดสู่การปฏิบัติในภูมิภาค ควบคู่ไปกับการจัดทำแผนการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของภาค ให้สอดคล้องเชื่อมโยงยุทธศาสตร์การค้าจังหวัด กลุ่มจังหวัด และงบประมาณ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มรายได้ให้กับประชาชน เกษตรกร ผู้ประกอบการ นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน และกระจายรายได้สู่ชุมชนทั่วถึงทุกพื้นที่ได้อย่างเท่าเทียมกัน



ministries and local agencies to achieve the missions' goals,

(3) formulating guidelines for work integration by setting up each region's work plans, programs and action plans and ensuring a synergy between the Ministry's strategies and those of provinces and provincial clusters to develop the local economy and trade and closely collaborate with provincial governors and local government agencies, local business communities and people,

(4) communicating with and explaining the direction and guideline for the supervision, surveillance and monitoring of works to local implementing agencies and providing advice and suggestions to solve problems to achieve the goals set forth by relevant strategies, work plans, principles, rules and regulations.

Reach the Goals and Drive the Grassroots Economy

By making the work of Provincial Commercial Affairs Offices more proactive and integrated, the short-term goals as set by the Ministry of Commerce is to quickly solve problem and develop concrete action plans for urgent issues, including agricultural product pricing, stabilizing agricultural product prices, ensuring that farmers are treated more fairly, people's cost of living, daily necessities pricing and strengthening grassroots economy.

For the long-term goals, it aims to work with provincial clusters and regional clusters to press forward their economic development and to formulate regional economic development plan that are fully in sync with provincial and regional clusters' strategies and budgets. This endeavor will help to increase each area's competitiveness, generate more income for people, farmers and entrepreneurs, and eventually ensure that grassroots economy is strengthened and that income dissemination among local communities is done in a more comprehensive and equitable manner.

พลิกโฉมเศรษฐกิจไทยสู่ความมั่งคั่ง ด้วยสินค้าเกษตรนวัตกรรม

Agricultural Product Innovation at the Forefront of Thai Economic Revamp Toward Prosperity

รัฐบาลได้กำหนดนโยบาย Thailand 4.0 ให้เป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อใช้ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่กลุ่มประเทศรายได้สูงภายในปี ค.ศ. 2036 โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value - based economy) ในภาคการผลิต การค้า และบริการ ซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนต่อยอดผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value - added Products) นำไปสู่การเพิ่มรายได้และยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน

The Thai government has set Thailand 4.0 policy as an integral part of the 20-Year National Strategy Blueprint for steering the nation to become a high-income economy within 2036. Thailand 4.0 model mainly focuses on transforming the country's economic structure toward Value-Based Economy, which promotes the uses technology in manufacturing, trade and service sectors in order to enhance the country's competitiveness. In particular, the use of innovation to turn conventional farm produce into high value-added products, which will lead to an increase in income and improve standard of living of the Thai people.



กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าต่างประเทศ ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) ซึ่งมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน ให้จัดตั้งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม หรือ The Institute for Agricultural Product Innovation (APi) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจนำนวัตกรรมไปใช้ต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตร รวมทั้งส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทยสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างยั่งยืน

APi
Institute for Agricultural Product Innovation
Promote long-term economic growth through value-added agricultural products

The Ministry of Commerce by the Department of Foreign Trade has established the Institute for Agricultural Product Innovation (APi) under the auspice of the Committee on Rice Policy and Management chaired by General Prayut Chan-o-cha, with the objective of promoting the concept of value-adding in agricultural products through business facilitation and market promotion as well as raising awareness among consumers in order to promote Thai innovative agricultural products for enduring presence in the global market.

2018 has seen APi successfully promoting Thai innovative agricultural products under the 4C Project

ในปี 2561 APi ได้มีการส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยภายใต้โครงการ 4C (Campaign, Contest, Connect, Channel) จนประสบความสำเร็จ สามารถพัฒนาผู้ประกอบให้ใช้นวัตกรรมเข้ามาพัฒนาผลผลิตของตนเองได้เป็นอย่างดี ประกอบด้วย

Campaign การจัดกิจกรรมรณรงค์สร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย ภายใต้ชื่อแคมเปญ iLike เพื่อดึงดูดความสนใจของคนหมู่มาก และสร้างให้เกิดกระแส (Viral) ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ การจัดทำคลิปโฆษณาน้ำนมข้าวยาคู คลิปให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรนวัตกรรม รวมทั้งการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ก่อให้เกิดการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง



Contest การจัดการประกวดรางวัล “ข้าว... ก้าวใหม่: Rice Plus Award” เพื่อยกระดับข้าวไทยจากสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่ผลิตภัณฑ์ “นวัตกรรม” ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High-value Added Products) ทั้งประเภทอาหาร (Food) และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (Non - food) รวมถึงยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวไทยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ โดยในกิจกรรมนี้มีผู้ประกอบการ เจ้าของผลิตภัณฑ์ และนักวิจัยไทยร่วมส่งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวไทยเข้าประกวด 107 ผลงาน โดยผู้ชนะเลิศได้รับรางวัลถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

Connect การพัฒนาและเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ลงทุนและผู้วิจัย ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดย APi ได้ทำหน้าที่เป็น

(including Campaign, Contest, Connect, Channel) where entrepreneurs are supported and encouraged to employ innovation to develop new products to meet the demand of modern consumers. Activities undertaken under 4C Projects are described below.

Campaign. This project aims at raising consumers’ awareness about the variety, quality and value of innovative agricultural products. For example, ‘iLike’ Campaign, which focuses on launching advertorial on social media including VDO clips about young rice milk and agricultural product innovation, as well as other forms of PR media designed to ensure greater awareness and familiarity among consumers.

Contest. Setting its sights not only to showcase Thai rice innovation to wider audience both at home and abroad but also to drive it to new heights by shifting consumers’ perception of rice from a mere “commodity” to a high value-added food and non-food product. The Ministry has hosted Rice Plus Award 2018 contest which has successfully drawn much attention from various groups of participants including business operators, product owners and researchers, leading to as many as 107 products entering the contest. The winners of each category received a Royal Trophy from Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn.



งานแถลงข่าวเปิดตัวการประกวด Rice Plus Award

ศูนย์กลางในการประสานระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ โดยมีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- **กิจกรรมต่อยอดงานวิจัยสินค้าเกษตรไทยเพื่อพัฒนาขีดความสามารถทางการค้า** (Agri - Tech Innovation Forum 2018) ซึ่งมีนักวิจัยส่งผลงานเข้าร่วม 111 ผลงาน และมีผู้ประกอบการ นักลงทุนซื้องานวิจัยถึง 12 ผลงาน มูลค่ารวมกว่า 8.7 ล้านบาท ขณะเดียวกันกรมการค้าต่างประเทศยังได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลงกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เพื่อร่วมมือในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์กับบทบาทภารกิจกรมและการพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม



"Agri-Tech Innovation Forum 2018 : นวัตกรรมสินค้าเกษตรไทยแห่งอนาคต"

- **การจัดประชุมหารือเพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม** เช่น การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า การรับรองมาตรฐานฮาลาล GMP GAP และมาตรฐานออร์แกนิคส์ เป็นต้น นอกจากนี้ ได้ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แก้ไขปัญหาอุปสรรครวมทั้งพิจารณาแนวทางสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมสามารถนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้โดยถูกต้อง
- **การจัดงานสัมมนาสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม** เพื่อใช้เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ผู้นำทางความคิด มาสร้างแรงบันดาลใจในการนำนวัตกรรมมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้ผลผลิตทางการเกษตร โดยมีการจัดงานในกรุงเทพมหานคร และส่วนภูมิภาค ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา

Connect. With a mission of building and growing networks of producers, vendors/suppliers, investors, researchers and relevant agencies, APi is taking the role of coordinator between private sector and government authorities in order to minimize any issues or difficulties in doing business. Activities in this area include Agri – Tech Innovation Forum 2018, discussion panels and seminars. Further details of these activities are elaborated below.

- **Agri – Tech Innovation Forum 2018** aims to promote the commercialization of research. There were 111 research being showcased at the forum, of which 12 projects were sold to business operators and investors, which worth over THB 8.7 million. The Department of Foreign Trade has also joined forces with The Thailand Research Fund, through the signing of MOU, with a view of making use of research to fulfill the Department's roles and responsibilities in promoting innovative agricultural products and developing a database of research works and entrepreneurs.
- **Meetings with relevant agencies/business operators** in order to resolve problems and issues faced by businesses e.g. trademark registration, certification of Halal, GMP, GAP and organic products etc. The Ministry has also collaborated with the Food and Drug Administration (FDA) to provide support for business operators and enable them to market their products more efficiently and in compliance with the laws and regulations.





Channel กิจกรรมส่งเสริมช่องทางตลาดสำหรับสินค้าเกษตรนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายโอกาสให้สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศในช่องทางที่หลากหลาย เช่น จัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรนวัตกรรมในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business matching) กับผู้นำเข้าการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ จนสามารถสร้างยอดจำหน่ายและประมาณการสั่งซื้อกว่า 234 ล้านบาท นอกจากนี้ APi ยังได้ดำเนินโครงการความร่วมมือทางด้านเกษตร (Smart Agriculture) ร่วมกับบริษัทอาลีบาบา กรุ๊ป ในการนำผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวไปจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (www.tmall.com) เพื่อขยายตลาดไปยังผู้บริโภคชาวจีนอีกด้วย

ผลจากการดำเนินการของสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรมช่วงที่ผ่านมา สามารถพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทยทั้งประเภทอาหาร (Food) และสินค้าอุปโภคอื่นๆ (Non - food) ให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของทั่วโลกที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อาทิ

กลุ่มสินค้าที่สะดวกสำหรับการอุปโภคบริโภค (Convenience - oriented products) ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการไทยได้นำนวัตกรรมมาช่วยพัฒนาให้สินค้าเกษตรกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบัน โดยเฉพาะในสังคมเมืองต้องการสินค้าหรือบริการที่สะดวกและรวดเร็ว เช่น ข้าวพร้อมทาน ผักอัดเม็ด สลัดผักอบกรอบพร้อมทาน เป็นต้น

- **Motivational seminars** are the platforms for entrepreneurs to share knowledge and experiences in building businesses, especially those who have become successful in the field of agricultural product innovation. These seminars aim to encourage and inspire entrepreneurs to apply innovation to add value to ordinary farm products. The seminars were held in Bangkok, Khon Kaen, Chiang Mai, and Songkla.

Channel. This essentially aims at expanding distribution channels for innovative agricultural products in order to get access to both domestic and global markets. These activities include trade fairs, promotional activities in retail stores, business matching events and joining international trade fairs, which result in a total number of purchasing orders of over THB 234 million. Furthermore, APi is teaming up with Alibaba Group under the so called “Smart Agriculture” cooperative project, which will help the innovative Thai rice products gain a foothold in the Chinese market through an online platform at www.tmall.com.



As we have all witnessed the ever-changing trends of consumers over the recent years, the innovative agricultural products, both in food and non-food categories, are well-equipped to meet the demands of modern consumers. These include the following.



กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพ (Health - oriented products) ปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทย ให้สามารถตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพและสังคมผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี อาทิ น้ำนมข้าว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากกลูเต็นและน้ำตาลแล็คโตส จึงเหมาะกับผู้ที่แพ้นมวัวหรือนมจากถั่ว อาหารเสริมจากน้ำมันรำข้าว จมูกข้าวอบกรอบ เป็นต้น

สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco - friendly products) ปัจจุบันผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทย ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมออกมามากมาย เช่น อาหารและเครื่องสำอางที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสนใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมให้สินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้าง จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปรับโครงสร้างการผลิตจากสินค้าเชิงโภคภัณฑ์เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้ตามนโยบายรัฐบาล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ไทยก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value - based economy) และก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางตามนโยบายของรัฐบาลได้ในอนาคตอันใกล้

Convenience-oriented products. Thai business operators are now able to reinvent, with the help of innovation, farm products that fit nicely with today's lifestyle, particularly those living in urban area where convenience is the priority. Products in this category include ready-to-eat rice, vegetable tablets, ready-to-eat crispy salad.

Health-oriented products. Currently, there a variety of innovative agricultural products that have been developed to satisfy the preference of health-conscious and elderly customers. For example, gluten-free and lactose-free rice milk, which provides a perfect alternative for consumers with gluten and/or lactose intolerance, rice bran oil supplements with exceptional nutritional values, suitable for those looking to lead healthier lifestyles.

Eco-friendly products. There are more and more Thai innovative agricultural products in the market that are designed to address consumers' growing concern for the environment e.g. food and skincare products made from natural ingredients, the development and use of biodegradable packaging.

Everything we have demonstrated above is a testament to the fact that all the effort put into promoting Thai innovative agricultural products has started to trigger a restructuring of the manufacturing sector from commodity-based to innovation-based, which is one of the key elements in transforming the country to become a value-based economy. This will help achieve the governments' ultimate goal of overcoming the middle-income trap and improving the standard of living of the Thai people.

ยกระดับ “ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ” ช่วยลดค่าครองชีพแก่ผู้มีรายได้น้อย

Upgrade “Pracharath Blue Flag Stores” to Reduce Cost of Living for Low Income People



รัฐบาลภายใต้การบริหารของพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศให้ก้าวไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยเน้นการสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจฐานราก ควบคู่กับการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่าง **“ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน”** ภายใต้นโยบาย **“ประชารัฐ”** เพื่อให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วน **“ร่วมคิด ร่วมทำ”** เดินหน้าปฏิรูป และแก้ไขปัญหาของประเทศ อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยให้มีความ **“อยู่ดี กินดี”** อย่างถ้วนหน้า ตลอดจนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และลดความเหลื่อมภายในสังคม

The government under General Prayuth Chan-o-cha’s administration attaches utmost importance to accelerating the country’s economic development to bring about stability, prosperity and sustainability by strengthening the grassroots economy while fostering a partnership among **“public sector, private sector and people”** under **“Pracharath”** policy. This enables all sectors to **“think together, act together”** in the country’s reform and problem solving process, which will help to raise Thai people’s quality of living and ensure that all of them can **“live well, eat well,”** as well as improve the country’s competitiveness and reduce social disparity.

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการสนองนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้นโยบายประชารัฐ ผ่าน **“โครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ”** เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าครองชีพ และเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแก่ประชาชน โดยมีการส่งเสริมให้ร้านค้าปลีกในชุมชน

Ministry of Commerce, by Department of Internal Trade, has implemented the government’s economic development policy under Pracharath policy through **“Pracharath Blue Flag Stores”** program to help reduce people’s cost of living and give them more choices in obtaining daily necessities. The program encourages



หรือร้านโชห่วยทั่วประเทศเข้าเป็นแนวร่วมในการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน ในราคาลดพิเศษต่ำกว่าท้องตลาดร้อยละ 15-20 มีสินค้าสำคัญ อาทิ **หมวดอาหารสด** เช่น เนื้อสัตว์ทุกชนิด ไข่ ผักสด และผลไม้ **หมวดอาหารและเครื่องดื่ม** เช่น ข้าวสาร ข้าวเหนียว น้ำมันพืช น้ำปลา **หมวดของใช้ประจำวัน** เช่น สบู่ แชมพู ผงซักฟอก ยาสีฟัน **หมวดยารักษาโรค** เช่น ยาสามัญประจำบ้าน **สินค้าเพื่อการศึกษา** เช่น เครื่องแบบนักเรียน อุปกรณ์การเรียน **วัตถุดิบเพื่อเกษตรกรรม** เช่น ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์พืช เป็นต้น

นอกจากนี้ ระหว่างที่รัฐบาล ได้มีการดำเนิน “โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ” เพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยให้หลุดพ้นจากความยากจน กรมการค้าภายในได้ดำเนินการส่งเสริมให้ ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐเข้าไปร่วมใน “โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ” ด้วยการติดตั้งเครื่องรับชำระเงินผ่านบัตรอัตโนมัติ หรือเครื่องอีดีซี เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีรายได้หรือทรัพย์สินไม่เกิน 100,000 บาทต่อปี ที่ลงทะเบียนเป็น **“ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ” สามารถนำบัตรสวัสดิการฯ มาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวันราคาประหยัดกับร้านธงฟ้าประชารัฐได้ด้วย** โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 เป็นต้นมา

ทั้งนี้ในระยะแรก ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐได้นำรายการสินค้าเข้าร่วมโครงการให้ผู้มีรายได้น้อยได้เลือกซื้อมากถึง 65 สินค้า 567 รายการ และยังมีสินค้าทั่วไปที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดอีก 46 สินค้า แบ่งเป็น 3 หมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น อาหารสด

community retail stores or mom-and-pop shops throughout the country to join hands and offer daily necessities at specially reduced prices, typically 15-20% below regular market prices. Major commodities include, for instance, **fresh foods,** such as all kinds of meats, eggs, fresh vegetables and fresh fruits, **foods and drinks,** such as rice, glutinous rice, vegetable oils, fish sauce, **products for daily use,** such as soap, shampoo, detergent, toothpaste, **medications**, such as common household medications, **educational goods,** such as student uniforms, stationery, and **agricultural inputs,** such as fertilizer and seeds.

Moreover, while the government was implementing its “National Welfare Card” program to lift people with low income out of poverty, Department of Internal Trade encouraged Pracharath Blue Flag Stores to participate in **“National Welfare Card”** program by installing the Electronic Draft Capture (or EDC) terminals to enable people with the annual income or wealth of less than 100,000 Baht who had registered themselves as **“National Welfare Cardholders” to purchase daily necessities at reduced prices at Pracharath Blue Flag Stores** from 1st October 2017 onward.

At the initial stage, Pracharath Blue Flag Stores’ offers to lower income people included 65 products, 567 items, under its program and other 46 general products as stipulated by Ministry of Commerce. These items could be categorized into 3 product groups, namely, (1) commodities, such as fresh foods, ready-to-eat foods, foods and drinks, products for daily use, medications, (2) educational goods, such as student uniforms and stationery and (3) agricultural inputs, such as chemical fertilizers, organic fertilizers and seeds.

This effort helped increase spending choices and reduce cost of living for 11.43 million National Welfare Cardholders across the country. Low income people who earned more than 30,000 Baht but not more than

อาหารสำเร็จ อาหารและเครื่องดื่ม, ของใช้ประจำวัน, ยารักษาโรค 2.หมวดสินค้าเพื่อการศึกษา เช่น เครื่องแต่งกายและอุปกรณ์การเรียน และ 3.หมวดสินค้าเพื่อเกษตรกรรม เช่น ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์และเมล็ดพันธุ์พืชต่าง ๆ

สามารถช่วยเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าและลดภาระค่าครองชีพแก่ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐทั่วประเทศได้มากถึง 11.43 ล้านคน โดยผู้มีรายได้น้อยที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท/ปี แต่ไม่เกิน 100,000 บาท/ปี สามารถใช้จ่ายผ่านบัตรได้จำนวน 200 บาทต่อเดือน และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท/ปี ได้รับวงเงินผ่านบัตรจำนวน 300 บาทต่อเดือน

ปัจจุบันกรมการค้าภายในได้นำร้านค้าธงฟ้าประชารัฐติดตั้งเครื่องรูดบัตร อีดีซีได้แล้ว จำนวน 27,476 แห่ง และมีการใช้จ่ายผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐเพื่อชำระค่าสินค้ารวมทั้งสิ้นกว่า 34,600 ล้านบาท สามารถช่วยลดค่าครองชีพช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยให้เข้าถึงสินค้าที่ราคาประหยัดและมีคุณภาพได้เป็นอย่างดี ซึ่งหลังจากนี้กรมการค้าภายใน ตั้งเป้าหมายจะนำร้านค้าธงฟ้าประชารัฐเข้าร่วมติดตั้งเครื่องอีดีซีให้ได้ถึง 40,000 เครื่อง ภายในปี 2561



นอกจากนี้ ล่าสุดเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 ที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพร้านค้ารายย่อย เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพแก่ผู้ลงทะเบียนถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐระยะสอง ผ่าน“โครงการประชารัฐสวัสดิการกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก” โดยได้รับเกียรติจาก พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มาเป็นประธานเปิดโครงการใช้โทรศัพท์



100,000 Baht annually could spend up to 200 Bath monthly through the cards while those who earned less than 30,000 Baht annually received monthly credit line of 300 Baht on their cards.

To date, Department of Internal Trade has encouraged 27,476 Pracharath Blue Flag Stores to install EDC terminals, and the purchase payment made through National Welfare cards totaled more than 34,600 million Baht. The program has substantially reduced cost of living for low income people and helped them access items of good quality and reasonable prices. Afterwards, Department of Internal Trade has aimed to encourage Pracharath Blue Flag Stores to install up to 40,000 EDC devices by the end of this year.

In addition, recently on 1st August 2018, Ministry of Commerce, by Department of Internal Trade, has undertaken to enhance the potentiality of retailers in an attempt to embark upon the second stage of its effort to help reduce cost of living for National Welfare cardholders through “Pracharath Welfares and Grassroots Economic Development” program. General Prayuth, Chan-o-Cha, Prime Minister, chaired the launch of the mobile payment for National Welfare Cardholders program which enabled the cardholders to make payments through “Pracharath Money Pocket,” the application that Ministry of Commerce has developed

มือถือรับชำระเงินจากผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ผ่านแอปพลิเคชั่น “ถุงเงินประชารัฐ” ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ ได้ร่วมกับกระทรวงการคลัง และธนาคารกรุงไทยจัดทำขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ สามารถเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น และช่วยเหลือร้านโชห่วย ร้านค้ารายย่อยให้มีรายได้เพิ่ม

การดำเนินโครงการใช้โทรศัพท์มือถือรับชำระค่าสินค้านั้น ได้เปิดโอกาสให้กับร้านค้ารายย่อยทุกประเภท ตั้งแต่ ร้านโชห่วย แผงค้าในตลาดสด ไม่ว่าจะเป็นแผงขายเนื้อสุกร ผักสด ผลไม้ ร้านจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ ร้านข้าวแกง ร้านหนูณิชย์ ผู้ค้าในตลาดต้องชม ตลาดกลางสินค้าเกษตร ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน รถยนต์เร่ขายสินค้า สามารถเข้าร่วมโครงการได้ โดยวางเป้าหมายจะสามารถนำร้านค้ารายย่อยเข้าร่วมโครงการได้อีก 1-2 แสนราย และเบื้องต้นมีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการแล้วประมาณ 20,000 ราย

ดังจะเห็นได้ว่า การผลักดันโครงการ “ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ” ได้ถือเป็นกลไกสำคัญในการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ สามารถนำบัตรไปจับจ่ายซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันในราคาประหยัด รวมถึงยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยชุบชีวิตร้านค้ารายย่อย ทั้งร้านโชห่วย ผู้ผลิตสินค้าชุมชนโอทอป ร้านค้าตลาดสด ที่เคยประสบปัญหาการแข่งขัน ได้สามารถพัฒนาตนเองให้มีความเข้มแข็งได้อีกครั้งหนึ่ง เป็นการกระจายความเจริญเติบโตเข้าสู่ท้องถิ่น และนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้ระบบเศรษฐกิจฐานรากของประเทศได้ตามนโยบายของรัฐบาล

in collaboration with Ministry of Finance and Krungthai Bank to allow National Welfare Cardholders to purchase goods with greater convenience while helping mom-and-pop shops and small retailers to earn more income.

Mobile payment program gives the opportunity for all kinds of small retailers, including, **mom-and-pop shops, food stalls in local markets** including those that sell pork, vegetables, fruits, ready-to-eat foods, **diners, Noo-Nid shops,** sellers in **Tong-Chom (Must See) markets, agricultural product central markets, local product shops,** and **merchandise trucks,** to participate in the program. It aims to bring additional 100,000-200,000 retailers into the program, and, initially, approximately 20,000 retailers have expressed their interest to join the program.

It is evidential that the successful implementation of “Pracharath Blue Flag Stores” program is an important mechanism that provides assistance to low income people in the National Welfare Card program. It allows them to use their cards to buy daily necessities at reasonable prices while serving as a tool to revitalize small retailers, ranging from mom-and-pop shops, local OTOP (One Tambon, One Product) producers to local markets’ stall sellers, who have long been struggling with competition problems and help them regain strength. This truly brings growth into local communities and helps strengthen the country’s grassroots economy as per the government’s policy.



ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเอฟทีเอ เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรไทย

Promote FTA Utilization to Empower Thai Farmers

ปัจจุบันด้วยภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ได้มีการรวมกลุ่มทางการค้าเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการรวมกลุ่มของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) ใน 10 ประเทศ กลุ่มสหภาพยุโรป 28 ประเทศ กลุ่มอเมริกาเหนือ หรือ North America Free Trade Area (NAFTA) ตลอดจนยังมีการจัดทำความตกลงทางการค้าเสรี Free Trade Agreement (FTA) FTA ทั้งแบบทวิภาคี พหุภาคี เกิดขึ้นแล้วทั่วโลกถึง 629 ฉบับ และมีผลบังคับใช้ไปแล้ว 459 ฉบับ

As the rapid changes in the global economy take place, countries opt for economic integration. ASEAN Economic Community (AEC), European Union (23 member countries) and North America Free Trade Area (NAFTA) are among the best known. To date, the total number of bilateral and multilateral free trade agreements (FTAs) around the globe has reached 629 altogether, of which 459 have entered into force.



ประเทศไทยได้ถือเป็นหนึ่งในประเทศ ที่มีการเข้าร่วมการเจรจาการค้าระหว่างประเทศอย่างกว้างขวาง โดยมีกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้กระทรวงพาณิชย์ ทำหน้าที่เป็นแกนหลัก และตัวแทนของประเทศ



Thailand is among the countries most active in international trade negotiations with Department of Trade Negotiations under Ministry of Commerce as its core agency to represents Thailand at the meetings convened under all forums, ranging from bilateral consultations, sub-regional meetings, multilateral talks and negotiations under various economic and trade cooperation and relevant international organization frameworks, to protect the country's economic interest while at the same time seeking to expand its trade opportunities.

Meanwhile, Department of Trade Negotiations has also worked closely with the people, entrepreneurs, business sectors and farmers. Comprehensive public consultations among various groups of stakeholders

ในการเข้าร่วมประชุมในทุกเวที ตั้งแต่ระดับทวิภาคี อนุภูมิภาค พหุภาคี รวมถึงการเจรจาภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า และองค์กรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ควบคู่ไปกับขยายโอกาสทางการค้า

ขณะเดียวกันกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศยังได้มีการทำงานร่วมกับภาคประชาชน ผู้ประกอบการภาคธุรกิจ ตลอดจนเกษตรกรอย่างใกล้ชิด ด้วยการเปิดเวทีสาธารณะรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบเจรจากับประเทศคู่ค้าในเวทีต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จ สามารถผลักดันให้เกิดความร่วมมือทางความตกลงเอฟทีเอ และมีผลบังคับใช้แล้วถึง 12 ฉบับ กับคู่ภาคี 17 ประเทศ ประกอบด้วยการทำ FTA ในฐานะสมาชิกของกลุ่มอาเซียน ได้แก่ อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์, อาเซียน-จีน, อาเซียน-ญี่ปุ่น, อาเซียน-เกาหลีใต้, อาเซียน-อินเดีย, รวมถึงยังมีการเปิด FTA ในระดับทวิภาคี ได้แก่ ไทย-ญี่ปุ่น, ไทย-ออสเตรเลีย, ไทย-นิวซีแลนด์, ไทย-เปรู, ไทย-ชิลี, ไทย-จีน และไทย-อินเดีย



อาเซียน-จีน และ อาเซียน- ฮ่องกง
ASEAN-China FTA and ASEAN-Hong Kong FTA

นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำความตกลง FTA ที่อยู่ระหว่างการเจรจาอีกหลายฉบับ ได้แก่ (1) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค หรือ Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) (2) ความตกลง FTA อาเซียน-ฮ่องกง ที่คาดว่าจะมีผล



to gather the information needed for negotiations with trading partners under various frameworks have been held and eventually led to the conclusion and the entry into force of 12 free trade agreements with 17 trading partners. These free trade agreements include those done with Thailand as an ASEAN Member State, namely ASEAN-Australia-New Zealand FTA, ASEAN-China FTA, ASEAN-Japan FTA, ASEAN-Republic of Korea FTA and ASEAN-India FTA. Moreover, there are several bilateral free trade agreements, namely Thailand-Japan FTA, Thailand-Australia FTA, Thailand-New Zealand FTA, Thailand-Peru FTA, Thailand-Chile FTA, Thailand-China FTA and Thailand-India FTA.

Furthermore, there are also many free trade agreements that are currently under on-going negotiations, namely (1) Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) (2) ASEAN-Hong Kong FTA which is expect to enter into force on 1 January 2019 (3) Thailand-Pakistan FTA and (4) Thailand-Turkey FTA. Other free trade agreements in which Thailand is interested includes (1) TPP/CPTPP (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership) (2) Thailand-Russia FTA and (3) Thailand-Israel FTA.

Nonetheless, besides representing Thailand in trade negotiations with trading partners, Department of Trade Negotiations also plays important roles in disseminating contents and details of these free trade



ความตกลง FTA ไทย-ปากีสถาน
Thailand-Pakistan FTA

บังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2562 (3) ความตกลง FTA ไทย-ปากีสถาน (4) ความตกลง FTA ไทย-ตุรกี รวมถึงยังมีความตกลง FTA ที่อยู่ในความสนใจของไทยอีก เช่น (1) TPP/CPTPP (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership) (2) ไทย-รัสเซีย และ (3) ไทย-อิสราเอล

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากบทบาทในการเป็นตัวแทน เข้าร่วมเจรจาทางการค้ากับประเทศคู่ค้าต่าง ๆ แล้ว กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ยังมีบทบาทสำคัญในการนำเนื้อหารายละเอียดของข้อตกลงที่เกิดจากความตกลงการค้าเสรี ไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งประชาชน ผู้ประกอบการภาคธุรกิจ รวมถึงเกษตรกร ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้รับผลประโยชน์ระดับต้นน้ำ ให้รับทราบข้อมูล และกระตุ้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้สิทธิประโยชน์จากเอฟทีเอเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน และสร้างแต้มต่อในการแข่งขันในเวทีโลกด้วย

โดยตลอดปี 2561 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้มีการจัดสัมมนาสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเปิดเสรีทางการค้าและการใช้ประโยชน์จาก FTA พร้อมกับการลงพื้นที่พบปะกลุ่มเกษตรกรชาวสวนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศประมาณ 800 คน เช่น สวนมะม่วงในจังหวัดสุโขทัย สวนทุเรียน มังคุด และลองกองในจังหวัดจันทบุรี สวนทุเรียนดินภูเขาไฟในจังหวัดศรีสะเกษ สวนลองกองในจังหวัดยะลา และสวนลำไยในจังหวัดเชียงใหม่

agreements to all relevant stakeholders, including the general public, business operators and farmers who are the upstream beneficiaries, to raise awareness and encourage their utilization of the FTA's preferential terms to ensure that they remain immune from possible downturns and can enhance their competitiveness in the global competition.

Throughout 2018, Department of Trade Negotiations has organized many numerous seminars to disseminate the knowledge and enhance understanding of trade liberalization and FTA utilization and conducting on-site inspection in parallel to those seminars to meet with approximately 800 farmers at, for example, mango orchard in Sukhothai, durian, mangosteen and longkong orchard in Chantaburi, volcanic soil durian orchard in Sisaket, longkong orchard in Yala and longan orchard in Chiang Mai.

Department of Trade Negotiations has also organized seminars and conducting on-site inspection to meet with farmers and business owners in dairy and meat industries in several provinces, for instance, Kanchanaburi, Nakhon Phanom, Nonthaburi and Chiang Mai. These seminars emphasized 9 following issues (1) international trade (2) new world trade's rules, which changed constantly (3) trading partners' standards and imports rules (4) consumer behaviors (5) trading partners' import duty rates (6) opportunities for goods and services in other countries' markets (7) status







อีกทั้งยังได้จัดสัมมนาให้ความรู้และลงพื้นที่พบปะกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการโคนมและโคเนื้อ ในจังหวัดต่างๆ ทั้งกาญจนบุรี นครพนม นนทบุรี และเชียงใหม่ โดยเน้นการส่งเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจใน 9 ประเด็น ได้แก่ (1) การค้าระหว่างประเทศ (2) กฎเกณฑ์การค้าใหม่ๆ ของโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (3) มาตรฐานและกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศคู่ค้า (4) พฤติกรรมผู้บริโภค (5) อัตราภาษีนำเข้าของประเทศคู่ค้า (6) โอกาสของสินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศ (7) สถานะและความคืบหน้าในการเจรจาการค้าเสรี (8) หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า เช่น กองทุน FTA ของกรมการค้าต่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ (9) การใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีฉบับต่างๆ

เพื่อต้องการส่งเสริมให้เกษตรกร เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการค้าระหว่างประเทศ และสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์การค้าใหม่ๆ ของโลก ตลอดจนสามารถประเมินสถานการณ์ กำหนดปริมาณและชนิดของผลผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับต่อการเปิดเสรีสินค้าต่างๆ เช่น การเปิดเสรีโคเนื้อ โคนม และผลิตภัณฑ์นม ในปี 2564 ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย และความตกลงความเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-นิวซีแลนด์ เป็นต้น

นอกจากนี้ เมื่อเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการค้าเสรีแล้ว กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ยังได้ให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการเตรียมตัวใช้ประโยชน์จากความตกลง FTA ตามขั้นตอน ดังนี้ (1) ประเมินผลผลิตการเกษตรของตนเองว่ามีศักยภาพต่อการส่งออก

and progress of FTA negotiations (8) agencies which provided assistance for those adversely affected by trade liberalization, e.g., Department of Foreign Trade's FTA Fund and Ministry of Agriculture and Cooperatives 's fund and (9) utilization of free trade agreements.

The main purpose for such undertakings was to equip farmers with knowledge of international trade to ensure that they could adapt quickly to new changes in world trade's rules, evaluate situation, determine the appropriate quantity and types of products that could met with the needs of the global market and prepare for trade liberalization, for example, liberalization of beef cows, dairy cows and dairy products under Thailand-Australia FTA and Thailand-New Zealand Closer Economic Partnership Agreement in 2021.

In addition, after farmers have obtained knowledge and understanding of free trade, Department of Trade Negotiations provided the following suggestions to them to helped them to prepare for FTA utilization (1) evaluate their own agricultural products and see if they have enough export potential (2) select target markets and study their trade regulations (3) use knowledge gained from Department of Trade Negotiations to further improve their agricultural products, especially in terms of quality and meeting international standards or standards set forth by Thailand's trading partners (4) conduct in-depth study of FTA by focusing those concerning the target countries then utilize preferential arrangements under those FTA. (5) collaborate and set up proper corporations, for example, local enterprise or farmers'

(2) ตั้งเป้าหมายว่าจะส่งออกไปตลาดไหน และศึกษากฎระเบียบการค้าของประเทศนั้น (3) นำความรู้ที่ได้รับจากกรมฯ ไปใช้ประโยชน์ต่อยอดพัฒนาผลผลิตการเกษตร โดยเฉพาะการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล หรือมาตรฐานของประเทศคู่ค้า (4) ศึกษาความตกลง FTA โดยเน้นประเทศเป้าหมาย และใช้ประโยชน์จากสิทธิประโยชน์จาก FTA (5) รวมกลุ่มเป็นนิติบุคล เช่น วิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้เกิดความสะดวกในการส่งออก และการติดต่อ/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (6) สำรวจตลาดเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะตลาด และหาพันธมิตรธุรกิจ (7) เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการเข้าสู่ตลาดชายแดนประเทศเพื่อนบ้านซึ่งรับผิดชอบโดยกรมการค้าต่างประเทศ (8) ติดต่อกรมการค้าต่างประเทศเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออก และขอฟอร์มแสดงถิ่นกำเนิดสินค้า โดยสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทุกแห่ง และ (9) หากมีปัญหาและอุปสรรคทางการค้าทั้งมาตรการทางภาษีและมาตรการที่มิใช่ภาษีจากประเทศคู่ค้า สามารถติดต่อสอบถามได้ที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ โดยมีการเปิดช่องทางให้ติดต่อมากมาย ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ อีเมล์ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชัน

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการดำเนินงานของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศตลอดช่วงที่ผ่านมา ได้มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความรู้แก่เกษตรกร ให้เกิดเข้าใจถึงการพัฒนาสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานในระดับสากล และมีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก อีกทั้งยังช่วยให้สามารถวางแผนลดต้นทุนการผลิต สร้างอำนาจต่อรองทางการค้า และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างเข้มแข็งในระยะยาว

group to facilitate export-related transactions and attempts to contact/seek assistance from government agencies such as Ministry of Commerce, Ministry of Industry and Ministry of Agriculture and Cooperatives (6) perform market survey of the target markets to analyze consumer behaviors and market situation and seek appropriate partners (7) attend trade fair and business matching organized by Department of International Trade Promotion in the country and aboard and expand into neighboring countries' market and explore opportunities in border trade with Department of Foreign Trade (8) contact Department of Foreign Trade to become registered exporters and request for Certificate of Origin. Further details could be obtained from Provincial Commercial Affairs Offices in every province and (9) should questions on tariff and non-tariff barriers in trading partner countries arise, Department of Trade Negotiations could be contacted through various channels, including telephone, email, website, online social media and application.

It is, therefore, evidential that Department of Trade Negotiations' works during the past year have made significant contribution in the process of knowledge building for farmers to help them understand more about producing agricultural products with the quality that meets international standards and with the quantity that suits the demand of the global market, plan for production cost reduction, create bargaining power and improve their strength and competitiveness in the global market in the long run.



ไทยประสบความสำเร็จ หลุดพ้นจากบัญชี PWL ครั้งแรกในรอบ 10 ปี

Thailand's Success, First Time in 10 Years Off Priority Watch List (PWL)



นับจากที่นายโดนัลด์ ทรัมป์ ได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีแห่งสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2559 ได้มีการผลักดันนโยบายสำคัญในการมุ่งปกป้องผลประโยชน์ของคนอเมริกัน หรือที่เรียกว่า America First โดยหนึ่งในนั้น คือ การเพิ่มความเข้มข้นในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของชาวอเมริกัน ดังจะเห็นได้จากคำแถลงนโยบายประจำปีต่อรัฐสภาของประธานาธิบดีสหรัฐฯ[1] โดยมีข้อความส่วนหนึ่งว่า "เราจะปกป้องแรงงานอเมริกัน และทรัพย์สินทางปัญญาอเมริกัน โดยการบังคับใช้กฎเกณฑ์ทางการค้าอย่างเข้มแข็ง"

Since Mr. Donald Trump was elected President of the United States (U.S.) on 8 November 2016, he has pushed forward a policy of protecting the interests of domestic industries and the American citizen, so called "America First" policy. One of the measures taken to implement the stated policy is to intensify the protection of American intellectual property; during a State of the Union speech[1] he said that "We will protect American workers and American intellectual property, through strong enforcement of our trade rules."

ที่ผ่านมาไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่สหรัฐฯ เฝ้าจับตามองมาโดยตลอด นับแต่มีการประเมินสถานะการคุ้มครองและบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศคู่ค้าตามกฎหมายการค้าสหรัฐฯ (Trade Act of 1974) มาตรา 301 พิเศษ (Special 301) เมื่อปี 2532 เป็นต้นมา และผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) ได้จัดสถานะ

As part of the Special 301 Review under the Trade Act of 1974, the US has followed IP protection and enforcement in Thailand since the first review was initiated in 1989. United States Trade Representative (USTR) had placed Thailand in its Priority Watch List (PWL) from 2007 to 2017.

[1] https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/president-donald-j-trumps-state-union-address/





ให้ไทยอยู่ในบัญชีประเทศที่ต้องจับตามองพิเศษ (PWL) ในช่วงปี 2550 ถึง 2560

อย่างไรก็ตาม แม้ไทยจะอยู่ท่ามกลางสถานการณ์ทางการค้าที่สหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับประเทศคู่ค้าสำคัญหลายประเทศ กอปรกับมีการออกนโยบายที่เข้มข้นของประธานาธิบดีทรัมป์ ที่จะปกป้องผลประโยชน์ของชาวอเมริกัน แต่รัฐบาลไทยไม่ได้ปล่อยให้สหรัฐฯใช้ประเด็นทรัพย์สินทางปัญญามาเป็น “จุดอ่อน” ในการโจมตี หรือยกเป็นข้ออ้างในการสร้างข้อกีดกันหรืออุปสรรคทางการค้าต่อไทยได้

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มข้น ในการกำหนดนโยบาย กำกับดูแล และติดตามความคืบหน้าในการพัฒนาระบบการคุ้มครองและป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในทุกมิติ และเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากบัญชีประเทศที่ต้องจับตามองพิเศษ (PWL) ได้มีการจัดทำแผนงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Work Plan) ร่วมกับสำนักงาน USTR ซึ่งเป็นกรอบในการทำงานร่วมกันที่ชัดเจน โดยแผนงานดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ ซึ่งมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธาน เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2559

ต่อมา กระทรวงพาณิชย์โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญายังได้เป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนการปฏิบัติงานตามแผนงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจังและต่อเนื่องจนเกิดผลเป็นรูปธรรม ทั้งเรื่องการคุ้มครอง

Although Thailand is caught amidst the US large trade deficit situation and despite the bold policy measures, the Thai Government does not let intellectual property issues be “a weak spot” that could be claimed or raised as a trigger for unfair trade barriers.

Ministry of Commerce, by the Department of Intellectual Property (DIP) has determinedly worked in collaboration with other relevant agencies to formulate policies as well as to oversee and monitor the progress of developing IPR protection and enforcement system. In order to remove Thailand from the Priority Watch List (PWL), the DIP has collaborated with the Office of the USTR to formulate Intellectual Property Work Plan, which serves as a clear cooperation framework. This Intellectual Property Work Plan was endorsed by the National Intellectual Property Committee chaired by Prime Minister General Prayuth Chan-o-cha, on 25 August 2016.

In this regards, Ministry of Commerce, by the DIP, has served as the focal point to seriously and continuously implement the Intellectual Property Work Plan. As a result, concrete outcomes, in terms of IPR protection and enforcement, have been achieved. Such outcomes include Thailand’s accession to the Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Trade Marks (the Madrid Protocol) on 7 November 2017 which has enabled both Thai and foreign business operators to

และป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา อาทิ การเข้าเป็นภาคีพิธีสารมาดริดว่าด้วยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างประเทศ สามารถยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อขอรับการคุ้มครองในประเทศภาคีอื่นๆ อีก 100 ประเทศในคราวเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มจำนวนผู้ตรวจสอบเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการประดิษฐ์ และสิทธิบัตรออกแบบ และมีการปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

ด้านการป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งพลเรือน ทหาร และตำรวจ ดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ภายใต้การกำกับดูแลของคณะอนุกรรมการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีพลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน ซึ่งได้มีการสั่งการและติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด ทำให้การบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ เป็นไปอย่างราบรื่นจนสามารถแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาให้เห็นผลได้อย่างชัดเจน และรัฐบาลสหรัฐฯ ได้แสดงความชื่นชมต่อความก้าวหน้าทั้งในส่วนของนโยบายและการปฏิบัติเป็นอย่างมาก ดังปรากฏตามรายงานการทบทวนรายชื่อตลาดที่มีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาสูง ประจำปี 2560 (2017 Out-of-Cycle Review of Notorious Markets) ซึ่งสำนักงาน USTR ได้ประกาศ

file their trademark applications at the DIP to have the trademarks protected in over 100 countries. In addition, more examiners have been hired to ensure effective and timely examination of trademarks, patents and design patents. Relevant laws have also been amended to improve efficiency of the filing process.

On the suppression of intellectual property infringement, the DIP has worked with civil, military and police officers to continuously and effectively take necessary actions under the direct supervision of the Sub-committee Intellectual Property Enforcement, chaired by Deputy Prime Minister (General Prawit Wongsuwan) who provides guidance and closely follows up on all undertakings. As a result, the collaboration among various agencies has run smoothly, and the efforts to resolve intellectual property infringement issues eventually bore concrete results. The US Government recognized the positive progress that the Thai Government has made on both policy and implementation levels. In 2017 Out-of-Cycle Review of Notorious Markets released by the USTR on 11 January 2018, none of Thailand's shopping areas were listed as Notorious Markets.

In addition to the aforementioned progress, the DIP has engaged in close consultations with both the US Government and the US IP rights holders. It



เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2561 ว่าไม่มีรายชื่อย่านการค้าหรือศูนย์การค้าในประเทศไทยที่ถูกระบุให้เป็นตลาดที่มีการละเมิดสูง (Notorious Markets) เลยแม้แต่แห่งเดียว

นอกจากความก้าวหน้าในส่วนนโยบายและการปฏิบัติดังกล่าวข้างต้น กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ชี้แจงทำความเข้าใจกับรัฐบาลและภาคเอกชนเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาสหรัฐฯ อย่างใกล้ชิด รวมทั้งได้จัดทำรายงานความเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรส่งให้แก่ USTR ได้รับทราบถึงนโยบายและการดำเนินการ ของไทยอย่างถูกต้อง จนนำมาสู่กระบวนการทบทวนสถานะนอกรอบปกติ จนกระทั่ง USTR ได้ประกาศปรับสถานะการคุ้มครองและบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของไทยให้ดีขึ้นจากบัญชีประเทศที่ต้องจับตามองพิเศษ (PWL) มาเป็นบัญชีประเทศที่ต้องจับตามอง (Watch List: WL) เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2560 หลังจากที่ติดอยู่ในบัญชี PWL มากว่า 10 ปี อีกทั้งในการประกาศผลการทบทวนสถานะฯ ล่าสุดประจำปี 2561 เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2561 ไทยยังคงสามารถรักษาสถานะอยู่ในบัญชี WL ได้ต่อไปอีกด้วย

จากความสำเร็จที่เกิดขึ้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติงานของกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่เข้มข้น จริงจัง และหลังจากนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญายังคงมุ่งมั่นปฏิบัติภารกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อผลักดันให้ไทยหลุดจากทุกบัญชีให้ได้ในอนาคตอันใกล้ โดยจะร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการในทุกมิติ ทั้งการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาทุกรูปแบบ การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นด้านการค้าการลงทุน และโดยประการสำคัญเพื่อปกป้องสิทธิของคนไทยและจูงใจให้คนไทยเข้าสู่ระบบการคุ้มครองและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญามากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน



has also submitted written comments to the USTR to clearly inform about Thailand's policies and progress. The efforts led to an out-of-cycle status review, which resulted in a removal of Thailand from the PWL on 15 December 2017, after it had been placed on this list for more than 10 years. Moreover, according to the 2018 Special 301 Report released on 27 April 2018, Thailand could maintain its status on the Watch List (WL).

This success reflects the determined efforts of the Ministry of Commerce, by the DIP to reform IPR system in the country. The DIP remains committed to moving forward for a better status by working with all relevant agencies in every aspect, including the suppression of all forms of IPR infringement, enhancement of IPR protection system and promotion of transparency and stakeholders' engagement. This will help build confidence in trade and investment and, more importantly, protect Thai people's IPR and encourage them to be part of the IPR protection system as well as to commercialize their IP. These efforts will also improve the country's overall competitiveness and economic strength in a stable and sustainable manner.

สร้างงาน สร้างอาชีพ... สู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้มีรายได้น้อยอย่างยั่งยืน

Job Creation, Career Building...for a Sustainable Quality of Living Development for People with Low Income

ตลอด 4 ปีในการบริหารประเทศของรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินการลดความเหลื่อมภายในสังคม และช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยให้มีงาน มีรายได้สามารถพึ่งพาได้ด้วยตัวเอง โดยได้เริ่มดำเนินโครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐขึ้น เพื่อเปิดให้ผู้มีรายได้หรือทรัพย์สินต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อปี เข้ามาลงทะเบียนรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งในโครงการระยะแรกมีผู้ได้รับการช่วยเหลือมากกว่า 11.4 ล้านคน และล่าสุดในโครงการระยะสอง รัฐบาลยังได้ดำเนิน **"มาตรการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ"** โดยเปิดให้ผู้มีบัตรเข้ามาแสดงความประสงค์เข้าร่วมพัฒนาคุณภาพชีวิตเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง

Throughout 4 years of his administration, General Prayuth Chan-o-cha has attached utmost importance to reducing social disparities and creating jobs for people with low income so that they can earn more money and stand on their feet. The National Welfare Card program has been initiated to allow people who with the annual income or wealth of less than 100,000 Baht to be registered and receive assistance from the government. During the first phase of the implementation, the program extended assistance to over 11.4 million people. Recently, the second phase of the program conducts **"measures to improve the quality of living for people with National Welfare cards"** by allowing more cardholders to express their willingness to join projects to improve their quality of living.



กระทรวงพาณิชย์ได้เข้าไปเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการเข้าช่วยพัฒนาผู้มีรายได้น้อยให้หลุดพ้นจากความยากจน ด้วยการดำเนิน **"โครงการสร้างอาชีพเพื่อผู้มีรายได้น้อย"** เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน และสิ่งจำเป็นพื้นฐานต่างๆ ในชีวิตประจำวัน นำไปสู่การสร้างความมั่นคงยั่งยืนในการดำรงชีพแก่ผู้มีรายได้น้อย และลดการพึ่งพิงรัฐบาลในระยะยาว โดยมีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นผู้ดำเนินการโครงการเพื่อส่งเสริมให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถพึ่งพาตนเองได้ จำแนกออกเป็น 4 มาตรการหลักๆ ดังนี้

1. มาตรการส่งเสริมให้มีงานทำ เช่น โครงการแฟรนไชส์สร้างอาชีพเพื่อผู้มีรายได้น้อย

Ministry of Commerce has been one of the key mechanisms to lift people with low income out of poverty by implementing **"Career Building Project for People with Low Income"** to create jobs and build careers for them. The project also helps people with low income to access funding and daily necessities to ensure that they can live their lives in a stable and sustainable manner and rely less on the government's assistance in the long run. Department of Business Development oversees the project to help people with low income to stand on their feet by implementing the following 4 measures.

2. มาตรการฝึกอบรมอาชีพและการศึกษา เช่น โครงการเสริมทักษะผู้มีรายได้น้อยแบบมืออาชีพ

3. มาตรการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ

4. มาตรการเข้าถึงสิ่งจำเป็นพื้นฐาน

โครงการแฟรนไชส์สร้างอาชีพเพื่อผู้มีรายได้น้อย

กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้คัดเลือกแฟรนไชส์ที่มีขนาดไม่ใหญ่ ใช้เงินลงทุนไม่สูง และเป็นธุรกิจง่าย ๆ ที่สามารถประกอบอาชีพได้ทันทีมาให้ผู้มีรายได้น้อยได้นำไปประกอบอาชีพ เช่น ร้านขายข้าวขาหมู ร้านก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นทอด ข้าวเหนียวหมูปิ้ง กาแฟโบราณ ฯลฯ เป็นต้น ขณะเดียวกันเจ้าของแฟรนไชส์ดังกล่าวฯ จะเข้าไปช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้มีรายได้น้อยตลอดระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ โดยช่วยคิดวางแผนธุรกิจและการเงิน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและเลี่ยงความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจได้ เนื่องจากผู้มีรายได้น้อยส่วนใหญ่ไม่เคยทำธุรกิจมาก่อน ดังนั้น การมีพี่เลี้ยงจะช่วยให้ผู้มีรายได้น้อย ก้าวเข้าสู่การมีอาชีพอย่างเต็มตัว โดยร่วมกับธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สนับสนุนสินเชื่อดอกเบี้ย 0%



โครงการเสริมสร้างทักษะผู้มีรายได้น้อยแบบมืออาชีพ

โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ในการช่วยพัฒนาทักษะการทำงานของผู้มีรายได้น้อย ให้สามารถประกอบอาชีพได้ดีขึ้น ทั้งในส่วนของการเป็นเจ้าของกิจการตัวเองหรือเป็นลูกจ้างในสถานประกอบการ ได้แก่

ร้านอาหารมืออาชีพ ได้ดำเนินการจัดโครงการอบรมพัฒนาต่อยอดทักษะความรู้ด้านร้านอาหารแก่ผู้มีรายได้น้อย ประชาชนที่มีทักษะด้านการทำอาหารให้สามารถเริ่มต้นประกอบธุรกิจร้านอาหารเป็นของตัวเองได้

1. Job creation measure, for example, Franchise for Career Project for people with low income

2. Technical Training and Education measure, for example, Professional Skill Building for people with low income

3. Measure to create access to funding in the institutional credit system

4. Measure to create access to basic necessities

Franchise for Career Project for people with low income

Department of Business Development selects franchises that are not too large, require relatively low investment and are simple businesses convenient enough to start immediately for people with low income to kick start their careers. These include, among other things, pork knuckle rice food stall, noodle food stall, fried meat balls food stall, sticky rice with grilled pork food stall and old-fashioned coffee cart. Meanwhile, the franchise owners will help to coach the people with low income participating in the project throughout the lifetime of their businesses. These franchise owners would help in business and financial planning to minimize business risks and avoid business failures since most of the people with low income have never owned businesses before. Coaching, therefore, will help people with low income to fully start their careers. The project is implemented in collaboration with the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) who provides loans with 0% interest.

Professional Skill Building for people with low income

These following projects aim to improve working skills of people with low income to help them become more capable in either running their own businesses or working as employees in enterprises.

Professional Restaurant Owner project equips people with low income with knowledge and

หรือยกระดับธุรกิจที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น เช่น การเข้าไปให้ความรู้ในการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง การคิดต้นทุน การบริหารจัดการ การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และเรียนรู้จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งได้จัดอบรมไปแล้วระหว่างวันที่ 9-10 กุมภาพันธ์ 2561 ณ ศูนย์ฝึกอบรมพัฒนาธุรกิจการค้า ชั้น 6 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีผู้เข้ารับการอบรม 141 ราย



เสริมสวยมืออาชีพ ได้ร่วมมือกับโรงเรียนเสริมสวยคุณโจ สถาบันการเสริมสวยชื่อดังของประเทศไทย เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้มีรายได้น้อย เพื่อเน้นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ พื้นฐานความรู้ด้านการเสริมสวย การบริหารจัดการร้านเสริมสวย เทคนิคการออกแบบที่ทันสมัย การดูแลรักษาเครื่องมือและสุขอนามัย รวมถึงเรียนรู้กรณีศึกษาจากผู้ประสบความสำเร็จ โดยได้จัดอบรมไปแล้วระหว่างวันที่ 21-22 กุมภาพันธ์ 2561 ณ ห้องประชุมฉลาดลบเลอสรรค์ ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ มีผู้เข้ารับการอบรม 145 ราย

แม่บ้านมืออาชีพ ได้ร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการแม่บ้านมืออาชีพ โดยเน้นการให้ความรู้และพัฒนาทักษะที่สำคัญสำหรับใช้ปฏิบัติงานจริง เช่น หลักมนุษยสัมพันธ์และจิตวิทยาในงานบริการ วิธีดูแลทำความสะอาดอาคารสถานที่ การเรียนรู้การใช้อุปกรณ์และน้ำยาสำหรับทำความสะอาดพื้นผิวประเภทต่าง ๆ ด้านสุขอนามัยในที่ทำงาน เทคนิคการทำความสะอาดกระจกและมุ้งลวด เคล็ดลับการปูเตียงให้เรียบร้อยน่านอน การทำความสะอาดห้องน้ำอย่างถูกวิธี เป็นต้น เพื่อผู้มีรายได้น้อยที่เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ไปใช้สมัครเข้าเป็นพนักงานประจำของโรงแรมหรือธุรกิจอื่นที่ต้องการแม่บ้านที่มีคุณภาพ หรือไปประกอบธุรกิจส่วนตัวและรับจ้างอิสระได้

skills required for running restaurants. People with low income who have cooking skills can start their own restaurant businesses or improve their existing ones. They are given knowledge on how to analyze restaurant locations, cost calculation, general business management and keeping accounting records and opportunities to learn from successful restaurant owners. The training was organized during 9-10 February 2018 at Business Development Training Center, 6th Floor, Department of Business Development. 141 participants joined the training.

Professional Beauticians project collaborates with Khun Joe Beauty School, Thailand's renowned Beauty Institution, to pass on knowledge to people with low income. The training aims to improve the quality of basic beauty services, basic knowledge for beauticians, beauty salon management, modern designs, equipment maintenance, and sanitary management. It also includes case study of successful beauticians. The training was organized during 21-22 February 2018 at Chalardloblersarn, 4th Floor, Office of Permanent Secretary, Ministry of Commerce. 145 participants joined the training.

Professional Housekeepers project collaborates with Dhurakij Pundit University to hold workshops for professional housekeepers. The project focuses on building knowledge and developing skills required for actual works, such as principles of human relationship and psychology in services, internal building cleaning methods, use of cleaning equipment and cleaning products for various surface types, office sanitation, mirrors and mesh screen cleaning tips, proper bed making and bathroom cleaning technique. People with low income participating in the project may apply for jobs in hotels or other business entities that require high quality housekeeping service, start their own business or become a freelance.





ที่สำคัญภายในงานสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย ได้แก่ ชะอำวิลล่ากรุ๊ป และ อนันตราบ้านราชประสงค์ เซอร์วิส สวีท บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อินมายด์ คลีนเพอร์ เซอร์วิส จำกัด ยังได้เข้ามาร่วมคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมที่มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนด ให้มีโอกาสได้ร่วมงานด้วย โดยกรมฯ ได้จัดอบรมไปแล้วระหว่างวันที่ 5-7 มีนาคม 2561 ณ ห้องประชุมสนม สุทธิพิทักษ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวนทั้งสิ้น 239 ราย

นอกจากนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้มีการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อกระจายโอกาสในการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ในส่วนภูมิภาคอีกด้วย โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จะดำเนินการพัฒนาแม่บ้านมืออาชีพ (ส่วนภูมิภาค) ใน 5 จังหวัด ได้แก่ วันที่ 3-4 พฤษภาคม 2561 ณ จังหวัดบุรีรัมย์ วันที่ 22-23 มิถุนายน 2561 จังหวัดน่าน วันที่ 20-21 กรกฎาคม 2561 จังหวัดชัยนาท วันที่ 17-18 สิงหาคม 2561 จังหวัดกาฬสินธุ์ และวันที่ 7-8 กันยายน 2561 จังหวัดนครพนม โดยมีเป้าหมายพัฒนาทักษะอาชีพให้ผู้มีรายได้น้อยได้มีโอกาสเข้าถึงการประกอบอาชีพไม่ต่ำกว่า 1,000 ราย

จากการดำเนินโครงการสร้างอาชีพเพื่อผู้มีรายได้น้อย กรมพัฒนาธุรกิจการค้าตั้งเป้าหมาย จะเป็นการช่วยเสริมสร้างทักษะวิชาชีพ เพื่อนำไปสู่การสร้างงาน การสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการเข้าสู่การมีอาชีพอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก ให้ผู้มีรายได้น้อยมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป

More importantly, members of Thai Hotel Business Association, including Cha-am Villa Group, Anantra Baan Rajprasong Serviced Suites, Home Product Center Public Co., Ltd., and In Mind Cleaner Service Ltd., join the event to select qualified participants to become parts of their teams. Department of Business Development organized the training during 5-7 March 2018 at Sanom Sudhipitak Meeting Room, Dhurakij Pundit University. 239 participants joined the training.

In addition, Department of Business Development also hosts workshops in other provinces to distribute opportunities for career and income creation. It collaborates with Dhurakij Pundit University to implement Professional Housekeepers projects (regional workshops) in 5 provinces. Workshops were organized during 3-4 May 2018 in Buri Ram during 22-23 June 2018 in Nan, during 20-21 July 2018 in Chai Nat, during 17-18 August 2018 in Kalasin and during 7-8 September 2018 in Nakhon Phanom. The objective is to enhance working skills for people with low income so that at least 1,000 of them have access to jobs.

From “Career Building Project for People with Low Income,” Department of Business Development aims further to enhance the people’s professional skills to help them create jobs, earn more income, and start their sustainable careers. These are parts of the efforts to strengthen the grassroots economy and improve the quality of living for people with low income

Creative Economy : “สร้างคุณค่าจากความคิด เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์”

Creative Economy : “Create values from ideas, Add Commercial Values with Creative Economy”

ในโลกการค้ายุคใหม่ การนำนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เข้ามาพัฒนาให้กับสินค้าและบริการได้นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจของตัวเอง ดังนั้น รัฐบาลภายใต้การดำเนินการของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จึงมีนโยบายผลักดันการปฏิรูปเศรษฐกิจยุคใหม่ สู่รูปแบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม โดยได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมี พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน มีหน้าที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางของรัฐบาล พร้อมทั้งบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกัน

In the modern world of trade, bringing innovation and creativity into products and services is the key to enhancing competitiveness and creating value addition for businesses. Therefore, the Thai Government, under the leadership of General Prayuth Chan-o-cha, Prime Minister, launches policies to push forward modern economic reform by encouraging creative and culture-based economy. The Prime Minister signed the executive order to establish the Creative Economy Policy Promotion Committee, chaired by General Prajin Juntong, Deputy Prime Minister. The committee’s main mission is to push forward the creative economy towards the direction set forth by the government’s policy and guidance and to integrate the undertakings relevant to promoting creative economy of relevant agencies in both public and private sectors.



กระทรวงพาณิชย์เป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และทำหน้าที่ในการส่งเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานขององค์ความรู้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะชุมชนฐานรากและ SMEs ให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยมีกรมส่งเสริม

Ministry of Commerce is one of the principal agencies that drive the country’s economy forward and promotes knowledge of creativity. It focused on creating economic value addition which is based on creativity and innovation that form close linkages with the country’s cultural uniqueness and traditional knowledge to enhance the competitiveness of entrepreneurs, especially grassroots communities and SMEs, to ensure that they are able to compete at both national and

การค้าระหว่างประเทศเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินการตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกระทรวง ภายใต้คำจำกัดความ **“สร้างคุณค่าจากความคิด เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์”**

ทั้งนี้ตลอดระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา กระทรวงพาณิชย์ได้มีการดำเนินกิจกรรมภายใต้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างหลากหลายกว่า 100 โครงการ ทั้งแผนงานในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และต่างประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงบันดาลใจในกลุ่มสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ได้แก่ กลุ่มสินค้าหัตถกรรม กลุ่มแฟชั่น กลุ่มอาหารและสุขภาพ – กีฬา สันทนาการ กลุ่มบันเทิงและดิจิทัลคอนเทนท์ กลุ่มซอฟต์แวร์ กลุ่มธุรกิจจัดงานอีเวนท์ กลุ่มสิ่งพิมพ์ กลุ่มสถาปัตยกรรม และกลุ่มครีเอทีฟสตาร์ทอัพ ครอบคลุม 3 มิติ ประกอบด้วย

- **Creative People :** พัฒนาบุคลากรสู่สายอาชีพสร้างสรรค์
- **Creative Product :** พัฒนาสินค้า การออกแบบสินค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า
- **Creative District :** พัฒนาแหล่งพื้นที่สร้างสรรค์

เส้นทางสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

กระทรวงพาณิชย์ได้มุ่งเน้นการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยสร้างอัตลักษณ์สินค้า/บริการของชุมชน และพัฒนาสร้างองค์ความรู้ตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงสร้างเรื่องราวเพื่อประชาสัมพันธ์ และทำให้แบรนด์แตกต่างจากคู่แข่งอย่างมีคุณค่า ขณะเดียวกันมีการสนับสนุนการหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ด้านการตลาด การขยายช่องทางการค้าทั้งในและต่างประเทศ เชื่อมโยงธุรกิจชุมชนสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั่วโลกรับรู้ถึงคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ไทย

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังมุ่งยกระดับสู่ชุมชนสร้างสรรค์ในเมืองรอง เน้นการจัดกิจกรรม เพื่อพัฒนาขีดความสามารถภายในชุมชน และส่งเสริมการตลาดสินค้าชุมชนเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว พร้อมกับบูรณาการร่วมกับ

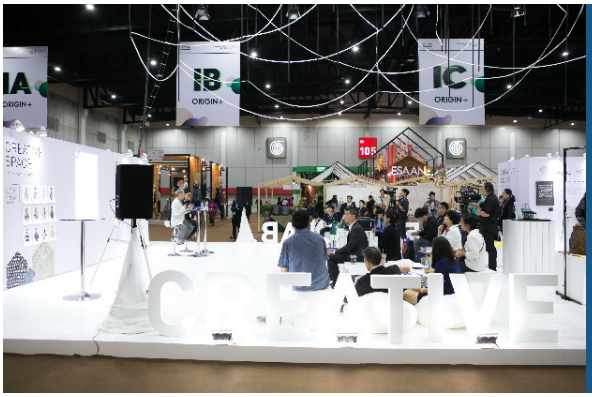
international levels. Department of International Trade Promotion is made focal point for the implementation of the Ministry’s creative economy policy under the definition “Create values from ideas, Add Commercial Values with Creative Economy”

Throughout the past one year, Ministry of Commerce has implemented over 100 projects under creative economy policy through its central work plan, regional work plan and international work plan to develop creative skills and create inspirations among creative goods and services business clusters, including handicrafts, fashion, foods and health, sports-recreation, entertainment and digital contents, software, event organizing, publication, architecture, and creative startups. These covered the following 3 dimensions.

- **Creative People :** human development for creativity-based professions
- **Creative Product :** product development, product designs and value addition
- **Creative District :** develop space for creativity

The Road to Creative Economy

Ministry of Commerce focuses on building a sustainable growth for grassroots economy by creating identity of local communities’ products/services, building knowledge based on principles of creative economy and creating stories for public relations efforts and differentiating brands from those of competitor. Meanwhile, it provides access to sources of





หน่วยงานอื่นในการดึงดูดผู้ซื้อเข้ามาเยี่ยมชมภายในชุมชน โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายจากจังหวัดที่มีจุดเด่น หรือจังหวัดที่ต้องการการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ส่งเสริมให้เกิดชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ (Model) เพื่อนำไปใช้พัฒนาชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

การศึกษาแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากประเทศต้นแบบ

นอกจากการมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แก่ชุมชนและประชาชนระดับฐานล่างของประเทศแล้ว กระทรวงพาณิชย์ยังได้มุ่งศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จนำมาปรับใช้กับประเทศไทย และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงอย่างเป็นรูปธรรม โดยในเดือนเมษายน 2561 นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้นำผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์และผู้แทนภาคเอกชนเดินทางเยือนสหราชอาณาจักร ซึ่งถือเป็นต้นกำเนิดแนวคิดดังกล่าว และมีการบริหารจัดการที่ชัดเจน ก้าวหน้าเป็นระบบ สามารถสร้างรายได้และก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศจำนวนมาก

การเยือนสหราชอาณาจักรในครั้งนี้ คณะได้เข้าพบและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับหน่วยงานด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญหลายประเด็น ประกอบด้วย บทบาทของภาครัฐในการเป็นผู้อำนวยความสะดวก กำหนดนโยบาย สร้างเครือข่าย เชื่อมโยงพื้นที่สร้างสรรค์ของเอกชน และสร้างระบบนิเวศน์ที่เหมาะสมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยส่งต่องานและสนับสนุนให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องได้รับการปลูกฝังแนวคิด

funding for Research and Development, marketing and accessing distribution channels inside and outside of the country. It also exerts tremendous efforts to link local communities' businesses to online market places and build confidence among consumers and businesses around the globe on the quality and standards of Thailand's creative products and services.

Moreover, Ministry of Commerce also continues to build creative communities in second tiered cities by developing their competitiveness, integrating local community markets into tourism and working in collaboration with other agencies to attract more buyers into local communities. In this context, the target areas are provinces with unique characteristics or provinces in urgent need for economic development. By doing so, a model creative community is created and subsequently serves as development model for other local communities.

Learn more about Creative Economy from Model Countries

In addition to its efforts to develop creative economy in local and grassroots communities, Ministry of Commerce also learns more about how to build up creative economy with countries whose similar attempts have flourished so that the learned experience can be adapted to best fit Thailand's context and concrete linkages among them be forged. In April 2018, Mr.Sontirat Sontijirawong, Minister of Commerce, led a delegation comprising Ministry of Commerce executives and representative from private sector to visit the United Kingdom (UK) which was the place of origin of the idea and very successful in having the idea executed in a clear and systemized manner to generate tremendous income and create numerous jobs for the country.

During the visit to the UK, the Thai delegation called on its creative economy agencies to exchange points of views in various issues. It was important that





(Mindset) การทำธุรกิจแบบมืออาชีพ (Entrepreneurship) เพื่อให้เข้าใจถึงการทำธุรกิจตามกลไกตลาด สะท้อนต้นทุน กำไรที่แท้จริง รู้จักคิด วิเคราะห์ วางแผน เพื่อขยายธุรกิจ และเตรียมพร้อมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

ด้านการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ สหราชอาณาจักรได้พัฒนาย่านเสื่อมโทรมให้กลายเป็น Creative Hub จำนวนมาก โดยภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการเงิน สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการที่เริ่มจัดตั้งธุรกิจ สร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยที่ผลิตบุคลากรด้านธุรกิจสร้างสรรค์ และวางโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น โอกาสนี้ คณะได้เยี่ยมชมเมืองคาร์ดีฟ (Cardiff) ซึ่งเป็น Creative City ชื่อดังระดับโลก

Quik Win : Creative Lab

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ยังได้ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเกิดความคิดสร้างสรรค์และนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของตนเอง โดยในงาน STYLE เดือนเมษายน 2561 ได้จัดโครงการสร้างต้นแบบความคิดสร้างสรรค์ หรือ Creative Lab สำหรับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ ประกอบด้วย นิทรรศการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ (Creative Showcase) การให้บริการข้อมูล (Creative Sources) กิจกรรมสัมมนาด้านการออกแบบ (Creative Space) และการให้คำปรึกษาเชิงลึก (Creative Clinic)

Quik Win : Creative Food

ในระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2561 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดนิทรรศการ

a government play it roles as a facilitator who set up the policy framework, built network, connected private sector's creative spaces, created enabling ecosystem for the development of creative economy and passing the work to private sector who then make businesses in the creative industry grow further. Business operators, on the other hand, should have an entrepreneurship mindset so that they understood business operations under the market mechanism, cost management, real profit, analytical thinking, business planning, business expansion and risk management.

On the development of a creative city, the UK had successfully transformed the poor and underdeveloped neighborhoods into a creative hub by providing government's financial support, offering tax incentives to new businesses, networking with universities producing professionals in creative businesses and building necessary infra structure. On this occasion, the delegation paid a visit to Cardiff, a world renowned creative city.

Quik Win : Creative Lab

Additionally, Department of International Trade Promotion organized activities to encourage Thai entrepreneurs to come up with their own creative ideas that could be further used to add values to their products and services. In STYLE April 2018, Creative Lab, comprising an exhibition (Creative Showcase), information services (Creative Sources), seminar on



Thailand : Creative Food ในงาน THAIFEX – World of Food ASIA 2018 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร เชื่อมโยงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น ดอกไม้ ผลไม้ และแมลง มาพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย โซน Thai Wisdom นำวิถีแบบดั้งเดิมมาสร้างสรรค์เมนูอาหารยุคใหม่ โซน Natural Wonders นำดอกไม้ ผลไม้ และสมุนไพรมาปรุงอาหารและเครื่องดื่ม โซน Alternative Sources นำแมลงมาแปลงเป็นเมนูสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าทางอาหาร โซน Exotic Experience นำเชฟชื่อดังมาสาธิตการปรุงอาหารอย่างสร้างสรรค์ และโซน Creative Food Highlights จัดแสดงผลงานสร้างสรรค์ และพร้อมต่อยอดสู่ธุรกิจระดับโลกทั้งจากผู้ประกอบการและสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ

จากการบูรณาการทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก กระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าหมายผลักดันให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ปรับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.18 ของจีดีพีในปี 2557 ให้เป็นร้อยละ 20 ในปี 2562 พร้อมกับสามารถยกระดับรายได้ของจังหวัด ลดความเหลื่อมล้ำ ส่งเสริมธุรกิจของไทยในทุกระดับให้สามารถเชื่อมโยงการค้าทั้งในระดับประเทศและสากล นำไปสู่การเจริญเติบที่มีความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน

designs (Creative Space) and in-depth consulting services (Creative Clinic), for businesses in lifestyle industry was organized.

Quik Win : Creative Food

During 29 May-2 June 2018, Department of International Trade Promotion organized Thailand : Creative Food Exhibition at THAIFEX – World of Food Asia 2018. The exhibition aimed to encourage entrepreneurs in food industry to integrate cultural uniqueness, traditional knowledge, and local resources such as flowers, fruits and insects into their products to add value and move up to build a creative economy. The event comprised Thai Wisdom Zone, which used traditional norm to create modern menu, Natural Wonders Zone, which created foods and drinks from flowers, fruits, and herbs, Exotic Experience Zone, which was joined by professional chefs who came to demonstrate their creative cooking, and Creative Foods Highlights Zone, which showcased creative products that were ready to step off to the global market from entrepreneurs and educational institutes across the country.

Through a close collaboration among various external agencies and its line agencies, Ministry of Commerce aims to increase the contribution of creative economy in the country's GDP from 13.18% in 2014 to 20% in 2019. At the same time, it will undertake to improve the level of income generated by each province, reduce disparities and promote Thailand's businesses of all levels to ensure that they can fully integrate into the country's trading system and the international market and to bring about a prosperous, stable and sustainable growth.

NEA โค้ชมืออาชีพ ปั้นผู้ประกอบการไทย เติบโตอย่างไร้ขีดจำกัด

New Economy Academy (NEA), Professional Coach for Thai Businesses' Endless Growth

ในช่วงที่โลกกำลังเปลี่ยนอย่างรวดเร็วก้าวไปสู่ยุคดิจิทัล 4.0 ประเทศไทยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปรับตัวให้ทันรับการเปลี่ยนแปลงสู่โลกยุคใหม่ ยุค Smart World รัฐบาลภายใต้การบริหารของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงได้มีการกำหนดนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของชาติ เพื่อพัฒนาประเทศไทยก้าวทันโลกยุคดิจิทัลในทุกมิติ โดยมีสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ภายใต้กระทรวงพาณิชย์ เป็นกลไกในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยให้มีองค์ความรู้ก้าวสู่การเป็น Smart Entrepreneur ให้ได้ตามนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล

Amidst the world's fast-paced transformation into the digitalized 4.0 era, it is imperative that Thailand also move fast enough to catch up with the changes brought about by the world of this new era, the Smart World. The Thai Government, under the leadership of General Prayuth Chan-o-cha, has identified Thailand 4.0 policy as the major national strategy to ensure that Thailand successfully keeps up with the digitalized world in all dimensions. New Economy Academy (NEA), under the purview of Ministry of Commerce, is an integral part of the key mechanism to enhance Thai businesses' potentiality and their knowledge to transform them into Smart Entrepreneurs as guided by the government's Thailand 4.0 policy.



หลักสูตรเสริมแกร่งธุรกิจติดปีกสู่สมาร์ทเวิลด์

โดยตลอดปี 2561 ที่ผ่านมา สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ ได้ดำเนินแนวทางอย่างหลากหลายในการพัฒนาผู้ประกอบการไทยทุกระดับให้ก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการส่งเสริมการเรียนรู้ใน 5 หลักสูตร เพื่อยกระดับผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมกว่า 150 กิจกรรม ประกอบด้วย

1. หลักสูตร New Economy Amplifier : หลักสูตรสร้างพี่เลี้ยงทางการค้า โดยได้เปิดอบรมพัฒนาผู้เชี่ยวชาญ (Train the trainer) เพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้เผยแพร่ไปยังผู้ประกอบการรายย่อย ในทุกชุมชนของประเทศได้อย่างทั่วถึง

Program to enhance business strength for stepping into the Smart World

Throughout 2018, New Economy Academy implemented various concrete undertakings to ensure that Thai businesses of all levels would be ready to become entrepreneurs of the new era. It promoted the following 5 training courses to enhance Thai businesses' competitiveness. Through the effort, over 150 activities were organized.

1. New Economy Amplifier Course : a training course for commercial mentors. It aimed to "train the trainers" so that they were able to transfer knowledge to smaller businesses in local communities across the country.

2. หลักสูตร New Economy Foundation : หลักสูตรสร้างคนตัวเล็ก เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นทำธุรกิจในชุมชน โดยเฉพาะการนำผู้ประกอบการฐานรากต่อยอดสู่การค้าแบบ e-Commerce โดยมีตัวอย่างโครงการ อาทิ โครงการ Express Exporter Plus โครงการต้นกล้าทูโกล

3. หลักสูตร New Economy Driver : หลักสูตรขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ที่เน้นปูพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการทำการค้าภายในประเทศ และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไปสู่การค้าระหว่างประเทศ โดยมีตัวอย่างโครงการ อาทิ โครงการ Smart Exporter 4.0 Plus โครงการพัฒนาธุรกิจสู่การค้าระหว่างประเทศ (Passport to Global)

4. หลักสูตร IT 4 SME (E-Business) หลักสูตรการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ โดยเน้นเสริมสร้างความรู้และทักษะด้าน IT และ E-Business ให้กับผู้ประกอบการ SME เช่น การทำตลาดดิจิทัล ระบบการชำระเงินออนไลน์ และระบบการขนส่ง โดยมีตัวอย่างอาทิ โครงการครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA โครงการ Start Up 101 โครงการ E-Academy

5. หลักสูตร New Economy Connector : หลักสูตรสร้างเครือข่ายการค้าสำหรับนักธุรกิจและผู้บริหาร เพื่อสร้างเครือข่าย (Networking) ชั้นแนวหน้าทั้งภาครัฐและเอกชน และส่งเสริมการทำงานเชิงสร้างสรรค์เพื่อสังคม โดยมีตัวอย่างโครงการ อาทิ โครงการ CLMVT Executive Program on New Economy โครงการ CLMVT Genius Exporter

NEA กับภารกิจผลักดันผู้ประกอบการสู่ยุคดิจิทัล

นอกจากนี้ NEA ยังได้ดำเนินการส่งเสริมให้เจ้าของกิจการรูปแบบต่าง ๆ เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ พร้อมทั้งพัฒนาโมเดลธุรกิจ และความคิดที่ก้าวหน้า เข้ามาช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ก้าวทันยุค Thailand 4.0 โดยมีสาขาต่าง ๆ ดังนี้

สาขาวิสาหกิจเริ่มต้น หรือสตาร์ทอัพ ซึ่งถือเป็นธุรกิจแห่งอนาคตและกำลังมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในไทย โดยเฉพาะกลุ่ม e-Commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ FinTech หรือ Financial Technology เทคโนโลยีเกี่ยวกับการเงิน AgriTech หรือ เทคโนโลยีทางการเกษตร EdTech หรือ เทคโนโลยีการสอน E-Service



2. New Economy Foundation Course : a training course to build small businesses. It aimed to inspire community business startups, especially by encouraging grassroots businesses to enter the world of e-Commerce. Sample programs included Express Exporter Plus and Ton Kla to Goal programs.

3. New Economy Driver Course : a training course for a new economic driver. It aimed to deliver a basic knowledge of beginning domestic trade transactions and build capacity for businesses stepping forward to engaging in international trade. Sample programs included Smart Exporter 4.0 Plus and Passport to Global programs.

4. IT 4 SME (E-Business) Course : a training course focus on using technology as a key business driver. It aimed to build IT and E-Business knowledge and skills, such as those of digital marketing, online payment system and delivery system, for SMEs. Sample programs included Comprehensive Course on Online Trade by NEA, Start Up 101 and E-Academy programs.

5. New Economy Connector Course : a training course on network buildings for businesspeople and executives. It aimed to enable them to build leading network in public and private sectors and promote creative social works. Sample programs included CLMVT Executive Program on New Economy and CLMVT Genius Exporter programs.



หรือ บริการออนไลน์ NEA จึงได้มีการจัดโครงการฝึกอบรมเพิ่มศักยภาพธุรกิจต่าง ๆ เช่น โครงการเสวนาเพื่อผู้ประกอบการยุคใหม่ “NEA Startup 101” โครงการจุดติด StartUp ผ่าน Ideas การตลาดชั้นเซียน

สาขาธุรกิจเพื่อการส่งออก ซึ่งเป็นฟันเฟืองหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้อย่างมั่นคง NEA จึงได้มีโครงการฝึกอบรม อาทิ โครงการ Smart Exporter 4.0 Plus โครงการสร้างความรู้พื้นฐานเศรษฐกิจยุคใหม่ Express Exporter Plus โครงการพัฒนาธุรกิจสู่การค้าระหว่างประเทศ (Passport to Global) นอกจากนี้ยังส่งเสริมการสร้างเครือข่ายทางการค้าเพื่อเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจ ทั้งในตลาดคู่ค้าหลัก รวมถึงตลาดใหม่ที่มีศักยภาพเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีกิจกรรมส่งเสริม เช่น โครงการ CLMVT Executive Program เป็นต้น

สาขาธุรกิจบนช่องทางการค้าออนไลน์ NEA ได้มีการพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้าถึงการค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นผู้จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมให้กับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อนำไปใช้ให้ความรู้ คำปรึกษาทางการค้า การบูรณาการเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการไทย รวมถึงมายังได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ โครงการสัมมนาการตลาดดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ โครงการสัมมนา “Alibaba Global เปิดโลกอีคอมเมิร์ซเพื่อผู้ประกอบการไทย” ตลอดจนได้ร่วมกับ Alibaba และ Lazada Group จัดอบรมผู้ประกอบการให้มีความรู้ด้านการทำการค้าออนไลน์

NEA and missions to lead entrepreneurs into the digital era

In addition, NEA also encouraged business owners in the following key industries to learn new knowledge, improve business models and adopt advance ideas to enhance their competitiveness and prepare themselves for Thailand 4.0 era.

Newly Started Enterprises or Startups were deemed business of the future and growing rapidly in Thailand, especially e-Commerce (or Electronic Commerce), FinTech (or Financial Technology), AgriTech (or Agricultural Technology), EdTech (or Educational Technology), and E-services (or Online Services). NEA, therefore, organized various capacity building courses, for instance, Seminar program for business operators in the new era,“NEA Startup 101,” and Kicking Start Startups with Super Genius Marketing Ideas programs.

Export-oriented Businesses were the main gear in the country’s major economic driver. NEA, therefore, organized various capacity building courses, for instance, Smart Exporter 4.0 Plus program, Basic Training Course on New Economy, Express Exporter Plus, and the program to develop business into international trade (Passport to Global). In addition, it also promoted business networking to strengthen businesses both in traditional and emerging markets. Promotional activities included, for example, CLMVT Executive Program.

Online Trade : NEA had continuously encouraged businesses to access trade via e-Commerce. It created training courses for use by Department of International Trade Promotion in building knowledge, consulting services and promoting in-depth integrating for Thai businesses. It organized various activities, including multiple seminars on digital marketing and “Alibaba Global: Open the World of e-Commerce for Thai Businesses” Seminar. It also collaborated with Alibaba

สินค้าบริการที่จะเป็นเทรนด์ใหม่

นอกจากการพัฒนาในกลุ่มสาขาธุรกิจหลักแล้ว NEA ยังเน้นเสริมศักยภาพให้กับกลุ่มสินค้าและบริการที่เป็นเทรนด์ใหม่อย่างต่อเนื่องอีกด้วย ประกอบด้วย ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งตลาดมีความต้องการสูงขึ้น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มฮิสแปนิก กลุ่มสัตว์เลี้ยง สินค้า/ธุรกิจที่เกี่ยวกับสุขภาพ อาทิ บริการสุขภาพ ความงาม ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และสินค้าออร์แกนิก สินค้า/ธุรกิจที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะธุรกิจที่มีแนวคิดในการตอบสนองวิถีคนเมืองที่นิยมความรวดเร็วสะดวกสบาย สินค้า/ธุรกิจบริการสร้างสรรค์ อาทิ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ และธุรกิจการจัดงาน

5 โครงการเด่นพัฒนาผู้ประกอบการสู่ระดับโลก

นอกจากนี้ในตลอดปี 2561 ที่ผ่านมา NEA ยังได้ดำเนินโครงการสำคัญอีก 5 โครงการในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้ก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการระดับสากล



1. โครงการ Smart Exporter 4.0 Plus เป็นโครงการพัฒนาผู้ประกอบการ ทั้งเอสเอ็มอี Startup กลุ่มทายาทธุรกิจ และผู้ส่งออกรายใหม่ ให้เป็นนักการค้ามืออาชีพในยุคดิจิทัลอย่างครบวงจร พร้อมได้รับสิทธิ์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เช่น Top Thai Brands, Thailand Week และ Mini Thailand Week

2. โครงการ E – Academy เป็นการเรียนการสอนแบบ E-learning พร้อมทั้งมีการยกระดับหลักสูตรออนไลน์รูปแบบใหม่ที่ง่าย โดยใช้วีดีโอเป็นสื่อหลักแทนหนังสือ ปัจจุบันมีเพิ่มการเรียนอีก 2 วิชา Startup 101 และวิชา English for digital world

and Lazada to organized training courses on online trade for entrepreneurs.

Products and Services that would be in-coming new trends

In addition to major business clusters, NEA also worked to enhance the capacity of various products and services that would be in-coming new trends. These included businesses that focused on niche market which had more demand from the market, elderly market, Hispanic group, pets, health-oriented products/services such as healthcare services, beauty services, health supplements and organic products, food and drink businesses, especially those focused on responding to urban lifestyle which centered around speed and comfort and creative products/services such as digital contents and event organizing businesses.

These included businesses that focused on niche market which had more demand from the market, elderly market, Hispanic group, pets, health-oriented products/services such as healthcare services, beauty services, health supplements and organic products, food and drink businesses, especially those focused on responding to urban lifestyle which centered around speed and comfort and creative products/services such as digital contents and event organizing businesses

5 Star projects to transform Thai business entrepreneurs into world class businesses

Moreover, throughout 2018, NEA also implemented 5 additional major projects that used technology to transform Thai entrepreneurs into world class businesses

1. Smart Exporter 4.0 Plus Project was an entrepreneurship development project. It focused on training SMEs, startups, business heirs and heiresses and new exporters to become professional traders in the digital era. This project's participants were eligible to join trade fairs in various countries organized by the



3. โครงการ CLMVT Executive Program on New Economy ซึ่งมีการเปิดเวทีให้ผู้นำทั้งภาครัฐและเอกชนของไทยแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กับผู้บริหารชั้นนำของกลุ่มประเทศ CLMVT เพื่อเชื่อมโยงทั้งความสัมพันธ์ และนำไปสู่การเกิดการค้าร่วมกันในอนาคต

4. โครงการครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยทำธุรกิจที่เกิดจากนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในโลกยุคดิจิทัล ซึ่งจัดไปแล้วในจังหวัดเชียงใหม่ นครศรีธรรมราช และนครราชสีมา โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมกว่า 1,500 ราย และหลังจากนี้จะจัดในจังหวัดสงขลา น่าน และนครพนม

5. โครงการฝึกอบรม Train the Trainers by NEA “พัฒนาศักยภาพการเป็นผู้นำทางการค้า”เป็นโครงการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความชำนาญ รวมถึงถ่ายทอดประสบการณ์ทางการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการพร้อมกับมีบุคลากรภาครัฐและเอกชน ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาทางการค้ากับผู้ประกอบการในระดับต่าง ๆ เพื่อกระจายองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศไปสู่ท้องถิ่น

เห็นได้ว่าการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ ตลอด 1 ปีที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการอย่างหลากหลายมิติตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาล พร้อมกับเน้นการกระจายองค์ความรู้ไปสู่ภูมิภาค เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น ตั้งแต่ระดับชุมชนเชื่อมต่อไปยังเศรษฐกิจภูมิภาคและเวทีระดับโลกอย่างมีประสิทธิภาพ

Department of International Trade Promotion, e.g. Top Thai Brands, Thailand Week and Mini Thailand Week

2. E-Academy Project was in e-learning format. It introduced newly upgraded online courses with video, instead of books, as a key learning tool. It has now added two more courses, which are Startup 101 and English for Digital World.

3. CLMVT Executive Program on New Economy Project served as a platform for leaders in Thailand’s public and private sectors to exchange views and network with leading executives from CLMVT countries to foster future trade cooperation endeavors.

4. Comprehensive Training Course on Online Trade by NEA was a training program that promoted creative innovation-based Thai businesses. It aimed to enhance their competiveness in the digitalized world. This training course was organized in Chiang Mai, Nakhon Si Thammarat, and Nakhon Ratchasima and had drawn over 1,500 entrepreneurs to join. Later this year, the training course will be organized in Songkhla, Nan and Nakhon Phanom.

5. Train the Trainers by NEA Project aimed to “Develop Commercial Leadership Potential.” It was a development program that built knowledge, skills and expertise and transferred international trade-related experienced to entrepreneurs. They also had staff members from public and private sectors who provided consulting services to businesses from all levels to disseminate knowledge on international trade to local communities.

It was evidential that New Economy Academy’s works during the past one year covered various dimensions as required by the government’s Thailand 4.0 policy. They also focused on disseminating knowledge to the stakeholders at the regional level to help strengthen local communities’ economy. They ensured that growth had been truly created at local community level and later built up to the regional and global levels effectively.

ขับเคลื่อนระบบ e-Commerce: นำพาธุรกิจไทยสู่ยุคดิจิทัล

Promote e-Commerce: Digitalize Thai Business

ปัจจุบันโลกของเราได้ก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ สู่โลกแห่งดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลกระทบต่อบริบททางสังคม ประชากร และเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง กระทรวงพาณิชย์ในฐานะที่เป็นหน่วยงานทำหน้าที่กำกับดูแลการค้าและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ได้ดำเนินการตามนโยบายที่ได้รับมอบจากรัฐบาลให้ดูแลรับผิดชอบการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (อีคอมเมิร์ซ) มาช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม



Our world is now going through a gigantic change and turning fully digitalized. This change also has such a great influence on social, people and economic contexts. The Ministry of Commerce, as one of the key agencies that oversee and drive the country's trade and economy forward, has fully implemented the Government's relevant policies and made e-Commerce the country's engine of economic growth.

ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และได้แต่งตั้งคณะกรรมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์เป็นประธาน และมีอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นเลขานุการคณะกรรมการ เพื่อทำหน้าที่จัดทำแผนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ระยะ 5 ปี ปี 2560-2564 สำหรับใช้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อีคอมเมิร์ซของประเทศให้เดินหน้า ผ่าน 4 ยุทธศาสตร์สำคัญ ได้แก่

(1) เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการ e-Commerce

(2) เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำ e-Commerce และอำนวยความสะดวกทางการค้าสู่สากล

(3) เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพปัจจัยสนับสนุน e-Commerce

The Ministry of Commerce has collaborated with relevant agencies and established the e-Commerce Committee. The committee is chaired by the Minister of Commerce and has the Director General of the Department of International Trade Promotion as a secretary. Its major task is to formulate a 5-year National e-Commerce Action Plan 2017-2021 that would be adopted to serve as the country's principal e-Commerce strategy. The plan contains the following 4 key strategies:

(1) Enhance and upgrade the competitiveness of e-Commerce businesses;

(2) Foster an enabling environment for e-Commerce and facilitate their access to international market;

(4) สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อและผู้ขายผ่านระบบ e-Commerce

นอกจากการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ในปี 2561 กระทรวงพาณิชย์ยังได้ดำเนินการพัฒนา e-Commerce ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าออนไลน์และส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าตลาดออนไลน์ทั้งใน และต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม 3 โครงการสำคัญ ได้แก่

มิติใหม่ Thaitrade.com For All

การดำเนินการยกระดับเว็บไซต์ Thaitrade.com ให้เป็น National e-Marketplace Platform โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อรองรับการซื้อขายทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศอย่างครบวงจร โดยได้มีการเปิดตัวเว็บไซต์ Thaitrade.com โฉมใหม่ และแพลตฟอร์มสำหรับการซื้อขายภายในประเทศภายใต้ชื่อ Thaitrade Shop เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2561 ซึ่งได้รับเกียรติจากรองนายกรัฐมนตรี นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ เป็นประธานในพิธี โดยจุดเด่นของเว็บไซต์ Thaitrade Shop นอกจากส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าตลาดออนไลน์เพื่อขายในลักษณะ B2C ในประเทศแล้ว ยังมีการรวม e-Marketplace ไทยอื่น ๆ มาเชื่อมต่อเพื่อส่งข้อมูลสินค้าขึ้นขายบน Thaitrade Shop อีกด้วย สิ่งเหล่านี้จะทำให้ประเทศไทยมี e-Marketplace Platform และ e-Commerce Ecosystem ที่เข้มแข็ง สามารถเป็นศูนย์กลางการเข้าถึงสินค้าและบริการของไทย

จับมือพันธมิตรระดับโลก เดินหน้าโครงการ Smart Online SMEs Plus หรือ S.O.S+

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ร่วมมือกับแพลตฟอร์ม e-Marketplace ชื่อดังระดับโลก จัดโครงการ “ต่อยอดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการค้าออนไลน์ Smart Online SMEs Plus (S.O.S+)” เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขายสินค้าผ่าน

(3) Improve efficiency and quality of supporting factors needed for e-Commerce;

(4) Build confidence among buyers and sellers in e-Commerce eco-system.

In addition to formulating the e-Commerce strategic plan, in 2018, the Ministry of Commerce has also implemented the following 3 concrete development programs under the first strategy to enhance the potentiality of online business operators and encourage entrepreneurs to access the online markets both in and outside of the country.

Newly Upgraded Thaitrade.com for All

The Department of International Trade Promotion has upgraded the website Thaitrade.com to become a National e-Marketplace Platform to fully support domestic and international transactions. The newly upgraded Thaitrade.com website and its platform for domestic trade under the name “Thaitrade Shop” were launched on 7 June 2018. The ceremony was chaired by the Deputy Prime Minister, Somkid Jatusripitak. With its distinctive features, Thaitrade Shop promotes B2C transactions among online businesses in the domestic market; other e-market platforms in Thailand can showcase and sell their products on Thaitrade Shop. These efforts will enable Thailand to create a stronger e-Marketplace Platform and a comprehensive e-Commerce ecosystem by becoming a center of Thailand’s goods and services.





ช่องทางออนไลน์ไปต่างประเทศได้มากขึ้น ผ่านกิจกรรมการจับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการไทย และ e-Marketplace ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Amazon (สหรัฐอเมริกาและยุโรป), Tmall (จีน), eBay (สหรัฐอเมริกา), Bagantrade (เมียนมา), Shop JJ (สิงคโปร์), และ Gosoko (แอฟริกา) รวมทั้งจัดกิจกรรมคลินิกให้คำปรึกษาด้านการค้าออนไลน์อย่างครบวงจร (Thaitrade.com's Clinic) และมีบริการถ่ายรูปสินค้า เขียนรายละเอียดสินค้า เพื่อสร้างแคตาลอกสินค้าสำหรับใช้เจรจาธุรกิจกับตัวแทน e-Marketplaces ได้ทันที โดยงานมีขึ้นที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และขอนแก่น ได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดี และมีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 1,296 ราย

สินค้าเกษตรไทยส่งตรงสู่ผู้บริโภคจีน ผ่าน Thai Flagship Store บน Tmall.com

จากกระแสความนิยมสินค้าไทยที่มีมาต่อเนื่องในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน ทำให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเล็งเห็นถึงโอกาสในการส่งเสริมสินค้าไทย และได้เปิดตัว Thai Flagship Store บนเว็บไซต์ Tmall.com เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2561 โดยได้นำสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวจากสมาชิก Thaitrade.com นำร่อง เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการ เกษตรกร สามารถเข้าถึงตลาด e-Commerce ในจีน โดยในเดือนกรกฎาคม 2561 มีสินค้าขึ้นขายแล้ว 78 รายการ และจะพิจารณาคัดเลือกสินค้าเพิ่มเติมอีกกว่า 500 รายการนำขยายตลาดต่อไป นอกจากนี้เมื่อวันที่ 17-19 เมษายน 2561 Tmall.com ยังได้เปิดโครงการนำร่องจำหน่ายทุเรียนหมอนทอง

Collaboration with World Class Alliances to Launch Smart Online SMEs Plus project (S.O.S+)

The Department of International Trade Promotion collaborated with world-renowned e-Marketplaces to implement the "Smart Online SMEs Plus (S.O.S+)" Project to enable Thai entrepreneurs with greater access to international markets via major online trading channels. Several business matching sessions between Thai entrepreneurs and various e-Market platforms, including Amazon (USA and Europe), Tmall (China), eBay (USA), Bagan Trade (Myanmar), Shop JJ (Singapore) and Gosoko (Africa) were organized. In addition, onsite product photographing and product cataloguing services were provided to help Thai businesses to immediately utilize during the negotiations with representatives from the aforementioned e-Marketplace platforms. The projects were implemented in Bangkok, Chiang Mai and Khon Kaen and highly praised by attendants. Over 1,296 entrepreneurs participated in the activities.

Thai Agricultural Products Access to Chinese Consumers through Thai Flagship Store on Tmall.com

Observing the popularity of Thai products among Chinese consumers, the Department of International





ล่วงหน้า (Pre-Order) ช่วยให้ชาวสวนสามารถขายผลผลิตตรงให้กับผู้บริโภคในราคาที่สูง

สร้างความเชื่อมั่นให้ระบบซื้อขาย e-Commerce

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ยังได้ดำเนินภารกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพื่อมุ่งส่งเสริมการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าและบริการผ่านระบบ e-Commerce เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์จำนวนมาก ดังนั้น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้จัดทำคำแนะนำเบื้องต้นสำหรับผู้ขายสินค้า/บริการทางออนไลน์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการขายสินค้า/บริการดังนี้

1. ขอเครื่องหมาย DBD Registered ผ่านเว็บไซต์ www.trustmarkthai.com เพื่อสร้างการมีตัวตนให้กับธุรกิจ e-Commerce 2. ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ขายให้มากที่สุด เช่น ชื่อร้าน สถานที่ติดต่อ เบอร์โทร e-Mail แผนที่ 3. ออกแบบหน้าร้านออนไลน์ให้ดูดีอย่างมืออาชีพ ให้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้า/บริการ ราคา เงื่อนไข และนโยบายการค้าที่ชัดเจน รวมถึงนโยบายการรักษาข้อมูลผู้ซื้อ 4. จัดทำข้อมูลในร้านค้าออนไลน์ให้เป็นปัจจุบัน รวมถึงดูแล Webboard ระวังอย่าให้มีการโพสต์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่าน

ขณะเดียวกันยังจัดทำข้อแนะนำ สำหรับผู้ซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ เพื่อใช้แนวทางในการเลือกซื้อสินค้าให้ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามที่ลงประกาศไว้ ได้แก่ 1.ตรวจสอบความมีตัวตนของ

Trade Promotion witnessed the opportunity to further promote Thai products. As a result of the collaboration with the Alibaba Group, it jointly launched the Thai Flagship Store on Tmall.com on 19 April 2018. Rice and innovative rice products from Thaitrade.com members were piloted to help Thai entrepreneurs and farmers to reach Chinese consumers through the e-commerce market. As of mid-July 2018, there are 78 items available for trade. More than 500 items are being considered for additional inclusion. Moreover, during 17-19 April 2018, Tmall.com launched the Pre-order program for Golden Pillow (Monthong) Durian. This helped farmers all over Thailand to sell their produce directly to consumers at higher prices.

Building Confidence on e-Commerce System

In addition, Ministry of Commerce by Department of Business Development, has implemented the 4th strategy to build confidence on e-Commerce system among buyers and sellers. Since there are currently many online businesses, Department of Business Development launched the following general suggestions for online goods/services providers to help them build trust and confidence.

(1) Obtain “DBD Registered” mark through www.trustmarkthai.com to confirm the validity of the businesses (2) Provide as much information about

ร้านค้าออนไลน์ผ่านเครื่องหมาย DBD Registered 2. ตรวจสอบความเห็นของบุคคลอื่น (review) เกี่ยวกับร้านค้าออนไลน์ 3. ตรวจสอบรายละเอียดสินค้า/บริการ เงื่อนไข/นโยบายการค้าและนโยบาย การรักษาข้อมูลผู้ซื้อด้วยความรอบคอบ 4.จัดเก็บข้อมูล/หลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร โดยควรติดต่อผ่านเว็บบอร์ดหรืออีเมล์ ไม่ควรตกลงซื้อขายกันทางโทรศัพท์ และ 5. ตรวจสอบความทันสมัยของข้อมูลต่าง ๆ ในร้านค้าออนไลน์ หากพบร้านค้าออนไลน์ที่ปรับปรุงข้อมูลเป็นปัจจุบัน แสดงว่ามีผู้ดูแลใกล้ชิด

จากดำเนินการตามแผนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติระยะ 5 ปี กระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าหมายว่าจะสามารถผลักดันให้ผู้ประกอบการ เกษตรกร ผู้ค้าท้องถิ่น มีความรู้ความเข้าในระบบการค้าแบบ e-Commerce สามารถนำสินค้ามาค้าขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้มากขึ้น และสามารถผลักดันมูลค่าการค้าออนไลน์ทุกรูปแบบเพิ่มเป็น 5 ล้านล้านบาท ในปี 2564 ตลอดจนปฏิรูประบบการค้าของไทยเข้าสู่การค้าในโลกยุคใหม่แห่งโลกดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม



the seller, e.g., store name, contact address, phone number, email account, location, as possible (3) Make the appearance of online stores as professional as possible and provide clear and precise details of products/services, prices, terms and conditions, store policy and customers' privacy policy (4) Keep all online stores' information updated and ensure that no irrelevant posts appears on the stores' webboards

At the same time, it also provides the following general suggestions for buyers of online goods/services so that they have guidelines on how to get the products with their exact posted details. (1) Check validity of the online businesses at DBD Registered mark website (2) Check reviews of the interested online stores (3) thoroughly check the online stores' product/services details, prices, terms and conditions, store policy and customers' privacy policy (4) Keep written information/proof of purchase by communicating with the stores through webboards or emails and refraining from making orders via phone calls and (5) Check the validity of the information posted on online stores since regularly updated information is an indication that the online stores have dedicated personnel

Through the implementation of the 5-year National e-Commerce Plan, Ministry of Commerce aims to ensure that businesses, farmers and local traders have a better understanding of e-Commerce system and are more capable of trading their products via e-Commerce. It will also work to increase the value of all forms of online trade to 5,000,000 million Baht in 2021 and to finalize a concrete reform of Thailand's trading system to fully bring Thailand into the digitalized world.

ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ

Trade in Services Performance and Potential Index: TSPPI



ความสำคัญของภาคบริการ

ตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมาภาคบริการเริ่มทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ ดังเห็นได้จากสัดส่วนของผลผลิตภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศต่างๆ ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และหลายประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาคบริการมากขึ้น เนื่องจากภาคบริการมีความเกี่ยวโยงกับภาคการผลิตในหลายๆ อุตสาหกรรม ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตยิ่งขึ้น สำหรับประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนของภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 54.4 ในปี 2549 เป็นร้อยละ 57.8 ในปี 2558 โดยภาคบริการมีมูลค่าสูงถึง 7,897,555 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงาน มากถึง 17,124,588 คน หรือร้อยละ 45 ของการจ้างงานรวม โดยแรงงานส่วนใหญ่อยู่ในสาขาการขายส่งและการขายปลีก สำหรับอุตสาหกรรมที่จะมีความสำคัญในอนาคต เช่น การแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โลจิสติกส์ และการซ่อมอากาศยาน ต่างก็อยู่ในภาคบริการทั้งสิ้น

The importance of service sector

Over many years, the service sector plays an increasingly important role to economy, reflecting from its contribution to Gross Domestic Product (GDP) in many countries. In this connection, numerous countries highlight the significance of service sector in case where services are key linkages to many industries in manufacturing sector, providing significant effect on the overall economic development.

In Thailand, services constitute an increasing percentage of GDP from 54.4 percent in 2006 to 57.8 percent in 2015. To illustrate, the service sector was worth of 7,897,555 million baht in 2015 and provided jobs to 17,124,588 workers, or approximately 45 percent of total employment, where most are clustered in the wholesale and retail sector. Furthermore, industries which are likely to be important in the future such as Health, Medical Tourism, Logistics, and Aircraft repair are also in the service sector.

ความเป็นมาของการจัดทำดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคบริการจะทวีความสำคัญยิ่งขึ้นต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านมูลค่าและสัดส่วนแรงงาน แต่ที่ผ่านมาประเทศไทยยังไม่มีเครื่องชี้วัดภาคบริการที่สามารถใช้ติดตามภาวะการค้าภาคบริการรายเดือน อีกทั้งยังขาดการเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้านการค้าภาคบริการได้อย่างรอบด้าน ดังนั้น รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาคบริการที่จะมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อน

Background and Development of TSPPI

Whilst the service sector has become a significant engine of growth for Thailand economy both in terms of value and its proportion of labor force, Thailand lacks of the systematic linkage of statistical database and none of current economic indicators are able to monitor a performance of service sector on a monthly basis. In light of policy-making process, this inhibits in-depth analysis and hinders government as well as related agencies to formulate possible policies and actions to ensure appropriate development of this high potential sector.

เศรษฐกิจของประเทศต่อไปในอนาคต จึงมอบหมายให้สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมข้อมูลด้านธุรกิจบริการของไทยเพื่อประกอบการจัดทำดัชนีชี้วัดภาคบริการของไทย เพื่อให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานและแนวโน้มของภาคบริการในประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาย่อย อันนำไปสู่การวางแนวทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาภาคบริการได้อย่างเหมาะสมในทุกมิติต่อไป ซึ่งในเวลาต่อมา สนค. ได้เสนอแนวคิดการจัดทำดัชนีให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้พิจารณาประกอบด้วย ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมสรรพากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานประกันสังคม สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ได้เห็นชอบในหลักการและได้ให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ (Trade in Services performance and potential Index: TSPPI)

แนวคิดดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ (Trade in Services Performance and Potential Index: TSPPI)

ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ (TSPPI) มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องชี้วัดภาวะการค้าภาคบริการของประเทศไทยที่สามารถสะท้อนภาพภาวะภาคบริการในระดับประเทศเพื่อให้ผู้สนใจ หน่วยงานของรัฐ ภาคธุรกิจ นักลงทุน สามารถมองเห็นการเคลื่อนไหวของภาวะการค้าภาคบริการได้อย่างครบถ้วนในทุกมิติ ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยมีดัชนีชี้วัดภาคบริการรวมที่สามารถใช้ติดตามสถานการณ์ได้เป็นรายเดือนอย่างเป็นทางการ โดยดัชนีดังกล่าวมีลักษณะเป็น Composite Index ที่ได้รวบรวมและเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านธุรกิจบริการของไทยจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ประกอบไปด้วยตัวชี้วัดย่อย 12 ตัวชี้วัด แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานภาคบริการ (Performance) ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัด ได้แก่

With respect to the view of Deputy Prime Minister (Mr. Somkid Jatusripitak), he is aware of the importance of service sector that will play an important role in propelling the country's economy in the future and assigned the Trade Policy and Strategy office (TPSO) of the Ministry of Commerce to initiate service index, using existing data on Thai business in services, in order to evaluate the performance and trend of the domestic service sectors both in overall and sub-sectors. This will ultimately lead to policy formation for service sector development in all dimensions.

Later, TPSO proposed the concept of TSPPI to relevant agencies, such as the Bank of Thailand, The Revenue Department, Department of Business Development, The Securities and Exchange Commission, The Office of SMEs Promotion, Office of the National Economic and Social Development Board, The Board of Investment of Thailand, and National Statistical Office, to exchange of views in order to improve TSPPI. In due course, the representatives have agreed on TSPPI conceptual framework and made useful comments for potential improvements.

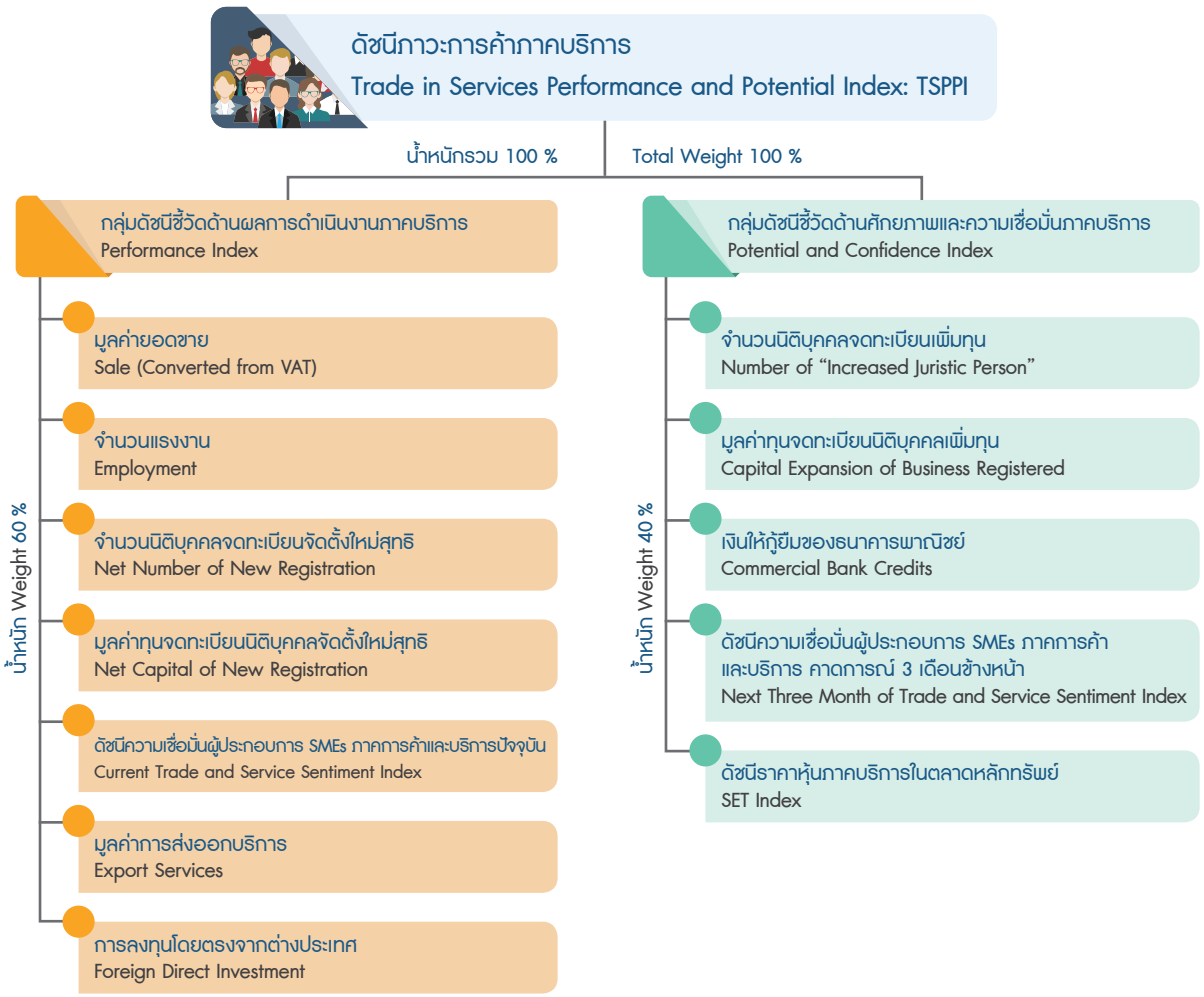
The Conceptual Framework of TSPPI

TPSO aims to create TPSSI as a tool for monitoring trade in services in Thailand. Accordingly, this will reflect overall performance of service sector in every dimension and help relevant stakeholders, such as investors and public/private agencies, to understand the situation of trade in services.

It is worth noting that **TSPPI is marked as the very first official service sector index, tracking data on a monthly basis.** Technically, TSPPI is a composite index by utilizing available economic indicators and linking existing database of Thai business in services from the public and private agencies. The TSPPI comprises of 12 indicators, which are then classified into two groups as follows:

(1) มูลค่ายอดขาย (2) จำนวนแรงงาน (3) จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใหม่สุทธิ (4) มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่สุทธิ (5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการปัจจุบัน (6) มูลค่าส่งออกบริการ (7) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ โดยตัวชี้วัดในกลุ่มนี้จะสะท้อนสถานการณ์ความเคลื่อนไหวและผลการดำเนินงานของภาคบริการในแต่ละช่วงเวลา

1. Performance Index consists of (1) sale (converted from VAT) (2) employment (3) net number of new registration (4) net capital of new registration (5) current trade and service sentiment index (6) export services (7) foreign direct investment. These indicators reflect the situation and the performance of the service sector over time.



2. กลุ่มตัวชี้วัดด้านศักยภาพและความเชื่อมั่นภาคบริการ (Potential & Confidence) 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ (1) จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนเพิ่มทุน (2) มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มทุน (3) เงินให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ (4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า (5) ดัชนีราคาหุ้นภาคบริการในตลาดหลักทรัพย์ โดยตัวชี้วัดในกลุ่มนี้จะสะท้อนศักยภาพ และความเชื่อมั่นนักลงทุนที่มีต่อภาคบริการ

2. Potential and Confidence Index consists of (1) number of increased juristic person (2) capital expansion of business registered (3) commercial bank credits (4) 3-Month Expected Trade and Service Sentiment Index (TSSI) (5) service sector indices in SET index. These indicators reflect the potential and the investor confidence in the service sector.

การนำไปใช้ประโยชน์

ดัชนี TSPPI นอกจากสามารถชี้วัดสถานการณ์ภาพรวมของภาคบริการ (Overall Index) แล้ว ยังสามารถชี้วัดสถานการณ์ภาคบริการรายสาขาอีก 13 สาขา (Sectoral Index)[1] ประกอบด้วย (1) การก่อสร้าง (2) การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ (3) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (4) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (5) ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (6) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (7) กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ (8) กิจกรรมวิชาชีพวิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางวิชาการ (9) กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน (10) การศึกษา (11) กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ (12) ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ และ (13) กิจกรรมการบริการด้านอื่น

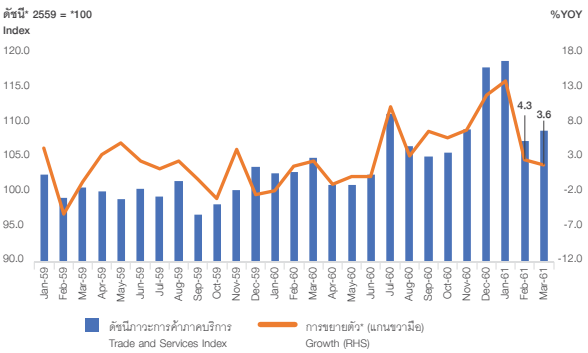
ดัชนี TSPPI จะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินและติดตามระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม โดยจะเป็นตัวชี้วัดที่สามารถประเมินผลการดำเนินงานและแนวโน้มของภาคบริการของประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาย่อยได้อย่างครอบคลุมในทุกมิติซึ่งจะช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ TSPPI เริ่มมีการเผยแพร่ให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการ **เพื่อให้ผู้สนใจ สามารถนำดัชนีไปใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2560 เป็นต้นมา**

Applications for user

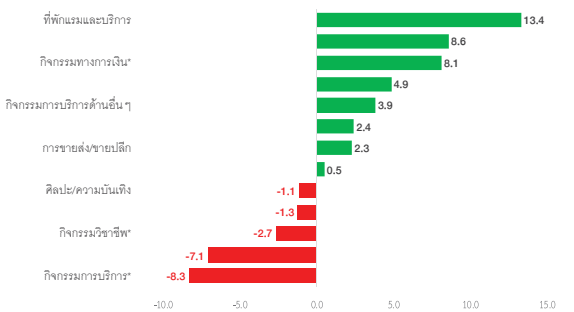
In addition to indicate overall situation of the service sector, TSPPI can show economic sentiment of 13 service sectors[1], which are (1) construction (2) wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles (3) transportation and storage (4) accommodation and food service activities (5) information and communication (6) financial and insurance activities (7) real estate activities (8) professional, scientific and technical activities (9) administrative and support service activities (10) education (11) human health and social work activities (12) arts, entertainment and recreation and (13) other service activities.

TSPPI will be beneficial for monitoring trade in services as well as the overall economy of Thailand. Both overall and sub-sector index allow users to evaluate the performance and potential of service sector suitable their needs. In particular, TSPPI would facilitate private sector in terms of planning the business strategy as well as assist the public sector in planning the macroeconomic strategy effectively. **TSPPI has been available for the public utilization since December 2017.**

ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ
Trade and Services Index



อัตราการขยายตัวดัชนีภาวะการค้าภาคบริการรายสาขา* เดือนมีนาคม 2561
Trade and Services Index by Sector in Mar 2018



[1] เป็นสาขาที่สอดคล้องตามมาตรฐานการจำแนกข้อมูลของ WTO ซึ่ง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ และ ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้เห็นชอบร่วมกัน

These service sectors comply by WTO classification standards, which the NESDB, MOC, and the BOT have agreed in principle.

“SACICT เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่งานหัตถศิลป์ไทย”

“Empowring Thai Crafts”



ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือ SACICT เป็นองค์กรหลักในการทำหน้าที่อนุรักษ์ สืบสานผลงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงมีการส่งเสริมทำการตลาดให้กับศิลปหัตถกรรมไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ จนทำให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในวงกว้าง สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกภายใต้วัฒนธรรมร่วมสมัยและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ข้ามแดนได้เป็นอย่างดี

The SUPPORT Arts and Crafts International Centre of Thailand (Public Organization) or SACICT has been a principal agency to conserve and carry on Thailand’s heritage crafts. It also works to promote Thai Arts and Crafts domestically and internationally so that Thai Arts and Crafts are widely known and accepted and prosper alongeside of the changes in the global trend as led by contemporary and cross-border creative cultures.

ในปี 2561 SACICT ได้มีการดำเนินนโยบายสำคัญภายใต้กลยุทธ์ “หัตถศิลป์ของชีวิตปัจจุบัน : Today Life’s Crafts” เพื่อผลักดันให้งานศิลปหัตถกรรมไทย ทั้งที่เป็นหัตถศิลป์ดั้งเดิมและงานหัตถศิลป์ร่วมสมัย ให้สามารถประยุกต์ใช้เข้ากับวิถีชีวิตในปัจจุบัน โดยเน้นการส่งเสริมให้งานศิลปหัตถกรรมไทย เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของคนทุกคนได้อย่างกลมกลืน มีความคุ้นเคย และน่าจดจำ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจในการต่อยอดให้งานหัตถศิลป์ไทย สามารถพัฒนาสู่ความเป็นสากลและเติบโตได้ในอนาคต

ตลอดระยะเวลา 14 ปีที่ผ่านมา SACICT ได้ดำเนินการเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่าย หน่วยงานพันธมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานหัตถศิลป์ เพื่อต่อยอดและผลักดันให้งานหัตถศิลป์ไทยได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้เน้นการประชาสัมพันธ์บทบาทของ SACICT ในฐานะการเป็นผู้ชี้นำทิศทางและสร้างโอกาสให้กับงานหัตถศิลป์ไทย หรือ Enhancing Navigator ผ่านกระบวนการพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับงานหัตถศิลป์ไทย (Empowering Thai Crafts) ใน 3 ด้าน ได้แก่

In 2018, SACICT implemented key policies under the “Today Life’s Crafts” strategy to ensure that Thai crafts, both traditional and contemporary pieces, merged into people’s current lifestyle by promoting inseparable, intimate and memorable roles of Thai crafts in everyone’s everyday living. These were important moves to create inspiration and motivation for Thai crafts to internationalize and grow futher in the future.





SMART CRAFT เสริมศักยภาพให้คนในวงการหัตถศิลป์ ประกอบด้วย

1. เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านทักษะ องค์ความรู้ และเครือข่าย

2. สร้างแบรนด์หัตถกรรมที่มีความโดดเด่น 3 กลุ่ม คือ Natural & Organic กลุ่มหัตถกรรมจากธรรมชาติหรืออินทรีย์ Social Enterprise กลุ่มหัตถกรรมเพื่อสังคม Design Oriented กลุ่มหัตถกรรมที่ใช้นวัตกรรมและการออกแบบเป็นจุดแข็ง

3. เชิดชูครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม และทายาทช่างศิลปหัตถกรรม

CRAFT STUDIO สร้างสรรค์งานหัตถศิลป์ให้ร่วมสมัย

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ได้บูรณาการกับช่างฝีมือและชุมชน รวมถึงภาคอุตสาหกรรม ในการร่วมรังสรรค์หัตถศิลป์ หรือ Craft Co-Creation เพื่อพัฒนาและเสริมคุณค่างานหัตถศิลป์ไทยให้สอดคล้องกับชีวิตปัจจุบัน ตลอดจนส่งเสริมการสร้างต้นแบบนวัตศิลป์ใหม่ ๆ ที่พร้อมต่อยอดในเชิงพาณิชย์ และสอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบันและในอนาคต



SACICT built linkages among network, partner agencies and stakeholders in Thai crafts to continue to create value addition from Thai crafts and further popolurize them. Also, SACICT focused on conducting public relation activities on its role as an Enhancing Navigator for Thai crafts through the following 3 aspects of Thai Crafts Empowering process.

SMART CRAFT, enhance the competitiveness of artisans

1. Enhance skills, knowledge and network

2. Create brands for 3 groups of crafts, namely Natural & Organic group which were crafts created from natural or organic materials, Social Enterprise group which were society-oriented crafts, and Design Oriented group which were craftes with innovation and designs as their strength

3. Honor the Master Artisans of Thailand, the Master Craftsmen and Craftsmanship Descendants

CRAFT STUDIO, make contemporary crafts

SACICT integrated itself with craftmen, community and industry to promote Craft Co-Creation to develop and add value to Thai crafts to fit today's living. It also aimed to promote new innovative arts that were ready for commercialization and best suited people's current and future lifestyle.

CRAFT SOCIETY, popularize and create access to crafts

4. Establish partnership network with public sectors to expand marketing channel and raise awareness of and popularize contemporary Thai crafts among target customers both in domestic and overseas markets

5. Serve as platform to connect enterprises with target customers, both in domestic and overseas markets, who were interested in crafts to raise awareness of and commercialize Thai crafts

CRAFT SOCIETY สร้างความนิยม และการเข้าถึงงานหัตถศิลป์

4. มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อขยายช่องทางการตลาด การกระตุ้นความสนใจและสร้างกระแสความนิยมในงานศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย ให้เกิดความต้องการไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ

5. เป็นเวทีในการเชื่อมโยงกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มเป้าหมายที่สนใจงานหัตถศิลป์ในประเทศและต่างประเทศ ให้ได้รับรู้ผลิตภัณฑ์งานหัตถศิลป์ของไทยและต่อยอดไปสู่การค้าเชิงพาณิชย์ได้

จากการดำเนินงานทั้ง 3 ด้านนี้ SACICT ผลักดันให้งานหัตถศิลป์ไทยกลายเป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ด้วยความมีเสน่ห์ ความประณีตสวยงาม และมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน บ่งบอกถึงวัฒนธรรมประเพณี และงานหัตถกรรมของไทย ที่สามารถนำมาใช้งานได้หลากหลาย ผสมผสานเข้ากับการใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างดี

นอกจากนี้ในการสร้างการมีส่วนร่วมในงานหัตถศิลป์ไทยระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิต ยังช่วยปรับแนวคิดให้ผู้บริโภคซึมซับว่างานหัตถศิลป์ไทยมีเสน่ห์ และเป็นชิ้นงานที่มีคุณค่าในตัวเอง โดยเฉพาะเมื่อผู้ซื้อและผู้ผลิตได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกัน จะทำให้งานหัตถศิลป์ไทยเหล่านั้นกลายเป็นชิ้นงานที่มีคุณค่าทางใจทั้งต่อผู้ซื้อ ผู้ใช้ และผู้ผลิต ซึ่งนำไปสู่การสร้างงานหัตถศิลป์ไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคงในอนาคต

สุดท้ายนี้ SACICT มีความมุ่งมั่นที่จะร่วมมือกับพันธมิตรในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อทำให้งานศิลปหัตถกรรมไทยมีความร่วมสมัย สามารถต่อยอดมูลค่าและเกิดกระแสความนิยมใช้ ทั้งจากผู้ซื้อชาวไทยและชาวต่างชาติ ผ่านการพัฒนารูปแบบ มาตรฐาน การสร้างแบรนด์ รวมทั้งแสวงหาช่องทางการค้าใหม่ ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้ซื้อกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง



Implementing of the aforementioned 3 tasks made Thai Arts and Crafts better known and more desirable among target customers. That was mainly because Thai Arts and Crafts were charming, boasted meticulous craftsmanship and had unique identity. They reflected Thailand's deep cultural heritage and tradition, were versatile and fit well into today's daily lifestyle.

In addition, ensuring participation of buyers and producers made consumers more perceptive of Thai Arts and Crafts' charisma and intrinsic value. When buyers and producers could exchange views, those Thai Arts and Crafts turned into works of art with sentimental value for both sides. This, in turn, led to a stable future growth for Thai Arts and Crafts

Last but not least, SACICT remain determined to collaborate with partners from both public and private sectors to turn Thai Arts and Crafts into contemporary works that can create value addition and are popular among Thai and foreign buyers. To this, producers should also make adjustment, develop designs, raise standards, popularize their brands and seek new trade channels to reach target buyers who best suit their creations.

Buy With Confidence
ยกระดับความเชื่อมั่น นำไทยสู่ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก

"Buy With Confidence" Heightened Confidence Preping Thailand to Become Global Gem and Jewelry Hub

ปัจจุบันประเทศไทยได้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญของโลก โดยเป็นจุดมุ่งหมายที่นักท่องเที่ยวใฝ่ฝันมาเยือนเพิ่มขึ้นในทุกปี โดยเฉพาะปี 2561 รัฐบาลประมาณการว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยียนไทยกว่า 38 ล้านคน มีการจับจ่ายใช้สอย สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมากกว่า 2.1ล้านล้านบาท ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศและก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นได้อย่างมหาศาล

Thailand is already becoming one of the world's top destinations that tourists the world over dreams to visit. According to the government's projected traffic of inbound tourists in 2018, the number is likely to surpass 38 million and their spending while staying in Thailand is going to hit THB 2.1 trillion, culminating in the national economic growth and monumental inflow of money to rural communities across the country.



อย่างไรก็ดีที่ผ่านมากับยังพบปัญหา การนำสินค้าหลายประเภท โดยเฉพาะอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่มีคุณภาพมาตรฐานไปจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว จนทำให้ชาวต่างชาติรู้สึกขาดความเชื่อมั่นในการซื้อหาอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งเป็นการบั่นทอนภาพลักษณ์ของประเทศ และส่งผลร้ายต่ออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในเวทีระดับโลกอย่างรุนแรง

จากปัญหาที่เกิดขึ้น กระทรวงพาณิชย์จึงมอบหมายให้สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ GIT ดำเนินโครงการซื้อด้วยความมั่นใจ Buy With Confidence (BWC) เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับที่ได้มาตรฐานแก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวให้กลับมาอีกครั้ง โดยเฉพาะในกลุ่มชาวต่างชาติ ทั้งชาวจีน ชาวยุโรป และเอเชีย ที่ถือเป็นผู้บริโภคหลักสำหรับสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในปัจจุบัน

Amid the optimistic perspective of tourism, there emerges a threat of tourists falling victim to a scam that tries to trick foreigners into buying low quality, sub-standard gem and jewelry merchandises. This sprouting deceitful practice could badly undermine tourists' confidence and trust in Thai gem and jewelry products, hurt the country's reputation and image as a whole, and certainly inflict severe damage on the stance of Thai gem/jewelry industry on a global stage.

To solve the above-mentioned scam problem, the Ministry of Commerce has thus assigned The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization), or known in short as GIT, to carry out Buy With Confidence (BWC) initiative with a specific goal to reinstate the confidence of shoppers and tourists, especially those from China, European and other Asian countries -



เนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับ 3 รองจากกลุ่มยานยนต์ และคอมพิวเตอร์ รวมถึงมีการสร้างรายได้เข้าประเทศสูงถึง 4.35 แสนล้านบาท ขณะเดียวกันยังมีมูลค่าการซื้อขายในประเทศเป็นเงิน 5.33 แสนล้านบาท ก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมูลค่าเกือบ 1 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ดังนั้นการดำเนินโครงการ ซื้อด้วยความมั่นใจ Buy With Confidence จึงมีการสร้างความร่วมมือแบบบูรณาการกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่สำคัญ ประกอบด้วย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และกองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว

เพื่อคัดเลือกร้านค้าและบริษัทที่ประกอบกิจการอัญมณีเครื่องประดับ และร้านค้าทองที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนดให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการเพื่อรับใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ จาก GIT ซึ่งขณะนี้มีร้านค้าและบริษัทแสดงเจตน์จำนงค์เข้าร่วมโครงการนี้กว่า 140 ราย และภายในสิ้นปี 2561 คาดว่าจะมีสมาชิกเข้าร่วมโครงการอย่างน้อย 500 ราย โดยมุ่งเน้นที่กรุงเทพ จันทบุรี และเมืองท่องเที่ยวสำคัญ

สำหรับร้านค้าที่ได้รับใบรับรองคุณภาพจาก GIT จะได้รับสติกเกอร์ตราสัญลักษณ์ BWC (Buy With Confidence) ติดอยู่หน้าร้านค้า โดยผู้บริโภคสามารถเข้าไปสแกน

this group has made up a majority of global jewelry consumers - , where they could be rest assured that when shopping jewelry in Thailand they would get products of standard quality.

Constituting Thailand's third-highest amount of exports after the automotive and computer products, the gem and Jewelry industry has been key to Thailand's economic growth and tourism sector - it brings in foreign currency as much as THB 4.35 hundred billion while the domestic sales top out at THB 5.33 hundred billion, resulting in THB 1 trillion in domestic circulation or 6.3% of GDP.

Buy With Confidence (BWC) program has been carried out under the cooperation of key agencies i.e. the Ministry of Commerce, Ministry of Tourism and Sports, Department of Tourism, Tourism Authority of Thailand, Office of the Consumer Protection Board, and Tourist Police Bureau.

As part of the implementation of BWC program, only the qualified jewelry vendors/retailers and goldsmiths, as per the defined criteria, are eligible to subscribe to BWC program and be granted GIT Gem & Jewelry Certificate as well as other privileges from GIT. Currently there are over 140 shops making a request to join the program and it is anticipated that by the end of 2018 there would be at least 500 members - most of which should be in Bangkok, Chanthaburi and other key tourist destination provinces.

With GIT Gem & Jewelry Certificate, every BWC member will be given a sticker bearing BWC (Buy With Confidence) logo to be displayed in the member's shop. On the sticker is QR Code for scanning the information about all member shops that are partnering with GIT. In addition, if the customers want to see the shop's GIT Gem & Jewelry Certificate, they are able to do so by scanning the QR Code printed on the BWC tag stuck on the merchandise, if any, or ask the shop to show the original, paper-printed one.

QR Code เพื่อดูรายละเอียดของร้านค้าที่ร่วมโครงการกับ GIT ขณะที่ในการเลือกซื้อสินค้า หากสินค้ามีป้าย BWC ติดอยู่ก็สามารถสแกน QR Code ดูรายละเอียดในใบรับรองคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับจาก GIT ตลอดจนสามารถเรียกดูใบรับรองฉบับจริงจากร้านค้าได้ด้วย

ที่สำคัญหากเกิดข้อพิพาทระหว่างผู้ซื้อกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการเกิดขึ้น ผู้ซื้อยังสามารถร้องเรียนได้ที่สายด่วนหน่วยงานพันธมิตรของโครงการ ทั้ง 1166 ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) 1155 ตำรวจท่องเที่ยว และ 1569 ของกรมการค้าภายใน ซึ่งหลังจากร้องเรียนจะมีการจัดทีมเจ้าหน้าที่ออกไปตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อดำเนินการช่วยเหลือผู้ซื้ออย่างทันท่วงที

ดังนั้น โครงการ “ซื้อด้วยความมั่นใจ” จึงเป็นโครงการที่ความสำคัญอย่างยิ่ง ในการช่วยให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและต่างชาติ สามารถซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยได้อย่างมั่นใจมากยิ่งขึ้น เพราะร้านค้าที่ได้ใบรับรองคุณภาพจะมีหลักเกณฑ์เคร่งครัดในการคัดเลือกสินค้ามาจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าเมื่อซื้อสินค้าที่ได้รับตราสัญลักษณ์ BWC จะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล ตรงตามใบรับรองของ GIT ขณะเดียวกัน โครงการดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการที่ได้รับใบรับรองคุณภาพ สามารถจำหน่ายสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้ง่ายขึ้น

ทั้งนี้ GIT ได้ประเมินว่าหลังจากการดำเนินโครงการ “ซื้อด้วยความมั่นใจ” แล้ว จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย และก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อสินค้าประเภท Cash and Carry จากชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 30% หรือประมาณ 1 หมื่นล้านบาท จากยอดขายรวมทั้งหมดที่คาดว่าจะทำได้กว่า 45,000 ล้านบาท โดยก่อให้เกิดการเพิ่มการเงินหมุนเวียนในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนผลักดันให้ไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลกตามนโยบายของรัฐบาลได้ในอนาคตอันใกล้



Another important service to mention is that customers, if any dispute arising from the purchase, could easily file a complaint via hotline of the BWC program’s alliance organizations, i.e. Office of the Consumer Protection Board’s hotline 1166, Tourist Police Bureau’s hotline 1155 and the Department of Internal Trade’s hotline 1569. After receiving complaint, the responsible agency will send down a team to investigate the matter and take actions without delay.

In conclusion, “Buy With Confidence” program is instrumental in making purchases of gemstones and jewelry goods much more reassuring for both Thai shoppers and foreigners as each and every shop receiving the certificate from GIT is required to meet GIT’s strict criteria for screening and stocking up only goods of standard quality. So, the use of BWC logo could effectively bring about consumers’ confidence that the quality of their purchase is guaranteed to meet the global standard. On the side of business owners, having a valid certificate guaranteeing the quality of their goods is nothing short of a plus as it help customers easily make buying decisions.

According to assessment by GIT, once “Buy With Confidence” program is underway, the confidence in Thai gem and jewelry industry will be gradually restored and culminate in 30% more cash, or around THB 10 billion out of the anticipated aggregate sales of THB 45,000 million, from tourists’ spending on ‘Cash and Carry’ goods. This means more cash circulating within the gem and jewelry as well as tourism industries, and one step further for Thailand to become the world’s hub of gem and jewelry in line with the government policy.

ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์

Executives of the Ministry of Commerce





1 2

1. นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์

Mr. Sontirat Sontijirawong

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

Minister of Commerce

2. นางสาวชุติมา บุณยประภัศร

Miss Chutima Bunyapraphasara

รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Deputy Minister of Commerce



2 3 4 **1** 5 6

1. นางจินตนา ชัยยวรรณาการ
Mrs. Jintana Chaiyawonnagal
ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำนายกรัฐมนตรี
Vice Minister attached to the Prime Minister

2. นายสกนธ์ วรัญญูวัฒนา
Mr. Sakon Varanyuwatana
ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์
Vice Minister for Commerce

3. นายวิเชียร ชวลิต
Mr. Vichien Chavalit
ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงพาณิชย์
Advisor to the Minister of Commerce

4. นางดวงพร รอดพยาธิ์
Mrs. Duangporn Rodphaya
ที่ปรึกษารัฐมนตรีช่วยว่าการ
กระทรวงพาณิชย์
Advisor to the Deputy Minister of Commerce

5. นางวิไลวรรณ ทัพวงศ์ศรี
Mrs. Vilaivan Tapwongsri
เลขานุการรัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงพาณิชย์
Secretary to the Minister of Commerce

6. นายวรวุฒิ โปษกานนท์
Mr. Voravut Posaganondh
ผู้ช่วยเลขานุการรัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงพาณิชย์
Assistant Secretary to the Minister of Commerce

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Office of the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นองค์กรบูรณาการยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง

To be the organization that integrates relevant strategies to drive economy and trade towards a strong growth

พันธกิจ / MISSION

1. ผลักดันการบริหารยุทธศาสตร์การค้าเชิงรุกแบบบูรณาการอย่างมีผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายกระทรวง
2. ผลักดันและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จังหวัดและกลุ่มจังหวัด 4.0 ในมิติด้านเศรษฐกิจการค้า
3. พัฒนาระบบงานให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งงานด้านยุทธศาสตร์ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยนวัตกรรม
4. พัฒนาและยกระดับบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ให้เป็นมืออาชีพอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม และสร้างเครือข่ายการทำงานที่เข้มแข็ง
5. พัฒนาระบบสารสนเทศสู่เชาว์ปัญญา (Trade Intelligence) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการให้บริการประชาชน

1. Push forward the outcome-based, integrated and proactive trade strategy administration in accordance with the targets set forth by the Ministry
2. Propel and drive economic and trade aspects of provincial and provincial groups of strategies 4.0
3. Develop operational system that meets international standards, in terms of strategic functions human resource development and information technology development along with improving work efficiency with innovation
4. Develop and upgrade capacity of Ministry of Commerce's personnel to become professionals with integrity and ethics, including build strong working networks
5. Develop information technology system to achieve Trade Intelligence in order to efficientty support decision-making process and enhance services to the people



4 1 3 2

1. **นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค**
   Mrs. Nuntawan Sakuntanaga
   ปลัดกระทรวงพาณิชย์
   Permanent Secretary

2. **นางสาวบรรจงจิตต์ อังศุสิงห์**
   Miss Banjongjitt Angsusingh
   รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
   Deputy Permanent Secretary

3. **นางสาวอุรวี เงารุ่งเรือง**
   Miss Urawee Ngowroongrueng
   รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
   Deputy Permanent Secretary

4. **นายวิชัย โภชนกิจ**
   Mr. Whichai Phochanakij
   รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
   Deputy Permanent Secretary



2 1 3

1. นางสาวอรุณี พูลแก้ว
Miss Arunee Poolkaew
หัวหน้าผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Chief Inspector General

2. นายวุฒิไกร ลีวีระพันธุ์
Mr. Vuttikrai Leewiraphan
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Inspector General

3. นางสาวรัตนา เธียรวิศิษฏ์สกุล
Miss Rattana Theanvisitsakool
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Inspector General



4 5 6

4. นายพิทักษ์ อุดมวิชัยวัฒน์
Mr. Pitak Udomwichaiwat
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Inspector General

5. นายสมศักดิ์ เกียรติชัยลักษณ์
Mr. Somsak Kiatchailak
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Inspector General

6. นายสมเด็จ สุสมบูรณ์
Mr. Somdet Susomboon
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Inspector General



2 3 1 4

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

2. **นายสุชาติ สินรัตน์**
Mr. Suchart Sinrat
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
Commercial Advisor

3. **นายสุพพัต อ่องแสงคุณ**
Mr. Supapat Ongsangkoon
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
Commercial Advisor

4. **นายสมบูรณ์ เฉยเจริญ**
Mr. Somboon Cheycharoen
ที่ปรึกษากฎหมาย (รักษาการ)
Legal Counsellor (Acting)



2 1 3

คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ณ นครเจนีวา

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

1. **นางสาวสุนันทา กังวาลกุลกิจ**
   Miss Sunanta Kangvalkulkij
   เอกอัครราชทูต
   Ambassador

2. **นายไพศาล หรูพาณิชย์กิจ**
   Mr. Paisan Rupanichkij
   อัครราชทูต (นักบริหารการทูต)
   Minister (Diplomacy)

3. **นางสาวปิยนารถ วัฒนาศิริ**
   Miss Piyanart Wattanasiri
   อัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์)
   Minister (Commercial)

DFT
กรมการค้าต่างประเทศ

กรมการค้าต่างประเทศ
Department of Foreign Trade

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นหน่วยงานหลักที่บริหารจัดการและอำนวยความสะดวกทางการค้าต่างประเทศ
ด้วยนวัตกรรมดิจิทัลภายใน 5 ปี (2564)

To be a leading organization in the application of digital innovation in providing the foreign trade administration and facilitation within 5 years. (2564)

พันธกิจ / MISSION

1. ยกระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยนวัตกรรมบริการที่มีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาศักยภาพการแข่งขันเชื่อมโยงกับระบบการค้าภูมิภาคและเวทีโลก
3. ปกป้องและรักษาผลประโยชน์สูงสุดทางการค้า

1. *To improve the effectiveness of our trade facilitation through digital innovation.*
2. *To achieve and maintain national trade competitiveness in the regional and global stage.*
3. *To protect and maximize national trade interests.*



2 4 1 3

1. นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์
Mr. Adul Chotinisakorn
อธิบดี
Director - General

2. นายกีรติ รัชโน
Mr. Keerati Rushchano
รองอธิบดี
Deputy Director - General

3. นายวันชัย วราวิทย์
Mr. Wanchai Varavithya
รองอธิบดี
Deputy Director - General

4. นางมนัสนิตย์ จิรวัฒน์
Mrs. Manatsanith Jirawat
รองอธิบดี
Deputy Director - General

กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

วิสัยทัศน์ VISION

เศรษฐกิจการค้าในประเทศมีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ขยายตัวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

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

พันธกิจ MISSION

1. ส่งเสริมและพัฒนาสินค้า ระบบและกลไกการตลาด เพื่อสร้างโอกาสและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ
2. ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น
3. ดูแลราคา ปริมาณ และการแข่งขันในสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นธรรม
4. พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดให้เทียบเท่าสากลและเป็นผู้นำในอาเซียน
5. เสริมสร้างความรู้ให้แก่ประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง
6. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยี
7. บริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพบนหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

1. *Promote and develop goods and services as well as market mechanism to create opportunities for and enhance competitiveness of farmers, farmers' institution, local communities' enterprises and business operators.*
2. *Promote and enhance farmers, farmers' institution and local communities' enterprises to be smart entrepreneurs that could strengthen the local economy.*
3. *Ensure reasonable price and quantity and promote fair trade competition of goods and services.*
4. *Develop legal metrology in compliance with international standards to becoming the leading agency in the ASEAN region.*
5. *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.*
6. *Promote value creation on goods and services through innovation and technology.*
7. *Ensure greater efficiency in organization management in accordance with the principles of good governance and the technological changes.*

www.dit.go.th Hotline 1569



4 1 3 2

1. นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร
Mr. Boonyarit Kalayanamit
อธิบดี
Director - General

2. นางสาวสุทัศนีย์ ราชเรืองระบิน
Miss Suthatsanee Rajruangrabin
รองอธิบดี
Deputy Director - General

3. นายฉัตรชัย ศักดิ์ศิลปชัย
Mr. Chatchai Saksilapachai
รองอธิบดี
Deputy Director - General

4. นายประโยชน์ เพ็ญสุต
Mr. Prayoth Benyasut
รองอธิบดี
Deputy Director - General

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
Department of Trade Negotiations

วิสัยทัศน์ / VISION

ขับเคลื่อนการเจรจาการค้าเชิงรุกเพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศ

Proactive negotiation for maximum benefit to Thailand.

พันธกิจ / MISSION

1. เจรจาขยายโอกาสทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างเป็นรูปธรรม และปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ
2. สร้างพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน
3. มุ่งประสิทธิผลในการบริหารจัดการองค์การโดยให้สอดคล้องกับวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

1. *Engage in negotiations to expand economic and trade opportunities and protect national interests.*
2. *Form alliances and increase participation of all stakeholders.*
3. *Perform effective organizational management in line with the good governance principles.*



2 1 3

1. นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม
Mrs. Auramon Supthaweethum
อธิบดี
Director - General

2. นายรณรงค์ พูลพิพัฒน์
Mr. Ronnarong Phoolpipat
รองอธิบดี
Deputy Director - General

3. นางสาวเก็จพิรุณ เกาะสุวรรณ์
Miss Kejpiroon Kohsuwan
รองอธิบดี
Deputy Director - General

กรมทรัพย์สินทางปัญญา
Department of Intellectual Property

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นหน่วยงานให้บริการด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่สะดวกรวดเร็ว เป็นมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

Providing convenient, efficient and internationally comparable intellectual property services which in turn enhance competitiveness of the country.

พันธกิจ / MISSION

1. จดทะเบียน คุ้มครอง และปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศ
2. ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

1. *Registering and protecting intellectual property both in Thailand and abroad.*
2. *Promoting the creation and the effective management and commercial exploitation of intellectual property.*



2 1 3 4

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

2. นางสาววันเพ็ญ นิโครวนจำรัส
Miss Wanpen Nicrovanachumrus
รองอธิบดี
Deputy Director - General

3. นายดิเรก บุญแท้
Mr. Direk Boontae
รองอธิบดี
Deputy Director - General

4. นางสาวนุสรา กาญจนกูล
Miss Nusara Kanjanakul
รองอธิบดี
Deputy Director - General

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Department of Business Development

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นผู้ให้บริการด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบภายใน 5 ปี และมุ่งมั่นพัฒนา SME ให้ขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

To become a state agency capable of delivering fully electronic-based services within 5 years and to steer SME sector forward based on knowledge and innovation

พันธกิจ / MISSION

1. บริการจดทะเบียนและข้อมูลธุรกิจ ถูกต้อง รวดเร็ว โปร่งใส
2. สร้างธรรมาภิบาลธุรกิจ
3. พัฒนาธุรกิจไทยให้เข้มแข็งแข่งขันได้

1. *Delivering business registration and information services in a timely, accurate and transparent manner*
2. *Building corporate governance*
3. *Strengthening competitiveness of Thai businesses*



3 1 2 4

1. นางกุลณี อิศดิศัย
Mrs. Kulanee Issadisai
อธิบดี
Director - General

2. นางลลิดา จิวะนันทประวัต
Mrs. Lalida Jivanantaprava
รองอธิบดี
Deputy Director - General

3. นายสาโรจน์ สุวัตถิกุล
Mr. Sarote Suwattigul
รองอธิบดี
Deputy Director - General

4. นายสำรวย แดงด้วง
Mr. Samruay Daengduang
รองอธิบดี
Deputy Director - General

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Department of International Trade Promotion

วิสัยทัศน์ / VISION

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชีย ภายในปี 2564

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

พันธกิจ / MISSION

1. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ
2. ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย
3. ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย
4. ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง

1. *Increasing the competitiveness of Thai entrepreneurs in international trade*
2. *Expanding markets for Thai products and services*
3. *Promoting value creation for Thai products and services*
4. *Continuously increasing the quality of services towards excellence*

www.ditp.go.th Hotline 1169



2 1 3

1. นางจันทิรา ยิมเรวัต วิวัฒน์รัตน์
Mrs. Chantira Jimreivat Vivatrat
อธิบดี
Director - General

2. นางวรรณภรณ์ เกตุทัต
Mrs. Vannaporn Ketudat
รองอธิบดี
Deputy Director - General

3. นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
Mr. Phusit Ratanakul Sereroengrit
รองอธิบดี
Deputy Director - General

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นองค์กรหลักในการชี้นำเศรษฐกิจการค้าไทย เพื่อก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ ให้เติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

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 / MISSION

1. บูรณาการ จัดทำ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าแห่งชาติให้มีทิศทางชัดเจนเป็นเอกภาพ
2. ศึกษา วิเคราะห์ ติดตาม และรายงานสถานการณ์ทางการค้าที่สำคัญ
3. จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ
4. เป็นศูนย์กลางระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้าอัจฉริยะ

1. *Integrate, formulate and drive forward Thailand's trade strategies*
2. *Study, analyze, monitor and report trade situations*
3. *Establish and develop economic indicators*
4. *Serve as the center for economic and trade intelligence system*

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



1 2

1. นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร
Miss Pimchanok Vonkorpon
ผู้อำนวยการ
Director - General

2. นางสุรีย์พร สหวัฒน์
Mrs. Sureeporn Sahawat
รองผู้อำนวยการ
Deputy Director - General

องค์การคลังสินค้า
Public Warehouse Organization

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านการบริหารจัดการคลังสินค้า การค้าและบริการสินค้าเกษตรด้วยความมุ่งมั่นตามหลักธรรมาภิบาล

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

พันธกิจ / MISSION

1. ดำเนินธุรกิจคลังสินค้า การค้า และธุรกิจบริการสินค้าเกษตรด้วยมาตรฐานอย่างมืออาชีพ เป็นธุรกิจหลัก รวมทั้งการให้บริการโลจิสติกส์ และธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า
2. พัฒนาระบบบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง ให้มีมาตรฐานสากลและสอดคล้องตรงตามความต้องการของลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
3. มุ่งเน้นการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง สร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม และพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. บริหารจัดการงานนโยบายรัฐ เพื่อรักษาสมดุลทั้งปริมาณ และราคาสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความโปร่งใส

1. *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.*
2. *To continually develop management systems and achieve international standards meeting customer and stakeholder needs.*
3. *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.*
4. *To manage work in compliance with government policies in order to effectively and transparently maintain balance in the amount and price of goods.*

www.pwo.co.th Tel. 0-2507-5222



3 1 2 4

1. นางอินทิรา โภคปุณยารักษ์
Mrs. Intira Phokpoonyarak
ผู้อำนวยการ
President

2. นายไพศาล เตี๋ยวงษ์สุวรรณ์
Mr. Paisal Tiavongsuvan
รองผู้อำนวยการ
Executive Vice President

3. นางสาวพรรณทิพย์ โรจน์พิพัฒนกุล
Miss Puntip Rojpipattanakul
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ
Vice President

4. นางสาววาสนา เตชะกิตติชจร
Miss Wasana Teachakittikajorn
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ
Vice President

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

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

วิสัยทัศน์ VISION

เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าศิลปหัตถกรรมไทย รวมทั้งต่อยอดเชิงพาณิชย์สู่สากล เพื่อให้ชุมชนกินดีอยู่ดีอย่างยั่งยืน

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

พันธกิจ MISSION

1. ดำเนินการบริหารจัดการให้มีการแสดง การประกวด หรือจำหน่ายศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ การพัฒนารูปแบบ และการบรรจุผลิตภัณฑ์
3. ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาด การขยายตลาด ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
4. ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงและสนับสนุนระหว่างอุตสาหกรรมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ตลอดจนผสมผสานหรือประยุกต์เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาฝึกอบรมการบริหาร จัดการ การผลิต การบริหารงานบุคคล การเงิน และการตลาด
6. ดำเนินการสนับสนุนด้านลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ

1. To organize the contests and sale of local arts and crafts products.
2. 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.
3. To promote and support their marketing activities and the expansion of their local and international markets.
4. 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.
5. To develop training plans in terms of production, personnel and marketing management.
6. To provide support to and encourage the observance of the intellectual property rights of all types.

www.sacict.or.th Call Center 1289 www.facebook.com/sacict



1 2

1. นางอัมพวัน พิชาลัย

Mrs. Amparwon Pichalai

ผู้อำนวยการ

Chief Executive Officer

2. นางสาวแสงระวี สิงหวิบูลย์

Miss Saengrawee Singhawiboon

รองผู้อำนวยการ

Deputy Chief Executive Officer

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)

วิสัยทัศน์ / VISION

เป็นองค์กรมืออาชีพที่ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ในปี 2564

To be an accomplished professional organization driving Thailand toward becoming the world's gem and jewelry trading hub in 2021

พันธกิจ / MISSION

เป็นสถาบันหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก มีหน้าที่ ดังนี้

1. วิเคราะห์ ตรวจสอบ จัดระดับชั้น สร้างมาตรฐานและรับรองคุณภาพสินค้าอัญมณี เครื่องประดับ และโลหะมีค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นคุณภาพของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ
2. วิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร และสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
3. พัฒนาคุณภาพบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ
4. จัดทำฐานข้อมูลด้านการตลาดอัญมณีเครื่องประดับเชิงลึก เพื่อเผยแพร่แก่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ
5. เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อยกระดับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสู่สากล

To be the major institute promoting and supporting Thai gem and jewelry business so that it can compete in the world's markets, with the following duties:

1. *To analyze, examine, classify, create standards and certify the quality of gem and jewelry as well as precious metals, in order to build up confidence in the quality of Thai gem and jewelry in such a way that it is accepted internationally.*
2. *To conduct research and develop gem and jewelry in full scale and to be in line with the needs of the gem and jewelry business.*
3. *Develop the quality of personnel in response the needs of the industry.*
4. *To prepare in-depth database of gem and jewelry marketing and publicize such among the gem and jewelry business circle.*
5. *Act as the center in coordinating a cooperation between the government and the private sectors domestically and abroad in order to upgrade the Thai gem and jewelry business to the international forefront level.*

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



2 1

1. นางดวงกมล เจียมบุตร

Mrs. Duangkamol Jiambutr

ผู้อำนวยการ

Director

2. นายบุญทวี ศรีประเสริฐ

Mr. Boontawee Sriprasert

รองผู้อำนวยการสถาบันด้านเทคนิค

Deputy Director of Gem and Precious Metal Technique

หน่วยงานส่วนภูมิภาค
Provincial Offices

สำนักงานพาณิชย์จังหวัด Provincial Office of Commercial Affairs

ภาคเหนือ / The North

| เชียงราย
ศาลากลางจังหวัดเชียงราย ชั้น 3
632 ม.3 ต.ริมกก อ.เมือง
จ.เชียงราย 57100
Tel: 0-5315-0200-1, 0-5315-0196, 0-5374-4115
Fax: 0-5317-7349
E-mail: cr4@moc.go.th

| เชียงใหม่
ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่
ศาลากลาง ชั้น 2 อาคารอำนวยการ
ถ.โชตนา ต.ช้างเผือก อ.เมือง
จ.เชียงใหม่ 50300
Tel: 0-5311-2668-9
Fax: 0-5311-2670
E-mail: cm_ops@moc.go.th

| กำแพงเพชร
ศูนย์ราชการจังหวัดกำแพงเพชร ชั้น 1
ถ.กำแพงเพชร-สุโขทัย ต.หนองปลิง
อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000
Tel: 0-5570-5019-20
Fax: 0-5570-5021
E-mail: kp_ops@moc.go.th

| ตาก
เลขที่ 82/2 ถ.มหาดไทยบำรุง
อ.เมือง จ.ตาก 63000
Tel: 0-5551-1049, 0-5551-3410
Fax: 0-5551-3228
E-mail: tk_ops@moc.go.th

| น่าน
เลขที่ 4/16 ถ.รอบกำแพงเมือง
ทิศตะวันตก ต.ในเวียง อ.เมือง
จ.น่าน 55000
Tel: 0-5477-1655
Fax: 0-5477-1654
E-mail: nn_ops@moc.go.th

| พะเยา
เลขที่ 97 ม.11
ศูนย์ราชการจังหวัดพะเยา
ต.บ้านต๋อม อ.เมืองพะเยา
จ.พะเยา 56000
Tel: 0-5443-1636
Fax: 0-5448-1753
E-mail: py_ops@moc.go.th

| พิจิตร
เลขที่ 29/27 ถ.คลองคะเชนทร์
ต.ในเมือง อ.เมืองพิจิตร
จ.พิจิตร 66000
Tel: 0-5699-0380
Fax: 0-5699-0379
E-mail: pi_ops@moc.go.th

| พิษณุโลก
เลขที่ 14 ถ.จ่านกร้อง
ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.พิษณุโลก 65000
Tel: 0-5524-2909, 0-5523-1037, 0-5525-2051
Fax: 0-5524-3033, 0-5525-2680
E-mail: pl_ops@moc.go.th

| ลำพูน
เลขที่ 218 ถ.วัดพระยืน ต.เวียงยอง
อ.เมือง จ.ลำพูน 51000
Tel: 0-5351-1184, 0-5351-2003
Fax: 0-5351-2004
E-mail: ln4@moc.go.th

| อุตรดิตถ์
เลขที่ 168 ม.3 ต.ป่าเซ่า อ.เมือง
อุตรดิตถ์ จ.อุตรดิตถ์ 53000
Tel: 0-5581-7742, 0-5581-7746, 0-5581-7567
Fax: 0-5581-7742, 0-5581-7567
E-mail: ut4@moc.go.th

| นครสวรรค์
เลขที่ 400/65 ถ.สวรรค์วิถี
ต.นครสวรรค์ตก อ.เมืองนครสวรรค์
จ.นครสวรรค์ 60000
Tel: 0-5622-1104, 0-5622-1312
Fax: 0-5622-6689
E-mail: nw_ops@moc.go.th

| เพชรบูรณ์
เลขที่ 193 ม.11 ถ.สระบุรี-หล่มสัก
ต.สะเดียง อ.เมืองเพชรบูรณ์
จ.เพชรบูรณ์ 67000
Tel: 0-5673-7045, 0-5673-7049
Fax: 0-5673-7046
E-mail: pc_ops@moc.go.th, pc_ops@hotmail.com, phetchabunmoc@gmail.com



| แพร่
เลขที่ 35 ถ.เจริญเมือง อ.เมือง
จ.แพร่ 54000
Tel: 0-5451-1118, 0-5452-2806,
0-5452-4595
Fax: 0-5452-2015
E-mail: pr_ops@moc.go.th

| แม่ฮ่องสอน
เลขที่ 122/10 ถ.ขุนลุมประพาส
ต.จองคำ อ.เมือง
จ.แม่ฮ่องสอน 58000
Tel: 0-5361-1376, 0-5361-1639
Fax: 0-5361-1638
E-mail: ms4@moc.go.th,
ms_ops@moc.go.th

| ลำปาง
ศาลากลางจังหวัดลำปาง ชั้น 2
ถ.วชิราวุธดำเนิน ต.พระบาท
อ.เมือง จ.ลำปาง 52000
Tel: 0-5426-5022
Fax: 0-5426-5024
E-mail: lp_ops@moc.go.th

| สุโขทัย
เลขที่ 9 ถ.ศรีอินทราทิตย์ ต.ธานี
อ.เมืองสุโขทัย จ.สุโขทัย 64000
Tel: 0-5561-3536, 0-5561-1785
Fax: 0-5561-3038
E-mail: sy_ops@moc.go.th

| อุทัยธานี
เลขที่ 129 ม.3 ถ.อุทัยธานี-หนองฉาง
ต.น้ำซึม อ.เมืองอุทัยธานี
จ.อุทัยธานี 61000
Tel: 0-4525-4855, 0-5697-0144-5
Fax: 0-4524-4318, 0-5697-0146
E-mail: un_ops@moc.go.th

ภาคกลาง / The Central

| จันทบุรี
เลขที่ 1162/2 ถ.ท่าแฉลบ ต.ตลาด
อ.เมืองจันทบุรี จ.จันทบุรี 22000
Tel: 0-3931-1357
Fax: 0-3932-2026
E-mail: jr_ops@moc.go.th

| กาญจนบุรี
เลขที่ 100/38 ถ.แม่น้ำแม่กลอง
ต.ปากแพรก อ.เมือง
จ.กาญจนบุรี 71000
Tel: 0-3456-4292-3
Fax: 0-3456-4293
E-mail: kj_ops@moc.go.th

| ฉะเชิงเทรา
เลขที่ 30-30/1 ถ.หน้าเมือง
ต.หน้าเมือง อ.เมือง
จ.ฉะเชิงเทรา 24000
Tel: 0-3851-1400
Fax: 0-3851-1400
E-mail: cc_ops@moc.go.th

| ชลบุรี
เลขที่ 43/16 ถ.โรงพยาบาลเก่า
ต.บางปลาสร้อย อ.เมือง
จ.ชลบุรี 20000
Tel: 0-3827-7217
Fax: 0-3827-4279
E-mail: cb_ops@moc.go.th

| ชัยนาท
เลขที่ 116 ถ.คันกั้นน้ำชลประทาน 3
ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท 17000
Tel: 0-5641-1069, 0-5641-2507
Fax: 0-5641-1630
E-mail: cn_ops@moc.go.th

| ตราด
เลขที่ 322/1 ม.5 ถ.ดอนจวน-บ้านล่าง
ต.หนองเสม็ด อ.เมืองตราด
จ.ตราด 23000
Tel: 0-3951-1283
Fax: 0-3952-0231
E-mail: tr_ops@moc.go.th

| นครนายก
เลขที่ 182/87 ม.1 ต.ท่าช้าง
อ.เมือง จ.นครนายก 26000
Tel: 0-3731-2707, 0-3731-3106
Fax: 0-3731-1016
E-mail: ny_ops@moc.go.th

| นครปฐม
เลขที่ 99 ม.6 ชั้น 5 ศาลากลางจังหวัด
ถ.ศูนย์ราชการ ต.ถนนขาด อ.เมือง
จ.นครปฐม 73000
Tel: 0-3434-0053-4
Fax: 0-3434-0055
E-mail: nt_ops@moc.go.th

| ปราจีนบุรี
ศาลากลางจังหวัด ชั้น 1 ต.ไม้เค็ด
อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25230
Tel: 0-3745-4062-4
Fax: 0-3745-4063
E-mail: prachinburimoc@gmail.com
pj_ops@moc.go.th

| เพชรบุรี
เลขที่ 263 ม.2 ถ.คีรีรัถยา ต.ธงชัย
อ.เมืองเพชรบุรี จ.เพชรบุรี 76000
Tel: 0-3242-4208, 0-3240-0771,
0-3240-1391
Fax: 0-3242-4207, 0-3240-0772,
0-3240-1201
E-mail: pb_ops@moc.go.th,
pb_ops@hotmail.com,
phetchaburi.moc@gmail.com

| ระยอง
อาคารสำนักงานพาณิชย์จังหวัดระยอง
ศูนย์ราชการจังหวัดระยอง ถ.สุขุมวิท
ต.เนินพระ อ.เมือง จ.ระยอง 21150
Tel: 0-3869-4044-6
Fax: 0-3869-4047
E-mail: ry_ops@moc.go.th

| นนทบุรี
เลขที่ 15 ซ.รัตนาธิเบศร์ 6 ต.บางกระสอ
อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
Tel: 0-2591-7880, 0-2591-6936
Fax: 0-2580-9333
E-mail: nb4@moc.go.th

| ปทุมธานี
เลขที่ 35/2 ม.1 ถ.รังสิต-ปทุมธานี
ต.บ้างกลาง อ.เมือง จ.ปทุมธานี 12000
Tel: 0-2567-0224, 0-2567-4321
Fax: 0-2567-0234
E-mail: pt4@moc.go.th

| ประจวบคีรีขันธ์
เลขที่ 61 ถ.สุขใจ ต.ประจวบคีรีขันธ์
อ.เมือง จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77000
Tel: 0-3261-1380
Fax: 0-3261-1972
E-mail: pk_ops@moc.go.th

| พระนครศรีอยุธยา
ศูนย์ราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ต.คลองสวนพลู อ.พระนครศรีอยุธยา
จ.พระนครศรีอยุธยา 13000
Tel: 0-3533-6525-7
Fax: 0-3533-6526
E-mail: ay_ops@moc.go.th

| ราชบุรี
เลขที่ 45 ถ.อำเภอ ต.หน้าเมือง
อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000
Tel: 0-3233-8995, 0-3232-5867
Fax: 0-3233-7106
E-mail: rb_ops@moc.go.th

| อ่างทอง
เลขที่ 22/1 ม.2 ถ.โพธิ์พระยา-ท่าเรือ
ต.ศาลาแดง อ.เมืองอ่างทอง
จ.อ่างทอง 14000
Tel: 0-3561-1774, 0-3561-2774
Fax: 0-3561-2774, 0-3561-1774
E-mail: at_ops@moc.go.th

| สมุทรสาคร
เลขที่ 1092/90 ก-ข ถ.เอกชัย
อ.เมืองฯ จ.สมุทรสาคร 74000
Tel: 0-3442-6092
Fax: 0-3441-1718
E-mail: sm_ops@moc.go.th

| ลพบุรี
เลขที่ 2/3 ถ.พหลโยธิน ต.ทะเลชุบศร
อ.เมือง จ.ลพบุรี 15000
Tel: 0-3642-1669, 0-3641-1992
Fax: 0-3642-1668
E-mail: lb_ops@moc.go.th

| สมุทรปราการ
เลขที่ 3/1 ซ.ศรีวิทยานอก
ถ.ศรีสมุทร ต.ปากน้ำ
อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270
Tel: 0-2395-1148
Fax: 0-2389-5961
E-mail: sp_ops@moc.go.th

| สมุทรสงคราม
เลขที่ 92/11 ม.1 ต.ลาดใหญ่
อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม 75000
Tel: 0-3471-5537-8
Fax: 0-3471-1495
E-mail: ss_ops@moc.go.th

| สระแก้ว
ศาลากลางจังหวัดสระแก้ว ชั้น 1
ถ.สุวรรณศร ต.ท่าเกษม อ.เมือง
จ.สระแก้ว 27000
Tel: 0-3742-5011-3
Fax: 0-3742-5012
E-mail: sa4@moc.go.th

| สระบุรี
เลขที่ 549/1 ถ.พิชัยรณรงค์สงคราม
ต.ปากเพรียว อ.เมือง
จ.สระบุรี 18000
Tel: 0-3622-2223, 0-3621-1763,
0-3621-1347
Fax: 0-3622-2223, 0-3621-1763
E-mail: sb_ops@moc.go.th

| สิงห์บุรี
บริเวณศูนย์ราชการจังหวัดสิงห์บุรี
ถ.สิงห์บุรี-บางพาน อ.เมือง
จ.สิงห์บุรี 16000
Tel: 0-3650-7193
Fax: 0-3650-7196
E-mail: si_ops@moc.go.th

| สุพรรณบุรี
เลขที่ 9/9 ม.4 ถ.มาลัยแมน-บางลี่
ต.รั้วใหญ่ อ.เมืองสุพรรณบุรี
จ.สุพรรณบุรี 72000
Tel: 0-3555-5696
Fax: 0-3555-5477
E-mail: sr_ops@moc.go.th

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / The Northeast

| กาฬสินธุ์
เลขที่ 3/3 ถ.เลี่ยงเมืองทุ่งมน
ต.กาฬสินธุ์ อ.เมือง
จ.กาฬสินธุ์ 46000
Tel: 0-4381-1631
Fax: 0-4381-2524
E-mail: ks_ops@moc.go.th

| ขอนแก่น
เลขที่ 4/1 ถ.หน้าศูนย์ราชการ
ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.ขอนแก่น 40000
Tel: 0-4323-6571
Fax: 0-4324-4075
E-mail: kk_ops@moc.go.th

| ชัยภูมิ
เลขที่ 275 ถ.องค์การฯ สาย 2
ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.ชัยภูมิ 36000
Tel: 0-4481-1598
Fax: 0-4482-1409
E-mail: cy_ops@moc.go.th

| นครพนม
เลขที่ 213/1 ถ.อภิบาลบัญชา
ต.ในเมือง อ.เมืองนครพนม
จ.นครพนม 48000
Tel: 0-4251-1117
Fax: 0-4251-2826
E-mail: np_ops@moc.go.th

| นครราชสีมา
เลขที่ 624/7-8 ถ.ช้างเผือก
ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.นครราชสีมา 30000
Tel: 0-4424-2172, 0-1124-6247
Fax: 0-4425-9463
E-mail: nm_ops@moc.go.th

| บึงกาฬ
ศาลากลางจังหวัดบึงกาฬ ชั้น 4
ต.บึงกาฬ อ.เมืองบึงกาฬ
จ.บึงกาฬ 38000
Tel: 0-4249-2528, 0-4249-1232,
0-4249-1691
Fax: 0-4249-2530, 0-4249-1511
E-mail: bk_ops@moc.go.th

| มหาสารคาม
เลขที่ 19 ซ.21 ถ.มหาชัยดำริห์
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000
Tel: 0-4371-1073, 0-4374-0052
Fax: 0-4372-2037
E-mail: mh_ops@moc.go.th

| เลย
เลขที่ 302/9 ถ.เลย-เชียงคาน
ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000
Tel: 0-4281-1163, 0-4281-4344
Fax: 0-4281-2612
E-mail: ly_ops@moc.go.th

| มุกดาหาร
ศูนย์ราชการจังหวัดมุกดาหาร
ถ.วิวิธสุรการ ต.มุกดาหาร
อ.เมืองมุกดาหาร จ.มุกดาหาร 49000
Tel: 0-4261-1575
Fax: 0-4261-1756
E-mail: mb_ops@moc.go.th

| ร้อยเอ็ด
เลขที่ 58 ถ.รัฐกิจไคลคลา ต.ในเมือง
อ.เมืองร้อยเอ็ด จ.ร้อยเอ็ด 45000
Tel: 0-4351-1735, 0-4351-2515,
0-4351-3797
Fax: 0-4351-3735
E-mail: ro_ops@moc.go.th

| ศรีสะเกษ
เลขที่ 428/4 ถ.ขุนอำไพอุทิศ
อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000
Tel: 0-4561-1485, 0-4561-6271
Fax: 0-4561-2648
E-mail: sk_ops@moc.go.th

| สกลนคร
เลขที่ 4/4 ถ.ใสสว่าง ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร 47000
Tel: 0-4271-1277, 0-4271-1036
Fax: 0-4271-3241
E-mail: sa_ops@moc.go.th
sa_moc@hotmail.com

| สุรินทร์
เลขที่ 15 ถ.เทศบาล 4 ต.ในเมือง
อ.เมืองสุรินทร์ จ.สุรินทร์ 32000
Tel: 0-4451-1384, 0-4453-1440
Fax: 0-4451-4994
E-mail: su_ops@moc.go.th

| หนองบัวลำภู
อาคารศูนย์ราชการศาลากลางจังหวัด
หนองบัวลำภู ชั้น 1 ถ.หนองบัวลำภู-
เลย ต.ลำภู อ.เมือง จ.หนองบัวลำภู
39000
Tel: 0-4231-2017-8
Fax: 0-4231-2017
E-mail: ng_ops@moc.go.th

| อำนาจเจริญ
อาคารศาลากลางจังหวัดอำนาจเจริญ
ชั้น 1 ต.โนนหนามแท่ง
อ.เมืองอำนาจเจริญ
จ.อำนาจเจริญ 37000
Tel: 0-4552-3051-3
Fax: 0-4552-3053
E-mail: aj_ops@moc.go.th

| บุรีรัมย์
เลขที่ 67/22 ถ.หลักเมือง ต.ในเมือง
อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000
Tel: 0-4461-1016
Fax: 0-4461-3473
E-mail: br_ops@moc.go.th

| ยโสธร
เลขที่ 125 ม.5 ถ.แจ้งสนิท
ต.สำราญ อ.เมือง จ.ยโสธร 35000
Tel: 0-4558-6063, 0-4558-6066
Fax: 0-4558-6067
E-mail: ys_ops@moc.go.th

| หนองคาย
ศูนย์ราชการจังหวัดหนองคาย
ต.หนองกอมเกาะ อ.เมือง
จ.หนองคาย 43000
Tel: 0-4241-1561
Fax: 0-4241-1561 ต่อ 22
E-mail: nk_ops@moc.go.th

| อุดรธานี
เลขที่ 17-18 ถ.สี่ศรัทธา
ต.หมากแข้ง จ.อุดรธานี 41000
Tel: 0-4224-1287, 0-4224-1749,
0-4224-7324 , 0-4222-1539,
042-221785
Fax: 0-4224-1690, 0-4224-5345,
042-247324
E-mail: ud_ops@moc.go.th

| อุบลราชธานี
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี
ถ.อุปราช ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
Tel: 0-4525-4855, 0-4524-4771
Fax: 0-4524-4318
E-mail: ub_ops@moc.go.th

ภาคใต้ / The South

| กระบี่
เลขที่ 99/1 ถ.ศรีตรัง ต.กระบี่ใหญ่
อ.เมือง จ.กระบี่ 81000
Tel: 0-7566-3340-2
Fax: 0-7566-3339
E-mail: kb_ops@moc.go.th

| ชุมพร
ศาลากลางจังหวัดชุมพร ชั้น 3
ถ.ไตรรัตน์ ต.นาชะอัง อ.เมืองชุมพร
จ.ชุมพร 86000
Tel: 0-7763-0621
Fax: 0-7763-0622
E-mail: cp_ops@moc.go.th

| ตรัง
เลขที่ 28 ถ.วิเศษกุล ตำบลทับเที่ยง
อ.เมือง จ.ตรัง 92000
Tel: 0-7521-1488
Fax: 0-7521-1490
E-mail: tg_ops@moc.go.th

| นครศรีธรรมราช
เลขที่ 86 ม.9 ถ.มะขามชุม ต.นาเคียน
อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000
Tel: 0-7535-6069
Fax: 0-7534-4215
E-mail: ns_ops@moc.go.th

| นราธิวาส

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนราธิวาส
ถ.วรคามพิพิธ ต.บางนาค
อ.เมืองนราธิวาส จ.นราธิวาส 96000
Tel: 0-7351-1098, 0-7351-2719
Fax: 0-7351-2718
E-mail: nr_ops@moc.go.th

| พัทลุง

เลขที่ 18/1 ถ.ไชยบุรี ต.คูสวรรค์
อ.เมือง จ.พัทลุง 93000
Tel: 0-7461-3151
Fax: 0-7461-2414
E-mail: pt_ops@moc.go.th

| ปัตตานี

เลขที่ 12 ซ.5 ถ.เจริญประดิษฐ์
ต.สะบารัง อ.เมือง จ.ปัตตานี 94000
Tel: 0-7333-5158, 0-7334-9605,
0-7334-9043
Fax: 0-7333-1882
E-mail: pn_ops@moc.go.th
pn_comof@hotmail.com

| พังงา

เลขที่ 647/1 ถ.เพชรเกษม ต.ท้ายช้าง
อ.เมือง จ.พังงา 82000
Tel: 0-7648-1743
Fax: 0-7648-1741
E-mail: pg_ops@moc.go.th

| ภูเก็ต

เลขที่ 1/1 ถ.มนตรี ต.ตลาดใหญ่
อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
Tel: 0-7621-2017
Fax: 0-7622-1065
E-mail: pu_ops@moc.go.th

| ยะลา

อาคารสำนักงานพาณิชย์จังหวัดยะลา
ศาลากลางจังหวัดยะลา ต.สะเตง
อ.เมือง
จ.ยะลา 95000
Tel: 0-7321-2018
Fax: 0-7321-1706
E-mail: ya_ops@moc.go.th

| ระนอง

เลขที่ 15/16 ถ.ลุวัง ต.เขานิเวศน์
อ.เมือง จ.ระนอง 85000
Tel: 0-7781-1371
Fax: 0-7781-2336
E-mail: rn_ops@moc.go.th

| สงขลา

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา
ถ.สงขลา-นาทวี อ.เมือง
จ.สงขลา 90000
Tel: 0-7431-1422
Fax: 0-7432-4238
E-mail: si4_ops@moc.go.th

| สตูล

เลขที่ 4 ถ.บุรีวานิช ต.พิมาน
อ.เมืองสตูล จ.สตูล 91000
Tel: 0-7471-1126
Fax: 0-7472-1359
E-mail: st_ops@moc.go.th

| สุราษฎร์ธานี

เลขที่ 27/8 ถ.ตลาดใหม่ ต.ตลาด
อ.เมืองสุราษฎรธานี
จ.สุราษฎร์ธานี 84000
Tel: 0-7727-2503, 0-7728-1328
Fax: 0-7728-5150
E-mail: sn_ops@moc.go.th

คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลก และองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก

The Permanent Mission of Thailand to the World Trade Organization and the World Intellectual Property Organization

คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (คผท.)

ICC Building, Block G 20
Route de Pre-Bois, Cointrin
Case Postale 1848 1215
Geneva 15, Switzerland
Tel: +4122 929 5200
Fax: +4122 791 0166
E-mail: thaicom@iol.cz

สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน

Office of commercial Affairs,
Royal Thai Embassy
1024 Wisconsin Avenue, N.W.,
Suite 202 Washington,
DC 20007, U.S.A.
Tel: +1 202 467 6790-1
Fax: +1 202 429 2949
E-mail: oca@commercethaiusa.org

สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงบรัสเซลส์

188 Avenue Franklin
Roosevelt 1050 Brussels
Belgium
Tel: 32.2.674 7310
Fax: 32.2.673 4425
E-mail: admin@thaicommerce.be

สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง

21 Guanghua Road, Chaoyang
District, Beijing, 100600
PR. China
Tel: +(8610) 8531 8776,
+(8610) 8531 8772-74
Fax: +(8610) 8531 8788
E-mail: office@thaicombj.org.cn



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
Office of International Trade Promotion (Overseas Office)



EUROPE

POLAND

| WARSAW

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Warsaw ul.
Grzybowska 12/14 apt, 2800-132
Warsaw, POLAND
Tel: +48-22-620-1508
Fax: +48-22-890-0931
E-mail: info@ttcw.pl
Director: Mr. Pisai Piriyastit

CZECH REPUBLIC

| PRAGUE

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, (Thai Trade Center)
Holeckova 29, 150 95 Praha 5,
Smichov, Prague, CZECH REPUBLIC
Tel: +420-2-5732-3030, 5732-5867,
5732-5882
Fax: +420-2-5732-7555
E-mail: thaicom@iol.cz
Director: Ms. Yossawadee Kaevatana

HUNGARY

| BUDAPEST

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Budapest
Vend Utca 26, 1st Floor Budapest
1025, HUNGARY
Tel: +36-1-212-2738, 225-1369
Fax: +36-1-212-2736
E-mail: thaitradebudapest@
Director: Mrs. Prapa Vijaykadga

DENMARK

| COPENHAGEN

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy Hellerupvej 76,
2900 Hellerup, DENMARK
Tel: +45-3962-6999
Fax: +45-3962-6099
E-mail: ditp@thaicom.dk
Director: Miss Tapanee Pharnusopon

THE NETHERLANDS

| HAGUE

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, WTC The Hague,
Tower C, Unit 11.01-B Prinses
Beatrixlaan 582, 2595 BM The Hague,
NETHERLANDS
Tel: +31-70-345-5444
Fax: +31-70-346-1005
E-mail: info@thaitradehague.com
Director: Mr. Nissana Thaveepanit

FRANCE

| PARIS

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 8 Rue Greuze,
75116 Paris, FRANCE
Tel: +33-1-5690-1212
Fax: +33-1-5690-1213
E-mail: thaitradeparis@orange.fr
Director: Mrs. Ponpimon Petcharakul

GERMANY

| BERLIN

Commercial Affairs Division,
Royal Thai Embassy, Berlin Petzower
Street 1, 14109 Berlin, GERMANY
Tel: +49-30-8050-040
Fax: +49-30-8050-0451
E-mail: thaicom.berlin@t-online.de
Director: Mr. Virajit Suwanpradith

| FRANKFURT

Royal Thai Consulate-General,
Commercial Section, Bethmannstr. 58
(3rd floor), 60311 Frankfurt am Main,
GERMANY
Tel: +49-69-2549-4640
Fax: +49-69-2549-4642
E-mail: info@thaitradefrankfurt.de
Director: Miss Pitinun Samanvorawong

SPAIN

| MADRID

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Calle de Segre 29,
2A 28002 Madrid, SPAIN
Tel: +34-91-563-0190, 563-0196
Fax: +34-91-563-8090
E-mail: info@thaitradespain.com
Director: Miss Triyaporn Boonsiriya

UNITED KINGDOM

| LONDON

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, London
11 Hertford Street, Mayfair, London,
W1J 7RN, UNITED KINGDOM
Tel: +44-20-7493-5749
Fax: +44-20-7493-7416
E-mail: info@thaitradelondon.com
Director: Ms. Supawadee Yamgamol

ITALY

| MILAN

Thai Trade Center, Milano Via
A. Albricci, 8 20122 Milano, ITALY
Tel: +39-02-8901-1467
Fax: +39-02-8901-1478
E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com
Director: Mrs. Kornkamol Anekamai

AUSTRIA

| VIENNA

Office of Commercial Affairs, Royal Thai
Embassy, Kopalgasse
47, A-1110, Wien, AUSTRIA
Tel: +43-1-748-5020
Fax: +43-1-748-5020-12
E-mail: viennaoffice@tradewiththailand.com
Director: Mrs. Natama Koonpol

ASIA

SOUTH KOREA

| SEOUL

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy (Thailand Trade
Office), 304-305 Namsan Lotte Castle
Iris, 35 Sogong-Ro, Jung-Gu, Seoul
04632, SOUTH KOREA
Tel: +822-795-2431, 795-4446
Fax: +822-795-2998
E-mail: thaitcseoul@hotmail.com
info@thaitrade.kr
Director: Miss Vilasinee Nonsrichai

JAPAN

| HIROSHIMA

Office of Thai Trade Representative
Hiroshima, 5th Floor, Hiroshima
Information Plaza, 3-7-47 Sendamachi,
Naka-ku, Hiroshima 730-0052, JAPAN
Tel: +81-82-249-9911
Fax: +81-82-249-9921
E-mail: ottrhiro@enjoy.ne.jp
Director: Miss Pannee Suwantupinton

| OSAKA

Royal Thai Consulate-General,
Osaka (Commercial) Bangkok Bank
Building 8F, 1-9-16 Kyutaromachi,
Chuo-ku, Osaka 541-0056, JAPAN
Tel: 001-81-6-6262-4418
Fax: 001-81-6-6271-1053
E-mail: ttcosaka@thaitrade.jp
Director: Mrs. Chitvipa Sukpituksakul

| TOKYO

Office Of Commercial Affairs
Royal Thai Embassy, Tokyo Setani
Building, 6th Floor, 5-4 Kojimachi
Chiyoda-ku, Tokyo 102-0083, JAPAN
Tel: 001-81-3-32219482, 32219483,
32219463
Fax: 001-81-3-32219484
E-mail: thaitctokyo@thaitrade.jp
Director: Miss Natiya Suchinda

CHINA

| CHENGDU

Commercial Section, Royal Thai
Consulate-General in Chengdu
12/F, Building No.3, Fund International
Plaza, No.6, Hongkong Road., Chengdu,
Sichuan 610041, CHINA
Tel: 001-86-28-6689-7861 # 3 (Thai) # 1
ext. 8011, 8013, 8014
Fax: 001-86-28-6687-7904
E-mail: thaitcchengdu@ditp.go.th
Director: Mrs. Jitnipa Wangcherdchuwong

| GUANGZHOU

Commercial Section,
Royal Thai Consulate-General,
36 Youhe Road, Haizhu District,
Guangzhou 510310, CHINA
Tel: 001-8620-83849453, 83858988
ext. 203-205
Fax: 001-8620-83849760
E-mail: thaitcguangzhou@ditp.go.th
thaitcgz@gmail.com
Director: Miss Suppara Seakacharn

| KUNMING

Thailand Trade Office, 6th Floor, Crowne Plaza Kunming City Centre, No.399 Qingnian Road, Kunming, Yunnan 650011, CHINA

Tel: 001-86-871-6316-5006, 5011, 5019

Fax: 001-86-871-6316-5026

E-mail: thaitckunming@ditp.go.th

Director: Mrs. Natchathorn Monopanjasiri

| NANNING

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, Nanning 52-1 Jinhu Road, Orient Manhattan, Nanning, Guangxi 530022, CHINA

Tel: 001-86-771-556-7359, 5581-637 ext. 601-605

Fax: 001-86-771-558-1797

E-mail: thaitcnanning@hotmail.com

Director: Mr. Sakarn Saensopa

| SHANGHAI

Commercial Section of Royal Thai Consulate-General in Shanghai No.18 Wanshan Road, Changning District, Shanghai, 200336, CHINA

Tel: 001-86-21-5260-9881 001-86-21-5260-9882

Fax: 001-86-21-5260-9880

E-mail: ttcshanghai@thaitradechina.cn

Director: -

| XIAMEN

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General (Thai Trade Center) Bldg.3, Xiamen City Hotel No.16 Huyuan Road, Siming District, Xiamen 361003, Fujian, CHINA

Tel: 001-86-592-2663064-68

Fax: 001-86-592-2663060 001-86-592-2663061

E-mail: thaitcxiamen@ditp.go.th wichudaa@ditp.go.th

Director: Mrs. Wichuda Akaramethathip

| QINGDAO

Commercial Section, Royal Thai Consulate-General, Qingdao Unit 2504 Shangri-la Centre, No. 9 Xinag Gang Zhong Road, Shi Nan District, Qingdao 266071, CHINA

Tel: 001-86-532-686-21207-9

Fax: 001-86-532-8388-6868

E-mail: qingdao@ditp.com

Director: Miss Ketsuree Vijaranakorn

HONG KONG

Office of Trade Commissioner, Royal Thai Consulate-General 8th Floor, Fairmont House, 8 Cotton Tree Drive, HONG KONG

Tel: 001-852-25259716

Fax: 001-852-28684927

E-mail: thaicomm@netvigator.com

Director: Mr. Wittayakorn Maneenetr

TAIWAN

| TAIPEI

Thailand Trade Office Rm.7E10, No.5, Xinyi Road, Sec. 5 Xinyi District, Taipei 11011, TAIWAN (R.O.C.)

Tel: 001-886-2-2723-1800 to 2

Fax: 001-886-2-2723-1821

E-mail: thaitctaipei@ditp.go.th thaicom.taipei@msa.hinet.net

Director: Mrs. Nanatee Wiboonchutikula

BANGLADESH

| DHAKA

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy 17, Mohakhali C/A 3rd Floor, Red Crescent Concord Tower Dhaka-1212, BANGLADESH

Tel: 001-88-02-985-0056-7

Mobile: 001-88-01-819262123 001-88-01-819262124

Fax: 001-88-02-985-0059

E-mail: thaitcdhaka@gmail.com thaitcdhaka@ditp.go.th

Director: Mr. Suebsak Dangboonrueng

INDIA

| CHENNAI

Thai Trade Center,
Chennai Commercial Section
Royal Thai Consulate-General New
No. 3, (Old No: 2), First Main Road,
Vidyodaya Colony, T. Nagar,
Chennai 600 017, INDIA
Tel: 001-9144-6533-0790
001-9144-4218-8514
001-9144-2834-4619
Fax: 001-9144-2834-4617
E-mail: thaitcchennai@gmail.com
thaitradechennai@gmail.com
ttcmailbkk@gmail.com
Director: Miss Jittima Nakamano

| MUMBAI

Thai Trade Center, Mumbai Express
Towers, 3rd Floor, Nariman Point,
Mumbai 400021, INDIA
Tel: 001-91-222-2830242-3
Fax: 001-91-222-2846859
E-mail: thaitrademumbai@gmail.com
Director: Miss Suwimol Tilokruangchai

| NEW DELHI

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 78 Ground Floor,
Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi
110057, INDIA
Tel: 001-91-11-4326-8888
Fax: 001-91-11-4601-0405
E-mail: thaitcnewdelhi@gmail.com
Director: Mr. Tharadol Thongruang

ASEAN

CAMBODIA

| PHNOM PENH

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 196 M.V. Preah
Norodom Boulevard, Sangkat Tonle
Bassac, Khan Chamkar Mon
Phnom Penh, CAMBODIA
Tel: (007 or etc.) (855-23) 726304
Satellite: (02) 3546191-3 ext. 208
Fax: (007 or etc.) (855-23) 726305
E-mail: thaicompnh@gmail.com
Director: Mr. Jirawuth Suwann-arj

MYANMAR

| YANGON

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 86 (A) Shin Saw Pu
Road, Sang Chaung Township, Yangon,
MYANMAR
Tel: (95-1) 510-731
Fax: (95-1) 510-731
E-mail: ditpthailand9@gmail.com
Director: Mr. Pakainay Leng-ee

PHILIPPINES

| MANILA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 107 Rada Street,
Legaspi Village, Makati City 1229,
Metro Manila, PHILIPPINES
Tel: 001-63-2-8940403, 8940406
Fax: 001-63-2-8160698
E-mail: thaicommnl@ymail.com
thaicommnl@pldtdsl.net
Director: Miss Khankhanit Amphuprapa

MALAYSIA

| KUALA LUMPUR

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 206 Jalan Ampang,
50450 Kuala Lumpur, MALAYSIA
Tel: 007-603-21424601, 21458545
Fax: 007-603-21489818
E-mail: enquiry@thaitrade.my
Director: Miss Patcha Wutipan

LAOS

| VIENTIANE

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 028 Ban Phonsay,
Kaysone Phomvihane Avenue, Saysettha
District, Vientiane Capital, LAOS
P.O.Box 128 (P.O. Box 7 Muang,
Nong Khai 43000)
Tel: +856-21-413704, 413706
Fax: +856-21-412089
E-mail: vtditp@hotmail.com
vtditplaos@gmail.com
Director: Miss Yanee Srimeechai

VIETNAM

| HO CHI MINH CITY

Royal Thai Consulate-General in
Ho Chi Minh City Commercial Office -Thai
Trade Center HCMC 8th Floor, Unit 4,
Saigon Centre Building, 65 Le Loi
Boulevard, District 1, Ho Chi Minh City,
VIETNAM
Tel: +8428-3914-1838-9
Fax: +8428-3914-1864
E-mail: ttc_hcmc@vnn.vn
Director: -

| HANOI

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy No.905, 9th Floor,
HCO Building, 44B Ly Thuong Kiet Str.,
Hanoi, VIETNAM
Tel: 001-84-24-39365226,
39365227
Fax: 001-84-24-39365228
E-mail: thaitchanoi@ditp.go.th
Director: Miss Pannakarn Jiamsuchon

SINGAPORE

Office of Commercial Affairs (Thai Trade
Center Singapore), 370 Orchard Road,
Royal Thai Embassy Singapore 238870
Tel: 001-65-6737-3060, 6732-7769
Fax: 001-65-6732-2458
E-mail: enquiry@thaitrade.sg
Director: Miss Thitinuntana Tonsrisakul

INDONESIA

| JAKARTA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy Jl. DR. Ide Anak
Agung Gde Agung Kav. E 3.3 No.3, Lot
8.8, Kawasan Mega kuningan, Jakarta
12950, INDONESIA
Tel: 001-62-21-2932-8217-18
Fax: 001-62-21-2932-8219
E-mail: enquiry@thaitrade.co.id
thaitradejkt@gmail.com
Director: -

MIDDLE EAST

SAUDI ARABIA

| JEDDAH

Thailand Trade Office, Jeddah
Al Dras Tower, 7th Floor, King Abdullah
Road, P.O. Box 8014, Jeddah 21482,
SAUDI ARABIA
Tel: +966-2-6533280, 6533132
Fax: +966-2-6504544
E-mail: thaitcjeddah@gmail.com
thaitcjeddah@ditp.go.th
Director: Mr. Athikhom Tuntiwong

UNITED ARAB EMIRATES

| DUBAI

Thailand Trade Center, Unit 264
The Galleria, Hyatt Regency, Al Khaleej
Road, Deira P.O. Box 1083 Dubai, UAE
Tel: +971-4-228-4553
Fax: +971-4-222-0934
E-mail: ttcdubai@emirates.net.ae
Director: Mr. Panot Punyahotra

TURKEY

| ISTANBUL

Thai Trade Center, Royal Thai
Consulate-General, Istanbul Mete
Cad. AyanogluHan No.14 Kat.3 Taksim
34437-Istanbul, TURKEY
Tel: +90-212-292-0910-11
Fax: +90-212-292-0912
E-mail: ttcistanbul@gmail.com
Director: Mr. Niwat Hansaward

ISRAEL

| TEL AVIV

Office of Commercial Affairs, Royal Thai
Embassy, 144 Hayarkon Street, Tel Aviv
63451, ISRAEL
Tel: +972-3-524-4277-8
Fax: +972-3-524-4270
E-mail: thaicomt@internet-zahav.net
nawapatnoppakun@gmail.com
nawapatn@ditp.go.th
thaitctelaviv@ditp.go.th
Director: Mr. Nawapat Noppakun

IRAN

| TEHRAN

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Tehran
No. 3, 2nd Floor, Gol Afshane, Shomali
Street, 6th Phase, Shahrak Gharb Area,
Tehran, IRAN
Tel: +98-21-88591290, 88591299
Fax: +98-21-88591255, 88079614
E-mail: ttctehran.ir@gmail.com
thaicteharn@ditp.go.th
info@thaitrade.ir
Director: Mr. Taweep Rachaphakdee

OCEANIA

AUSTRALIA

| SYDNEY

Royal Thai Consulate-General,
Commercial Office Level 21 Suite 21.02,
The Royal Exchange Building, 56 Pitt
Street, Sydney, NSW 2000, AUSTRALIA
Tel: 001-61-2-9241-1075
Fax: 001-61-2-9251-5981
E-mail: thaitrade@ozemail.com.au
Director: Mrs. Salila Tepkasetkul

AMERICA

CANADA

| VANCOUVER

Thai Trade Centre, Royal Thai Consulate-General, 1009-1166 Alberni Street, Vancouver, BC. V6E 3Z3, CANADA

Tel: +1-604-687-6400

Fax: +1-604-683-6775

E-mail: ttcvan@telus.net

Director: Mr. Suttichat Nilkuha

| TORONTO

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, 31 Gloucester Street, Toronto, Ontario M4Y 1L8, CANADA

Tel: +1-416-921-5400

Fax: +1-416-921-7545

E-mail: toronto@thaitrade.ca
toronto.ditp@gmail.com

Director: Mr. Thanakrit Luangasnathip

MEXICO

| MEXICO CITY

Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy, Gauss No.9, 102-B, 1st Floor, Col. Anzures, Miguel Hidalgo, Mexico, D.F. 11590, MEXICO

Tel: +52-55-5557-5418, 5557-9960

Fax: +52-55-5580-4214

E-mail: thaitcmexico@gmail.com

Director: Miss Kanjana Pongpanich

USA

| NEW YORK

Thai Trade Center, New York
Commercial Office of the Royal Thai Consulate-General, The Rockefeller Center, 630 Fifth Avenue, Suite 1960 New York, NY 10111, USA

Tel: +1-212-482-0077

Fax: +1-212-482-1177

E-mail: info@thaitradeny.com

Director: Mr. Napadol Thongmee

| MIAMI

Thai Trade Center, Miami
6100 Blue Lagoon Drive, Suite 100, Miami, FL 33126, USA

Tel: +1-786-388-7888

Fax: +1-786-388-7999

E-mail: ttcmiami@gmail.com

Director: Miss Nithima Siriphokakij

| LOS ANGELES

Thai Trade Center, Los Angeles
Commercial Office of the Royal Thai Consulate-General, 611 North Larchmont Blvd., 3rd Floor, Los Angeles, CA 90004, USA

Tel: +1-323-466-9645

Fax: +1-323-466-1559

E-mail: ttcla@live.com

Director: Mrs. Kwanapa Phivnil

| CHICAGO

Thai Trade Center - Chicago
The Royal Thai Consulate-General, Chicago 700 North Rush St. 2nd Floor Chicago, IL 60611, USA

Tel: +1-312-787-3388

Fax: +1-312-787-9733

E-mail: ttcc@thaitradechicago.com
thaitradechicago@yahoo.com

Director: Miss Usasri Kheorayab

CHILE

| SANTIAGO

Thai Trade Center, Santiago
Office of Commercial Affairs, Royal Thai Embassy Av. Andres Bello 2777, Of.2802 Las Condes, Santiago, CHILE

Tel: +562-2203-3386-7

Fax: +562-2203-3391

E-mail: thaitrade@ttcsantiago.cl

Director: Miss Chulalak Khemthong

BRAZIL

| SAO PAULO

Thai Trade Center, Sao Paulo
Rua Gomes de Carvalho 1356
Sala Cj 112, Vila Olimpia 04547-005, Sao Paulo-SP, BRAZIL

Tel: +55-11-3044-7301, 3044, 7347

Fax: +55-11-3045-1913

E-mail: thaitcsp@terra.com.br

Director: Mr. Siwalak Nacabdee

ARGENTINA

| BUENOS AIRES

Thailand Trade Office, Buenos Aires
Office of Commercial Affairs, Royal
Thai Embassy 323 Manuela Saenz Av.,
Buenos Aires Plaza # 507-8,
(C1107 BPA) Buenos Aires Cap. Fed.,
ARGENTINA
Tel: +54-11-5272-0572-3
Fax: +54-11-5272-0574
E-mail: thaiexba@hotmail.com
Director: Mrs. Kaewta Booncharoen

AFRICA

KENYA

| NAIROBI

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy,
P.O. Box 58349-00200 Rose Avenue
(off Lenana Rd), Nairobi, KENYA
Tel: +254-20-2919133, 2919131
Fax: -
E-mail: info@ocanairobi.co.ke
Director: Mr. Thanit Ngansampantrit

NIGERIA

| ABUJA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 3 Osun Close,
Off Osun Crescent, Maitama, Abuja,
NIGERIA
Tel: +(234) 703-905-2313
Fax: -
E-mail: ditpabuja@gmail.com
tniemskul@gmail.com
Director: Mr. Thum Niemskul

EGYPT

| CAIRO

Thailand Trade Office, 59 Mosadak
Street, 4th Floor, Apartment No.10 Dokki,
Giza, Greater Cairo, EGYPT
Tel: +20-2-376-20901, 333-87292,
376-20419
Fax: +20-2-333-63062
E-mail: ditpcairo@gmail.com
Director: Mr. Thalerngsak Vongsamsorn

SOUTH AFRICA

| PRETORIA

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, 248 Hill Street,
Arcadia, Pretoria, SOUTH AFRICA
Mailing Address: P.O. Box 95459,
Waterkloof 0145, Pretoria,
SOUTH AFRICA
Tel: +27-12-342-0835, 342-0850
Fax: +27-12-342-0855
E-mail: ttcpretoria@telkomsa.net
trade@thaiembassy.co.za
Director: Mr. Aphirak Paepuang

รางวัล “เพชรพาณิชย์” ประจำปี 2561

“Commerce Diamond Award” 2018



ความสำคัญของรางวัล “เพชรพาณิชย์”

รางวัล “เพชรพาณิชย์” เป็นรางวัลอันทรงเกียรติที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดขึ้น เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติผู้ทำคุณประโยชน์แก่ประเทศชาติด้านเศรษฐกิจ การค้า และการพาณิชย์ รวมถึงผู้ที่สร้างคุณูปการให้แก่กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งพิธีมอบรางวัล “เพชรพาณิชย์” นี้จะจัดขึ้นในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ (วันที่ 20 สิงหาคม) ของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นแบบอย่างของบุคคลที่แสดงถึงความมุ่งมั่น และทุ่มเทในการพัฒนาภาคเศรษฐกิจ การค้า การพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กร สังคมส่วนรวม และระดับประเทศ รางวัล “เพชรพาณิชย์” จัดขึ้นครั้งแรกในปี 2553 และต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (ปี 2561) เป็นปีที่ 9 มีผู้ได้รับคัดเลือกเพื่อรับรางวัลแล้วจำนวน 113 ราย โดยมีคณะทำงานคัดสรร “เพชรพาณิชย์” เป็นผู้คัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตามหลักเกรณ์ และมีผลงานโดดเด่นเพื่อรับรางวัล

The Prestige of the “Commerce Diamond Award”

The “Commerce Diamond Award” is a prestigious 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 9 consecutive years to a total of 113 individuals who were competently selected by a distinguished “Commerce Diamond Award” Selection Committee.

สาขาของรางวัล “เพชรพาณิชย์”

สาขาผู้ประกอบการ

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้ประกอบการ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 6 ด้าน ดังต่อไปนี้

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

“Commerce Diamond Award” Categories :

Awards for Best Entrepreneurs

The awards in this category are granted to the best entrepreneurs in 6 different sectors, namely :

1) Agricultural product sector
2) Manufactured product sector
3) Service sector
4) Commercial innovation or creative economy sector
5) Young entrepreneur sector
6) Social enterprise (Pracharath) sector

สาขาผู้ทรงคุณวุฒิ

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้มีองค์ความรู้พิเศษ หรือมีผลงานด้านวิจัย หรือการพัฒนา ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1) ผู้ทรงคุณวุฒิทั่วไป
2) ครูศิลป์ของแผ่นดิน หรือครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือปราชญ์ชาวบ้าน

สาขาข้าราชการและพนักงาน

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าหน้าที่ของรัฐในองค์การมหาชนในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนกลาง
2) ส่วนภูมิภาค
3) ส่วนต่างประเทศ

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 in 3 groups, namely :

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

รางวัล "เพชรพาณิชย์" ปี 2561 มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 18 ราย ได้แก่
In the year 2018, there are 18 recipient of the Commerce Diamond Award

สาขาผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 6 ด้าน มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 7 ราย ดังนี้

Awards for Best Entrepreneurs in 6 sectors are given to 7 recipients as follows :

1. ด้านสินค้าเกษตร
Agricultural Product Sector



นายบุญมี สุระโคตร
ประธานวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง จ. ศรีสะเกษ
Mr. Bunmee Surakhot
Chief of Ban Um Sang Rice Community Enterprise, Sisaket Province

2. ด้านสินค้าอุตสาหกรรม
Manufactured Product Sector



นายสุรงค์ บูลกุล
ประธานกรรมการ
บริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี จำกัด (มหาชน)
Mr. Surong Bulakul
Chairman of Global Power Synergy, Plc.

3. ด้านธุรกิจบริการ
Service Sector



ดร.สุวันชัย แสงสุขเอี่ยม
นายกสมาคมธุรกิจคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น
Dr.Suwanchai Sangsuk-iam, Ph.D.
President of Warehouse Silo and Cold Storage Business Association

4. ด้านนวัตกรรม หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์
Commercial Innovation or Creative Economy Sector



นายธีรินทร์ ธัญญวัฒนกุล
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ทีอาร์ ไทยฟู้ดส์ จำกัด
Mr. Teerin Tanyawattanakul
Managing Director,
TR Thaifoods Co., Ltd.

5. ผู้ประกอบการรุ่นใหม่
Young Entrepreneur Sector



นายรุจณ์ พวงวงศ์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ชาวเล ซีเกรป จำกัด จ. พังงา
Mr. Ruj Puangwong
Managing Director,
Chaolay Seagrape Co., Ltd.,
Phang Nga Province

6. ผู้ประกอบการที่สนับสนุนงานประชารัฐ
Social Enterprise (Pracharath) Sector



ดร.กรัณย์ สุทธารมณ์
ประธานเครือข่ายธุรกิจ Biz Club ประเทศไทย
Dr. Karun Suttharom
Chairman of Biz Club Thailand



นายชวน ชูจันทร์
ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ตลาดน้ำคลองลัดมะยม
Mr. Chuan Choojun
Executive Chairman, Ladmayom Floating Market Enterprise, Bangkok

สาขาผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย 2 ด้าน มีผู้ได้รับรางวัลจำนวน 5 ราย ดังนี้
Awards for Best Scholars in 2 sectors are granted to 5 recipients as follows :

1. ผู้ทรงคุณวุฒิทั่วไป General Scholars



ดร.อุดม สมพร
ครูศิลป์ของแผ่นดิน ปี 2552
Dr. Udom Somporn
The Master Artisan of Thailand 2009



นายสรณันท์ จิวะสุรัตน์
รองผู้อำนวยการ
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
(องค์การมหาชน)
Mr. Soranun Jiwasurat, Ph.D.
Deputy Executive Director / Chief Technology Officer, Electronic Transactions Development Agency (Public Organization)



ศาสตราจารย์กิตติคุณ ศักดา ศิริพันธุ์
ที่ปรึกษาสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณี
และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
Professor Emeritus Sakda Siripant
Advisor of The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)



ดร.ถาวร จันทโชติ
คณบดีคณะอุตสาหกรรมเกษตรและชีวภาพ
มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง
Dr. Thavorn Juntachote
Dean of Faculty of Agro and Bio Industry, Thaksin University, Phatthalung Campus

2. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านครูศิลป์ของแผ่นดิน หรือครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือปราชญ์ชาวบ้าน
Master Artisan or Arts and Crafts Master or Local Philosopher



นายสุรโชติ ตามเจริญ
ครูศิลป์ของแผ่นดิน ปี 2559
Mr. Surachot Tarmchareon
The Master Artisan of Thailand 2016

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

1. ส่วนกลาง Central Offices



นางกุลณี อิศดิศัย
อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Mrs. Kulanee Issadisai
Director-General,
Department of Business Development



นางวรรณภรณ์ เกตุทัต
รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Mrs. Vannaporn Ketudat
Deputy Director-General,
Department of International Trade Promotion



นายวันชัย วราวิทย์
รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ
Mr. Wanchai Varavithya
Deputy Director-General,
Department of Foreign Trade

2. ส่วนภูมิภาค Provincial Offices



นายเอกศักดิ์ อารยนันท์
พาณิชย์จังหวัดสงขลา
Mr. Ekkasak Arayanan
Director, Higher Level
Office of Provincial Commercial Affairs,
Songkhla Province



นางนิยดา หมื่นอนันต์
พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่
Mrs. Niyada Muenanan
Director, Higher Level
Office of Provincial Commercial Affairs,
Chiangmai Province



นายนิอันนุวา สุไลมาน
พาณิชย์จังหวัดยะลา
Mr. Ni-anuwa Sulaiman
Director, Higher Level
Office of Provincial Commercial Affairs,
Yala Province

สรุปผลการดำเนินการตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ในรอบปีงบประมาณ 2561

Summary of Ministry of Commerce's Implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) for Fiscal Year B.E. 2561 (2018)



"สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการ" หรือข่าวสารสาธารณะ ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 56 บัญญัติว่า **"บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารนั้นจะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน หรือส่วนได้เสีย อันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น หรือเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ"** การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารในครอบครองของหน่วยงานรัฐเป็นหน้าที่ของรัฐ ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 59 บัญญัติว่า **"รัฐต้องเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานของรัฐ ที่มิใช่ข้อมูลเกี่ยวกับความมั่นคงของรัฐหรือเป็นความลับของทางราชการตามที่กฎหมายบัญญัติ และต้องจัดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารดังกล่าวได้โดยสะดวก"** ตามบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญดังกล่าว ข้อมูลของรัฐเป็นสิ่งที่ต้อง "เปิดเผยเป็นหลัก ปกปิดเป็นข้อยกเว้น" และสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองในข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นกฎหมายที่รองรับสิทธิได้รู้ ของประชาชนที่เกี่ยวกับการดำเนินการของรัฐ โดยไม่จำเป็นต้องมีส่วนได้เสียเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารนั้น

กระทรวงพาณิชย์ ตระหนักในสิทธิของประชาชนตามบทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และให้ความ

Regarding "Right to Official Information" or public information, Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2550 (2007) stipulates in Section 56 that **"A person shall have the right to be informed and to access public information in the possession of a government agency, State agency, State enterprise or local government organization, except where the disclosure of such information shall affect the security of the State, public safety, the protected interests of other persons, or personal information as provided by law."** Disclosure of information in the possession of a government agency is a responsibility of the state. Constitution of the Kingdom of Thailand B.E. 2560 (2017) stipulates in Section 59 that **"the state shall disclose any public data or information in the possession of a state agency, which is not related to the security of the State or government confidentiality as provided by law, and shall ensure that the public can conveniently access such data or information."** According to the aforementioned provisions of the constitutions, official information "generally subjects to disclosure and to concealment only in rare cases." Also, the right to the protection of personal information is stipulated in the Official Information Act B.E. 2540 (1997) which is the law that grants people the right to be informed of information regarding various actions of the state without having to be a stakeholder directly relevant to the information.

Ministry of Commerce is fully aware of the people's right under the provisions of the Constitution of the Kingdom of Thailand and attaches importance to the implementation of the Official Information Act B.E 2540 (1997), especially the need to make available the official information for public inspection as per its Section 9. It also ensures that its agencies fully implement the decision of the Cabinet on 3 October 2017 which stated that "state agencies shall strictly

สำคัญในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ในฐานะหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะการจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อให้ประชาชนเข้าตรวจดูได้ตามมาตรา 9 และให้หน่วยงานถือปฏิบัติตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2560 เรื่อง "ให้หน่วยงานภาครัฐถือปฏิบัติและดำเนินการตามประกาศคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการเรื่อง กำหนดให้ข้อมูลข่าวสารตามเกณฑ์มาตรฐานความโปร่งใสและตัวชี้วัดความโปร่งใสของหน่วยงานของรัฐเป็นข้อมูลข่าวสารที่ต้องจัดเตรียมไว้ให้ประชาชนตรวจดูได้ตามมาตรา 9 วรรค (8) แห่งพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 อย่างเคร่งครัด"

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการสอดส่องให้คำแนะนำและติดตามผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ในการปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

1.1 ดำเนินการกำกับ ติดตาม ให้หน่วยงานดำเนินการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบัน โดยส่งข้อมูลข่าวสารของราชการลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตามมาตรา 7 และจัดแสดงข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 9 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลข่าวสารตามเกณฑ์มาตรฐาน ความโปร่งใสและตัวชี้วัดความโปร่งใสของหน่วยงาน โดยให้หน่วยงานจัดแสดงข้อมูลไว้ในศูนย์กายภาพและศูนย์ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์) เพื่อให้ประชาชนสามารถมาขอดูและตรวจสอบได้โดยสะดวก

1.2 แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน โดยมอบหมายผู้บริหารระดับสูงเป็นประธานกรรมการ ผู้บริหารหน่วยงาน (ผู้อำนวยการสำนัก กอง) เป็นกรรมการ และมอบหมายเจ้าหน้าที่รับผิดชอบศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงข้อมูลสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการ นอกจากนี้ยังมีการกำกับติดตามโดยการประชุมคณะกรรมการฯ เสนอผู้บริหารเพื่อทราบ

1.3 การจัดเก็บสถิติการให้บริการข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 และขอดูข้อมูลข่าวสารเป็นการทั่วไป พบว่ามีผู้สนใจมารับบริการ ณ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารฯ (walk-in) จำนวน 229,792 ราย ทั้งนี้ มีการเขียนใบคำขอเพื่อสำเนาข้อมูลตามมาตรา 9 จำนวน 6 ราย และรับบริการผ่านเว็บไซต์ จำนวน 130,647 ครั้ง (นับ page view)

abide by and fully implement the Notification of the Official Information Board that set forth that official information as per a state agency's transparency standard and indexed shall be official information to be made available for public inspection as stipulated in Section 9 (8) of the Official Information Act B.E 2540 (1997).

In fiscal year B.E. 2561 (2018) Ministry of Commerce carried out the following activities.

1. Supervising and Providing Advice on the Implementation of the Official Information Act B.E 2540 (1997) to its Agencies and Monitor the Agencies' Works on the Implementation of the Official Information Act B.E 2540 (1997)

1.1 Ensure that its agencies keep the information as stipulated in Section 7 and Section 9 correct, complete and updated by publishing the official information in the Government Gazette in accordance with the provisions of Section 7 and display the official information as stipulated in Section 9, especially the information as per the agency's transparency standards and indexes, at its physical information center and electronics information center (website) to facilitate inspection by the public.

1.2 Establish an Information Administration Committees by appointing high-level executives to serve as chairpersons, appointing bureau chiefs (executive directors or director level) to serve as members of the committees, and tasking officers to serve at the Official Information Service center to inspect and update the official information to be made available to the public. In addition, there would be meetings of the committee, and the meeting results would be reported to the executives.

1.3 Keep records of the requests for services relevant to the information stipulated in Section 7 and Section 9 and other general information. The record showed that the Information Service Center had rendered information service to 229,792 walk-in individuals, 6 request forms for copies of Section 9 information were submitted, and web-based information service was accessed 130,647 times (page view count). In addition, Section 11 information

นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการข้อมูลตามมาตรา 11 จำนวน 606 ราย ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศต่าง ๆ รายชื่อผู้ส่งออก – นำเข้า และข้อมูลโครงสร้างสินค้าออก – สินค้าเข้าของไทย (ไม่มีส่วนที่ห้ามมิให้เปิดเผยตามมาตรา 14 หรือมาตรา 15)

1.4 จัดทำรายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประจำปีงบประมาณ 2560 เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี รวมทั้งแต่ละหน่วยงานได้รายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบ

1.5 ผลการประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มารับบริการ ณ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน พบว่ากว่าร้อยละ 80 มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับ “มาก”

2. ด้านการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร ของราชการ พ.ศ. 2540 ที่สำคัญ ดังนี้

2.1 จัดโครงการอบรมเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ให้กับบุคลากร และประชาชน โดยวิทยากรจาก สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสาร สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี และผู้เชี่ยวชาญจากภาครัฐ ภาคเอกชน เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2560 นอกจากนี้ มีการจัดเสวนาในหัวข้อ **“ขออย่างไรถึงจะได้...เปิดเผยอย่างไรถึงจะเริ่ด”** เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561 โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมฟังการเสวนาด้วย

2.2 กำหนดให้พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ไว้ในหลักสูตรการอบรม “การเสริมสร้างสมรรถนะข้าราชการบรรจุใหม่”

2.3 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ สิทธิในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของราชการ ตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ให้ประชาชนทราบ

2.4 ดำเนินการอบรมหลักสูตร “การบริการที่ดี” และศึกษาดูงานศูนย์บริการประชาชนและศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารของราชการ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

2.5 ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่เข้ารับการอบรม และทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

was submitted to 606 individuals. Most of the requested information was related to Thailand’s foreign trade statistics, lists of exporters and importers and Thailand’s export-import structure (information not subject to disclosure under Section 14 or Section 15 was not included).

1.4 Prepare report of the implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) for the fiscal year B.E. 2560 to publish on the website of the Official Information Board, Office of the Permanent Secretary, the Prime Minister’s Office. Each agency also gave report on this work to their executives.

1.5 According to the satisfaction survey among visitors to the Official Information Service Center, more than 80% of the visitors stated that they were “very satisfied” with the service.

2. Enhancing Awareness and Understanding of the Implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997)

2.1 Organize for its staff members and interested participants training programs on the implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) with guest speakers from Office of the Permanent Secretary, the Prime Minister’s Office on 21 December 2017. In addition, a seminar entitled **“How to Get Information You Request...How to Best Disclose Information”** on 20 March 2018, which was also joined by entrepreneurs, was organized.

2.2 Include topics relating to the Official Information Act B.E. 2540 (1997) in the “Capacity Building Course for Newly-Recruited Government Officials”

2.3 Organize public relations activities to publicize people’s right to be informed and right to access to official information as stipulated in the Official Information Act B.E. 2540 (1997)

2.4 Organize a training course on “Good Services” and field visit to Public Service Center and Official Information Service Center at Provincial Electricity Authority in Pathum Thani Province and Samut Sakhon Province to exchange knowledge and improve work efficiency

2.5 Encourage staff members to participate in training courses and examinations on the implementation of the Official Information Act B.E. 2540 (1997) organized

3. ด้านการพิจารณาดำเนินการเรื่องร้องเรียนของประชาชน ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

กระทรวงพาณิชย์มีช่องทางการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารของราชการ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์กระทรวงพาณิชย์ www.moc.go.th Chat Online, webmail (moc.go.th) ตู้รับฟังความคิดเห็น และสายด่วนของหน่วยงานในสังกัดกระทรวง อาทิ 1203 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ 1385 กรมการค้าต่างประเทศ 1569 กรมการค้าภายใน 1368 กรมทรัพย์สินทางปัญญา 1570 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ 1169 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ ในรอบปีงบประมาณ 2561 ไม่มีปรากฏเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารของราชการ

4. ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการพัฒนาช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ทางสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อาทิ พัฒนาการให้บริการด้านการค้า การพาณิชย์ ผ่านเว็บไซต์กระทรวง www.moc.go.th จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ www.thailandntr.com และให้บริการด้านการประกอบธุรกิจ สู่ตลาดการค้าระหว่างประเทศ ผ่าน www.ditptouch.com และพัฒนาการให้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (MOC Mobile Application) ได้แก่ การตรวจสอบราคาสินค้า (MOC Life) บริการค้นหาข้อมูล (MOC Search) สถิติข้อมูลการค้าของไทย (MOC Statistics) ติดตามสถานะการทำธุรกรรมออนไลน์ (MOC Tracking) และให้บริการข้อมูลคำปรึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการส่งออกและการนำเข้า (DTN Drive) นอกจากนี้กระทรวงได้เพิ่ม ช่องทางการสื่อสารกับประชาชนผ่าน Social Media อาทิ Facebook Twitter YouTube และ Chat Online เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร อย่างสะดวกรวดเร็ว



by Office of the Permanent Secretary, the Prime Minister's Office

3. Addressing People's Complaints Relating to the Official Information Service as Prescribed by the Official Information Act B.E. 2540 (1997)

Ministry of Commerce has several channels by which comments, suggestions and complaints relating to the Official Information Service as Prescribed by the Official Information Act B.E. 2540 (1997) can be submitted. These include Ministry of Commerce's website, www.moc.go.th, Chat Online, Web Mail (moc.go.th), Comment Box and hotlines of its agencies, namely, 1203 Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce, 1385 Department of Foreign Affairs, 1569 Department of Internal Trade, 1368 Department of Intellectual Property, 1570 Department of Business Development and 1169 Department of International Trade Promotion. In fiscal year B.E. 2560, no complaints relating to the official information service was received.

4. Development of Information Technology System to Disseminate Official Information

Ministry of Commerce has continuously improved it information dissemination channels to keep up with current social and economic development to ensure that people can easily and quickly search for information and news and services. These efforts include, among other things, improving business services through Ministry of Commerce's website, www.moc.go.th, setting up the database on international trade rules, www.thailandntr.com, and providing export services through www.ditptouch.com. It has also developed mobile telephone-based services (MOC Mobile Application, such as product price check application (MOC Life), information search application (MOC Search), Thailand's trade statistics service application (MOC Statistics), online transaction status update service application (MOC Tracking), and in-depth export-import information and consulting service application (DTN Drive). Moreover, Ministry of Commerce can also be communicated through various social media accounts, such as Facebook, Twitter, Youtube, and Chat Online, so that people can access its information and news more easily and quickly.

รายชื่อกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์

Laws Under Responsibility of MOC

กรมการค้าต่างประเทศ 4 ฉบับ
Department of Foreign Trade, 4 Items

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. พ.ร.บ. การส่งออกไปนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522	1. Export and Import of Goods Act, B.E. 2522 (1979)
2. พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503	2. Export Commodity Standards Act, B.E. 2503 (1960)
3. พ.ร.บ. การตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ พ.ศ. 2542	3. Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, B.E. 2542 (1999)
4. พ.ร.บ. มาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น พ.ศ. 2550	4. Safeguard Measure Against Increased Imports Act, B.E. 2550 (2007)

กรมการค้าภายใน 6 ฉบับ
Department of Internal Trade, 6 Items

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542	1. Price of Goods and Service Act, B.E.2542 (1999)
2. พ.ร.บ. มาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542	2. Weights and Measures Act, B.E.2542 (1999)
3. พ.ร.บ. คลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558	3. Warehouse, Silo and Cold Storage Act B.E. 2558 (2015)
4. พ.ร.บ. การค้าข้าว พุทธศักราช 2498	4. Rice Trading Act, B.E. 2489 (1946)
5. พ.ร.บ. ควบคุมโภคภัณฑ์ พ.ศ. 2495	5. Commodities Control Act B.E. 2495 (1952)
6. พ.ร.บ. ยกเลิก พ.ร.บ.การซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 พ.ศ. 2558	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

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 ลักษณะ 22 หุ้นส่วนและบริษัท	1. Civil and Commercial Code Book III Specific Contracts Title XXII Partnerships and Companies
2. พ.ร.บ. กำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วน จดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ พ.ศ. 2499	2. Act Prescribing Offences Related to Registered Partnerships, Limited Partnerships, Limited Companies, Associations and Foundations, B.E. 2499 (1956)

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
3. พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499	3. Business Registration Act, B.E. 2499 (1956)
4. พ.ร.บ. บริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535	4. Public Limited Companies Act, B.E. 2535 (1992)
5. พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542	5. Foreign Business Act, B.E. 2542 (1999)
6. พ.ร.บ. การบัญชี พ.ศ. 2543	6. Accounting Act, B.E. 2543 (2000)
7. พ.ร.บ. วิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547	7. Accounting Profession Act B.E. 2547 (2004)
8. พ.ร.บ. สมาคมการค้า พ.ศ. 2509	8. Trade Associations Act, B.E. 2509 (1966)
9. พ.ร.บ. หอการค้า พ.ศ. 2509	9. Chambers of Commerce Act, B.E. 2509 (1966)
10. พ.ร.บ. หลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. 2558	10. Business Security Act B.E. 2558 (2015)

กรมทรัพย์สินทางปัญญา 7 ฉบับ
Department of Intellectual Property, 7 Items

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537	1. Copyright Act, B.E. 2537 (1994)
2. พ.ร.บ. สิทธิบัตร พ.ศ. 2522	2. Patent Act, B.E. 2522 (1979)
3. พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534	3. Trademark Act, B.E. 2534 (1991)
4. พ.ร.บ. คุ้มครองแบบผังภูมิของวงจรรวม พ.ศ. 2543	4. Protection of Layout Designs of Integrated Circuits Act, B.E. 2543 (2000)
5. พ.ร.บ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546	5. Geographical Indication Protection Act, B.E. 2546 (2003)
6. พ.ร.บ. ผลิตผลิตภัณฑ์ซีดี พ.ศ. 2548	6. Optical Disc Production Act, B.E. 2548 (2005)
7. พ.ร.บ. ความลับทางการค้า พ.ศ. 2545	7. Trade Secret Act B.E. 2545 (2002)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ
Department of International Trade Promotion, 1 Items

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. พ.ร.บ. สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2537	1. Thai National Shippers Council Act, B.E. 2537 (1994)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ
Department of Trade Negotiations, 1 Items

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. พ.ร.บ. คุ้มครองการดำเนินงานขององค์การการค้าโลก พ.ศ. 2537	1. The Operation of the World Trade Organization Act B.E. 2537 (1994)

สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า 1 ฉบับ
Office of Trade Competition Commission, 1 Items

รายชื่อกฎหมาย	List of Laws
1. พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560	1. Competition Act B.E.2560 (2017)

กฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข จำนวน 14 ฉบับ
Laws Under Amendment Process, 14 Items

กรมการค้าต่างประเทศ 3 ฉบับ
Department of Foreign Trade 3 Items

กฎหมาย	Laws
1. ร่างพระราชบัญญัติการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนของการอุดหนุน) **สถานะ** สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณาเสร็จแล้ว และอยู่ระหว่างดำเนินการส่งเรื่องต่อสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี และสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป	1. Draft Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, (No.…), B.E.… (sections concerning subsidies) **Status** Deliberation by Office of the Council of State is finished. Item is awaiting to be forwarded to the Secretariat of the Cabinet for further submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly
2. ร่างพระราชบัญญัติการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนของการตอบโต้การทุ่มตลาด) **สถานะ** สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณาเสร็จแล้ว และอยู่ระหว่างดำเนินการส่งเรื่องต่อสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี และสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป	2. Draft Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, (No.…), B.E.… (sections concerning anti-dumping) **Status** Deliberation by Office of the Council of State is finished. Item is awaiting to be forwarded to the Secretariat of the Cabinet for further submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly
3. ร่างพระราชบัญญัติการควบคุมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง พ.ศ. .... **สถานะ** สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณาเสร็จแล้ว และอยู่ระหว่างดำเนินการส่งเรื่องต่อสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี และสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป	3. Draft Act on Control of Goods Associated with the Proliferation of Weapon of Mass Destruction, B.E.… **Status** Deliberation by Office of the Council of State is finished. Item is awaiting to be forwarded to the Secretariat of the Cabinet for further submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 6 ฉบับ
Department of Business Development, 6 Items

กฎหมาย	Laws
1. ร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (บรรพ 3 ลักษณะ 22 หุ้นส่วนและบริษัท)	1. Draft Act Amending the Civil and Commercial Code (No.…), B.E.… (Book III Specific Contracts Title XXII Partnerships and Companies)

กฎหมาย	Laws
สถานะ อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป	**Status** In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly
2. ร่างพระราชบัญญัติกำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ (ฉบับที่..) พ.ศ.	2. Draft Act Prescribing Offences Related to Registered Partnerships, Limited Partnerships, Limited Companies, Associations and Foundations, (No.…), B.E.…
สถานะ อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติต่อไป	**Status** In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly
3. ร่างพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด (ฉบับที่..) พ.ศ.	3. Draft Public Limited Companies Act, (No…), B.E.…
สถานะ อยู่ระหว่างการดำเนินการของสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรีเพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี และสภานิติบัญญัติต่อไป	**Status** In the Secretariat of the Cabinet's process for the submission to the Cabinet and the National Legislative Assembly
*4. ร่างพระราชบัญญัติการจัดตั้งบริษัทจำกัดคนเดียว พ.ศ.	*4. Draft Formation of One Natural Person Limited Companies Act, B.E.…
สถานะ อยู่ระหว่างการตรวจพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา	**Status** Under Office of the Council of State's deliberation
5. พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509	5. Trade Associations Act, B.E. 2509 (1966)
สถานะ อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม	**Status** In the department's drafting process
6. พระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509	6. Chambers of Commerce Act, B.E. 2509 (1966)
สถานะ อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม	**Status** In the department's drafting process

กรมทรัพย์สินทางปัญญา 4 ฉบับ
Department of Intellectual Property, 4 Items

กฎหมาย	Laws
1. ร่างพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับขั้นตอนการจดทะเบียนและพิธีการแก้ไขความตกลงทริปส์)	1. Draft Patent Act, (No.…), B.E. … (sections concerning registration process and TRIPS amendments)
สถานะ อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม	**Status** In the department's drafting process

กฎหมาย	Laws
2. ร่างพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์) **สถานะ** อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม	2. Draft Patent Act, (No.…), B.E. … (sections concerning patents for industrial designs) **Status** In the department's drafting process
3. ร่างพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อจำกัดความรับผิดของผู้ให้บริการและการเข้าเป็นภาคีสนธิสัญญาว่าด้วยลิขสิทธิ์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก) **สถานะ** อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม	3. Draft Patent Act, (No.…), B.E. … (sections concerning limitation of liabilities of service providers and the accession to WIPO Copyright Treaty) **Status** In the department's drafting process
4. ร่างพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่..) พ.ศ. .... (ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์สำหรับคนพิการ) **สถานะ** อยู่ระหว่างการเสนอร่างกฎหมายเข้าสู่ที่ประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ	4. Draft Patent Act, (No.…), B.E. … (sections concerning exceptions to infringement of copyright for persons with disabilities) **Status** In process for the submission to the meeting of the National Legislative Assembly

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ
Department of International Trade Promotion, 1 Items

กฎหมาย	Laws
1. พระราชบัญญัติสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2537 **สถานะ** อยู่ระหว่างการศึกษายกร่างกฎหมายของกรม	1. Thai National Shippers Council Act, B.E. 2537 (1994) **Status** In the department's drafting process National Legislative Assembly

หมายเหตุ ** เสนอกฎหมายใหม่*

Remark ** Proposal for new law*

งบแสดงฐานะการเงิน / Financial Statement
ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 / As of September 30, 2017



(หน่วย: บาท / Unit: Baht)

	2560 / 2017	2559 / 2016
สินทรัพย์ / Assets		
สินทรัพย์หมุนเวียน / Current Assets		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด / Cash and cash equivalents	355,924,316.35	717,985,251.47
ลูกหนี้ระยะสั้น / Short-term receivables	42,944,506.80	74,578,867.43
ลูกหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น / Short-term receivables (amounts be tranferred) and subsidies	101,850.00	300.00
วัสดุคงเหลือ / Supplies	13,070,396.89	13,158,425.28
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น / Other current assets	529,006.70	322,487.01
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน / Total Current Assets	**412,570,076.74**	**806,045,331.19**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน / Fixed Assets		
ลูกหนี้ระยะยาว / Long-term receivables	1,894,380.00	4,217,423.95
เงินลงทุนระยะยาว / Long-term investment	1,325,725.00	1,325,725.00
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ (สุทธิ) / Property, plant and equipment (net)	3,508,384,203.90	3,187,765,380.31
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สุทธิ) / Intangible assets (net)	317,863,106.36	275,385,514.07
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน / Total Fixed Assets	**3,829,467,415.26**	**3,468,694,043.33**
รวมสินทรัพย์ / Total Assets	**4,242,037,492.00**	**4,274,739,374.52**
หนี้สิน / Liabilities		
หนี้สินหมุนเวียน / Current Liabilities		
เจ้าหนี้ระยะสั้น / Short-term account payable	249,913,507.65	237,934,879.94
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น / Short-term receivables (amounts be tranferred) and subsidies	12,135,385.78	11,395,848.87
เงินรับฝากระยะสั้น / Short-term deposits	135,921,551.93	466,551,731.08
หนี้สินหมุนเวียนอื่น / Another current liabilities	2,178,053.92	1,341,770.35
รวมหนี้สินหมุนเวียน / Total Current Liabilities	**400,148,499.28**	**717,224,230.24**
หนี้สินไม่หมุนเวียน / Non-Current Liabilities		
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว / Long-term account payable (amounts be tranferred) and long subsidies	8,426,888.50	11,544,108.20
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว / Long-term cash advance from the treasury	19,000,000.00	19,000,000.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น / Non-current liabilities	1,894,380.00	4,217,423.95
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน / Total Non-Current Liabilities	**29,321,268.50**	**34,761,532.15**
รวมหนี้สิน / Total Liabilities	**429,469,767.78**	**751,985,762.39**
สินทรัพย์สุทธิ / Net Assets	**3,812,567,724.22**	**3,522,753,612.13**
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Net Assets/Net Capital		
ทุน / Capital	2,984,842,178.49	2,984,843,078.49
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม / Revenues over/(below)	827,725,545.73	537,910,533.64
สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน / Total Net Assets/Total Net Capital	**3,812,567,724.22**	**3,522,753,612.13**

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน /
Financial Statement Indicating Work Operation
ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 / As of September 30, 2017



(หน่วย: บาท / Unit: Baht)

	2560 / 2017	2559 / 2016
รายได้ / Income		
รายได้จากงบประมาณ / Income from Government Appropriation	7,911,972,969.06	8,208,995,237.42
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ / Income from sale and services	145,920,052.00	176,443,100.00
รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค / Income from subsidies and donations	234,021,838.99	14,242,238.00
รายได้อื่น / Other income	446,303.28	105,382,564.00
รวมรายได้ / Total Income	**8,292,361,163.33**	**8,505,063,139.42**
ค่าใช้จ่าย / Expenses		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร / Personnel expense	2,624,293,000.51	2,407,445,481.78
ค่าบำเหน็จบำนาญ / Gratuities and pensions	938,641,759.16	881,013,949.50
ค่าตอบแทน / Compensation	161,770,380.48	164,923,037.63
ค่าใช้สอย / Office supplies	3,392,285,499.72	3,768,839,587.74
ค่าวัสดุ / Office supplies	161,576,763.45	145,967,200.10
ค่าสาธารณูปโภค / Utilities expenses	176,461,910.13	183,092,108.98
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย / Depreciation and amortization	442,832,852.11	415,325,116.76
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนและบริจาค / Subsidization and donations expense	121,134,340.51	220,008,777.02
ค่าใช้จ่ายอื่น / Other expense	3,669,159.81	12,316,959.38
รวมค่าใช้จ่าย / Total Expense	**8,022,665,665.88**	**8,198,932,218.89**
รายได้สูง / (ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายก่อนต้นทุนทางการเงิน / Revenues higher (lower) than regular expense	**269,695,497.45**	**306,130,920.53**
ต้นทุนทางการเงิน / Finance cost	17,000.00	-
รายได้สูง / (ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ / Revenues higher (lower) net expense	**269,678,497.45**	**306,130,920.53**

ลำดับที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	สมัยที่	ครม. คณะที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
1	พระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้ากิติยากร วรลักษณ์ กรมพระจันทบุรีนฤนาถ	เสนาบดี	1	-	20 ส.ค. 2463	2473
2	พระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน	เสนาบดี	1	-	2474	10 ธ.ค. 2475
3	พระยาวงษานุประพัทธ (หม่อมราชวงศ์สท้าน สนิทวงศ์)	รมว.	1	2	10 ธ.ค. 2475	1 เม.ย. 2476
			2	3	1 เม.ย. 2476	
4	พระยาโกมารกุลมนตรี (ชื่น โกมารกุล ณ นคร)	รมว.	1	4	24 มิ.ย. 2476	16 ธ.ค. 2476
			2	5	16 ธ.ค. 2476	29 มี.ค. 2477
5	พระสารสาสน์พลขันธ์ (ลอง สารสาส)	รมว.	1	5	29 มี.ค. 2477	22 ก.ย. 2477
6	พลเรือตรี พระยาศรยุทธเสนี (กระแส ประวาหะนาวิน)	รมว.	1	6	22 ก.ย. 2477	12 ก.พ. 2478
7	พันเอก พระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	1	6	12 ก.พ. 2478	28 ก.ค. 2480
			2	7	10 ส.ค. 2480	10 ธ.ค. 2480
			3	8	21 ธ.ค. 2480	16 ธ.ค. 2481
			4	9	21 ธ.ค. 2481	16 ก.พ. 2485
			5	9	19 ส.ค. 2484	16 ก.พ. 2485
			6	21	16 พ.ย. 2491	24 มิ.ย. 2492
			7	22	28 มิ.ย. 2492	29 พ.ย. 2494
			8	26	31 มี.ค. 2500	31 มี.ค. 2500
8	พลเรือโท สินธุ์ กมลนาวิน	รมว.	1	9	16 ก.พ. 2485	6 มี.ค. 2485
9	พลโท จรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมว.	1	10	10 มี.ค. 2485	20 มี.ค. 2485
			2	10	20 มี.ค. 2485	8 ก.ย. 2485
10	พันตรี ควง อภัยวงศ์	รมว.	1	10	8 ก.ย. 2485	17 ก.พ. 2486
			2	11	10 ม.ค. 2488	16 ส.ค. 2488
11	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมว.	1	10	3 มี.ค. 2486	24 ก.ค. 2487
			2	11	2 ส.ค. 2487	20 ก.ย. 2487
			3	19	11 พ.ย. 2490	6 ก.พ. 2491
12	นาวาเอก หลวงศุภชลาศัย (บุง ศุภชลาศัย)	รมว.	1	12	1 ก.ย. 2488	17 ก.ย. 2488
13	หม่อมหลวงอุดม สนิทวงศ์	รมว.	1	13	19 ก.ย. 2488	31 ม.ค. 2489
14	พลอากาศตรี มุนี มหาสันทนะ เวชยันต์ รังสฤษฎ์	รมว.	1	14	2 ก.พ. 2489	18 มี.ค. 2489
			2	20	25 ก.พ. 2491	8 เม.ย. 2491
			3	23	29 พ.ย. 2494	6 ธ.ค. 2494

ลำดับที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	สมัยที่	ครม. คณะที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
15	หม่อมหลวงกรี เดชาติวงศ์	รมว.	1	15	24 มี.ค. 2489	1 มิ.ย. 2489
			2	16	11 มิ.ย. 2489	21 ส.ค. 2489
16	พันตรี วิลาศ โอสถานนท์	รมว.	1	17	24 ส.ค. 2489	28 พ.ค. 2490
17	นายเดือน บุนนาค	รมว.	1	18	31 พ.ค. 2490	8 พ.ย. 2490
18	พระยามไหสวรรย์ (กวย สมบัติศิริ)	รมว.	1	21	15 เม.ย. 2491	16 พ.ย. 2491
19	หลวงวิจิตรวาทการ (วิจิตร วิจิตรวาทการ)	รมว.	1	24	8 ธ.ค. 2494	23 มี.ค. 2495
20	นายวรการบัญชา	รมว.	1	25	28 มี.ค.2495	4 ก.พ. 2497
21	จอมพล แปลก พิบูลสงคราม	รมว.	1	25	4 ก.พ. 2497	23 มี.ค. 2497
22	พลตรี ศิริ สิริโยธิน	รมว.	1	25	23 มี.ค. 2497	26 ก.พ. 2500
23	นายสุกิจ นิมมานเหมินท์	รมว.	1	27	23 ก.ย. 2500	26 ธ.ค.2500
			2	28	1 ม.ค. 2501	20 ต.ค.2501
24	นายสุนทร หงส์ลดารมภ์	รมว.	1	29	10 ก.พ. 2502	1 พ.ค. 2502
			2	30	8 ก.ค. 2508	10 ก.พ. 2511
25	นายเกษม ศรีพยัคฆ์	รมว.	1	29	1 พ.ค. 2502	8 ธ.ค. 2506
			2	30	11 ธ.ค. 2506	5 ก.ค. 2508
26	นายพจน์ สารสิน	รมว.	1	30	10 ก.พ. 2511	7 มี.ค. 2512
27	นายบุญชนะ อัตถากร	รมว.	1	31	11 มี.ค. 2512	17 พ.ย. 2514
28	นายประสิทธิ์ กาญจนวัฒน์	รมว.	1	32	19 ธ.ค. 2515	14 ต.ค. 2516
29	นายชาญชัย ลี้ถาวร	รมว.	1	33	16 ต.ค. 2516	22 พ.ค. 2517
30	นายวิจารณ์ นิวาตวงศ์	รมว.	1	34	30 พ.ค. 2517	14 ก.พ. 2518
31	นายดำรง ลัทธพิพัฒน์	รมว.	1	35	21 ก.พ. 2518	6 มี.ค. 2518
			2	37	21 เม.ย. 2519	23 ก.ย. 2519
			3	38	5 ต.ค. 2519	6 ต.ค. 2519
32	นายทองหยด จิตตวีระ	รมว.	1	36	17 มี.ค. 2518	12 ม.ค. 2519
33	นายสุธี นาทวรทัต	รมว.	1	39	22 ต.ค. 2519	20 ต.ค. 2520
34	นายนาม พูนวัตถุ	รมว.	1	40	12 พ.ย. 2520	21 ธ.ค. 2521
35	นายอบ วสุรัตน์	รมว.	1	41	24 พ.ค. 2522	11 ก.พ. 2523
			2	41	11 ก.พ. 2523	29 ก.พ. 2523
36	นายตามใจ ขำภโต	รมว.	1	42	12 มี.ค. 2523	22 ม.ค.2524
37	นาวาอากาศตรี ปุณมี ปุณศรี	รมว.	1	42	22 ม.ค.2524	11 มี.ค. 2524
			2	42	19 ธ.ค. 2524	22 เม.ย. 2526
38	นายชวน หลีกภัย	รมว.	1	42	11 มี.ค. 2524	19 ธ.ค. 2524

ลำดับที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	สมัยที่	ครม. คณะที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
39	นายโกศล ไกรฤกษ์	รมว.	1	43	7 พ.ค. 2526	15 ม.ค. 2529
40	ร้อยตำรวจเอก สุรัตน์ โอสถานุเคราะห์	รมว.	1	43	15 ม.ค. 2529	5 ส.ค. 2529
			2	44	11 ส.ค. 2529	6 พ.ย. 2529
41	นายมนตรี พงษ์พานิช	รมว.	1	44	6 พ.ย. 2529	3 ส.ค. 2531
42	นายสุบิน ปิ่นขยัน	รมว.	1	45	9 ส.ค. 2531	26 ส.ค. 2533
43	นายอมเรศ ศิลาอ่อน	รมว.	1	45	26 ส.ค. 2533	9 ธ.ค. 2533
			2	46	14 ธ.ค. 2533	23 ก.พ. 2534
			3	47	6 มี.ค. 2534	22 มี.ค. 2535
			4	49	18 มิ.ย. 2535	22 ก.ย. 2535
44	นายอนุวรรตน์ วัฒนพงศ์ศิริ	รมว.	1	48	17 เม.ย. 2535	10 มิ.ย. 2535
45	นายอุทัย พิมพ์ใจชน	รมว.	1	50	29 ก.ย. 2535	19 พ.ค. 2538
46	นายชูชีพ หาญสวัสดิ์	รมว.	1	51	18 ก.ค. 2538	24 พ.ย. 2539
47	นายณรงค์ชัย อัครเศรณี	รมว.	1	52	29 พ.ย. 2539	21 มิ.ย. 2540
			2	52	21 มิ.ย. 2540	24 ต.ค. 2540
48	นายสม จาตุศรีพิทักษ์	รมว.	1	52	24 ต.ค. 2540	6 พ.ย. 2540
49	นายศุภชัย พานิชภักดิ์	รมว.	1	53	14 พ.ย. 2540	9 พ.ย. 2543
50	นายอดิศัย โพธารามิก	รมว.	1	54	17 ก.พ. 2544	3 ต.ค. 2545
			2	54	3 ต.ค. 2545	8 พ.ย. 2546
51	นายวัฒนา เมืองสุข	รมว.	1	55	8 พ.ย. 2546	11 มี.ค. 2548
52	นายทนง พิทยะ	รมว.	1	55	11 มี.ค. 2548	2 ส.ค. 2548
53	นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์	รมว.	1	55	2 ส.ค. 2548	19 ก.ย. 2549
54	นายเกริกไกร จีระแพทย์	รมว.	1	56	1 ต.ค. 2549	6 ก.พ. 2551
55	นายมิ่งขวัญ แสงสุวรรณ์	รมว.	1	57	6 ก.พ. 2551	2 ส.ค. 2551
56	นายไชยา สะสมทรัพย์	รมว.	1	58	2 ส.ค. 2551	24 ก.ย. 2551
			2	58	24 ก.ย.2551	2 ธ.ค. 2551
57	นางพรทิวา นาคาศัย	รมว.	1	59	20 ธ.ค. 2551	9 ส.ค. 2554
58	นายกิตติรัตน์ ณ ระนอง	รมว.	1	60	10 ส.ค. 2554	18 ม.ค. 2555
59	นายบุญทรง เตริยาภิรมย์	รมว.	1	60	18 ม.ค. 2555	30 มิ.ย. 2556
60	นายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล	รมว.	1	60	30 มิ.ย. 2556	22 มิ.ย. 2557
61	พลเอก ฉัตรชัย สาริกัลยะ	รมว.	1	61	30 ส.ค. 2557	19 ส.ค. 2558
62	นางอภิรดี ตันตราภรณ์	รมว.	1	61	19 ส.ค. 2558	23 พ.ย. 2560
63	นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์	รมว.	1	61	23 พ.ย. 2560	ปัจจุบัน

ลำดับ	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)	1 มิถุนายน 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 สิงหาคม 2485
9	นาวาโท ฉา โพธิทัต (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 ธันวาคม 2485
	นาวาโท ฉา โพธิทัต	1 มิถุนายน 2486
10	นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 กรกฎาคม 2489
11	พระนรราชจำนง (สิงห์ ไรวา) (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 ตุลาคม 2489
	นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 พฤศจิกายน 2489
	พระนรราชจำนง (สิงห์ ไรวา)	1 มกราคม 2490
	นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 พฤษภาคม 2494
12	หลวงศรีปรีชาธรรมปาฐก (ศิริ สิตปรีชา) (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 มิถุนายน 2494
13	พันเอก ณรงค์ สาลีรัฐวิภาค (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 ธันวาคม 2494
	พันเอก ณรงค์ สาลีรัฐวิภาค	1 เมษายน 2495
	นายเกษม ศรีพยัคฆ์	1 เมษายน 2497
14	หลวงถวิลเศรษฐพณิชยการ (ถวิล คุปตารักษ์)	1 กรกฎาคม 2498
15	พันโท 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

ประมวลภาพกิจกรรมกระทรวงพาณิชย์

Gallery Activities of the Ministry of Commerce

วันกิติยากร (Kitiyakara Day)











ถวายพระพร เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9
(The Signing Ceremony to Bless Her Majesty Queen Sirikit)






ถวายพระพร เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร
(The Signing Ceremony to Bless His Majesty King Maha Vajiralongkorn Bodindradebayavarangkun)







พาณิชย์จิตอาสา (MOC Volunteer)













ทำบุญตักบาตรวันขึ้นปีใหม่ (Philanthropy New Year's Day)








พาณิชย์พาชื่น เชิงรื่นประเพณีสงกรานต์ 2561 (MOC Songkran Festival)





พิธีถวายสัตย์ปฏิญาณเพื่อเป็นข้าราชการที่ดีและพลังของแผ่นดิน
(The Ceremony to pledge allegiance to be good government officers and power of the nation)





ปล่อยพันธุ์ปลา ถวายเป็นพระราชกุศล สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9
(Released fish as merit-making to honor Her Majesty Queen Sirikit)







กิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility (CSR) Activities)











กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

SMART MOC 4.0



กระทรวงพาณิชย์

Ministry of Commerce (MOC)

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

563 Nonthaburi Rd., Amphur Muang,
Nonthaburi 11000
Tel. 0-2507-7000, 0-2507-8000
Fax. 0-2547-5209 - 10
Email : webmaster@moc.go.th
Website : www.moc.go.th
Hotline : 1203

ANNUAL REPORT 2018

MOC