กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce



รายงานประจำปี 2568
กระทรวงพาณิชย์

ANNUAL REPORT 2025
Ministry of Commerce


กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce
th

สารรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

Message from Minister of Commerce

ผมรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนภารกิจของกระทรวงพาณิชย์ ในวาระก้าวเข้าสู่ปีที่ 105 แห่งการก่อตั้ง ซึ่งเป็นวาระสำคัญของหน่วยงานที่มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ผมขอแสดงความชื่นชมและขอบคุณผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากรของกระทรวงพาณิชย์ทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละ ทุ่มเทแรงกายแรงใจ และยึดมั่นในผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนไทยเป็นหลัก ความมุ่งมั่นของทุกท่านเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้ภารกิจของกระทรวงพาณิชย์บรรลุวัตถุประสงค์อย่างเป็นรูปธรรม

ผมมีความตั้งใจและพร้อมทำงานร่วมกับทุกท่านอย่างเต็มที่ เพื่อแก้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่ประเทศไทยและทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ “ไทยทำ ไทยใช้ ไทยช่วยไทย” ประกอบด้วย 6 นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าอย่างเร่งด่วน ดังนี้ (1) ดูแลราคาสินค้าให้เป็นธรรม (2) เพิ่มโอกาสทางการค้า เปิดตลาดโลก สร้างโอกาสไทย (3) คุ้มครองผู้บริโภคอย่างเท่าเทียม (4) เปิดพื้นที่ให้คนไทยทุกคนมีส่วนร่วมตรวจสอบ (5) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ทุกครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และ (6) มุ่งมั่นประสานงาน แก้ไขปัญหาทั้งระบบ พร้อมบูรณาการความร่วมมือทุกกระทรวง โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ “ทำให้ประชาชนมีความสุข”

สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาปากท้องและความเดือดร้อนที่ส่งผลกระทบต่อพี่น้องประชาชนโดยตรงได้รับการแก้ไขทันที โดยเฉพาะปัญหาราคาสินค้าเกษตร จำเป็นต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างครอบคลุมทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ เพื่อให้ราคาพืชผลการเกษตรสะท้อนต้นทุนอย่างเป็นธรรม สร้างความยั่งยืนให้กับภาคการเกษตรที่เป็นรากฐานสำคัญของประเทศ และช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

ขอให้กระทรวงพาณิชย์มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน มุ่งมั่นขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าและแก้ไขปัญหาปากท้องประชาชนอย่าง “จริงจังและจริงใจ” บูรณาการการทำงานกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน สร้างสรรค์นวัตกรรม สนับสนุนการทำงาน ตอบสนองต่อสถานการณ์อย่างรวดเร็วทันท่วงทีเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการไทยและสร้างโอกาสใหม่ ๆ ผ่านการขยายตลาดส่งออก และผลักดันการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) อย่างต่อเนื่อง

ท้ายที่สุดนี้ ผมขอส่งความปรารถนาดีและกำลังใจให้ทุกท่านในการปฏิบัติภารกิจตามบทบาทหน้าที่และขับเคลื่อนนโยบายกระทรวงพาณิชย์อย่างเต็มความสามารถ เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศชาติ และความผาสุกของพี่น้องประชาชน ขอให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความสำเร็จ มีสุขภาพแข็งแรง มีพลังใจและพลังสติปัญญาที่เข้มแข็ง ร่วมกันเป็น “พาณิชย์หนึ่งเดียว” ขับเคลื่อนและยกระดับการค้าไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

(นายจตุพร บุรุษพัฒน์)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

I am deeply honored to play a part in driving the Ministry of Commerce's missions. On the occasion of 105th Anniversary of the establishment of the Ministry, we celebrate the long history and role in country's economic trade development. I would like to praise all personnel of the Ministry of Commerce for their dedication and devotion in performing duties for the benefit of Thai people. Your perseverance and commitment give rise to the achievement of the Ministry's missions throughout the past year.

I am determined to work with the MOC team to solve economic crisis that Thailand is currently facing. I have conveyed a vision for Thai people to consume Thai products and produces. The vision consists of 6 urgent policies to drive the economic and trade as follows: (1) Maintain fair prices; (2) Extend trade opportunities and explore new markets worldwide; (3) Protect consumer rights; (4) Administer transparence policy; (5) Strengthen the grassroots economic; and (6) Facilitate economic cooperation. My objective is to initiate systematic strategy for root cause problem solving in order to alleviate the economic hardship and bring happiness to all Thai people.



One of the most important issues that needs immediate attention is the livelihood and hardship that directly affect the majority of population. The second priority is fallen agricultural product prices that need a holistic management of the system including upstream, midstream and downstream. The MOC plays a vital role to ensure fair cost-reflecting agricultural prices, build sustainabilty for agriculture sector, relief burdens of both producers and consumers.

The MOC shall move forward as one strong entity and ready to cooperate with all sectors with "Determination and Sincerity" in advancing trade economy and addressing economic issues in parallel with promoting and empowering people in agricultural sector and entrepreneurs. Our responsibilities are create new opportunities, extend trade negotions and initiate Free Trade Agreement (FTA) worldwide.

Lastly, I would like to convey my best wishes and encourage all personnel to perform duties to the fullest extent for the greatest benefit of our country and well-being of Thai people. May you all be blessed with good health, happiness and success both in life and career. Let us join together as "One Commerce" to drive the MOC policies and missions that bring sustainable economic growth and happiness to all Thai people.

(Mr. Jatuporn Buruspat)
Minister of Commerce

สารรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Message from Deputy Minister of Commerce

เนื่องในโอกาสครบรอบ 105 ปี วันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ ผมรู้สึกยินดีและเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและธุรกิจ สร้างรายได้และดูแลปากท้องของประชาชนให้มีความกินดีอยู่ดี และร่วมผลักดันให้กระทรวงพาณิชย์สามารถบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของรัฐบาลได้อย่างเป็นรูปธรรม

ในปีที่ผ่านมา เราได้ร่วมแรงร่วมใจกันฝ่าฟันและก้าวข้ามวิกฤตการณ์ครั้งสำคัญหลากหลายรูปแบบที่เป็นปัจจัยฉุดรั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั่วโลก ซึ่งในปี 2568 ประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศในหลายมิติ ทั้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ การชะลอตัวของเศรษฐกิจรวมถึงการปรับเปลี่ยนนโยบายการค้าของประเทศคู่ค้าสำคัญ ความผันผวนของค่าเงินบาทและราคาน้ำมัน รวมถึงกฎระเบียบโลกใหม่ที่มุ่งสู่การพัฒนาเทคโนโลยีและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อเศรษฐกิจการค้าของไทย ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ตระหนักถึงความท้าทายดังกล่าว และเร่งปรับปรุงบทบาทภารกิจให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม โดยมีเป้าหมายสำคัญในการยกระดับศักยภาพทางธุรกิจของผู้ประกอบการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ และสร้างรายได้และโอกาสทางการค้าบนพื้นฐานของความยั่งยืน

ตลอดระยะเวลาที่ผมได้ปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ผมมุ่งมั่นผลักดันการดำเนินงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้เกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ทุกท่าน โดยได้ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนนโยบายการค้าระหว่างประเทศเชิงรุก เพื่อสร้างแต้มต่อทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ผ่านการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) ทั้งในระดับทวิภาคี พหุภาคี และภูมิภาค กระทรวงพาณิชย์ประสบความสำเร็จในการเจรจาและลงนาม FTA ระหว่างไทยกับสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (European Free Trade Association : EFTA) ซึ่งเป็นความตกลงฉบับแรกของไทยกับกลุ่มประเทศยุโรป และสรุปการเจรจา FTA ไทย–ศรีลังกาได้สำเร็จ พร้อมทั้งเดินหน้าการเจรจา FTA กับประเทศสำคัญ เช่น เกาหลีใต้ ภูฏาน และรื้อฟื้นการเจรจากับสหภาพยุโรปและตุรกี เราได้ใช้กลไกคณะกรรมการร่วมทางการค้า (Joint Trade Committee: JTC) เจรจาเชิงสร้างสรรค์กับประเทศคู่ค้าเพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้าและเปิดตลาดใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการไทย รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยใช้ประโยชน์จาก FTA อย่างเต็มที่ โดยได้ลงพื้นที่ทั่วประเทศเพื่อกระตุ้นให้ภาคเกษตรและภาคธุรกิจในท้องถิ่นเร่งใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงที่มีอยู่ พร้อมทั้งจัดสัมมนาและให้ข้อมูลเพื่อเตรียมพร้อมรับความตกลงใหม่ ๆ ที่กำลังจะมีผลบังคับใช้ นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้ทีมเจรจา FTA เจาะตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพสูง เช่น ข้าวอินทรีย์ กุ้ง และผลไม้เมืองร้อน

ในโอกาสที่กระทรวงพาณิชย์ได้รับใช้พี่น้องประชาชนชาวไทยมาครบ 105 ปี ผมขอขอบคุณบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันอย่างเต็มกำลัง สามารถขับเคลื่อนการทำงานให้เป็นไปตามนโยบายและบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ และขอขอบคุณทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และพี่น้องประชาชน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือและสนับสนุนภารกิจของกระทรวงพาณิชย์ด้วยดีเสมอมา สุดท้ายนี้ขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย โปรดดลบันดาลประทานพรให้ทุกท่านประสบแต่ความสุขความเจริญ มีพลังกายและพลังใจในการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประเทศชาติต่อไป

(นายสุชาติ ชมกลิ่น)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

On the auspicious occasion of the 105th anniversary of the Ministry of Commerce's inauguration, It is my sincere pleasure and honor to be part in driving economy, enhancing trade and business competitiveness, generating incomes, monitoring peoples' well-being to ensure public welfare and encouraging the Ministry of Commerce's concrete achievements in line with the Government's policies.

During the prior period, we had been jointly combatting and overcoming various forms of major crisis which were factors holding back global economic recovery. For 2025, Thailand is still confronting with challenges from both internal and external factors in various dimensions - geopolitics, economic slowdown including trade policy changes of major trading partners, fluctuation of Thai baht and oil price, as well as new global rules towards technological development and environmental sustainability, etc. - all of which have had impacts on Thailand's trade and economy. The Ministry of Commerce is cognizant of these challenges and expeditiously improving its roles and missions to properly keep up with changes with an aim to elevating entrepreneurs' potentials in business, adding value to goods and services and creating incomes and trade opportunities on a sustainable basis.

Throughout my tenure as the Deputy Minister of Commerce, I have been committed to carry forward missions for concrete achievements with the united efforts of all personnel of the Ministry of Commerce by placing importance on driving international trade policies in a proactive manner with an aim to creating the country's comparative advantage through the negotiations of Free Trade Agreement (FTA) at bilateral, multilateral and regional levels. In this regard, the Ministry of Commerce successfully completed the FTA negotiation and signed Thailand-European Free Trade Association (EFTA) FTA which is Thailand's first FTA with European countries as well as successfully concluded Thailand-Sri Lanka FTA negotiation whilst moving forward with FTA negotiations with major trading partners such as South Korea and reviving FTA negotiations with the European Union and Turkey. We have been utilizing Joint Trade Committee (JTC) as a mechanism for constructive negotiations with trading partners aiming to eliminate trade barriers and open new markets for Thai entrepreneurs. Meanwhile we have been promoting the full utilization of FTA through field visits to encourage local agricultural and business sectors to promptly use preferential benefits from existing FTAs. Furthermore, the FTA negotiation teams have been supported to penetrate the market for high-quality agricultural products such as organic rice, prawn and tropical fruits.



On the occasion of the 105th anniversary as the Ministry of Commerce's serving Thai peoples, I would like to express my gratitude to all personnel of the Ministry of Commerce for their fully dedications, propelling works in line with policies and goals for the best interests of the country. I also would like to extend my appreciation to all stakeholders - public, private, academia, media and peoples - for their assistance and support on the Ministry of Commerce's missions. Lastly, I wish all of you ultimate blessing, happiness, prosperity, physical and inner strength in performing duties for the utmost benefits of the people and the country.

(Mr. Suchart Chomklin)
Deputy Minister of Commerce

สารรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Message from Deputy Minister of Commerce

ก้าวสู่ปีที่ 105 ที่กระทรวงพาณิชย์มีบทบาทและภารกิจในการกำกับดูแล และส่งเสริมการค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศ เพื่อให้เศรษฐกิจการค้าของประเทศไทยเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคง ผมรู้สึกยินดีและเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระทรวงพาณิชย์ ในการขับเคลื่อนภารกิจที่สำคัญของประเทศ โจทย์สำคัญสำหรับผม คือ “ร่วมทำให้ประเทศไทยมีที่ยืนอย่างแข็งแกร่งในเวทีการค้าโลก”

เศรษฐกิจการค้าไทยอยู่ท่ามกลางความท้าทายทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ นโยบายการค้าของประเทศมหาอำนาจที่ส่งผลกระทบต่อประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ตลอดจนกฎระเบียบและมาตรการกีดกันทางการค้าที่เพิ่มมากขึ้น กระทรวงพาณิชย์จึงต้องวางยุทธศาสตร์และเป้าหมายทิศทางการค้าของประเทศให้ชัดเจน ทั้งการเร่งการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) โดยเฉพาะระหว่างไทย-สหภาพยุโรป รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับต่างประเทศ การวางรากฐานให้ผู้ประกอบการไทยเข้มแข็งและสร้างความเท่าเทียมในการแข่งขันสำหรับธุรกิจทุกขนาดกิจการ ตลอดจนการดูแลราคาและสร้างเสถียรภาพการค้าสินค้าเกษตร เพื่อความมั่นคงทางรายได้ของเกษตรกร ซึ่งการจะขับเคลื่อนภารกิจดังกล่าวนั้น ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ต้องไม่หยุดนิ่งที่จะเรียนรู้เพื่อให้เท่าทันต่อเหตุการณ์ เข้าใจปัจจัยเสี่ยงที่สามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้าของประเทศ บูรณาการการทำงาน ตลอดจนนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

ในโอกาสครบรอบวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ ผมขอขอบคุณบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ทุกท่าน ที่ร่วมกันทุ่มเทแรงกาย แรงใจ มุ่งมั่นขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ให้เป็นไปตามทิศทางนโยบายรัฐบาล และขอให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากนี้ ผมขอขอบคุณทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน และประชาชน ที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการทำงานของกระทรวงพาณิชย์เป็นอย่างดีมาโดยตลอด สุดท้ายนี้ ผมขอให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญก้าวหน้า เต็มเปี่ยมด้วยพลังกายและพลังใจในการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประเทศชาติต่อไป



(นายฉันทวิชญ์ ตัณฑสิทธิ์)
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Moving forward into the 105th Anniversary of the Ministry of Commerce as playing a role and performing duties in overseeing and promoting both domestic and international trade with an aim to ensuring sustainable growth of Thailand's economy and trade, I am truly pleased and honored to become part of the Ministry of Commerce in driving crucial missions of the nation. My ambition is to help strengthen Thailand's position in the global economy.

Thailand's trade economy is facing both internal and external challenges, in particular global economic uncertainty from geopolitical conflicts, trade policies of superpowers affecting other countries globally as well as the increasing emergence of trade protectionism regulations and measures. In this regard, the Ministry of Commerce has clearly formulated strategies and trade direction goals of the nation. Specifically, these include the acceleration of Free Trade Agreement (FTA) negotiation between Thailand and European Union as well as international relations, laying foundation for strong Thai businesses and creating a level playing field for all business sizes in couple with overseeing and stabilizing agricultural trade for farmers' income security. To push forward these missions, the Ministry of Commerce's civil servants and staff must never stop learning so as to stay abreast of the situations, comprehend risk factors affecting the country's trade economy, integrate works and apply technology appropriately to achieve efficiency and effectiveness in work.



On the occasion of the 105th anniversary of the Ministry of Commerce's inauguration, I would like to express my gratitude to all personnel of the Ministry of Commerce for their devotion and commitment in driving and advancing the country's trade economy in accordance with the Government policy direction. And I wish you success in reaching these goals. Furthermore, I would like to extend my appreciation to all stakeholders – government sector, private sector, academic institutes, media and general public – for their well all along collaboration and support for the Ministry of Commerce's work. Lastly, I wish you all happiness, prosperity and full of energy and enthusiasm for work for the utmost benefits of general public and the nation.

Chantawit Tantasith

(Mr. Chantawit Tantasith)
Deputy Minister of Commerce

สารปลัดกระทรวงพาณิชย์

Message from Permanent Secretary of the Ministry of Commerce

ปี 2568 นับเป็นปีที่เศรษฐกิจการค้าของประเทศไทย เผชิญกับปัจจัยความผันผวน และความท้าทายใหม่ ๆ ที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลก และการขึ้นภาษีศุลกากรของสหรัฐอเมริกา กระทรวงพาณิชย์ได้เตรียมรับมือผลกระทบและดำเนินการเชิงรุกโดยบูรณาการกับพันธมิตร ทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวข้ามความเสี่ยงต่าง ๆ และรักษาความสมดุลของผลประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการ เกษตรกร และประชาชน ดังคำขวัญ (Motto) กระทรวงพาณิชย์ “เศรษฐกิจการค้าไทยเข้มแข็ง เป็นธรรม เติบโตอย่างยั่งยืน” โดยมีประเด็นสำคัญ 3 ด้าน คือ

ด้านการสร้างความเข้มแข็ง กระทรวงพาณิชย์มุ่งสร้างสมดุลระหว่างผู้บริโภค เกษตรกร ผู้ประกอบการ โดยบริหารจัดการและกำกับดูแลสินค้าเกษตรให้เหมาะสม พัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจ เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยนวัตกรรม/ Soft power/ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ ผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมทั้งเร่งเจรจาข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) ไปยังประเทศคู่ค้าใหม่ ๆ เพื่อสร้างแต้มต่อให้แก่ผู้ประกอบการไทย ตลอดจนแสวงหาเครือข่ายพันธมิตรในการเจาะขยายตลาดกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

ด้านการสร้างความเป็นธรรมทางการค้า กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการกำกับดูแลสินค้าและบริการให้มีราคาที่เหมาะสม และบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการ SMEs ไทย จากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากต่างประเทศ อาทิ สินค้านำเข้าที่ไม่ได้มาตรฐาน สินค้าที่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ธุรกิจต่างชาติที่ฝ่าฝืนกฎหมาย และธุรกิจ Nominee รวมทั้งเร่งปกป้องการทุ่มตลาด และเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบถิ่นกำเนิดสินค้าเพื่อป้องกันการสวมสิทธิสินค้าที่นำเข้าจากประเทศที่สาม

ด้านการขับเคลื่อนการค้าเพื่อความยั่งยืน กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งเสริมผู้ประกอบการในการเปลี่ยนผ่านด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลควบคู่กับการพัฒนาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งได้นำระบบดิจิทัลมาพัฒนาการให้บริการที่รวดเร็วและสามารถลดการใช้กระดาษ เช่น การจดทะเบียนบริษัท การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การออกเอกสารทางการค้า และข้อมูลสารสนเทศทางการค้า รวมถึงการใช้ระบบสารบัญอิเล็กทรอนิกส์ในการรับ-ส่งของหน่วยงานภายในกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการขับเคลื่อนกระทรวงพาณิชย์สู่ระบบราชการสีเขียว

เนื่องในวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ครบรอบ 105 ปีนี้ ผมขอถือโอกาสขอบคุณพันธมิตรทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุนและร่วมมือ ร่วมใจ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทยให้ก้าวผ่านอุปสรรค และแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ร่วมกันเสมอมา รวมทั้งขอชื่นชมความเสียสละของผู้บริหาร และบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ทุกคนที่ได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ทำให้การดำเนินภารกิจของกระทรวงพาณิชย์บรรลุเป้าหมาย และก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงต่อประเทศชาติ พร้อมนี้ ผมขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่ทุกท่านเคารพนับถือ ได้โปรดประทานพรให้ทุกท่านประสบแต่ความสุข ความเจริญ สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ มีกำลังกายกำลังใจที่เข้มแข็ง พร้อมเป็นกำลังสำคัญร่วมพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไป



(นายวุฒิไกร ลีวีระพันธุ์)
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

2025 is marked as a year Thailand being facing with more intensifying volatility and new factors, particularly the global geopolitical conflicts and the US's increase of tariff. The Ministry of Commerce has been prepared for impacts and proactively worked out with all alliances aiming to moving the country's economy forward and overcoming various risks as well as balancing interests of all relevant stakeholders – entrepreneurs, farmers and peoples – under the Ministry of Commerce's Motto "Robust, Fair, Sustainably Growing Thai Economy", emphasizing 3 key issues namely;

On creating strength, the Ministry of Commerce aims to establish balance among consumers, farmers and entrepreneurs through proper administration and monitoring of agricultural products, development of entrepreneurs' potentials in business operations, addition of value to products and services via innovation / Soft power / geographical indications and establishment of domestic and international distribution channels via online and offline modes as well as acceleration of Free Trade Agreement (FTA) negotiations with new trading partners so as to create comparative advantages for Thai businesses and seeking alliance networks for new market penetration.

On creating fairness in trade, the Ministry of Commerce has been carrying out works in monitoring product and services prices at reasonable levels and collaborating with relevant agencies to protect Thai SMEs' interests against unfair competition from abroad such as inferior standard imports, IP infringed goods, illicit foreign and nominee businesses as well as expeditiously protecting market dumping and more rigorously examining product origins to prevent import circumvention from the 3rd parties.

On driving trade for sustainability, the Ministry of Commerce has been promoting entrepreneurs in digital transformation in parallel with environmental friendly development, supporting SMEs' reduction of carbon emission as well as adopting digital systems for rapid service provision and reduced use of paper such as business registration, IP registration, issuance of trade documentation and trade information as well as use of e-Sarabun for internal in-out documents, recognizing as a major step for the Ministry of Commerce's moving towards Green Government.

On the occasion of the 105th anniversary of the Ministry of Commerce's inauguration, I would like to take this opportunity to express my appreciation to all alliances for their support and cooperation in mutually driving Thailand's trade and economy to overcome obstacles and seek new opportunities. I also would like to extend my admiration to dedication of all executives and personnel of the Ministry of Commerce for their hard work, bringing about the Ministry of Commerce's accomplishment of targets and genuine benefits to the nation. Lastly, may everyone be blessed with happiness, prosperity, good health, physical and inner strengths, ready for being a vital force of the country's development for prosperity.



(Mr. Vuttikrai Leewiraphan)
Permanent Secretary
of the Ministry of Commerce

สารบัญ CONTENTS

12 วิสัยทัศน์/พันธกิจ
Vision and Mission

14 โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์
Organization Structure
of the Ministry of Commerce

16 ผลการดำเนินงานสำคัญของกระทรวงพาณิชย์
(1 เมษายน 2567 - 31 พฤษภาคม 2568)
Ministry of Commerce's Key Achievements
(1 April B.E. 2567 (2024) - 31 May B.E. 2568 (2025))

42 DBD พัฒนาระบบจดทะเบียน
นิติบุคคลดิจิทัล ก้าวสำคัญสู่อนาคต
ของบริการภาครัฐไทย
DBD Develop DBD Biz Regist A Major Step
to the Future of Thai Government Services

46 ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยอย่างเข้มแข็ง
สู่ตลาดโลกผ่านช่องทางออนไลน์
Strengthening Thai Entrepreneurs
Towards Global Market via Online Channels

52 สร้างแต้มต่อธุรกิจสินค้า
เกษตรนวัตกรรมไทย
เพื่อแข่งขันได้ในตลาดไทยและตลาดโลก
Leveraging Competitive Edge
for Thai Innovative Agricultural Products
Businesses in Thai and Global Markets

56 FTA เพิ่มทางเลือกสินค้า
นำเข้าราคาถูกให้แก่ผู้บริโภค
FTA offers more alternative imports
at lower prices for consumers

60 ขับเคลื่อนการค้าในประเทศ...
สู่ระบบการค้าที่เป็นธรรม
Drive Internal Trade...
Towards a Fair-Trade System

66 สร้างความเป็นธรรมการค้าไทย
ปกป้องสินค้าไร้คุณภาพจากต่างประเทศ
Creating Fairness in Thai Trade
Preventing Overseas Substandard Products

72 SDGs สินค้ารักษ์โลก ปกป้องสิ่งแวดล้อม
SDGs-Eco-Friendly Products,
Protect Environment

78 ขับเคลื่อนงานหัตถกรรมไทยสู่ความยั่งยืน
Sustainable Craft Movement

82 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์: กุญแจสู่ความ
ยั่งยืนของสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่น
Geographical Indication: A Key to
Sustainability of Local Identity Products

86 ขับเคลื่อนองค์กรคาร์บอนต่ำ ลดโลกร้อนอย่างยั่งยืน
Transition to a Low Carbon Organization, Reduce Global Warming Sustainably

91 “เครื่องประดับทองคำรีไซเคิล” คุณค่าที่ดีต่อโลก
“Recycled Gold Jewelry” Value for the World

95 ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์
Executives of the Ministry of Commerce

126 รางวัล “เพชรพาณิชย์” ประจำปี 2568
Commerce Diamond Award 2025

131 ผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของกระทรวงพาณิชย์ ระหว่างเดือนตุลาคม 2566 - เดือนกันยายน 2567
Summary of the Ministry of Commerce’s Implementation of the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) from October 2023 - September 2024

140 รายชื่อกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์ และกฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข
Laws under Responsibility of Ministry of Commerce and Laws under Amendment Process

143 รายพระนามและนามเสนาบดี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์
Name list of the Ministers of Commerce and Deputy Ministers of Commerce

150 รายพระนามและนามปลัดกระทรวงพาณิชย์
Name list of the Permanent Secretaries

152 งบแสดงฐานะการเงินรวม
Financial Statement

156 ประมวลภาพกิจกรรมกระทรวงพาณิชย์
Gallery Activities of the Ministry of Commerce

กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

วิสัยทัศน์
Vision

เป็นองค์กรขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม ภายในปี 2570

To be the leading organization in driving trade and economy with digital technology and innovation by 2027.

ค่านิยม
Core Value

SMART MOC :
เชี่ยวชาญการค้า ก้าวหน้านวัตกรรม เป็นธรรมโปร่งใส ใส่ใจประชาชน

- **S**trong Expertise in Trade.
- **M**ove Ahead with Innovation.
- **A**dhere to Transparency and Fairness.
- **R**espect People's Needs.
- **T**reat People Well.

พันธกิจ
Mission

1. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของประเทศ
   Encourage the use of technology and innovation in order to enhance country's trade competitiveness.

2. พัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้มีความเข้มแข็งเพื่อยกระดับรายได้ของประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำ และรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ
   Strengthen trade and economy aiming to leverage country's income, reduce inequality, and be resilient to changes in all aspects.

3. พัฒนาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจการค้าให้มีประสิทธิภาพ มีมาตรฐาน และเป็นธรรม
   Develop trade and economy ecosystem to be efficient, standardized, and fair.

4. ส่งเสริมการค้า การเจรจาการค้า และพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศและการค้าชายแดน
   Promote trade and negotiations as well as enhance international trade and economic cooperation and border trade.

5. พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม
   Improve the efficiency of organizational management with digital technology and innovation.

กระทรวงพาณิชย์
Ministry of Commerce

สำนักงานรัฐมนตรี
Office of the Minister

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
Office of the Permanent Secretary Ministry of Commerce

- สำนักงานพาณิชย์ ในต่างประเทศ 4 แห่ง
  4 Overseas Offices of Commercial Affairs
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัด 76 แห่ง
  76 Offices of Provincial Commercial Affairs

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

กลุ่มภารกิจด้านการค้าภายในประเทศ
Internal Trade Cluster

กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Department of Business Development

กรมทรัพย์สินทางปัญญา
Department of Intellectual Property

โครงสร้างกระทรวงพาณิชย์
Organization Structure of the Ministry of Commerce

กลุ่มภารกิจด้านการค้าต่างประเทศ
Foreign Trade Cluster

- กรมการค้าต่างประเทศ
  Department of Foreign Trade
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
  Department of Trade Negotiations
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
  Department of International Trade Promotion
  - สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 58 แห่ง
    58 Overseas Offices of Thai Trade Center

รัฐวิสาหกิจ
State Enterprise

- องค์การคลังสินค้า
  Public Warehouse Organization

องค์การมหาชน
Public Organizations

- สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (ชื่อเดิม : ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ)
  The Sustainable Arts and Crafts Institute of Thailand
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ
  The Gem and Jewelry Institute of Thailand
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา
  International Institute for Trade and Development

ผลการดำเนินงานสำคัญ
ของกระทรวงพาณิชย์
(1 เมษายน 2567-31 พฤษภาคม 2568)

กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการตามภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้า ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง พัฒนาและปกป้องผลประโยชน์ของผู้ประกอบการไทย ดูแลปัญหาปากท้องของประชาชน ตลอดจนเร่งรัดการส่งออกและแสวงหาโอกาสทางการค้าเพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายตามนโยบายและทิศทางองค์กร **"เศรษฐกิจการค้าไทยเข้มแข็ง เป็นธรรม เติบโตอย่างยั่งยืน"** โดยมีผลการดำเนินงานสำคัญ ดังนี้



ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส

ลดรายจ่าย

ดำเนินโครงการฟื้นฟูเศรษฐกิจ "ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส"

ลดราคาสินค้าอุปโภคบริโภค สูงสุดร้อยละ 70 พร้อมทั้งจัดโปรโมชั่นจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษภายในร้านธงฟ้า โดยร่วมมือกับผู้ผลิตและผู้ค้ารายใหญ่ ร้านค้าชุมชนกว่า 14,000 ร้าน ระยะเวลา 5 เดือน (ก.ย.67-ม.ค.68) และยังจัดมหกรรมลดราคาสินค้าและบริการ ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น งานพาณิชย์ลดราคา New Year Mega Sale 2025 ลดราคาสินค้าทั่วประเทศ สูงสุดร้อยละ 80 งานพาณิชย์จัดให้ ลดราคา เทศกาลกินเจ อิ่มบุญราคาประหยัด งานพาณิชย์สืบสานเทศกาลตรุษจีน และงานเปิดเทอมเติมพลัง Back To School 2025 ลดราคาสินค้า เช่น ชุดนักเรียน อุปกรณ์การเรียน สูงสุดร้อยละ 74 สามารถลดภาระค่าครองชีพประชาชนได้ 20,250 ล้านบาท

ดำเนินโครงการธงฟ้าราคาประหยัดลดค่าครองชีพประชาชน

นำสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพและสินค้าเกษตร จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายกลาง/รายย่อย และเกษตรกร มาจัดจำหน่ายให้ประชาชนโดยตรงในราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไปร้อยละ 20-40 รวมทั้งสิ้น 1,144 ครั้ง ลดค่าครองชีพประชาชน 240 ล้านบาท และโครงการร้านอาหารธงฟ้า จัดจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จราคาประหยัด จาน/ชาม/ถุงละไม่เกิน 35 บาท ปัจจุบันมีร้านอาหารธงฟ้ารวม 5,663 ร้าน ลดภาระค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จให้กับประชาชนประมาณวันละ 2.74 ล้านบาท และโครงการร้านธงฟ้าราคาประหยัดพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ช่วยผู้มีรายได้น้อยที่ได้รับสิทธิสวัสดิการแห่งรัฐ ให้สามารถใช้สิทธิซื้อสินค้าราคาประหยัดในร้านธงฟ้าที่ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 150,887 ร้าน

ดำเนินโครงการชูใจ วัยเก๋า

สานต่อนโยบายรัฐบาล ในโครงการเติมเงิน 10,000 บาท กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยร่วมมือกับผู้ประกอบการ ทั้งผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ห้างค้าส่งค้าปลีก ห้างท้องถิ่น ร้านสะดวกซื้อและแพลตฟอร์มออนไลน์ กว่า 200 ราย ลดราคาสินค้ากว่า 20,000 รายการ ลดสูงสุด 86% ระยะเวลา 90 วัน (30 ม.ค.-30 เม.ย. 68) ใน 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่

- กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ ไม้เท้า แผ่นรองซับ อาหารเสริม นมเพื่อสุขภาพ ราวจับทรงตัว เตียงไฟฟ้า
- กลุ่มบริการ อาทิ บริการทางการแพทย์ เช่น ส่วนลดตรวจความหนาแน่นมวลกระดูก ตรวจคัดกรองหินปูนเกาะหลอดเลือดหัวใจ
- กลุ่มแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถลดภาระค่าครองชีพ 10,000 ล้านบาท





เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส

เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ด้วยการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)

โดยตั้งแต่ เม.ย. 67-พ.ค. 68 ได้มีการขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไทย 32 สินค้า อาทิ มะพร้าวน้ำหอมสามพราน ส้มเกลี้ยงลำปาง ผ้ากาบบัวอุบลราชธานี หอยนางรมท่าโสม ผ้าฝ้ายเมืองเลย ทำให้ปัจจุบันมีสินค้า GI ไทย ทั้งสิ้น 232 สินค้า นอกจากนี้ได้เร่งรัดการขึ้นทะเบียน GI ไทยในต่างประเทศ ผ่านกลไกความร่วมมือระหว่างประเทศในการแลกเปลี่ยนการขึ้นทะเบียน GI ระหว่างกัน ปัจจุบันมีสินค้า GI ไทยได้ขึ้นทะเบียนในต่างประเทศแล้ว 9 สินค้า ครอบคลุม 33 ประเทศ ทั้งญี่ปุ่น อินเดีย อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย กัมพูชา และสหภาพยุโรป

พัฒนาและยกระดับตลาดชุมชนสู่ "ตลาดต้องชม"

โดยส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์พาณิชย์ (จำหน่ายสินค้าด้วยความเที่ยงตรง โปร่งใส เป็นธรรม ปิดป้ายแสดงราคา และสินค้ามีคุณภาพดี) และอัตลักษณ์ของชุมชน ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจับจ่ายใช้สอยภายในตลาดต้องชม ทำให้เศรษฐกิจชุมชนเกิดการหมุนเวียนและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมและเชื่อมโยงการท่องเที่ยว การจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชนในตลาดต้องชม ตามช่วงเทศกาลต่าง ๆ อาทิ พาณิชย์สืบสานเทศกาลลอยกระทง ปี 2567 พาณิชย์ชวนเที่ยวเทศกาลปีใหม่ ปี 2568 และพาณิชย์ชวนเที่ยวมหาสงกรานต์ สืบสานและอนุรักษ์ประเพณีไทย ปี 2568 ปัจจุบันมีตลาดต้องชมในความส่งเสริม รวมทั้งสิ้น 251 แห่ง และมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชน สร้างมูลค่าการค้า 2,425.69 ล้านบาท

ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็น "หมู่บ้านทำมาค้าขาย"

ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง และแข่งขันได้ โดยการให้ความรู้ และคำปรึกษาแนะนำในการดำเนินธุรกิจ การวางแผนการบริหารจัดการ รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์แก่ผู้นำและสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายตลาด ผ่านการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า เช่น งาน Village To Town 2024 by DIT และการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชน ภายในงาน New Year Mega Sale 2025 ปัจจุบันมีวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย รวมทั้งสิ้น 47 แห่ง และมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการชุมชน สร้างมูลค่าการค้า 217.61 ล้านบาท

พัฒนาศักยภาพและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายแก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการในภูมิภาค รวม 13,450 ราย

สร้างมูลค่าการค้า 1,762.22 ล้านบาท โดยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า อาทิ งาน "อีสานไอคอน อัตลักษณ์วิถีสู่ของดีลุ่มน้ำโขง" งาน "สีสัน สวรรค์แดนใต้ The Thai Southern Unseen Paradise" งาน Local SDGs Plus Expo 4 ภาค งาน "Central Market Fair 2025"

สร้างเครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club

โดยพัฒนาทักษะการประกอบธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี และจัดหาจุดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Biz Shop) ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าภายใต้งาน "MOC Biz Club Fair 2025 by DBD" รวม 4 ครั้ง มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 154 ราย สร้างมูลค่าการค้า 4.90 ล้านบาท โดยปัจจุบันมีผู้ประกอบการ MOC Biz Club 14,925 ราย



02 บริหารให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้บริโภค เกษตรกร ผู้ประกอบการ



ดูแลสินค้าและบริการให้ราคาสอดคล้องกับต้นทุนและเป็นธรรม

กำหนดสินค้าและบริการควบคุม 57 รายการ และสินค้าและบริการที่ติดตามดูแล 242 รายการ

มีการติดตามตรวจสอบราคาและสถานการณ์ของสินค้าเป็นประจำรายวัน รายปักษ์ รายเดือน รวมทั้งให้แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าและบริการ 290 รายการ แสดงราคารับซื้อสินค้าเกษตร 33 รายการ และติดตามตรวจสอบพฤติกรรมการค้าของผู้ประกอบการ รวม 73,933 ราย เพื่อป้องกันการกักตุนและฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าเอาเปรียบผู้บริโภค

กำกับดูแลการชั่งตวงวัดและสินค้าหีบห่อ

ให้มีความถูกต้อง เที่ยงตรง รวมทั้งสิ้น 5,124,992 เครื่อง/หีบห่อ และยกระดับการกำกับดูแลมาตรวัดน้ำมันเชื้อเพลิงในสถานีบริการทั่วประเทศ รวมทั้งออกแบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารประชาชนสามารถรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สร้างความมั่นใจในการได้รับปริมาณน้ำมันเต็มลิตร ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ โดยมีผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 7,012 สถานี ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน 4,756 สถานี

ดูแลราคา และส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตร เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้ที่เหมาะสม อาทิ รักษาสมดุลและเสถียรภาพราคาพืชเศรษฐกิจสำคัญ ปีการผลิต 2567/68



ข้าว

• **มาตรการรักษาเสถียรภาพราคาข้าวเปลือก** ดำเนินโครงการสินเชื่อชะลอการขายข้าวเปลือก มีผู้เข้าร่วมโครงการ 324,737 ราย ปริมาณข้าวเปลือก 2.59 ล้านตัน ชดเชยวงเงินสินเชื่อให้เกษตรกร 30,284.55 ล้านบาท โครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวมและสร้างมูลค่าเพิ่ม มีผู้เข้าร่วมโครงการ 56 ราย ปริมาณข้าวเปลือก 0.59 ล้านตัน ชดเชยวงเงินสินเชื่อให้เกษตรกร 5,908 ล้านบาท โครงการชดเชยดอกเบี้ยให้ผู้ประกอบการค้าข้าวในการเก็บสต็อก มีผู้เข้าร่วมโครงการ 205 ราย ปริมาณข้าวเปลือก 2.28 ล้านตัน และโครงการสนับสนุนค่าบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลผลิตเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จำนวน 4.5 ล้านครัวเรือน เป็นเงิน 36,656.58 ล้านบาท

• **จัดตลาดนัดข้าวเปลือก** เพื่อให้กลไกตลาดรับซื้อข้าวเปลือกมีการแข่งขัน เกษตรกรมีช่องทางเลือกและอำนาจต่อรองเพิ่มขึ้น รวม 56 ครั้ง ในพื้นที่ 30 จังหวัด โดยมีปริมาณการซื้อขายรวม 456,657.93 ตัน มูลค่าการจำหน่าย 501.979 ล้านบาท ส่งผลให้เกษตรกรขายข้าวในราคาสูงกว่าตลาด ตันละ 100 - 2,500 บาท/ตัน

• **ประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไทยและผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของไทย** โดยเฉพาะด้านคุณภาพมาตรฐาน และความปลอดภัย รวมถึงเครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ สร้างโอกาสในการขยายการส่งออกเพิ่มขึ้น อาทิ รณรงค์การบริโภคข้าวอินทรีย์ไทย “Healthy Life by Thai Organic Rice” ร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT

ข้าวโพดเลี้ยวสัตว์

ดำเนินโครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสนับสนุนสินเชื่อให้สถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 4 ราย วงเงินสินเชื่อ 143 ล้านบาท และโครงการชดเชยดอกเบี้ยในการเก็บสต็อก มีผู้เข้าร่วมโครงการ 23 ราย ปริมาณข้าวโพด 0.20 ล้านตัน ชดเชยวงเงินสินเชื่อให้เกษตรกร 1,803 ล้านบาท



มันสำปะหลัง

ดำเนินโครงการชดเชยดอกเบี้ยในการเก็บสต็อกมันสำปะหลัง มีผู้เข้าร่วมโครงการ 112 ราย ปริมาณมันสำปะหลัง 2.92 ล้านตัน ชดเชยวงเงินสินเชื่อให้เกษตรกร 15,000 ล้านบาท โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูกมันสำปะหลัง จ่ายเงินกู้ให้เกษตรกรแล้ว 4 ราย จำนวนเงิน 0.320 ล้านบาท โครงการสินเชื่อเพื่อรวบรวมมันสำปะหลังและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสถาบันเกษตรกร จ่ายเงินกู้ให้สถาบันเกษตรกรแล้ว 8 ราย จำนวนเงิน 174.88 ล้านบาท และโครงการยกระดับศักยภาพการแปรรูปมันสำปะหลัง (เครื่องสับมันฯ) กลุ่มเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 28 จังหวัด 238 กลุ่ม จัดหาเครื่องสับมันฯ ให้เกษตรกร จำนวน 1,202 เครื่อง อยู่ระหว่างการจัดสรรตามเป้าหมาย 650 เครื่อง โครงการชะลอการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลัง ปี 2567/68 เกษตรกรเข้าร่วมโครงการฯ 320 ราย วงเงิน 14.640 ล้านบาท โครงการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าพืชไร่ ปีการผลิต 2567/68 อนุมัติเปิดจุดรวบรวมมันสำปะหลัง 38 จุด ใน 8 จังหวัด (กาญจนบุรี นครสวรรค์ อุบลราชธานี ลำปาง สระแก้ว ศรีสะเกษ แพร่ และมหาสารคาม) มีเกษตรกรเข้าโครงการฯ จำนวน 21,662 ราย ปริมาณ 134,585 ตัน มูลค่า 187.453 ล้านบาท

ปาล์มน้ำมัน

กำกับดูแลการรับซื้อ และบริหารจัดการสมดุล โดยกำหนด “ห้ามมิให้ผู้ประกอบการจุดรับซื้อผลปาล์มน้ำมัน (ลานเท) กระทำด้วยประการใด ๆ เพื่อให้ผลปาล์มน้ำมันร่วงอย่างไม่เป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะโดยใช้ตะแกรง รางเทสำหรับลำเลียงทลายปาล์มน้ำมันที่เป็นตะแกรง อุปกรณ์หรือสิ่งอื่นใดสำหรับแยกผลปาล์มน้ำมันร่วง” หากฝ่าฝืน มีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ รวมทั้งกำหนดให้ผู้ประกอบการโรงกลั่นน้ำมันปาล์มรายงานข้อมูลปริมาณและรายละเอียดการรับซื้อ ปริมาณการผลิต ปริมาณและรายละเอียดการจำหน่าย ปริมาณคงเหลือและสถานที่เก็บเป็นรายวัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการกำหนดมาตรการ รวมทั้งติดตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับปริมาณและการจำหน่ายน้ำมันปาล์ม



ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์

โดยนำผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์นานาชาติ BIOFACH 2025 ณ เมืองนูเรมเบิร์ก สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เกิดคำสั่งซื้อรวม 166 ล้านบาท และเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Natural Products Expo West (NPEW) ณ เมืองอนาไฮม์ ประเทศสหรัฐอเมริกา สร้างมูลค่าการค้า 153 ล้านบาท

ส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรชุมชน

โดยนำผู้ประกอบการสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet เข้าร่วมจำหน่ายสินค้า ภายในงาน “มหกรรมการค้าชายแดน 2024” ณ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อขยายโอกาสทางการค้า รวมทั้งส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยจัดอบรมเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและผู้ประกอบการ Farm Outlet 60 แห่ง ใน 36 จังหวัด ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีผู้เข้าร่วมอบรม 500 ราย



ส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย

โดยส่งเสริมช่องทางการตลาด และประชาสัมพันธ์ อาทิ นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ (1) งาน THAIFEX-ANUGA ASIA 2024 ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี (2) งาน Inter Health Expo 2024 ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน (3) งาน Worldfood Istanbul 2024 ณ สาธารณรัฐประชาชนตุรเคีย (4) งาน Beautyworld Middle East 2024 ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ (5) งาน FHA-Food & Beverage 2025 ณ สาธารณรัฐสิงคโปร์ สร้างมูลค่าการค้ารวม 314.35 ล้านบาท

ส่งเสริมผู้ประกอบการไทย



สร้างนักธุรกิจยุคใหม่

โดยจัดอบรมสัมมนาให้ผู้ประกอบการมีความรู้ทักษะที่จำเป็น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ อาทิ หลักสูตร “Family Business” หลักสูตร “Smart Restaurant Plus” หลักสูตร “Inclusive Business” หลักสูตร “เจาะเทรนด์การค้าโลก 2025: เสริมพลังผู้ส่งออกและเอสเอ็มอีไทยสู่การค้าโลก” การอบรมเชิงลึก การจัดคอนเทนต์ไทยสู่ตลาดโลก หลักสูตร “การเจาะลึกตลาดต่างประเทศในยุคการค้าใหม่” หลักสูตร “ส่งเสริมการใช้สิทธิประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ” หลักสูตร “Navigating The New Trade Order: ทิศทางการปกป้องและตอบโต้ทางการค้าในยุคระเบียบการค้าโลกใหม่” หลักสูตร “ความรู้ความเข้าใจด้านทรัพย์สินทางปัญญา” มีผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมและพัฒนารวม 37,647 ราย

ส่งเสริมการค้าออนไลน์

โดยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้วยหลักสูตรต่าง ๆ อาทิ ปั้นเจ้าของธุรกิจให้เป็นอินฟลูเอนเซอร์ ปั้นร้านค้าออนไลน์ขั้นเทพ Digital Marketing เคล็ดไม่ลับเรื่องภาษีที่ Influencer และ Affiliate ต้องรู้ สร้างยอดขายเน้น ๆ ด้วย Content บน TikTok รวมทั้งส่งเสริมสินค้าชุมชนที่มีอัตลักษณ์ให้สามารถสร้างมูลค่า และต่อยอดเข้าสู่ช่องทางออนไลน์ หรือ “Digital Village by DBD” มีผู้ได้รับความรู้ 4,952 ราย

ขยายโอกาสการค้าด้วยธุรกิจแฟรนไชส์

เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการพัฒนา เข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ ด้วยหลักสูตรการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์รายใหม่ (B2B Franchise) มีผู้ได้รับความรู้ 137 ราย

ส่งเสริมการนำทรัพย์หลักประกันเข้าถึงแหล่งเงินทุน

โดยอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติหลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. 2558 และกฎกระทรวงกำหนดให้ทรัพย์สินอื่นเป็นหลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ.2561 (ไม้ยืนต้น) ให้กับผู้ประกอบการ SME เกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและประชาชนทั่วไป รวมทั้งบูรณาการร่วมกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการธนาคารต้นไม้ การขอสินเชื่อโดยใช้ไม้ยืนต้น การสาธิตและการประเมินมูลค่าไม้ยืนต้น การกักเก็บคาร์บอนของต้นไม้ รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมกิจการร้านอาหารเคลื่อนที่ (ฟู้ดทรัค) ให้มีศักยภาพและเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีผู้ประกอบการเข้าร่วม จำนวน 894 ราย

ส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย

นำผลิตภัณฑ์ศิลปหัตกรรมโดยครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรมไทย ทายาทช่างศิลปหัตถกรรมไทย และสมาชิก SACIT เข้าร่วมงานแสดงสินค้า อาทิ งาน SACIT Crafts Fair งาน SACIT เพลินคราฟต์ ส่งเสริมการตระหนักและใช้ประโยชน์ของทรัพย์สินทางปัญญาของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม รวมทั้งจัดการประกวดสร้างสรรค์สุดยอดงานหัตถศิลป์ I.CCA.2025 เพื่อให้นักออกแบบรุ่นใหม่มีเวทีแสดงความสามารถในการออกแบบ มีผู้ประกอบการได้รับการพัฒนา 3,111 ราย สร้างมูลค่าการค้า 1,175.99 ล้านบาท



ส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

โดยอบรมผู้ประกอบการ SME อาทิ ให้คำปรึกษาแนะนำการเข้าสู่มาตรฐานการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานต่าง ๆ ตามข้อกำหนด (Responsible Jewelry Council: RJC) พัฒนาด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านการตลาด และเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านแฟชั่น และความเป็น Soft Power ควบคู่ไปกับรักษ์โลก เน้นช่องทางการตลาดสินค้า ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และต่อยอดฐานการตลาด มีผู้ประกอบการได้รับการพัฒนา 266 ราย รวมทั้งจัดงาน “เทศกาลนานาชาติพลอยและเครื่องประดับจันทบุรี 2024” “Chanthaburi City of Gems” ณ ศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี มีผู้เข้าร่วมงาน 10,763 คน สร้างมูลค่าการค้า 104 ล้านบาท

ศึกษาและเผยแพร่ผลการศึกษาพร้อมข้อเสนอเชิงนโยบาย

เพื่อสร้างโอกาสและความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าของไทย อาทิ การสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งการค้าสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ สินค้าพืชสวน (ปาล์มน้ำมัน) สินค้าพืชไร่ (มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) สินค้าสมุนไพร (ฟ้าทะลายโจร ขมิ้นชัน กระชายดำ และบัวบก) และสินค้าปศุสัตว์ (โคเนื้อ และโคนม)

03 ผลักดันนโยบาย Soft Power

ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศด้วยซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

ผลักดันสินค้าและบริการไทยกลุ่มซอฟต์พาวเวอร์ เช่น ภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ เกม หนังสือ และแฟชั่น เข้าร่วมกิจกรรมในงานเทศกาล/งานแสดงสินค้าสำคัญของอุตสาหกรรม อาทิ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ละครซีรีส์ เช่น งาน Cannes Film Festival 2024-2025 งาน Annecy International Animation Film Festival 2024 งาน American Film Market 2024 (สหรัฐอเมริกา) Asia TV Forum & Market Singapore 2024 (สิงคโปร์) TIFFCOM 2024 (ญี่ปุ่น) Thai Film Festival in Vietnam 2025 (เวียดนาม) งาน ADFEST 2025 อุตสาหกรรมเกม เช่น งาน Gamescom Asia 2024 (สิงคโปร์) SPIEL ESSEN 2024 (เยอรมนี) และอุตสาหกรรมหนังสือ เช่น งาน Taipei International Book Exhibition 2025 (ไต้หวัน) และ Bangkok Rights Fair 2025 รวมทั้งเข้าร่วมงาน International Franchise Expo 2025 (ฟิลิปปินส์) สร้างมูลค่าการค้า 10,193.39 ล้านบาท





ยกระดับจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทย และตราสัญลักษณ์ Thai SELECT

เพื่อสร้างการรับรู้สื่อผ่านการส่งเสริมภาพลักษณ์บริการร้านอาหารไทยในต่างประเทศทั่วโลก รวมทั้งสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก โดยนำผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลหรือตราสัญลักษณ์ อาทิ รางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น (PM's Export Award 2024) รางวัลการออกแบบยอดเยี่ยม Design Excellence Award (DEmark) รางวัล Good Design Award (G-Mark) หรือได้รับตราสัญลักษณ์ Thailand Trust Mark (T Mark) ไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น งาน Good Design Award 2024 (ญี่ปุ่น) งาน Design Shanghai 2025 (จีน) และโครงการนิทรรศการส่งเสริมภาพลักษณ์นักสร้างสรรค์และนักออกแบบซอฟต์พาวเวอร์ FRONT 100 ในงาน Milan Design Week 2025 (อิตาลี)



สร้างมูลค่าเพิ่ม Soft Power ไทยด้วยลิขสิทธิ์

ผ่านการจัดงาน Bangkok Music City 2025 เพื่อเปิดโอกาสให้ศิลปิน และผู้ประกอบการดนตรีไทยได้เรียนรู้กลยุทธ์การส่งออกดนตรี พร้อมทั้งให้ความรู้ด้านกฎหมายลิขสิทธิ์และการปกป้องสิทธิในสัญญา รวมถึงแนะแนวทางการสร้างรายได้จากทรัพย์สินทางปัญญาผ่านค่าลิขสิทธิ์ การอนุญาตใช้เพลง และเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกี่ยวกับการเงินและการลงทุน

04 ปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการค้า

โดยปรับปรุงกฎระเบียบการขออนุญาตส่งออกข้าว เพื่อสร้างโอกาสให้เกษตรกรและผู้ประกอบการรายเล็กในการส่งออกและเป็นการเปิดเสรีข้าว โดยปรับลดสต๊อกและปลดล๊อคค่าธรรมเนียม และปรับปรุงระบบการขึ้นทะเบียน ดังนี้

• ปรับลดสต๊อกข้าวสารของผู้ส่งออก โดยกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์ได้รับการยกเว้นเหมือนเดิม และผู้ประกอบการรายเล็กที่มีทุนจดทะเบียน 5-10 ล้านบาท สามารถมีสต๊อกข้าวได้ตั้งแต่ 100 ตันขึ้นไป (จากเดิมต้องมีสต๊อก 500 ตัน)

• ปลดล๊อคค่าธรรมเนียมหนังสืออนุญาตให้ผู้ประกอบการส่งออกข้าว ที่จะเริ่มใช้ในเดือนกรกฎาคม โดยกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์ ยกเลิกค่าธรรมเนียมเป็นศูนย์ และผู้ประกอบการรายเล็ก ค่าธรรมเนียมเหลือฉบับละ 10,000 บาท (จากเดิม 50,000 บาท) ลดลงถึง 40,000 บาท

• ปรับลดระยะเวลาในการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ส่งออกข้าว จากเดิมต้องใช้เวลาดำเนินการ ไม่เกิน 3 วัน เหลือเพียง 30 นาที ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 ธ.ค. 2567 ปัจจุบันได้อนุมัติขึ้นทะเบียนผู้ส่งออกข้าวให้แก่ผู้ยื่นคำขอจำนวน 25 ราย ได้ภายในกรอบระยะเวลา 30 นาทีทุกราย



05 เร่งขยับตัวเลขการส่งออก

ขยายตลาดผ่านการจัดกิจกรรมทั้งในและต่างประเทศ อาทิ จัดงานแสดงสินค้า เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น BKK RHVAC 2024 จัดงานแสดงสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ BKK E&E 2024 งานแสดงสินค้าโลจิสติกส์ TILOG-LOGISTIX 2024 งานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX-ANUGA ASIA 2024 งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2024-2025 งานแสดงสินค้า Bangkok Gems and Jewelry Fair ครั้งที่ 71 งานแสดงสินค้าธุรกิจโรงแรม THAIFEX HOREC ASIA 2025 งานสินค้ายานยนต์ AAPEX 2024 (อเมริกา) และงาน AUTOMECHANIKA DUBAI 2024 (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) งานสินค้าการแพทย์ MEDICA 2024 (เยอรมนี) งานอาหารเครื่องดื่มฮาลาล Gulfood 2025 (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) งาน BIOFACH 2025 (สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี) งาน Natural Products Expo West (NPEW) 2025 (สหรัฐอเมริกา) งาน AAHAR - International Food & Hospitality Fair 2025 (อินเดีย) สร้างมูลค่าการค้ารวม 137,814.21 ล้านบาท

นอกจากนี้ มีการจัดคณะผู้แทนการค้าเจรจาการค้าในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดและผลักดันการส่งออกสินค้ามันสำปะหลัง ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศซาอุดีอาระเบีย รวมทั้งจัดกิจกรรมลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) และสัญญาซื้อขายสินค้ามันสำปะหลังระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการจีน สร้างมูลค่าการค้ารวม 8,939.46 ล้านบาท





ผลักดันการค้าออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com และร้านค้า TOPTHAI บนแพลตฟอร์มพันธมิตรออนไลน์ในต่างประเทศ และจัดงานมหกรรมไลฟ์คอมเมิร์ชนานาชาติ (International Live Commerce Expo 2024) ครั้งแรก เกิดมูลค่าการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ เครือข่ายพันธมิตรออนไลน์ และการจับคู่เจรจาการค้าออนไลน์ (Online Business Matching) สร้างมูลค่าการค้ารวม 2,891.80 ล้านบาท

ส่งเสริมการค้าชายแดน/ผ่านแดน โดยบูรณาการการทำงานร่วมภาครัฐและเอกชน จัดกิจกรรมในพื้นที่ชายแดนของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ หรือระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ อาทิ จัดงานพาณิชย์นำทัพสินค้าชุมชน จัดงานแสดงสินค้าโคราช มอบของขวัญปีใหม่ 2568 (นครราชสีมา) จัดงานมหกรรมการค้าชายแดน Border Trade Expo 2025 @ Mae Sot (ตาก) จัดงาน “EEC GATEWAY : Boost and Beyond ยกระดับ... ปรับธุรกิจ พิชิตตลาดโลก” สร้างมูลค่าการค้า 190.70 ล้านบาท รวมทั้งการลงพื้นที่ร่วมประชุมหารือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคการค้า การลงทุนชายแดน/ผ่านแดน (เชียงราย สงขลา อุบลราชธานี สุรินทร์ นครพนม และตาก)



ทั้งนี้ มูลค่าการค้าชายแดน/ผ่านแดน (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา มาเลเซีย จีน สิงคโปร์ เวียดนาม ประเทศอื่น ๆ) ตั้งแต่เดือน เม.ย. 67 - เม.ย. 68 มีมูลค่า 2,026,036.85 ล้านบาท แบ่งเป็นการส่งออก 1,166,798.05 ล้านบาท และการนำเข้า 859,238.80 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.36 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

06 ผลักดันให้มีการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี FTA (Free Trade Agreement: FTA)

ให้ความสำคัญกับการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA)

เพื่อขยายโอกาสทางการค้าให้สินค้าและบริการของไทย ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย เพิ่มศักยภาพและบทบาทของไทยในห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาคและของโลก โดยขณะนี้มี FTA ที่มีผลใช้บังคับแล้วจำนวน 14 ฉบับกับ 18 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน (9) จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย เปรู ชิลี และฮ่องกง นอกจากนี้ไทยได้ลงนาม FTA กับอีก 3 ประเทศ ได้แก่

1) ไทยและศรีลังกา เมื่อวันที่ 3 ก.พ. 67

2) ไทยและสมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) เมื่อวันที่ 23 ม.ค. 68

3) ไทยและภูฏาน เมื่อวันที่ 3 เม.ย. 68

ซึ่งหาก FTA ทั้ง 3 ฉบับนี้มีผลใช้บังคับ จะทำให้ไทยมี FTA รวม 17 ฉบับกับ 24 ประเทศ

นอกจากนี้ได้ยกระดับความตกลง FTA อาเซียน-จีน (ACFTA 3.0) และความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (Upgraded ATIGA) ที่มีผลบังคับใช้แล้วให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบัน

ผลักดันการเจรจาและเปิดเจรจา FTA ของไทยกับประเทศคู่ค้า

ในช่วงปี 2567-2568 ไทยเร่งหาข้อสรุป FTA ที่อยู่ระหว่างการเจรจา และผลักดันการเปิดเจรจา FTA กับประเทศคู่ค้าใหม่ เช่น ไทย-สหภาพยุโรป (EU) อาเซียน-แคนาดา ไทย-สาธารณรัฐเกาหลี โดยทั้งสหภาพยุโรปและแคนาดาล้วนเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญที่ไทยยังไม่มี FTA ด้วย หากเจรจาแล้วเสร็จจะช่วยเปิดโอกาสให้สินค้าไทยเข้าสู่ตลาดกลุ่มนี้ได้มากขึ้น นอกจากนั้น ไทยอยู่ระหว่างจัดทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้าสำคัญ เพื่อเป็นพื้นฐานไปสู่การจัดทำ FTA ต่อไปในอนาคต ได้แก่ ไทย-สหราชอาณาจักร (UK) และไทย-สหภาพเศรษฐกิจยูเรเซีย (EAEU)



07 การมีบทบาทสำคัญในเวทีระหว่างประเทศในระดับภูมิภาค

• **การประชุมรัฐมนตรีการค้าเอเปค** (APEC Ministers Responsible for Trade Meeting: MRT) ประจำปี 2568 เพื่อแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์และแนวทางในการรับมือความท้าทายต่าง ๆ เช่น ความผันผวนทางเศรษฐกิจกับการค้า และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งผลลัพธ์จากการประชุมเป็นประโยชน์ในการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจการค้า การลงทุนของไทยและเขตเศรษฐกิจเอเปค ตลอดจนสนับสนุนการสร้างโอกาสให้ภาคธุรกิจสามารถขยายตลาดในระดับโลก

• **การเข้าร่วมประชุมเวทีต่าง ๆ ภายใต้กรอบอาเซียน** อาทิ การประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียน (Senior Economic Officials Meeting: SEOM) การประชุมคณะทำงานระดับสูง ว่าด้วยการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน (High Level Task Force on ASEAN Economic Integration : HLTF-EI) การประชุมคณะมนตรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community Council: AEC Council)

• **การประชุมคณะกรรมการร่วมทางการค้าและการลงทุน** (Joint Trade Committee: JTC) กับประเทศคู่ค้าสำคัญ เพื่อสร้างพันธมิตรด้านเศรษฐกิจและเพิ่มโอกาสในการขยายการค้าและการลงทุน เช่น มาเลเซีย ภูฏาน ฝรั่งเศส สิงคโปร์ เป็นต้น

08 การแก้ไขปัญหาสินค้านำเข้าไม่มีคุณภาพมาตรฐานและธุรกิจจากต่างประเทศที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

ได้บูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านคณะกรรมการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาสินค้าและธุรกิจต่างประเทศที่ฝ่าฝืนกฎหมาย โดยตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 - เดือนเมษายน 2568 สามารถดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดและฝ่าฝืนกฎหมาย จำนวน 39,186 คดี มูลค่าความเสียหาย 2,074.20 ล้านบาท ดำเนินมาตรการ Notice and Takedown โดยตรวจสอบโฆษณาและสินค้าผิดกฎหมายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ 35,272 รายการ พบกรณีเข้าข่ายกระทำผิดและถอดสินค้าออกจากแพลตฟอร์มไปแล้ว 10,378 รายการ ในส่วนของการปราบปรามสินค้าผิดกฎหมายนอมินี มีการจับกุมไปแล้ว 857 ราย มูลค่าความเสียหาย 15,288 ล้านบาท





09 การอำนวยความสะดวกทางการค้า



พัฒนาระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล (DBD Biz Regist)

จดทะเบียนเริ่มต้นธุรกิจง่ายขึ้น เช่น การกรอกข้อมูลการจดทะเบียนรูปแบบ e-Form ที่เชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมการปกครอง การลงทะเบียนยืนยันตัวตนทางอิเล็กทรอนิกส์หลายช่องทาง เช่น แอปพลิเคชั่น DBD e-Service (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) และแอปพลิเคชั่น ThaiD (กรมการปกครอง) เป็นต้น รวมถึงการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนของการจดทะเบียน โดยเปิดให้บริการแล้วตั้งแต่ 16 มกราคม 2568 ส่งผลให้การจดทะเบียนนิติบุคคลทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 43.32

พัฒนาระบบบริการข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึกบน www.คิดค้า.com

เพื่อติดตามสถานการณ์และวางแผนธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนการตัดสินใจด้านนโยบาย แสดงผลผ่าน Dashboard ได้แก่ ข้อมูลสินค้าเกษตรสำคัญ ข้อมูลภาพรวมเศรษฐกิจจังหวัด ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ และข้อมูลโอกาสและศักยภาพของธุรกิจบริการ Logistics รวมถึงพัฒนาระบบคิดค้า Briefing จัดทำข้อมูลในรูปแบบ Data storytelling จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ ระบบติดตามสถานการณ์ผลไม้การค้าไทย - สหรัฐฯ รายรัฐ และ Factsheet รายจังหวัด พร้อมจัดทำข้อมูลพาณิชย์คิดค้าอย่างยั่งยืน ระยะที่ 2 คลังความรู้ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเรียนรู้และปรับตัวสู่การทำธุรกิจการค้าที่ยั่งยืน

เพิ่มประสิทธิภาพการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

โดยตั้งศูนย์บริการทรัพย์สินทางปัญญาครบวงจร (IP ONE) เพื่อเข้าถึงบริการด้านทรัพย์สินทางปัญญาแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร ครอบคลุมห่วงโซ่การส่งเสริมและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศ ด้านการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ และด้านการป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา อีกทั้งพัฒนาระบบ Image Search ในการตรวจสอบความเหมือนคล้ายเครื่องหมายการค้า และเพิ่มบริการจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบ Fast Track ในสาขานวัตกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้ทราบผลการพิจารณาเร็วขึ้นภายใน 12 เดือน สำหรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ (จาก 55 เดือน) และเหลือเพียง 3 เดือน สำหรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (จาก 15 เดือน)

พัฒนาบริการด้านอื่น ๆ

เช่น ศูนย์บริการ DITP Service Center ที่สามารถลงทะเบียนล่วงหน้าเข้าชมงานแสดงสินค้านานาชาติ การให้ข้อมูลและคำปรึกษาด้านการค้าระหว่างประเทศ ระบบจองคิวออนไลน์ศูนย์บริการประชาชนของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ซึ่งลดปัญหาการรวมตัวแออัด และลดเวลารอคอยของผู้รับบริการ



Ministry of Commerce's Key Achievements

(1 April B.E. 2567 (2024) - 31 May B.E. 2568 (2025))

Ministry of Commerce has been carrying out major roles in advancing both domestic and international trade economy by strengthening grassroots economy, developing and protecting interests of Thai entrepreneurs, affirming peoples' well-being as well as accelerating exports and seeking trade opportunities to generate more incomes to the country, contributing to the accomplishment of organization's policies and directions under "Robust, Fair, and Sustainable Growth of Thai Trade Economy". Key achievements are as follows:

01 Reduce Expenses, Increase Incomes, Expand Opportunities

Reduced Expenses

Conducted Economic Recovery Scheme

"Reduce Expenses, Increase Incomes, Expand Opportunities" by offering consumer products at discounted prices up to 70% off together with arrangement of sale promotion events within Blue Flag Stores in collaboration with large manufacturers, wholesalers and retailers and community stores of more than 14,000 units for 5 months (Sep.2024 - Jan.2025). Also, several discount events on products and services during major festivals were organized for instance; MOC sale event - New Year Mega Sale 2025 held nationwide with discount up to 80% off, MOC discount event during vegetarian festival at affordable price, MOC Inherit Chinese New Year Festival and Back To School 2025 with discounts on products such as school uniforms, stationary, up to 74% off, contributing to 20,250 million baht reduction of peoples' cost of living.



Carried Out Blue Flag, Low-Cost Scheme

By providing necessities and agricultural products directly from manufacturers, medium/small enterprises and farmers to public, priced 20-40% below market prices in 1,144 occasions, contributing to 240 million baht reduction of peoples' cost of living. In addition, Blue Flag Restaurant Scheme was executed by offering

ready-to-eat food priced no more than 35 baht. To date, there are 5,663 blue flag restaurants in total, reducing people's burden of food expenses by approximately 2.74 million baht daily. Also, Blue Flag, Low-Cost Scheme for local economic development was taken on with an aim to enabling low-income state-welfare recipients to exercise their rights to purchase low-cost products at the present 150,887 blue flag stores.

Implemented Delighted Elder Scheme

Built upon the government's digital wallet program to stimulate economy through elderly people aged 60 years and over in cooperation with more than 200 entrepreneurs-manufacturers, distributors, wholesalers, retailers, local department stores, convenient stores and online platforms, more than 20,000 items of products at discounted prices up to 86% off for 90 days (30 Jan-30 Apr 25) in 3 groups namely;

- Consumer Product such as adult diapers, walking stick, absorbent pad, food supplement, healthy milk, handrail, electric bed.
- Services such as medical services i.e. discount on bone mineral density measurement, coronary calcium scan.
- Online Platform, reducing burden of cost of living by 10 billion baht.







Increase Income, Expand Opportunities

Increased value of agricultural product identity through Geographical Indication (GI) registration

Whereby during the period from April 2024 to May 2025, there were 32 Thai GI registered products such as Sampran Aromatic Coconut, Lampang Sweet Orange, Ubon Ratchathani Kabbaw Fabric, Tha Som Oyster, Mueang Loei Cotton Fabric, making up the total number of 232 Thai GI products. Furthermore, effort to register Thai GI products abroad has been expeditiously exerted through international cooperation mechanism in exchange of GI registration, enabling 9 Thai GI products registered abroad covering 33 countries-i.e. Japan, India, Indonesia, Vietnam, Malaysia, Cambodia and European Union.

Developed and Elevated Community Markets towards "Must Visit Markets"

By promoting commercial uniqueness (sales of products with honesty, transparency, fairness, price labeling and high-quality products) and community identity, raising awareness, promoting tourism and spending within Must Visit Markets, leading to economic circulation and continuous growth of communities through the organization of tourism promotion and travel linkage events, sales of community products and services in Must Visit Markets during various festivals such as MOC Inherits Loi Krathong Festival 2024, MOC Invites to New Year Festival 2025 and MOC Invites to Grand Songkran Festival 2025. To date, there are 251 Must Visit Markets and incomes generated from sales of community products and services worth 2,425.69 million baht.

Fostered and Developed Community Enterprises to Become "Trade Village"

Being capable of doing businesses in a robust and competitive manner through provision of knowledge and advices in business operation and planning as well as product and package development to leaders and members of community enterprises in couple with promotion of market expansion via organization of trade showcases and trade fairs such as Village To Town 2024 by DIT and distribution linkage for community products and services within New Year Mega Sale 2025. To date, there are 47 community enterprises being fostered to become Trade Villages and earn incomes from sales of community products and services, generating trade value of 217.61 million baht.



Provided Capacity Building and expanded Distribution Channels for Manufacturers and Entrepreneurs in Regions

In the total of 13,450 individuals, bringing about total trade value of 1,762.22 million baht. Activities in capacity building for entrepreneurs and organization of trade showcases and trade fairs such as "Isan Icons Mekong Treasures", "The Thai Southern Unseen Paradise", "Local SDGs Plus Expo in 4 regions", "Central Market Fair 2025".

Established MOC Biz Club as a Business Network

By development of skills in doing of businesses, use of technology and provision of Biz Shop via arrangement of trade exhibitions and trade fairs under "MOC Biz Club Fair 2025 by DBD" in 4 occasions with 154 participants, generating 4.90 million baht of trade value. To date, there are 14,925 MOC Biz Club entrepreneurs.



02 Balanced Interests of Consumers, Farmers and Entrepreneurs

Monitored product and service prices to be cost-oriented and fair

Designated 57 products and services under supervision and 242 monitored products and services



With regular market surveillances on daily, half-monthly and monthly basis as well as 290 items of products and services required to show retail prices, 33 items of agricultural products required to show purchasing prices and 73,933 entrepreneurs determined to be monitored on their trade behaviors in order to prevent goods hoarding and opportunistic price increase, taking advantage of consumers.

Regulated weights and measures as well as packaged products

To be accurate and precise in the total of 5,124,992 items of equipment/packages and improved overseeing of fuel gauges in petrol stations nationwide as well as designed symbol signs for enhancement of public awareness and information accessibility as well as confidence on full volume of oil without taking of advantage on consumers with 7,012 participating entrepreneurs and 4,756 qualified petrol stations.

Monitored Prices and Promoted Agricultural Market for appropriate incomes of farmers, for instance;

Maintained Price Balance and Stability for Major Economic Crops, Production Year B.E. 2567/68 (2024/25)

Rice

• **Measure on Maintaining Paddy Price Stability** through implementation of credit scheme to slow down paddy sales with 324,737 participants, 2.59 million metric tons of paddy volume, 30,284.55 million baht of credit limit compensated to farmers; credit scheme to gather and create value added with 56 participants, 0.59 million metric tons of paddy volume, 5,908 million baht of credit limit compensated to farmers; interest compensation scheme for rice traders in stockpiling with 205 participants, 2.28 million metric tons of paddy volume and management costs support and rice quality improvement scheme with 4.5 million participating households, worth 36,656.58 million baht.



• **Organizing Paddy Market** to ensure a competitive paddy wholesale market mechanism, providing more alternative channels and bargaining power for farmers, in the total of 56 occasions in 30 provinces with 456,657.93 metric tons of trade volume, worth 501.979 million baht, increasing rice sale prices by 100 - 2,500 baht/metric ton over market prices.

• **Conducting Public Relation and Raising Awareness on Thai Organic Rice and its Products,** particularly in aspect of standard quality and safety as well as Thai Hom Mali Rice Certificate to be well-known worldwide, creating more export opportunities, such as Thai organic rice consumption campaign under "Healthy Life by Thai Organic Rice" in collaboration with Thai SELECT restaurants.

Maize

Implemented credit scheme for maize gathering and value addition by providing credit support to 4 participating cultivator institutes with 143 million baht of credit limit and interest compensation scheme for stockpiling with 23 participants, 0.20 million metric tons of maize volume, 1.803 billion baht of credit limit to compensate cultivators.

Cassava

Carried out interest compensation scheme for cassava stockpiling with 112 participants, 2.92 million metric tons of cassava volume, 15 billion baht of credit limit to compensate cultivators; cassava cultivation efficiency enhancement scheme with 4 cultivators already obtaining loans, worth 0.320 million baht; credit scheme for cassava gathering and value addition by cultivator institutes with 8 cultivator institutes already obtaining loans, worth 174.88 million baht; and cassava processing capability upgrading scheme (root choppers) with 238 participating cultivator groups in 28 provinces, providing 1,202 root choppers to cultivators and in process of allocation as targeted by 650 root choppers; postponement of cassava harvest scheme, production year B.E. 2567/68 (2024/25) with 320 participating cultivators, worth 14.640 million baht; addition of market channels for farm produces scheme, production year B.E. 2567/68 (2024/25) with 38 approved cassava gathering points in 8 provinces (Kanchanaburi, Nakhon Sawan, Ubon Ratchathani, Lampang, Sa Kaeo, Si Sa Ket, Phrae and Maha Sarakham) with 21,662 participating cultivators, 134,585 metric tons of cassava volume, worth 187.453 million baht.



Oil Palm

Regulated purchasing and managed balance through requirement of "Prohibition of any actions and means by operators at purchasing points intending to cause unnaturally oil palm drops", if violated, there is a penalty of imprisonment not exceeding 5 years or a fine not exceeding 100,000 baht, or both, as well as report requirement for palm oil refinery operators relating to purchasing quantities and details, production quantities, distribution quantities and details, remaining quantities and daily storage locations for a purpose of enhancing efficiency in management and establishment of measures as well as keeping track of movement relating to palm oil quantities and distribution.

Promoted Organic Product Markets

By inviting organic rice businessmen to attend BIOFACH 2025 in Nuremberg, Germany, bringing about purchase order worth 166 million baht and participate in Natural Products Expo West (NPEW) in Anaheim, Unities States of America, generating 153 million baht of trade value.

Fostered Community Agricultural Product Market

By encouraging Farm Outlet entrepreneurs to participate in "Border Trade Event 2024" in Kanchanaburi aiming to expand trade opportunities as well as broaden distribution channels by organization of trainings to enhance online marketer networks for Farm Outlet products through new generations aiming to assist 60 units of Farm Outlet farmers and entrepreneurs in 36 provinces to sell products via online mode, with 300 attendances.

Bolstered Thai Innovative Agricultural Product Market

By promotion of market channels and public relations such as having entrepreneurs engage in international trade showcases both domestically and internationally namely; (1) THAIFEX-ANUGA ASIA 2024 at IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center, Muang Thong Thani, (2) Inter Health Expo 2024 in China, (3) Worldfood Istanbul 2024 in Turkey, (4) Beautyworld Middle East 2024 in United Arab Emirates and (5) FHA-Food & Beverage 2025 in Singapore, creating 314.35 million baht of total trade value.



Nurtured Thai Entrepreneurs

Created a New Generation of Entrepreneurs

By organization of training seminars to provide necessary knowledge and skills for enhancing business efficiency such as course on "Family Business", course on "Smart Restaurant Plus", course on "Inclusive Business", course on "Explore Global Trade Trends 2025: Empowerment of Thai Exporters and Businesses Towards Global Trade", in-depth training on "Arrangement of Thai Content to Global Market", course on "International Market Insights in New Trade Era", course on "Encouragement of Use of Benefits from Free Trade Agreement", course on "Navigating the New Trade Order: Trade Defense and Retaliation Trend in New World Trade Order", course on "Understanding on Intellectual Property", with 37,647 entrepreneurs being promoted and developed.

Stimulated Online Trade

By enhancing knowledge via various courses such as “Molding Business Owner as Influencer”, “Building Excellent Online Shop”, Digital Marketing, “No Secret Tip on Taxation Influencer and Affiliate Must Know”, “Generating Strong Sales by Content on TikTok, as well as promoting unique community products through value creation, expansion towards online channels or “Digital Village by DBD” with 4,952 individuals obtaining knowledge.

Expanded Trade Opportunities by Franchise Businesses

Enhanced knowledge for businesses to enter into franchise system by conducting training course on administration of a new franchise business (B2B Franchise) with 137 attendances.

Promoted Asset Securitization for Access to Funding

By organization of training course on Business Guarantee Act, B.E. 2558 (2015) and Ministerial Regulation on Asset Securitization B.E. 2561 (2018) (perennial plant) for SME, farmers, community enterprises and general public as well as integrating works with Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) to provide knowledge on Tree Bank Program, applying for a loan by use of perennial plant, demonstration and value assessment of perennial plant, carbon capture of tree as well as organization of promotion events for mobile restaurants (food trucks) to be capable and accessible to source of fund with 894 participating entrepreneurs.

Promoted Thai Arts and Crafts

By having handicraft products by Master Artisans of Thailand, Thai Artisan Instructor, Successor of Thai Artisans and SACIT members demonstrate in trade showcases such as SACIT Crafts Fair, SACIT Plern Crafts as well as raising awareness and promoting use of benefits of intellectual property of handicraft products and organizing creative contest on masterpiece of handicrafts I.CCA.2025 to offer a design talent showcase platform for new designers with 3,111 participants, generating 1,175.99 million baht of trade value.

Nurtured Gems and Jewelry Entrepreneurs

By organization of training programs for SME such as advisory service for compliance with standards of Responsible Jewelry Council (RJC), development of production and marketing innovation and strengthening knowledge in fashion and being Soft Power in parallel with eco-friendly, emphasizing product marketing channels, building brand awareness and expanding marketing base with 266 entrepreneurs being developed as well as organization of “Chanthaburi City of Gems”, an International Chanthaburi Gems and Jewelry Festival 2024, at Chanthaburi Gems and Jewelry Promotion Center, Chanthaburi, with 10,763 participants, creating 104 million baht of trade value.



Studied and Disseminated Study Results together with Policy Proposals

with an aim to creating Thailand's trade opportunities and competitive edge such as Stabilizing and Strengthening Trade in key agricultural products such as horticultural products (oil palm), field crop products (cassava and maize), herbal products (Andrographis paniculata, turmeric, black ginger and Gotu Kola) and livestock products (beef cattle and dairy cattle).



03 Propelled Soft Power Policy

Drove International Trade by Soft Power

Advanced Thai Soft Power Products and Services

such as film, series, game, book and fashion to attend activities in key festivals/trade exhibitions of industries for instance; in the film, drama, series industry such as Cannes Film Festival 2024-2025, Annecy International Animation Film Festival 2024, American Film Market 2024 (United States), Asia TV Forum & Market Singapore 2024 (Singapore), TIFFCOM 2024 (Japan), Thai Film Festival in Vietnam 2025 (Vietnam), ADFEST 2025; in the game industry: Gamescom Asia 2024 (Singapore), SPIEL ESSEN 2024 (Germany) in the book industry such as Taipei International Book Exhibition 2025 (Taiwan) and Bangkok Rights Fair 2025 as well as attending International Franchise Expo 2025 (Philippines), generating 10,193.39 million baht of trade value.

Upgraded promotion events for Thai cuisine and Thai SELECT mark

with an aim to raising awareness on media through promotion of image of Thai restaurant services in oversea worldwide as well as creating a globally recognized Thailand's brand by having award-winning or certified entrepreneurs such as PM's Export Award 2024, Design Excellence Award (DEmark), Good Design Award (G-Mark) or Thailand Trust Mark (T Mark) attend both domestic and international trade exhibitions as Good Design Award 2024 (Japan), Design Shanghai 2025 (China) and FRONT 100 in Milan Design Week 2025 (Italy).



Created Value Addition of Thai Soft Power by Copyright

through arrangement of Bangkok Music City 2025 to provide opportunities for Thai musicians and entrepreneurs to learn music export strategies and obtain knowledge in copyright law and protection of contractual rights as well as guidance on generating income from intellectual property via royalty, music licensing and digital technologies for finance and investment.

04 Improved Regulations to Facilitate Trade

By improving regulations on rice exports licensing with an aim to offering export opportunities to farmers and small entrepreneurs and ensuring liberalization of rice through decrease of stock levels and unlocking of fees as well as improving registration system as follows;

- Decreased exporters' rice stock levels while farmers/cooperatives groups remain exempt and small entrepreneurs with registered capital of 5-10 million baht can have rice stock from 100 metric tons and up (originally 500 metric tons).
- Unlocked licensing fees for rice exporters, to be commenced in this July, whereby there would be no fees for farmers/cooperative groups, and fees for small entrepreneurs would be 10,000 baht per license (originally 50,000 baht), decreased by 40,000 baht.
- Reduced rice exporter registration period from no more than 3 days to merely 30 minutes, being effective from 27 December 2024. To date, there are 25 registered rice exporters, all of which obtained approvals within a 30-minute timeframe.



05 Accelerated Exports Value

Expanded Markets via organization of events both domesticalhy and internationally

such as exhibition for air conditioning and refrigeration “BKK RHVAC 2024”, exhibition for electrical and electronic appliances “BKK E&E 2024”, exhibition for logistics goods “TILOG-LOGISTIX 2024”, exhibition for food products “THAIFEX-ANUGA ASIA 2024”, “STYLE Bangkok 2024-2025”, the 71st Bangkok Gems and Jewelry Fair, exhibition for hotel products “THAIFEX HOREC ASIA 2025”, exhibition for automobile products “AAPEX 2024” (United States) and “AUTOMECHANIKA DUBAI 2024” (United Arab Emirates), “BIOFACH 2025” (Germany), “Natural Products Expo West (NPEW) 2025” (United States), “AAHAR-International Food & Hospitality Fair 2025” (India), contributing to total trade value of 137,814.21 million baht.

Furthermore, there were arrangement of official trade missions abroad aiming to expand markets and push cassava exports in China and Saudi Arabia, as well as holding a signing of MOU and cassava sale contract event between Thai and Chinese entrepreneurs, bringing about total trade value worth 8,939.46 million baht.

Boosted Online Trade

via website of Thaitrade.com and TOPTHAI Store on online alliance platforms abroad and organized International Live Commerce Expo 2024 for the first time, attributing to total trade value of 2,891.80 million baht generated from online shopping, online affiliate network and online business matching.

Fostered Border/Transit Trade

through integration of works between public and private sectors to organize events in border areas of special economic zones or special economic corridors such as holding MOC event in trade exhibition for community products as New Year Gift 2025 (Nakhon Rachasima), organizing border trade event “Border Trade Expo 2025 @ Mae Sot (Tak), holding event “EEC GATEWAY Boost and Beyond, generating trade value of 190.70 million baht as well as field visits to hold discussions between public and private sectors aiming to address trade and investment difficulties in border/transit areas (Chiang Rai, Songkhla, Ubon Ratchathani, Surin, Nakhon Phanom and Tak).

In this regard, border/transit trade value (Cambodia, Lao PDR, Myanmar, Malaysia, China, Singapore, Vietnam and other countries) during the period from April 2024 - April 2025 worth 2,026,036.85 million baht, comprising exports of 1,166,798.05 million baht and imports of 859,238.80 million baht, increased by 9.36% compared to the same period of prior year.



06 Encouraged Utilization of Benefits from Free Trade Agreement (FTA)



Attached Priority on FTA Negotiations

with an aim to expanding trade opportunities for Thai products and services, attracting foreign direct investment especially in modern technology and innovation sectors, enhancing Thailand's potentials and roles in regional and global supply chains. Currently, Thailand has 14 FTAs entered into force with 18 countries namely; ASEAN (9), China, Japan, South Korea, Australia, New Zealand, India, Peru, Chile and Hong Kong. In addition, Thailand signed FTAs with 3 countries namely;

1) Thailand and Sri Lanka on 3 February 2024,

2) Thailand and European Free Trade Association (EFTA) on 23 January 2025 and

3) Thailand and Bhutan on 3 April 2025. Once these 3 FTAs coming into effect, Thailand will have 17 FTAs with 24 countries.

Furthermore, there were upgrading of ASEAN-China FTA (ACFTA 3.0) and ASEAN Trade in Goods Agreement (Upgraded ATIGA) to be modernized in corresponding with the current pattern of international trade.

Pushed Forward and Launched Thailand's FTA Negotiations with New Trading Partners

During 2024-2025, Thailand expedited conclusion of on-going FTA negotiations and launched FTA negotiations with new trading partners for instance; Thailand-European Union (EU), ASEAN-Canada, Thailand-Republic of Korea. Both EU and Canada are important trading partners with which Thailand had never had FTA before, completion of FTA negotiations would open up opportunities for Thai products into these markets. Moreover, Thailand is in the process of arranging economic cooperation with key trading partners as a foundation for the establishment of future FTAs namely; Thailand-United of Kingdom (UK) and Thailand-Eurasia Economic Union (EAEU).



07 Playing Key Roles in International Forum at Regional Level

APEC Ministers Responsible for Trade Meeting 2025

with an aim to exchanging visions and approaches to coping with challenges such as economic volatility and trade, and technological change. The outcomes of such Meeting were beneficial for determination of economic trade and investment direction of Thailand and APEC economies, as well as supported creation of opportunities for global market expansion of businesses.

Attendance of Meetings under ASEAN Framework

such as ASEAN Summit, Senior Economic Officials Meeting (SEOM), High Level Task Force on ASEAN Economic Integration (HLTF-EI), and ASEAN Economic Community Council (AEC Council).

Joint Trade Committee (JTC) Meeting

with key trading partners aiming to build economic relationship and increase opportunities to expand trade and investment such as Malaysia, Bhutan, France and Singapore.



08 Addressing Problem on inferior standard imports and illicit foreign businesses



Integration of works with relevant agencies through Committee on Administration to solving problem on inferior products and illicit foreign businesses. During the period from September 2024-April 2025, there were 39,186 prosecuted cases on offenders and violators of law with 2,074.20 million baht worth of damage, 35,272 investigated cases on illegal advertising and products on online platforms and 10,378 Notice and Takedown undertaken cases. With regard to suppression of nominee illegal products, there are 857 arrested cases, worth 15,288 million baht of damage.



Developed DBD Biz Regist as a digital legal entity registration system,

enabling an easier business registration such as filling out registration information in e-Form which are connected with various agencies such as Department of Provincial Administration, registration for e-authentication via multiple channels like the DBD e-Service application (Department of Business Development) and ThaiD application (Department of Provincial Administration) as well as determination of a definite registration timeframe which already launched on 16 January 2025, increasing online business registration by 43.32%.

Established an In-Depth Economic Trade Information Service System on www.คิดค้า.com

to monitor situations and support business planning, as well as policy decision making with result displaying on Dashboard namely; information on key agricultural products, provincial economic overview, international economic trade information as well as information on opportunities and potentials of Logistics Businesses. Also, an information briefing system in Data storytelling format has been developed in 3 issues namely; a monitoring system on fruit situations, Thailand-US trade by State, and provincial Factsheets, together with the 2nd phase of MOC sustainable information system as a knowledge bank for promoting entrepreneurs' learning and adjustment towards sustainability in business.

Enhanced Efficiency in IP Registration

by establishment of IP ONE as a comprehensive IP service center encompassing a supply chain of IP promotion and protection-in aspects of promotion of creativity, IP protection both domestically and internationally, commercialization of IP and prevention of IP infringement. Also, an Image Search System has been developed for examination of trademark similarity while service in invention patent and design patent registration has been added as a Fast Track in environmental innovation sector, enabling faster notifications of decisions within 12 months for invention patent (originally 55 months) and 3 months for design patent (originally 15 months).

Improved other services

such as DITP Service Center, which enables advance registration for attendance of international trade exhibition, provision of international trade information and advisory services, online booking system of Public Service Center of Office of Provincial Commercial Affairs which alleviated congestion and reduced waiting time for service recipients.

บทความ

Articles



DBD พัฒนาระบบ จดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล

ก้าวสำคัญสู่อนาคตของบริการภาครัฐไทย

ในยุคที่โลกเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างรวดเร็ว รัฐบาลไทยโดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดรับกับวิถีชีวิตใหม่ของผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพ และประชาชนทั่วไป กรมพัฒนาธุรกิจการค้า จึงได้พัฒนาระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล (DBD Biz Regist) ขึ้น เพื่อเป็น "หัวใจสำคัญ" ของการยกระดับภาครัฐไทยสู่รัฐบาลดิจิทัลอย่างแท้จริง

เปลี่ยนผ่านจากรูปแบบเดิมสู่ระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ

ในอดีต การจดทะเบียนนิติบุคคลจำเป็นต้องเดินทางไปยื่นเอกสารที่ส่วนจดทะเบียนธุรกิจกลาง หรือสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าเขต หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัดตามที่ตั้งสำนักงานแห่งใหญ่ซึ่งมีขั้นตอนมากมาย เช่น การกรอกแบบฟอร์มกระดาษ การคัดสำเนาเอกสารจำนวนมาก การรอคิวทั้งวัน และบางครั้งต้องกลับไปแก้ไขเอกสารหลายรอบ ก่อให้เกิดภาระทั้งด้านต้นทุน เวลาและแรงงาน

ระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล

จึงถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้อย่างเป็นระบบ โดยเปลี่ยนกระบวนการทั้งหมดสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้สามารถยื่นคำขอจดทะเบียนได้ทุกสถานที่ทุกเวลาผ่านระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะใช้คอมพิวเตอร์หรือแท็บเล็ต พร้อมการยืนยันตัวตนแบบดิจิทัล ซึ่งได้รับรองความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล หรือสามารถเข้าไปยืนยันตัวตนด้วยตนเองกับเจ้าหน้าที่

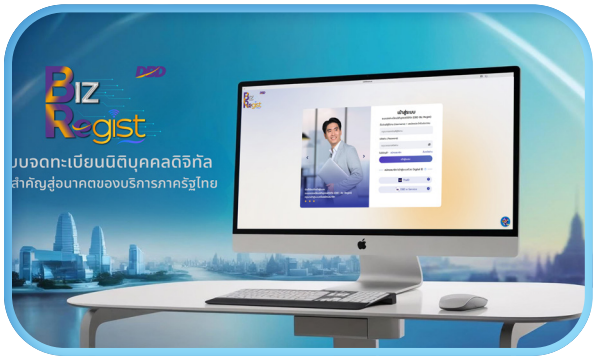
สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โปร่งใส ตรวจสอบได้

ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบใหม่จึงมีฟังก์ชันหลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ ได้แก่

- การกรอกแบบคำขอผ่าน e-Form อัจฉริยะที่ช่วยตรวจสอบข้อมูลก่อนส่งคำขอ
- การใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Signature) ที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- ระบบแจ้งเตือนความผิดพลาดก่อนส่งเอกสารและลดปัญหาการ "ยื่นซ้ำ"
- ระบบมีการเชื่อมโยงเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- การชำระค่าธรรมเนียมออนไลน์ผ่านโมบายแบงก์กิ้ง หรือ คิวอาร์เปย์เม้นท์
- การออกหนังสือรับรองทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถดาวน์โหลดได้ทันทีหลังอนุมัติ
- ระบบติดตามสถานะคำขอแบบเรียลไทม์ทุกขั้นตอน

ในส่วนของการรับจดทะเบียน ระบบจะอนุมัติคำขอทันทีเมื่อชำระค่าธรรมเนียมระหว่างช่วงเวลา 06.00-21.00 น. ของทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการ (เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) รวมทั้งระบบยังสามารถกำหนดวันรับจดทะเบียนล่วงหน้าได้ (ถูกใจสายมู)

ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นบนระบบที่มีความปลอดภัยสูง ผู้ใช้สามารถมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลนิติบุคคลของตนจะถูกปกป้องอย่างรัดกุม



ปรับบทบาทเจ้าหน้าที่รัฐ พร้อมยกระดับบริการ

การพัฒนาระบบไม่ใช่แค่เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดการทำงานของภาครัฐ เจ้าหน้าที่จากเดิมที่เน้นการรับคำขอและตรวจสอบเอกสารแบบกระดาษ ได้รับการฝึกอบรมให้เป็น “ผู้แนะนำด้านระบบดิจิทัล” เพื่อช่วยเหลือประชาชนผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Chatbot, Line Official, สายด่วน 1570 ตลอดจนการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ

ผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม

ระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล ไม่เพียงแต่ทำให้บริการของรัฐทันสมัยขึ้น แต่ยังมีผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมอย่างชัดเจน ได้แก่

- **ลดต้นทุนการเริ่มต้นธุรกิจ** โดยเฉพาะกับกลุ่ม SME และ Start-up ที่สามารถจดทะเบียนได้ภายใน 1 วัน
- **เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ** เพราะข้อมูลนิติบุคคลมีความน่าเชื่อถือ เข้าถึงง่าย ถูกต้องและทันสมัย
- **ส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ** ผ่านการเปิดเผยข้อมูลบริษัทและระบบที่โปร่งใส
- **สนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก** ด้วยการลดความเหลื่อมล้ำของพื้นที่ที่ห่างไกลจากศูนย์บริการรัฐ
- **ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของรัฐไทยที่ทันสมัย น่าเชื่อถือ และเป็นมิตรกับผู้ประกอบการ**

ปักหมุดสู่อนาคต: Digital by Default

ระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล เป็นมากกว่าระบบออนไลน์ทั่วไป แต่เป็นต้นแบบของแนวคิด “Digital by Default” ซึ่งหมายถึงบริการภาครัฐที่ออกแบบมาให้เป็นดิจิทัลตั้งแต่ต้น ไม่ใช่แค่การแปลงเอกสารกระดาษเป็นไฟล์ แต่เป็นการออกแบบกระบวนการใหม่ทั้งหมดเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

จากนโยบายรัฐบาลดิจิทัลของรัฐบาล และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เน้นการบริหารภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล จึงถือเป็น “เครื่องมือ” ที่ช่วยยกระดับการบริการสาธารณะให้ก้าวทันยุคและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้อย่างภาคภูมิ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

พร้อมเดินหน้าไปกับทุกภาคส่วนในการผลักดันประเทศไทยสู่การเป็น “ศูนย์กลางธุรกิจดิจิทัลของอาเซียน” ผ่านการให้บริการที่รวดเร็ว โปร่งใส เป็นธรรมและทันสมัย

ระบบจดทะเบียนนิติบุคคลดิจิทัล ไม่ใช่เพียงแค่ “ระบบ” แต่คือ “สัญลักษณ์แห่งการเปลี่ยนแปลง” ที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้





DBD Develop DBD Biz Regist

A Major Step to the Future of Thai Government Services



In the era of rapid transition to a digital economy, the Thai Government, in particular the Ministry of Commerce, has been attaching priority on continuous improvement of public services in corresponding with modern lifestyles of entrepreneurs, startups and general public. Hence, the Department of Business Development (DBD) has developed DBD Biz Regist as an e-Registration System for justice persons to be a "Core" in transforming the Thai Government into a True Digital Government.

Transitioning from a Traditional to a Fully Digital System

In the past, registration of a juristic person requires document submissions at Central Registration Office or Regional Business Development Office or Office of Provincial Commercial Affairs which involves a range of procedures such as filling out a paper form, making a number of copied documents, queuing all day and sometimes having back and forth document revisions, incurring burdens in terms of cost, time and labor.

As a consequence, DBD Biz Regist was designed to resolve these problems systematically through the digitalization of the entire procedure. Practically, users can submit their registration applications anywhere, anytime via online system together with internationally secured digital identity authentication or in-person identity verification with officials.





Convenient, Fast, Safe, Transparent, Verifiable

With modern technology, the new system has various functions to facilitate users, namely;

- Filling out application via smart e-Form with the information validation prior to document submission
- Legitimate Use of e-Signature
- Error alert system before document submission and reducing the "duplicate submission" problem
- A System with the information verification across relevant agencies
- Online payment of fees via mobile banking or QR code
- Issuance of Electronic Certificate which is available for download immediately after approval
- Application Status Tracking System, instantaneously and step by step

For registration, the system will approve registration application immediately when paying fee during the period 06.00 - 21.00 hours every day, including public holidays (Saturday, Sunday and public holidays). Also, the system can set a registration date in advance (suited for those who are into fortune).

All of these incurs on a highly secure system. Users can rest assured that their personal and corporate information is kept tightly protected.

Adjustment of the Government Officials' Roles for Service Improvement

The system development is not just about changing technology but also means paradigm shift in the government operations. Officials who originally focused on receiving application and referring to manual for information validation have been trained to be "Digital Advisors" to assist the public through various channels such as Chatbot, Line Official and 1570 hotline as well as arranging workshops for target groups nationwide.



Positive impacts on Economy and Society

Not only does DBD Biz Regist modernize government services, it also has clear positive impacts on overall economy namely;

- Reducing business initiation costs, especially for SME and Start-up that can be registered within 1 day.
- Enhancing the country's competitiveness because legal entity information is reliable, accessible, accurate and up-to-date.
- Promoting foreign investment through corporate disclosure and transparent system.
- Supporting Grassroots Economy by reducing gap for remote areas in reaching government service center.
- Creating Thai Government's image as modern, reliable and friendly to entrepreneurs.

Pinpointing the Future: Digital by Default

DBD Biz Regist is more than a normal online system but a model of "Digital by Default" concept, meaning a Digital-by-Design government system, being not just converting paper document into files, but re-designing all processes for ultimate benefits of the public.

Given the Digital Government Policy and the 20-Year National Strategic Plan which emphasizes on efficient public administration, DBD Biz Regist is, therefore; considered an "Instrument" for modernizing public services and being globally competitive.

DBD is ready to move forward with all parties in advancing Thailand towards "ASEAN Digital Hub" through providing fast, transparent, fair and modern services.

Not only is DBD Biz Regist a "System" but a "Symbol for Change" that everyone can experience.



ส่งเสริมผู้ประกอบการไทย อย่างเข้มแข็งสู่ตลาดโลก ผ่านช่องทางออนไลน์

ในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเข้าสู่โลกดิจิทัล การค้าออนไลน์จึงกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ปัจจุบัน ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ทั่วโลกมีมูลค่าสูงกว่า 6.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตถึง 8.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2569[1] โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกครองสัดส่วนมากที่สุด[2] ประเทศไทยเองก็มีการเติบโตของ e-Commerce อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 คาดว่ามูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยสูงถึง 5.3 ล้านล้านบาท หรือเติบโตเฉลี่ยปีละกว่าร้อยละ 10[3] ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของตลาดและโอกาสใหม่ ๆ สำหรับผู้ประกอบการไทย

Thaitrade.com: พื้นที่กลางสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย

ท่ามกลางการเติบโตของการค้าออนไลน์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้พัฒนาเว็บไซต์ **Thaitrade.com** แพลตฟอร์มตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ B2B2C ที่มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs และสินค้าชุมชน สามารถเข้าถึงตลาดโลกผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างปลอดภัยและยั่งยืน

Thaitrade.com เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2554 ปัจจุบันมีผู้ซื้อจากต่างประเทศกว่า 220,000 ราย และผู้ขายไทยกว่า 27,000 ราย สร้างมูลค่าการซื้อขายรวมกว่า 17,000 ล้านบาท อีกทั้งยังมี “ศูนย์อำนวยความสะดวกการค้าออนไลน์แบบครบวงจร” ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ให้คำปรึกษาและบริการด้าน e-Commerce โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการในภูมิภาคสามารถใช้แพลตฟอร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ กรมฯ จัดกิจกรรม **“Thaitrade.com สัญจร”** ไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ อาทิ เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี ปราจีนบุรี สุพรรณบุรี หนองคาย หนองบัวลำภู สุรินทร์ นครราชสีมา จันทบุรี กาญจนบุรี สงขลา และขอนแก่น โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เช่น การสมัครสมาชิก การถ่ายภาพสินค้า การเขียนคอนเทนต์ การวิเคราะห์แนวโน้มตลาด และกิจกรรมจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ เพื่อสร้างโอกาสให้สินค้าชุมชนและผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถส่งออกได้อย่างมีศักยภาพ



1 Lin, Y. (2024). Global Ecommerce Sales Growth Report. https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales?utm_source=chatgpt.com
2 Market.us. (2025). “E-commerce Market: The Digital Revolution in Retail”. https://www.linkedin.com/pulse/e-commerce-market-digital-revolution-retail-markets-us-x74rc?utm_source=chatgpt.com
3 The Nation. (2024). Thailand’s e-commerce market sees 14% growth in revenue in 2024. https://www.nationthailand.com/business/economy/40042856?utm_source=chatgpt.com



นอกจากนี้ การดำเนินงานช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิด-19 กรมฯ ส่งเสริมสมาชิก Thaitrade.com ให้มีโอกาสทางการตลาด พัฒนาทักษะการขายออนไลน์ และใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลธุรกิจ โดยการดำเนินกิจกรรมการจับคู่เจรจาธุรกิจการค้า (Business Matching) และได้ต่อยอดพัฒนาการจับคู่เจรจาธุรกิจออนไลน์ (Online Business Matching) เพื่อลดขั้นตอนการดำเนินงานในการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้นำเข้าที่เดินทางมาจากต่างประเทศ

โครงการ TOPTHAI: สะพานเชื่อม SMEs ไทยสู่ตลาดสากล

กรมฯ มุ่งเน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในการส่งออกสินค้าไทยไปยังต่างประเทศผ่านความร่วมมือระหว่างโครงการร้าน TOPTHAI หรือร้านค้าออนไลน์ของกรมฯ ที่จำหน่ายสินค้าไทย คุณภาพดีบนแพลตฟอร์มพันธมิตรต่างชาติชั้นนำ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไทยให้สามารถขยายตลาดสู่ต่างประเทศผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมการให้คำปรึกษาและคัดเลือกผู้ประกอบเข้าร่วมโครงการ TOPTHAI ผ่านโครงการ Cross-Border e-Commerce ขายออนไลน์สู่ตลาดโลก และ กิจกรรม DITP x..... Next Step to Global ผ่านการจัดสัมมนาให้ความรู้ให้คำปรึกษาและจับคู่เจรจาธุรกิจทั้งในกรุงเทพและภูมิภาค เพื่อคัดเลือกสินค้าไทยวางจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม กิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ในตลาดเป้าหมายทั่วโลก และกิจกรรมขยายความร่วมมือขยายโอกาสไปยังตลาดศักยภาพใหม่มากยิ่งขึ้น

ในช่วงเมษายน 2567-พฤษภาคม 2568 กรมฯ ได้ผลักดัน **“โครงการร้าน TOPTHAI”** ซึ่งเป็นโมเดลการส่งเสริมการส่งออกสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-Commerce ชั้นนำทั่วโลก โดยแบ่งเป็น 5 แนวทางหลัก ได้แก่:

1) การส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น Rakuten (ญี่ปุ่น), Amazon (สหรัฐอเมริกา), Shopee (สิงคโปร์)

2) กิจกรรม Cross Border e-Commerce (CBEC) จัดขึ้นใน 6 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น สงขลา จันทบุรี ภูเก็ต เชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร โดยเน้นการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการด้วยองค์ความรู้และการจับคู่ธุรกิจแบบออนไลน์

3) การโปรโมตผ่านช่องทางค้าปลีกออนไลน์ (Online In-store Promotion) เช่น การร่วมกับ H-Mart ในสหรัฐอเมริกา และ Asia Express Food ในเนเธอร์แลนด์ เพื่อขยายโอกาสตลาดค้าปลีกในต่างประเทศ

4) การจัด TOPTHAI Pavilion และ Pop-up Store เช่น งาน “TOPTHAI x Amazon” (นิวยอร์ก), งาน“Thai SELECT Festival 2024” (ดูไบ), งาน “Thai Festival Tokyo 2025” (โตเกียว) ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์ไทยสู่สายตาชาวโลกในจุดยุทธศาสตร์

5) การลงนาม MOU กับแพลตฟอร์มชั้นนำ เช่น Amazon, Shopee, Rakuten, Bigbasket, และ LetsTango เพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มั่นคงและต่อเนื่อง

ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการร้าน TOPTHAI กว่า 2,500 ราย และมียอดขายที่เกิดขึ้นจริงรวมมากกว่า 800 ล้านบาท ซึ่งได้ประโยชน์จากการลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ เพิ่มความน่าเชื่อถือ และได้รับการสนับสนุนด้านการตลาดจากทีมผู้เชี่ยวชาญอย่างครบวงจร





สู่การพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมผู้ประกอบการไทยเข้าสู่ตลาดโลกผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่เพียงเป็นการเปิดประตูสู่โอกาสทางการค้า แต่ยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในช่วงเปลี่ยนผ่านเศรษฐกิจดิจิทัล ตัวอย่างการดำเนินงานของกรมฯ ในการพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน อาทิ บริษัท Thai PPF จำกัด เริ่มต้นธุรกิจส่งออกผลไม้สด ในปี 2559 โดยมีสินค้าเริ่มต้นคือ “มะพร้าวน้ำหอม” จากเกษตรกรในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร วัตถุดิบทั้งหมดมาจากสวนโดยตรง เพื่อรักษาคุณภาพการส่งออก บริษัทฯ เข้าร่วม Thaitrade.com และได้รับการสนับสนุนจากทีมงานในการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ซึ่งทำให้มีคู่ค้ารายใหม่จากทวีปยุโรปและเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ ฮ่องกง อิตาลี และสแกนดิเนเวีย เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สามารถสร้างยอดขายและโอกาสเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

บริษัท เชียงใหม่ ไบโอเวจจี้ จำกัด (Chiangmai Bioveggie Co., Ltd.) ผู้ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพจากผักธรรมชาติ เน้นความปลอดภัย สะดวก และเป็นธรรมชาติ 100% บริษัทฯ เลือก Thaitrade.com เป็นช่องทางเจาะตลาดต่างประเทศ เนื่องจาก บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มซึ่งได้รับการรับรองโดยรัฐบาลไทย ล่าสุดมีลูกค้าจากเกาหลีใต้ติดต่อเข้ามาเพื่อขอเป็นตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ อันเกิดจากความน่าเชื่อถือของระบบและคุณภาพข้อมูลสินค้าบนเว็บไซต์

บริษัท ชิมมะ ฟรุ๊ต จำกัด ผู้ผลิตผลไม้แปรรูปด้วยเทคโนโลยีการทำแห้งเยือกแข็งแบบสูญญากาศ (Freeze Dry) เช่น ทุเรียน มะม่วง และมะพร้าว ได้รับคำแนะนำจากกรมฯ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามทันสมัย หลังจากเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFEX-ANUGA ASIA บริษัทฯ สามารถบุกตลาดต่างประเทศได้หลายช่องทาง อาทิ เข้าร่วมโครงการร้าน TOPTHAI บนแพลตฟอร์ม Letstango (ตลาดตะวันออกกลาง) และแพลตฟอร์ม Amazon (ตลาดสหรัฐอเมริกา) ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น Thaitrade.com และโครงการ TOPTHAI ยังคงเป็นกลไกหลักในการเชื่อมโยงสินค้าคุณภาพของไทยสู่ผู้บริโภคทั่วโลก และยกระดับมาตรฐานการค้าระหว่างประเทศของผู้ประกอบการไทย ให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง แข็งแรง และยั่งยืนบนเวทีโลกดิจิทัลแห่งอนาคต



Strengthening Thai Entrepreneurs Towards Global Market via Online Channels



In the era of rapid consumer behavior change towards digital trade world, online trade has, hence; become a vital engine in driving international economy. At present, the value of global e-Commerce market is more than 6.3 trillion US dollars and anticipated to reach 8.1 trillion US dollars by 2026[1] with Asia Pacific region of the largest proportion[2]. For Thailand, its e-Commerce market has shown a continuous growth with anticipated value in 2024 of 5.3 trillion Baht or an average annual growth rate of more than 10%[3], demonstrating its potentials and new opportunities for Thai entrepreneurs.

Thaitrade.com: Central Space for Creating Opportunities for Thai Entrepreneurs

Amid the online trade growth, the Department of International Trade Promotion (DITP), the Ministry of Commerce, has developed the Thaitrade.com website as a central e-Commerce platform in B2B2C form, emphasizing on enabling Thai entrepreneurs to access global market via digital channels safely and sustainably.



Thaitrade.com has been operating since 2011. To date, there are more than 220,000 foreign buyers and more than 27,000 Thai sellers, generating over 17 billion baht of trade value. Also, a "Comprehensive Online Trade Facilitation Center" has been established at DITP to provide advisory and e-Commerce services with free of charge with an aim to enabling entrepreneurs in regional areas to employ the platform efficiently. DITP has been organizing "Thaitrade.com Outreach" events in provinces nationwide such as Chiang Mai, Phuket, Chonburi, Prachin Buri, Suphan Buri, Nong Khai, Nong Bua Lamphu, Surin, Nakhon Ratchasima, Chanthaburi, Songkhla and Khon Kaen. Activities in the events included workshops on membership subscription, product photography, content writing, market trend analysis as well as online business matching activities so as to create potential export opportunities for Thai community products and SMEs.

1 Lin, Y. (2024). Global Ecommerce Sales Growth Report. https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales?utm_source=chatgpt.com
2 Market.us. (2025). "E-commerce Market: The Digital Revolution in Retail". https://www.linkedin.com/pulse/e-commerce-market-digital-revolution-retail-markets-us-x74rc?utm_source=chatgpt.com
3 The Nation. (2024). Thailand's e-commerce market sees 14% growth in revenue in 2024. https://www.nationthailand.com/business/economy/40042856?utm_source=chatgpt.com

Furthermore, DITPs' operations over the past few years, especially during the COVID-19 pandemic, involved promoting Thaitrade.com members' market opportunities and providing them with online selling skills and leveraging business data connections through conducting business matching activities and further developing online business matching so as to streamline business negotiations between Thai entrepreneurs and foreign importers.



TOPTHAI Project: A Bridge Connecting Thai SMEs to Global Market

DITP emphasizes on promoting ready-to-export entrepreneurs through the collaboration among TOPTHAI Project shops or DITP's online shops that sell Thai quality products on leading foreign alliance platforms with an aim to preparing Thai entrepreneurs for international market expansion via various activities namely; provision of advisory services and selection of entrepreneurs to participate in TOPTHAI Project, Cross-Border e-Commerce Project and DITP x..... Next Step to Global, the arrangement of seminars to provide knowledge and advices and organize business matching activities in both Bangkok and provincial areas so as to select Thai products for sales on platforms, online promotion campaign for Thai products in target markets worldwide and cooperation activities in new potential markets.

During April 2024-May 2025, DITP has been pushing **"TOPTHAI Project"** as a model for export promotion via leading e-Commerce platforms worldwide, being divided into 5 key approaches namely;

1) Sales Promotion on Global Platforms such as Rakuten (Japan), Amazon (US), Shopee (Singapore)

2) Cross Border e-Commerce (CBEC) Events held in 6 provinces namely; Khon Kaen, Songkhla, Chanthaburi, Phuket, Chiang Mai and Bangkok, focusing on the preparation of entrepreneurs by knowledge and online business matching

3) Online In-store Promotion such as the collaboration with H-Mart in the US and Asia Express Food in Netherland aiming to expand retail market opportunities in overseas

4) Organization of TOPTHAI Pavilion and Pop-up Store such as "TOPTHAI x Amazon" (New York), "Thai SELECT Festival 2024" (Dubai), "Thai Festival Tokyo 2025" (Tokyo), all of which was a mean for strategic global public relation of Thai Brands and

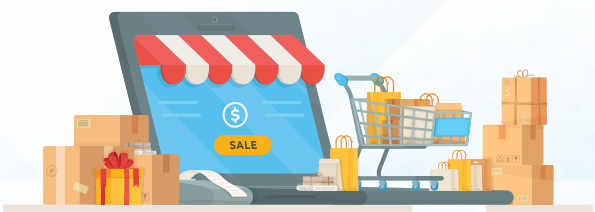
5) Signing of MOU with leading platforms such as Amazon, Shopee, Rakuten, Bigbasket and LetsTango for a purpose of establishing stable and continuous business alliances.

Currently, there are more than 2,500 TOPTHAI participating entrepreneurs and actual sales worth more than 800 million baht, receiving benefits from business operation cost reduction, enhanced credibility and marketing supports from expert teams in a comprehensive manner.



Towards Sustainably Strengthening Thai Entrepreneurs

Not only be fostering Thai entrepreneurs to access to global market via online channels an opening of a door towards trade opportunities, but also means a tool in developing grassroots economy concretely, in particular during the transition to digital economy. Samples of DITP's operations in sustainably strengthening Thai entrepreneurs such as Thai PPF Co., Ltd., starting fresh fruit export business in 2016 with "Aromatic Young Coconut" from growers in Amphoe Ban Paeo, Samut Sakhon Province as an initial product, all ingredient coming directly from garden for export quality preservation. The company had entered into Thaitrade.com and received supports through business matching engagement, bringing about new trading partners from European and Asia countries namely; Japan, Korea, Singapore, Hong Kong, Italy and Scandinavia with significant sale volume and growth opportunities.



Chiangmai Bioveggie Co., Ltd., a natural vegetable health food producer focusing on safety, convenience and 100% nature, had chosen Thaitrade.com as its international market penetration channel due to its recognition of credibility as certified by the Thai Government. Lately, client from South Korea had requested to be a major distributor owing to trustworthiness of the system and online product information quality.

CHIMMA Fruit Co., Ltd., a processed fruit producer by freeze dry method such as durian, mango and coconut, had received advices from DITP in developing modern and attractive packaging. After attending THAIFEX-ANUGA ASIA, the company was able to penetrate foreign markets via various channels such as participating in TOPTHAI Project on Letstango platform (Middle East Market) and Amazon platform (the US Market), continuously expanding customer base and increasing sale volume.

As a consequence, Thaitrade.com and TOPTHAI Project remain a key mechanism for connecting Thai quality products to consumers worldwide and upgrading international market standard for Thai entrepreneurs to ensure their sustainable and resilient growth in the global digital forum of the future.



สร้างแต้มต่อธุรกิจสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย
เพื่อแข่งขันได้ในตลาดไทยและตลาดโลก



ในโลกธุรกิจผู้ประกอบการคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ในขณะเดียวกันภาครัฐได้เสริมบทบาทโดยการเสริมพลัง ต่อยอด ติดอาวุธทางการค้าให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการขยายช่องทางตลาด การรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการนำผลงานวิจัยไปต่อยอดพัฒนาสินค้าเชิงพาณิชย์ พร้อมทั้งร่วมแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็ง เพื่อปูทางสำหรับการก้าวไปสู่เวทีการค้าโลก โดยผ่านกลไกการผลักดันผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมในการนำนวัตกรรมไปต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและมีศักยภาพทางการแข่งขัน ตลอดจนส่งเสริมการเพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยในหลากหลายช่องทางให้สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น



กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าต่างประเทศเดินหน้าต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทยให้มีการพัฒนาในเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม โดยริเริ่มการจัดประกวดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากสินค้าเกษตรไทยหรือ “Agri Plus Award” โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีพระราชทานถ้วยรางวัลแก่ผู้ชนะการประกวดทั้ง 3 ประเภท ได้แก่

1) Food Innovation ผลิตภัณฑ์เกษตรนวัตกรรมด้านอาหาร

2) Lifestyle Innovation ผลิตภัณฑ์เกษตรนวัตกรรมที่ไม่ใช่อาหาร

3) Rising Star สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ รวมถึงนักเรียน นิสิต นักศึกษาที่สนใจเริ่มธุรกิจ

ซึ่งการประกวด Agri Plus Award มีแนวคิดมาจากความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล “ตลาดนำนวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” ที่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรคุณภาพสูงของไทยสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลาย ด้วยการต่อยอดผลงานจากสถาบันวิจัยสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ รวมถึงการส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง



Agri Plus Award เป็นเวทีสำคัญที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม เจ้าของผลิตภัณฑ์ นักเรียน นิสิต นักศึกษา นักวิจัย และผู้สนใจ ได้แสดงศักยภาพในการพัฒนาสินค้าเกษตรไทยด้วยนวัตกรรมและเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เกิดแรงบันดาลใจในการนำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้พัฒนาสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น โดยผลงานที่ส่งเข้าประกวดจะได้รับการต่อยอด และผลักดันให้สามารถเข้าสู่ตลาดในมิติที่หลากหลาย อาทิ จากเดิมที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ขยายตลาดสู่ Modern Trade ที่มีการกระจายสินค้าไปทั่วประเทศ หรือจากเดิมที่จำหน่ายแค่ในประเทศก็สามารถส่งออกไปตลาดต่าง ๆ ทั่วโลก การประกวด Agri Plus Award จึงเปรียบเสมือน Gateway ที่ขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรไทยทั้งสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่เป็นอาหาร ซึ่งไทยมีจุดแข็งในการเป็น “ครัวของโลก” และสินค้าเกษตรนวัตกรรมประเภทสินค้าไลฟ์สไตล์ที่เป็น Soft Power ของไทย เพื่อความสำเร็จเชิงพาณิชย์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของเกษตรกรไทย

ก้าวต่อไปของการประกวด Agri Plus Award กระทรวงพาณิชย์มุ่งมั่นที่จะผลักดันการนำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้พัฒนาสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรไทยให้สูงขึ้น โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้แสดงศักยภาพในการพัฒนาสินค้าเกษตรไทยด้วยนวัตกรรม สร้างแรงบันดาลใจในการมุ่งมั่นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงศักยภาพของสินค้าเกษตรนวัตกรรมไทย และสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ Agri Pus Award ในแต่ละปี เพื่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (Network) ที่เข้มแข็งต่อไปในอนาคต







Leveraging Competitive Edge for Thai Innovative Agricultural Products Businesses

in Thai and Global Markets

In business world, entrepreneurs are major driving force behind business while public sector is empowering their roles through empowerment, further development and provision of trade instruments for entrepreneurs to be competitive, whether it is promotion of market channel expansion, product certification of reliability, promotion of research finding commercialization as well as jointly solving difficulties in doing business. As a consequence, during the prior period, the Ministry of Commerce has been committed to foster Thai innovative agricultural product entrepreneurs' potentials to bolster their competitiveness in global trade forum through a mechanism to advance innovative agricultural product entrepreneurs in adding value and creating competitive advantage as well as promoting trade opportunities for Thai innovative agricultural products through various channels in order to penetrate a more variety of target consumer groups.





The Ministry of Commerce, by the Department of Foreign Trade (DFT), has been moving forward to further enhance Thai innovative agricultural products for concrete commercial development. In particular, DFT had initiated innovative product contest for Thai agricultural products or "Agri Plus Award" by the royal grace of His Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn graciously presenting trophies to winners of the contest in 3 categories namely;

1) Food Innovation for innovative agricultural food products.

2) Lifestyle Innovation for innovative agricultural non-food products and

3) Rising Star for new entrepreneurs including school and university students interested in starting a business.



The contest idea was derived from the commitment to implement the government policy in "Market Driven, Innovation Complement, Increase Income" which attaches priority on high quality agricultural product promotion towards domestic and international markets in corresponding with a variety of market demands through commercialization of works of research institutes as well as new technology and innovation adoption to further develop primary agricultural products into new high-value products.

Agri Plus Award is a crucial forum that opens opportunities for innovative agricultural product entrepreneurs, product owners, school and university students, researchers and interested peoples to present their potentials in leveraging Thai agricultural products through innovation and serves as a source of inspiration for new generation entrepreneurs to apply innovation into high-value product development. Practically, contest entries will be further developed and pushed into markets in various dimensions such as expanding market from online sales platform to Modern Trade with nationwide distribution or from internal market to worldwide markets. Therefore, Agri Plus Award is considered a Gateway that drives value creation for Thai agricultural products, both innovative agricultural food products as Thailand's strength in being "Kitchen of the World" and innovative agricultural lifestyle products as Thailand's Soft Power, for commercial success of Thai manufacturers and entrepreneurs and for quality of life of Thai farmers.

For the next step of Agri Plus Award, the Ministry of Commerce commits to push forward the application of innovation in Thai agricultural product development for value creation by encouraging new generation entrepreneurs to demonstrate their innovation potentials in Thai agricultural product development and inspiring a commitment to creating value added to Thai agricultural products to be globally competitive through creating opportunities in expanding distribution channels, both domestically and internationally, as well as promoting and raising awareness of Thai innovative agricultural product potentials and image and building business network among Agri Plus Award entrepreneurs of each year for a strong network in the future.







FTA เพิ่มทางเลือกสินค้านำเข้า ราคาถูกให้แก่ผู้บริโภค

เอฟทีเอ...ไม่ใช่เรื่องไกลตัว ความตกลงการค้าเสรี หรือ Free Trade Agreement (FTA) จะไม่ใช่เรื่องใหม่และไกลตัวเราอีกต่อไปหากเราได้เห็นถึงผลของการทำงาน FTA ที่มีต่อชีวิตประจำวัน ก่อนอื่นจะต้องทำความเข้าใจว่า เป้าหมายสำคัญของ FTA ที่ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งไทย ได้มีการจัดทำ คือ การลดหรือขจัดอุปสรรคทางการค้า โดยเฉพาะภาษีศุลกากรนำเข้า รวมทั้งอุปสรรคทางการค้าที่มิใช่ภาษี (Non-tariff barriers) ซึ่งเป็นกำแพงกีดกันการค้าระหว่างกันลง ทำให้การค้าสินค้ามีความเสรีมากขึ้น เสมือนเป็นประเทศเดียวกัน ช่วยลดการเบี่ยงเบนทางการค้าอันเนื่องมาจากภาษีศุลกากร ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานกับประเทศคู่ FTA สนับสนุนให้การค้าและการลงทุนระหว่างกันมีการขยายตัว

รู้จักการใช้ประโยชน์จากเอฟทีเอ

ที่ผ่านมา ไทยมีการจัดทำ FTA ทั้งในระดับทวิภาคีและระดับภูมิภาค โดยปัจจุบันไทยมี FTA ที่มีผลใช้บังคับรวม 14 ฉบับกับ 18 คู่ FTA ได้แก่ 9 สมาชิกอาเซียน จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เปรู ชิลี ฮ่องกง และอยู่ระหว่างดำเนินการเพื่อให้ FTA มีผลใช้บังคับ 3 ฉบับ ได้แก่ FTA ไทย - ศรีลังกา ไทย - สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (European Free Trade Association: EFTA) และไทย - ภูฏาน

การใช้ประโยชน์จาก FTA สามารถทำได้ทั้งในแง่การส่งออกและการนำเข้า ส่วนแรก หมายถึง ผู้ส่งออกไทยใช้สิทธิประโยชน์ในการส่งออกโดยได้รับการลดอัตราอากรนำเข้าโดยประเทศคู่ FTA ให้แก่สินค้าไทย ช่วยให้สินค้าไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคาเหนือกว่าประเทศที่ไม่ใช่คู่ FTA ส่วนหลัง หมายถึง ผู้นำเข้าไทยใช้สิทธิประโยชน์ในการนำเข้าโดยได้รับการลดอัตราอากรนำเข้าของไทยให้แก่สินค้าจากประเทศคู่ FTA ส่งผลให้สินค้านำเข้ามีราคาถูกลง เป็นผลดีต่อผู้นำเข้าสินค้าทั้งเพื่อการบริโภคและการนำไปผลิตต่อภายในประเทศ

สินค้านำเข้ายอดนิยมผ่าน FTA

สินค้านำเข้าที่มีการใช้สิทธิประโยชน์สูงอันดับต้นๆ ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีในกรอบต่าง ๆ ที่ไทยได้จัดทำมีดังนี้

- ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - จีน (ASEAN-China Free Trade Agreement: ACFTA) อาทิ ยานยนต์อื่น ๆ ที่ขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า ส่วนประกอบของเครื่องจักรไฟฟ้า สิ่งก่อสร้างและส่วนประกอบของสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ แผ่นรีดเหล็กกล้า หลอดหรือท่อทำด้วยทองแดงบริสุทธิ์ ฟอยล์อะลูมิเนียม ของที่ทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า เป็นต้น

- ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน - อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Agreement: AIFTA) อาทิ พริกแห้ง ยารักษาหรือป้องกันโรคอื่นๆ กระเบื้อง มันฝรั่ง ผ้าทอ อุ่นสด เป็นต้น

- ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจญี่ปุ่น - ไทย (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement: JTEPA) อาทิ ส่วนประกอบของเครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องกำเนิดไฟฟ้า อุปกรณ์และชิ้นส่วน ยานยนต์ ยารักษา

หรือป้องกันโรคอื่น ๆ ของที่ทำด้วยพลาสติกอื่น ๆ สิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งเสริม ความงามหรือแต่งหน้า โพลิเอสเทอร์อื่น ๆ เป็นต้น

• ความตกลงการค้าเสรีไทย - ชิลี (Thailand-Chile Free Trade Agreement: TCFTA) อาทิ เชอร์รี่ ปลาแซลมอน น้ำมันปลา ไวน์จากองุ่น ช็อกโกแลต องุ่นแห้ง องุ่นสด เมล็ดข้าวโอ๊ต เป็นต้น

• ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นไทย - เปรู (Thailand-Peru Closer Economic Partnership: TPCEP) อาทิ แครนเบอร์รี่ องุ่นสด อะโวคาโด ควินัว เป็นต้น



รู้แล้ว....ต้องใช้ประโยชน์

ประโยชน์จาก FTA ที่สำคัญ คือ การเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งด้าน การผลิตและการให้บริการ ทำให้สามารถเข้าถึงสินค้าและวัตถุดิบที่มีความหลากหลายทั้งในเชิงประเภท คุณภาพ และราคา ตัวอย่างเช่น การนำเข้าเชอร์รี่ ปลาแซลมอน และน้ำมันปลาจากชิลี เนื่องจากไทยเป็นประเทศเมืองร้อน จึงต้องนำเข้าพืชผลทางการเกษตร รวมถึงผลผลิตจากสัตว์น้ำ เช่น ปลาจากพื้นที่เขตเมืองหนาว การลดอากรนำเข้าผ่าน การทำงานของ FTA จะช่วยให้ผู้บริโภค รวมถึงผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงสินค้าและวัตถุดิบเพื่อการผลิต ที่มีความหลากหลาย ในราคาที่จับต้องได้ ในทำนองเดียวกันกับการนำเข้าแครนเบอร์รี่ องุ่นสด อะโวคาโด และควินัว จากเปรู ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ เมืองหนาว ช่วยให้ผู้นำเข้าทั้งที่เป็นผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตอาหาร รวมทั้งผู้ให้บริการด้านอาหาร เช่น โรงแรมและร้านอาหาร มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคและต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง ทั้งยังได้สินค้าที่มีคุณภาพดี ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น การขยายเครือข่าย FTA ของไทยจะช่วยเพิ่ม ความหลากหลายของแหล่งนำเข้าสินค้า กระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาการนำเข้าจากเพียงตลาดใด ตลาดหนึ่ง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่นจากแรงกระเทือนหรือวิกฤตทางเศรษฐกิจในโลก

เอฟทีเอไม่ใช่ผู้ร้าย แต่เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย

เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ว่า การนำเข้าสินค้าภายใต้ FTA ย่อมมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในประเทศที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันหรือสามารถทดแทนกันได้ ซึ่งจะเป็นแรงผลักดันให้ต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้าที่นำเข้าได้ ทำให้มีการพัฒนาศักยภาพการผลิต ทั้งการทำให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงและการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ทัดเทียมสินค้านำเข้า ตลอดจนการพัฒนาความหลากหลายของสินค้า เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งในท้ายที่สุดย่อมนำไปสู่ผลประโยชน์ต่อผู้บริโภค FTA จึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน





FTA offers more alternative
imports at lower prices for consumers

FTA...is not Far-Fetched. Free Trade Agreement (FTA) will not be a new and far-fetched matter for us anymore once we recognize the impacts of FTA operation on our daily life. First of all, it is important to understand that FTA which various countries including Thailand have been arranging has key goal in reducing or eliminating obstacles to trade, in particular import tariff, as well as non-tariff barriers, enabling a freer flow of trade in goods as a single country, helping reduce trade deviation due to tariffs and creating a supply chain network as well as promoting growth in trade and investment among FTA partners.



Knowing How to Use Benefits From FTA

During the prior period, Thailand has been arranging FTA at both bilateral and regional levels. To date, Thailand has 14 FTAs entered into force with 18 FTA partners namely; 9 ASEAN members, China, Japan, South Korea, India, Australia, New Zealand, Peru, Chile, Hong Kong and in the process of ratifying 3 FTAs to take into effect namely; Thailand-Sri Lanka, Thailand-European Free Trade Association (EFTA) and Thailand-Bhutan.

Use of benefits from FTA can be done in aspect of both exports and imports. For the former, it means Thai exporters exercise preferential benefits by obtaining reduction of import tariffs on Thai products by FTA partners, giving its comparative advantage in terms of price over products of non-FTA partners. For the latter, it means Thai importers exercise preferential benefits by getting reduction of import tariffs on FTA partner's products by Thailand, enabling lower prices for imports and being beneficial for importers for a purpose of both consumption and production, domestically.

Top imports via FTAs

Top imports in terms of preferential benefit utilization under Thailand's FTAs are as follows;
- ASEAN-China Free Trade Agreement ACFTA) such as other motor vehicles driven by electric motors, components of electrical machinery, construction and other components of construction, rolled steel sheet, tube or pipe made from pure copper, aluminum foil, articles made from steel.

- ASEAN-India Free Trade Agreement (AIFTA) such as dried chili, other pharmaceuticals, tile, potato, woven fabric, fresh grape.

• Japan-Thailand Economic Partnership Agreement (JTEPA) such as components of electrical equipment and electric generators, equipment and parts of motor vehicles, other pharmaceuticals, other articles made from plastic, cosmetics, other polyester.

• Thailand-Chile Free Trade Agreement (TCFTA) such as cherry, salmon, fish oil, wine made from grape, chocolate, dried grape, fresh grape, oat grain.

• Thailand-Peru Closer Economic Partnership (TPCEP) such as cranberry, fresh grape, avocado, quinoa.

Once know....must use benefits

One crucial benefit from FTA is the addition of options for consumers and entrepreneurs in both manufacturing and services sectors, providing them with access to a variety of products and raw materials in terms of type, quality and price. For instance, the importation of cherry, salmon and fish oil from Chile as Thailand is a country in tropical zone, hence; it needs to import agricultural products including fishery products i.e. fish from cold area. The reduction of import tariffs through FTA operation will help Thai consumers as well as entrepreneurs gain access to various products and raw materials for production at affordable prices. Likewise, the importation of cranberry, fresh grape, avocado and quinoa from Peru as agricultural products from cold zone will help lower consumption and production costs for importers whether they are consumers or entrepreneurs such as hotel and restaurant as well as provide them with quality products in response to consumers' demand. As a consequence, Thailand's FTA network expansion will help increase more varieties of importation sources and diversify risks from import independency on merely any market, which in turn will enhance the country's resilience against the global economic shocks or crisis.



FTA, Not an Evil, But an Economic Force of Thailand

It is inevitable that imports via FTA will have impacts on domestic entrepreneurs of the same or substitutable products. It is, however; considered a force for adaptation to remain competitive with imports. This can be done through production capacity development aiming to lower manufacturing costs and improve product quality to be compatible with imports as well as develop more varieties of products, all of which will ultimately bring about benefits for consumers. FTA, therefore; is considered a vital tool in driving the country's economic development and elevating people's wellbeing.



ขับเคลื่อนการค้าในประเทศ...
สู่ระบบการค้าที่เป็นธรรม

ในโลกยุคปัจจุบันที่เศรษฐกิจและสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น การสร้างสมดุลระหว่างประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจและความเป็นธรรมในสังคมถือเป็นโจทย์สำคัญที่ท้าทาย แนวคิดเรื่อง **"การค้าที่เป็นธรรม"** จึงได้รับความสนใจและถูกพูดถึงอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะในบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การลดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และการส่งเสริมคุณธรรมในการประกอบธุรกิจ ซึ่งภาครัฐ โดยเฉพาะกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนแนวคิดนี้ให้เป็นรูปธรรม



สำหรับการค้าที่เป็นธรรม หรือ Fair Trade หากกล่าวโดยสรุปแล้ว ก็คือ แนวทางหรือระบบการค้าที่มุ่งเน้นการสร้างความสมดุลและความยุติธรรมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ทุกคนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อย สามารถเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมและยั่งยืน โดยมีหลักการที่สำคัญ อาทิ

- **ราคาที่เป็นธรรม** ผู้ผลิตต้องได้รับราคาที่ครอบคลุมต้นทุนการผลิตและเพียงพอต่อการดำรงชีพ
- **เงื่อนไขทางการค้าที่ดี** ความสัมพันธ์ทางการค้าที่ต้องโปร่งใส และยุติธรรม
- **การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิต** เพื่อให้ผู้ผลิตใช้ในการพัฒนาชุมชนและยกระดับคุณภาพชีวิต
- **มาตรฐานแรงงานที่เป็นธรรม** ไม่ใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานบังคับ รวมถึงสภาพการทำงานที่ปลอดภัย
- **ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม** สนับสนุนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- **การไม่เลือกปฏิบัติ** ส่งเสริมสิทธิที่เท่าเทียมกันของทุกคน

แม้ว่าแนวคิดเรื่องการค้าที่เป็นธรรมจะยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนักในระดับสังคมไทย แต่ก็ยังมีความพยายามอย่างต่อเนื่องจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะภาครัฐที่มุ่งผลักดันให้ตลาดภายในประเทศมีความโปร่งใสและยุติธรรม เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการรายย่อย ท้องถิ่น รวมถึงเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างทัดเทียม เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับระบบเศรษฐกิจ ทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ พร้อมทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ นับได้ว่าเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนแนวคิดดังกล่าว ซึ่งได้มีการดำเนินนโยบายและมาตรการต่าง ๆ

เพื่อดูแล ส่งเสริม และพัฒนาการค้าในประเทศให้มุ่งไปสู่ระบบการค้าที่เป็นธรรม โปร่งใส และเกิดความสมดุลกับทุกภาคส่วน ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยหนึ่งในบทบาทที่สำคัญ ก็คือ **การดูแลราคาสินค้าและบริการให้เหมาะสมและเป็นธรรม** รวมทั้งปริมาณสินค้ามีอย่างเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ ผ่านการใช้กลไกและเครื่องมือในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดสินค้าและบริการควบคุม ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 57 รายการ (52 สินค้า 5 บริการ) เพื่อดูแลป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไขและวิธีการปฏิบัติทางการ ค้าอันไม่เป็นธรรม การให้แสดงราคาจำหน่ายปลีกสินค้าและบริการ ทั้งในการค้าแบบปกติ (240 สินค้า และ 50 บริการ) และแบบออนไลน์ (ทุกรายการ) เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเปรียบเทียบราคาหรือค่าบริการก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ไปจนถึงการติดตามดูแลสถานการณ์ราคาและปริมาณสินค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้มีการฉวยโอกาสปรับขึ้นราคาโดยไม่เป็นธรรม เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ตลอดจนกำกับดูแลและติดตามตรวจสอบราคาจำหน่ายปลีกของสินค้าให้มีความสอดคล้องกับต้นทุนการผลิต เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบการค้าในประเทศ

นอกจากบทบาทภารกิจในด้านการดูแลราคาสินค้าและบริการแล้ว กรมฯ ยังมีการส่งเสริมและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการชุมชน เพื่อให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงผู้ประกอบการรายย่อย ท้องถิ่น และ OTOP ได้มีโอกาสในการทำการค้าและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ผ่านการดำเนินโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ

- **ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น** โดยการส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์พาณิชย์และอัตลักษณ์ของชุมชนในตลาดชุมชน พร้อมทั้งยกระดับไปเป็น **“ตลาดต้องชม”** ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนกว่า 251 แห่งทั่วประเทศ ที่มีทั้งความโดดเด่น สวยงาม มีการจำหน่ายสินค้าที่เที่ยงตรง เป็นธรรม โปร่งใส และมีคุณภาพที่ดี รวมทั้งมีการสืบสานรักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อเป็นกลไกดึงดูดนักท่องเที่ยวและประชาชนโดยทั่วให้เข้ามาเที่ยวชมและจับจ่ายใช้สอย สร้างการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชนและกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากให้หมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง

- **การส่งเสริมศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน (Farm Outlet)** จำนวนทั้งสิ้น 60 แห่ง ซึ่งเป็นเหมือนดังร้านค้าจำหน่ายสินค้าของเกษตรกรและชุมชน ที่กรมฯ ได้เข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้ง และเปิดโอกาสให้นำสินค้าที่ผลิตในชุมชน เช่น พืชผัก ผลไม้ และสินค้าเกษตรแปรรูป มาวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง เพื่อช่วยเกษตรกรและผู้ผลิตสินค้าชุมชนได้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าและสร้างรายได้เพิ่ม

- **การจัดกิจกรรมธงฟ้าราคาประหยัด** เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพในราคาที่เหมาะสม เป็นธรรม และลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับประชาชนได้มีรายได้เหลือเพียงพอในการจับจ่ายใช้สอยที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งขยายโอกาสให้กับผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงเกษตรกรและชุมชน ได้เข้าถึงตลาดและผู้บริโภคจำนวนมาก เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรสามารถเชื่อมโยงได้กับตลาดและเพิ่มรายได้เพิ่ม



กรมฯ ยังได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้รู้จักทำมาค้าขาย ดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง เพื่อก้าวไปสู่การเป็น **“หมู่บ้านทำมาค้าขาย”** (Trading Village) ที่มีความสามารถในการแข่งขัน รวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ผ่านการเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้กับผู้นำและสมาชิกของชุมชน อาทิ การวางแผนการผลิต/การตลาด การบริหารจัดการ การพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และการสร้างมูลเพิ่มให้กับสินค้าด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นต้น พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชน เพื่อเพิ่มรายได้ ขยายโอกาส และสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของชุมชน โดยในปัจจุบัน กรมฯ ได้มีการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายแล้ว จำนวนทั้งสิ้น 47 แห่ง ซึ่งช่วยให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น





ส่วนอีกหนึ่งบทบาทภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่งของกรมฯ ก็คือ การคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยการดูแลตรวจสอบไม่ให้มีการเอารัดเอาเปรียบในการขายสินค้าและบริการทั้งในด้านราคาและปริมาณ รวมถึงพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น การจำหน่ายสินค้าเกินราคา การปะวิงหรือปฏิเสธการขายสินค้า การไม่แสดงราคาจำหน่ายหรือแสดงราคาไม่ถูกต้องการกักตุนสินค้า รวมถึงการใช้เครื่องชั่งตวงวัดที่ไม่ถูกต้องและได้มาตรฐาน ซึ่งตลอดปีที่ผ่านมา กรมฯ ได้มีการติดตามตรวจสอบให้ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามกฎหมายกว่า 136,209 ราย รวมทั้งกำกับดูแลการชั่งตวงวัดให้มีความถูกต้อง เที่ยงตรง ได้มาตรฐาน รวมกว่า 8,467,949 เครื่อง/หีบห่อ พร้อมทั้งรณรงค์ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส โดยการติดป้ายแสดงราคาสินค้าและค่าบริการที่มีความชัดเจน เพื่อมุ่งสร้างสังคมการค้าที่เต็มไปด้วยความไว้วางใจ เชื่อมั่น และเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

ทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่า การค้าที่เป็นธรรม จึงไม่ใช่เพียงแนวคิดเพื่อความเท่าเทียม แต่คือ “รากฐาน” ที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจเดินหน้าไปได้อย่างยั่งยืน ซึ่งกรมฯ ถือว่าเป็นหน่วยงานที่เปรียบเสหมือน “ผู้รักษาสมดุล” ให้กับตลาดภายในประเทศ ไม่ให้มีการเอารัดเอาเปรียบกันมากจนเกินไป และช่วยให้คนตัวเล็ก ๆ ได้รับโอกาสทางเศรษฐกิจในการยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิต เพื่อมุ่งผลักดันและขับเคลื่อนให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศก้าวไปข้างหน้าได้อย่างเข้มแข็ง มั่งคง...และมุ่งไปสู่ระบบการค้าที่เป็นธรรม





Drive Internal Trade...

Towards a Fair-Trade System

Amid the current global era of more complex economy and society, finding a balance between economic efficiency and social fairness becomes a key challenge. Hence, the concept of "Fair Trade" has attracted interest more widely, especially in the context of grassroots economic development, bridging gap between manufacturers and consumers and fostering ethical business practices. In this regard, the Department of Internal Trade, the Ministry of Commerce, has been playing a key role in turning this concept into a concrete reality.

In summary, Fair Trade means an approach or system of trade which intends to create balance and fairness throughout supply chain, enabling all stakeholders, particularly farmers and micro manufacturers, to gain access to economic opportunities in an equitable and sustainable manner. Core principles include:

- **Fair Price** - enabling manufacturers to cover production costs and being sufficient for their living.
- **Sound Term of Trade** - reflecting transparent and just trade relationship.
- **Capacity Building for Producers** - for their capabilities to support community development and improve quality of life.
- **Decent Labor Standard** - by not using child labor and forced labor as well as safe working conditions.
- **Environmental Sustainability** - supporting environmentally friendly production.
- **Non-discrimination** - advocating equal rights of all



Even though the concept of Fair Trade has not yet been prevalent in Thai society, there are ongoing efforts from various parties, especially the public sector, to promote transparency and fairness in domestic market with an aim to enhancing consumer and business confidence as well as promoting and developing potentials of micro and local entrepreneurs as well as farmers and community enterprises to be comparably competitive in the market, bringing about economic stability at community and national levels in parallel with promoting grassroots economic growth in a strong and sustainable manner.



The Department of Internal Trade (DIT), the Ministry of Commerce, is an agency responsible for advancing the aforementioned concept through the implementation of various policies and measures aiming to oversee, promote and develop internal trade towards trade system which is fair, transparent and attributes to balance among all parties - farmers, entrepreneurs and consumers. One of its key roles is **to oversee product and service prices to be appropriate and fair** as well as ensure sufficient product quantity in corresponding with domestic demand through various forms of mechanisms and tools such as the determination of controlled products and services with the current total number of 57 items (52 products, 5 services) aiming to regulate and prevent unfair practices in pricing or unfairly determining term of trade and procedures, price labelling requirement for retail prices of products and services in both normal mode (240 products, 50 services) and online mode (all items), to allow consumers' price comparison and informed decision making, a regular and ongoing market surveillance to prevent opportunistic price increase, taking advantage on consumers as well as regulating and monitoring retail prices of products to be cost oriented in order to build consumer trust and enhance confidence on internal trade.

Apart from its duties in overseeing product and service prices, DIT has a role in promoting and expanding distribution channels for community products and services to offer market opportunities, increased incomes and better livelihood for farmers, farmer communities, community enterprises as well as micro, local and OTOP entrepreneurs and reduce economic inequality through the implementation of various projects and events such as;

- **Community Market for Local Businesses** by promoting commercial uniqueness and community identity of local market together with upgrading towards "Must Visit Market" with more than 251 locations nationwide, having outstanding and pleasant features and providing sales of quality products in an accurate, fair and transparent manner as well as preserving community culture and way of life. It is a mechanism for attracting tourists and general public to visit and enjoy spending, contributing to income distribution back to communities and stimulating a continuous grassroots economic circulation.





• **Promotion of Community Agricultural Product Distribution Center or Farm Outlet** with 60 units in total, to serve as a retail shop for products of farmers and communities which has been promoted and supported its establishment by DIT, offering market opportunities and increased incomes for farmers and community producers through sales of community products such as vegetable, fruit and processed agricultural products directly to consumers.

• **Arrangement of Blue Flag, Economical Price Events** aiming to provide more alternative access to necessities at reasonable and fair price as well as reduce burden of expenses for peoples while micro enterprises as well as farmers and communities can reach a larger market and consumer base, enabling a market linkage and additional income.

Also, DIT has been placing importance on capacity building for communities to know how to do business stably, moving forward to become "Trading Village" with its competitiveness, strong gathering and sustainable self-reliance. To that end, efforts to enhance knowledge and skills in entrepreneurship for leaders and members of communities have been exerted such as knowledge and skills in production/marketing planning, business management, product and package development and value addition for identity product of community. Together with such efforts, promotion of market expansion and market linkage for community products and services has been carried out so as to increase income, widen opportunities and strengthen capacity of community economy. To date, there are 47 Trading Villages being promoted and developed by DIT, bringing about more income and better livelihood for members of communities.

Another important role of DIT is to protect consumers by receiving fairness in their spending on products or services through monitoring and investigating sales of products and services to ensure no exploitation in terms of both price and quantity as well as no unfair trade practices such as overpricing, delaying or rejecting sales, no price or incorrect price displayed, goods hoarding as well as use of inaccurate and no standard weights and measures. Throughout the prior year, DIT conducted investigation of entrepreneurs for law compliance by more than 136,209 individuals as well as regulation of weights and measures for accuracy, precision and standard by more than 8,467,949 machines/packages in couple with business transparency campaign to encourage explicit price labelling so as to enhance trade society with trust, confidence and fairness for all.



Overall, it is evident that fair trade is not only a concept of equality but also means "a foundation" that will drive economy towards sustainability. DIT is an agency like "a Balance Keeper" for internal market, preventing overexploitation and helping underprivileged peoples to receive economic opportunities for improved incomes and livelihood, with an aim to moving and driving the country's economy in a strong and stable manner... towards a fair-trade system.



สร้างความเป็นธรรมการค้าไทย
ปกป้องสินค้าไร้คุณภาพจากต่างประเทศ

ในโลกที่การค้าไร้พรมแดน การเปิดกว้างทางเศรษฐกิจแม้จะนำมาซึ่งโอกาส แต่ก็พ่วงมาด้วยความท้าทาย โดยเฉพาะ “ภัยเงียบ” จากสินค้านำเข้าที่ไม่มีคุณภาพและธุรกิจต่างชาติที่เข้ามาดำเนินกิจการในประเทศโดยฝ่าฝืนกฎหมายไทย



รัฐบาลเห็นความสำคัญในการจัดการกับปัญหาดังกล่าว จึงได้จัดตั้ง “คณะกรรมการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาสินค้าและธุรกิจต่างประเทศที่ฝ่าฝืนกฎหมาย” โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายพิชัย นริพทะพันธุ์) เป็นประธาน และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายนภินทร ศรีสรรพางค์) เป็นรองประธาน ร่วมกับ 17 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศและอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ทำหน้าที่เลขานุการ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินมาตรการปกป้องผู้บริโภคและผู้ประกอบการภายในประเทศ ภายใต้คณะอนุกรรมการ 2 ชุด ได้แก่

1) คณะอนุกรรมการส่งเสริมและยกระดับ SME ไทยและแก้ไขปัญหาสินค้า ที่ไม่มีคุณภาพจากต่างประเทศ

2) คณะอนุกรรมการป้องกันและป้องปรามธุรกิจอำพรางของคนต่างด้าว (Nominee) รวมทั้งจัดตั้งคณะทำงานปราบปรามสินค้าและธุรกิจต่างประเทศที่ฝ่าฝืนกฎหมาย เพื่อปูพรม ลงพื้นที่ตรวจสอบสินค้าและธุรกิจที่ฝ่าฝืนกฎหมายทั่วประเทศอย่างเข้มข้น ตามแนวทางดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

1. บังคับใช้ระเบียบและกฎหมายอย่างเข้มข้น ตรวจจับสินค้าไม่มีคุณภาพ

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพสินค้าที่วางจำหน่ายทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย อาทิ กรมศุลกากร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กรมทรัพย์สินทางปัญญา และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ผนึกกำลังตรวจสอบสินค้าและบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดตั้งแต่เดือนกันยายน 2567-เดือนเมษายน 2568 สามารถดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดและฝ่าฝืนกฎหมายแล้ว จำนวน 39,186 คดี มูลค่าความเสียหายรวม 2,074.20 ล้านบาท

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ ดำเนินมาตรการ Notice & Takedown และยังมีการนำเทคโนโลยี AI เข้ามาช่วยตรวจสอบสินค้า

ออนไลน์โดยตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 - เดือนเมษายน 2568 ตรวจสอบโฆษณาและสินค้าผิดกฎหมายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 35,272 รายการ/เว็บไซต์ พบกรณีเข้าข่ายกระทำผิดและแจ้งเตือนไปยังแพลตฟอร์ม (Notice) จำนวน 10,723 รายการ/เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มได้ดำเนินการถอดสินค้าดังกล่าวออกจากแพลตฟอร์ม (Takedown) แล้ว จำนวน 10,378 รายการ/เว็บไซต์

2. ปรับปรุงกฎหมายให้ทันยุคดิจิทัล

การซื้อขายสินค้าในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องมีกฎหมายที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ภายใต้คณะกรรมการฯ ได้หารือแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพกฎหมาย ปัจจุบันมีการเสนอร่างกฎหมายต่าง ๆ อาทิ ประกาศของคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (คธอ.) ให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มจากต่างประเทศต้อง “จัดตั้งนิติบุคคลในประเทศไทย” เพื่อให้สามารถอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ และคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ขณะเดียวกัน กรมสรรพากรอยู่ระหว่างพิจารณาปรับปรุงประมวลรัษฎากรเพื่อให้สามารถ เก็บภาษีจากสินค้านำเข้าราคาต่ำ (Low Value Goods) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในระหว่างนี้ กรมศุลกากรได้เริ่มจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) 7% สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าไม่เกิน 1,500 บาท โดยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2567- เดือนเมษายน 2568 สามารถจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มรวม 1,796 ล้านบาท





3. ส่งเสริมสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศ

นอกจากมาตรการเชิงป้องกัน รัฐบาลยังเดินหน้าเชิงรุกโดยการสนับสนุนผู้ประกอบการไทย ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งการส่งเสริมให้สินค้าไทยเข้าสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น การเพิ่มช่องทางการส่งออก ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และการขยายความร่วมมือกับพันธมิตรในตลาดใหม่ ๆ เพื่อขยายช่องทางตลาดให้ SME ไทยและสนับสนุนการลงทุนของ SME โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จัดกิจกรรม เช่น

- **อบรมปั้นร้านค้าออนไลน์** และหลักสูตรปั้นอินฟลูเอนเซอร์สำหรับเจ้าของธุรกิจ
- **โปรแกรมชุมชนออนไลน์นวัตกรรมรักษ์โลก** ที่นำ e-Commerce ไปช่วยชุมชนห่างไกล
- **สร้างเครื่องหมายรับรองร้านค้าออนไลน์** เช่น DBD Registered และ DBD Verified
- **ร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** จัดงานมหกรรม Thailand e-Commerce Expo และการสร้างแพลตฟอร์มตลาดกลาง
- **การพัฒนาเว็บไซต์ Thaitrade.com** ให้เป็นเครื่องมือค้าขายระดับโลก
- **ขยายช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ในต่างประเทศ** ผ่านร้านค้าออนไลน์ เช่น TOPTHAI Store



4. ปราบปรามธุรกิจแฝงของต่างชาติ (Nominee)

ธุรกิจต่างชาติที่เปิดกิจการโดยใช้ชื่อคนไทยเป็นตัวแทนอำพราง ถูกจัดเป็นเป้าหมายสำคัญในการตรวจสอบเพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม และลดผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะใน 6 ธุรกิจที่มีแนวโน้มการแฝงตัวสูง ได้แก่

1) ธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่อง อาทิ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และขายของที่ระลึก
2) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
3) ธุรกิจ e-Commerce ขนส่งและคลังสินค้า
4) ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท
5) ธุรกิจการค้าที่ดินและการเกษตร
6) ธุรกิจก่อสร้างทั่วไป

โดยได้มอบหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย เช่น กรมสอบสวนคดีพิเศษ กรมที่ดิน ตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ร่วมกันบูรณาการดำเนินการปราบปรามผู้กระทำผิด ตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 - เดือนเมษายน 2568 มีการดำเนินคดีรวม 857 ราย มูลค่าความเสียหายรวม 15,288 ล้านบาท

ทั้งนี้ บทกำหนดโทษภายใต้กฎหมายที่มีอยู่ยังเป็นอุปสรรคที่ทำให้การบังคับใช้กฎหมายขาดประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงได้เสนอให้สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน กำหนดความผิดทางกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว เป็นความผิดมูลฐานภายใต้กฎหมายของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน หากร่างกฎหมายฉบับนี้ผ่าน จะทำให้เจ้าหน้าที่สามารถอายัดหรือยึดทรัพย์ของผู้กระทำผิดได้ตั้งแต่ก่อนฟ้องคดี ซึ่งถือเป็นหมัดเด็ดที่เพิ่มอำนาจการบังคับใช้กฎหมายให้เข้มข้นยิ่งขึ้น

บทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในการบริหารจัดการปัญหาสินค้าและธุรกิจจากต่างประเทศที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ไม่เพียงแต่เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคและธุรกิจไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างเท่าเทียม แต่ยังเป็นการส่งสัญญาณถึงความมุ่งมั่นของภาครัฐในการบูรณาการทำงานร่วมกัน เพื่อยกระดับการค้าของประเทศ ให้โปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักกฎหมายสากล ซึ่งนับเป็นก้าวสำคัญของการสร้างระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืน เป็นธรรม และปกป้องอนาคตของผู้บริโภคและผู้ประกอบการไทยอย่างแท้จริง





Creating Fairness in Thai Trade

Preventing Overseas Substandard Products

In the world of borderless trade, despite its opportunities, economic openness can bring challenges, especially the "Silent Threat" posed by imports of substandard products and unlawful foreign businesses operating in Thailand.

The Government has placed great importance on addressing the aforementioned problems, "the Committee on Resolving Problems of Unlawful Foreign Goods and Businesses" has been established, chaired by the Minister of Commerce (Mr. Pichai Naripthaphan) and vice-chaired by the Deputy Minister of Commerce (Mr. Napintorn Srisunpang), in collaboration with 17 relevant government agencies, in which the Director General of the Department of Foreign Trade and the Director General of the Department of Business Development acting as a secretary. The main function of the Committee is to push forward the implementation of domestic consumer and business protection measures. The initiative is carried out under 2 Sub-committees namely;

1) The Sub-committee on Promoting Thai SME and Resolving Problems of Substandard Products from Overseas and

2) The Sub-committee on the Prevention and Suppression of Nominee Businesses as well as the establishment of the Working Group on Suppression of unlawful Products and Businesses from Overseas with an aim to intensely conducing a comprehensive investigation of unlawful products and businesses nationwide. Key implementation approaches are as follows:



1. Strictly Enforce Regulations and Laws, Detect Substandard Products

The Government has been placing priority on quality control of products in the market, both online and offline, through the integration of works among law enforcement agencies such as the Customs Department, the Food and Drug Administration, the Thai Industrial Standards Institute, the Office of the Consumer Protection Board, the Department of Intellectual Property and the Electronic Transactions Development

Agency for a purpose of strictly inspecting goods and enforcing laws. From September 2024 - April 2025, there were 39,186 prosecuted cases, with the total damage worth 2,074.20 million baht.

Furthermore, the Food and Drug Administration and the Thai Industrial Standard Institute have been working with online platforms to carry out the Notice & Takedown measures, as well as employing AI Technology in inspecting goods sold online. From September 2024 – April 2025, there were 35,272 items/websites were inspected for illegal advertising and products, of which 10,723 items/websites were considered a violation and notified to platforms, and 10,378 items/websites were taken down from platforms.



2. Update Laws to Keep Up With the Digital Era

Given the need for laws in corresponding with rapidly changing consumer behaviors and business models in digital commerce, the Committee has been working on approaches to enhance the effectiveness of the law. At present, there are proposals for draft legislation, such as the Notification of the Electronic Transactions Committee (ETC), requiring offshore digital platform service operators to "establish a legal entity in Thailand" to be under the supervision of the Government and ensure proper consumer protection.

Meanwhile, the Department of Revenue is in the process of amending the Revenue Code with an aim to ensure efficiency in tax collection from the importation of low-value goods. In the meantime, the Customs Department is working on behalf of imposing a Value-Added Tax (VAT) of 7% on imported goods valued under 1,500 baht, from July 2024-April 2025, a total value of 1,796 million baht was collected.

3. Boost Thai Products in Oversea Markets

Apart from protective measures, the Government has proactively carried out duties to enhance the competitiveness of Thai businesses through various means, whether it is the promotion of Thai products in foreign markets, increasing export channels both online and offline, and expanding cooperation with partners in new markets to explore new marketing channels and support investment of Thai SMEs. In this regard, the Department of Business Development and the Department of International Trade Promotion have organized events as follows;

- **Training on Building an Online Shop** and Workshop on Building an Influencer for Business Owners.
- **Eco-Innovative Online Community Program** introduces an e-Commerce channel for businesses in remote areas.
- **Creation of Certification Mark for Online Shop,** such as DBD Registered and DBD Verified.
- **Cooperation with E-Commerce Partners** to organize Thailand E-Commerce Expo, and establish a central market platform.
- **Development of the Thaitrade.com website** as a tool for global trade.
- **Expansion of Modern Retail Trading Channels Overseas** via online shops such as TOPTHAI Store.

4. Suppress Foreign Nominee Businesses

Foreign businesses established under Thai nominees are considered a key target for inspection to prevent unfair competition and minimize impacts on Thai businesses. In particular, 6 businesses with high potential for operating through nominees include

1) Tourism and related businesses such as restaurants and souvenir shops

2) Real estate businesses

3) E-Commerce, logistics, and warehousing businesses

4) Hotel and resort businesses

5) Land trading and agricultural businesses and

6) General construction business.

To that end, law enforcement agencies, including the Department of Special Investigation, the Department of Lands, the Central Investigation Bureau, the Anti-Money Laundering Office, and the Department of Business Development, had been assigned to integrate work in combating offenders. From September 2024-April 2025, there were 857 prosecuted cases with a total damage worth 15,288 million baht.





Nevertheless, an improvement on penalty provisions under existing laws for efficient enforcement was discussed. As a consequence, the Anti-Money Laundering Office proposed to determine the legal offense under foreign business operations as a predicate offense under the laws of the Anti-Money Laundering Office. Once this draft legislation is approved, the officials will be able to seize or confiscate the assets of offenders prior to filing the lawsuit. This is a killer punch in strengthening law enforcement power.

Not only be the Ministry of Commerce's role in taking proactive measures on resolving problems of unlawful foreign goods and businesses to protect Thai consumers and ensure a level playing field for Thai businesses, but also a sign of the Government's commitment in the integration of works to advance the country's trade to be transparent, fair and in line with the principles of international laws. It is a key step in the establishment of a sustainable and fair economic system, together with genuinely preserving the future of Thai consumers and businesses.



SDGs สินค้ารักษ์โลก
ปกป้องสิ่งแวดล้อม

โครงการ Local SDGs Plus เป็นโครงการที่กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากการสนับสนุนสินค้า BCG สู่ SDGs เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าดี ๆ มีโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น ทั้งการขายในประเทศและส่งออกไปขายต่างประเทศ โดยคัดสรรและสนับสนุนสินค้ารักษ์โลกจาก ทุกจังหวัด ทุกภูมิภาค สร้างโอกาสทางการค้าให้ผู้ประกอบการสายรักษ์โลกเติบโตอย่างยั่งยืน ตามนโยบายรัฐบาลและของกระทรวงพาณิชย์ ตามเป้าหมายของกระทรวงพาณิชย์ที่จะขับเคลื่อน เศรษฐกิจการค้าไทยเข้มแข็ง เป็นธรรม เติบโตอย่างยั่งยืน (eMpower and Optimise Commerce plus Sustainable Growth: MOC+) แนวทางสำคัญที่จะขับเคลื่อนเป้าหมายดังกล่าว คือ การสนับสนุนช่องทางการตลาดและยกระดับมูลค่าสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีต่อผู้บริโภค ดีต่อสังคม และดีต่อสิ่งแวดล้อม ให้มีศักยภาพในการแข่งขันระดับประเทศและระดับสากล



จุดเริ่มต้น

การดำเนินการในช่วงแรก กระทรวงพาณิชย์ได้เริ่มต้นด้วยการมอบหมายให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศลงพื้นที่ทำการค้นหาผู้ประกอบการที่เข้าเงื่อนไข ก่อนที่จะเข้าไปช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดผ่านการจัดจุดจำหน่ายสินค้าในระดับจังหวัด งานแสดงสินค้าในระดับภาค และงานแสดงสินค้าในระดับประเทศ โดยในช่วง 2 ปีแรก โครงการนี้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ของประเทศที่ให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนนโยบาย BCG หรือ Bio-Circular-Green Economy และผู้บริโภคทั่วโลกต้องการสินค้า BCG กันมากขึ้น ทำให้กระทรวงพาณิชย์ผลักดันให้มีโครงการนี้เกิดขึ้น และเข้าไปตามหาผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า BCG โดยแบ่งผู้ประกอบการออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

Tier 1. เก่งแล้ว ทำตลาดได้ทั้งในประเทศและส่งออกแล้ว ก็จะช่วยหาตลาดใหม่ ๆ ให้ จะเน้นสนับสนุนด้านการตลาด

Tier 2. เริ่มเก่ง มีสินค้าขายในตลาดชุมชน ขายในห้างสรรพสินค้า และในซุปเปอร์มาร์เก็ต เข้มแข็งระดับกลาง ๆ ก็จะเข้าไปอบรมเชิงปฏิบัติการ ให้ข้อมูลช่วยพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น และมีโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น และ

Tier 3. เป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่ม รายเล็ก รายจิ๋ว ก็จะเข้าไปอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ เช่น สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา สถาบันการศึกษา ที่จะร่วมมือกันเข้าไปช่วย เพื่อให้ผู้ประกอบการเหล่านี้เติบโตมากขึ้น

ซึ่งจาก BCG ได้ถูกเปลี่ยนชื่อเป็น SDGs เพื่อให้สามารถสื่อสารกับต่างประเทศได้เข้าใจมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบโจทย์เมกะเทรนด์โลก และตอบสนองแนวโน้มความต้องการของตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับประเด็น Global warming และใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมโดย

ก้าวต่อไป

ในปีนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ และปรับรูปแบบฐานข้อมูล ที่สามารถจัดทำ E-catalog แบบออนไลน์ เพื่อให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสามารถเลือกสินค้าโดดเด่นจากจังหวัด ที่จะช่วยในการซื้อขาย รวมถึงการทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศต่อไป และเมื่อโครงการเดินหน้าต่อในปีต่อ ๆ ไป ก็จะมีรายการสินค้าเพิ่มมากขึ้น และผู้ซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศก็สามารถที่จะเข้ามาดู มาเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

เป้าหมายของสินค้า

แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1) **กลุ่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** Eco-Friendly/ กลุ่ม Eco-design เช่น Organic Green Natural ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล การใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้ใหม่ได้ Zero-Waste

2) **กลุ่มที่มีฉลากลดโลกร้อน** (Carbon Credit/ Carbon Neutral)

3) **กลุ่มประหยัดพลังงาน**

4) **กลุ่มที่สนับสนุนการค้าที่เป็นธรรม** อาทิ สัญลักษณ์ Fair Trade ไม่ทดลองกับสัตว์ ไม่ใช้แรงงานเด็ก การใช้วัสดุทดแทน เช่นหนังที่ทำจากพืช เนื้อสัตว์ที่ทำจากพืช (Plant Based) กลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม

5) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ช่วยฟื้นฟูสภาพแวดล้อม**







ตัวอย่างสินค้าในความส่งเสริม

• **Palm Packaging** จากการนำวัสดุเหลือทิ้งในสวนปาล์มมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการผลิตเป็นถุงกระดาษจากทางปาล์มน้ำมัน ปกติทางปาล์มน้ำมัน ถือเป็นของเหลือทิ้งในสวนปาล์ม โดยได้คิดค้นที่จะนำทางปาล์มน้ำมันมาผลิตเป็นกระดาษ และสร้างเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยสามารถย่อยสลายได้ภายใน 45 วัน และยังช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ที่นำทางปาล์มน้ำมันมาขาย และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ที่เข้ามาช่วยในการผลิตสินค้าที่สำคัญ ยังช่วยลดการนำเข้าเยื่อกระดาษ

• **กลมกลืน** นำข้าวเล็บนก ซึ่งเป็นข้าวพื้นเมืองในจังหวัดพัทลุงมาแปรรูปเป็นเซลลูโลส ทำให้เกิดเส้นใยอาหารจากธรรมชาติ เส้นใยมีลักษณะพิเศษ มีโมเลกุลไม่หนาแน่น นุ่ม เคี้ยวง่าย แล้วเอาน้ำผลไม้มาผสมใส่ ก็ช่วยกักเก็บน้ำผัก น้ำผลไม้ และทุกครั้งที่เคี้ยว ก็จะได้เส้นใยอาหารจากธรรมชาติ น้ำตาลต่ำ พลังงานน้อย เคี้ยวได้ทุกครั้งในยามที่ต้องการ ช่วยให้อิ่มท้อง และได้ประโยชน์จากสารอาหาร เหมาะสำหรับเด็กที่ไม่ชอบทานผัก ผู้มีปัญหาท้องผูกและต้องการควบคุมน้ำหนัก



• **ตานีสยาม** สินค้าแฟชั่นแปรรูปจากต้นกล้วยที่ถูกนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กระเป๋าที่มีคุณภาพทัดเทียมกับหนังในอุตสาหกรรม กล้วยตานีมีคุณสมบัติที่โดดเด่น คือ มีความเหนียว สวยงาม เงางาม และมีลวดลายเฉพาะ เมื่อนำมาต่อยอดกับความรู้ด้านเคมีสิ่งทอ จึงเกิดเป็นหนังกาบกล้วยที่นำมาใช้แทนหนังได้ และมีอายุการใช้งานได้นาน โดยให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพราะกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้มีส่วนช่วยปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อม และผลผลิตที่ได้จากกล้วยตานี ใบสามารถใช้ทำบายศรี จาน ก้าน นำมาใช้จักสานเป็นบรรจุภัณฑ์ ต้นนำมาทำเป็นหนังกาบกล้วย เชือกกล้วย งานจักสาน ส่วนยาง ก็นำไปสกัดเป็นสีเพนต์ สีย้อมได้ เป็นต้น

• **Mr.Leaf** เกิดจากการนำใบไม้มาเคลือบยางพารานาโน จนได้เป็นวัสดุที่สามารถใช้ทดแทนหนังสัตว์ได้ ถือเป็นการนำธรรมชาติรอบตัวมาใช้ในการผลิตสินค้าด้วยการใช้นวัตกรรม ในชื่อ Leaf Leather ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ และช่วยแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้จริง



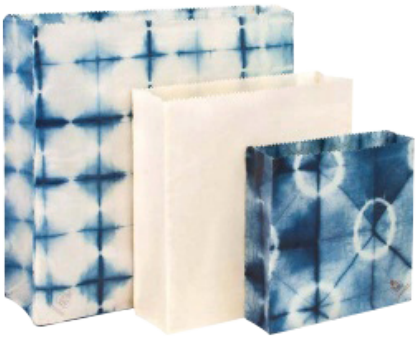
• **ซูเปอร์บี (SuperBee)** ผ้าเคลือบไขผึ้งห่ออาหารรักษ์โลก ลดการใช้พลาสติก และยังมีการจ้างงานชาวบ้านในชุมชน และยังสร้างคาร์บอนฟุตพริ้นท์ที่ต่ำด้วย โดยเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกใหม่สำหรับห่อถนอมอาหารแทนการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง สามารถห่อสัมผัสอาหารได้โดยตรง ช่วยถนอมความสดใหม่ สะอาดและยืดอายุอาหารให้เก็บได้นานขึ้น ล้างทำความสะอาดง่าย และนำกลับมาใช้ซ้ำได้นานสูงสุด 2 ปี เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ





SDGs-Eco-Friendly Products, Protect Environment

Local SDGs Plus Project is a third-consecutive year project of the Ministry of Commerce derived from the support for BCGs products towards SDGs so that quality product manufacturers are provided with more market opportunities, both domestically and internationally. The project has been implemented through selection and support of eco-friendly products from all provinces and regions, aiming to create trade opportunities and ensure sustainable growth for eco-friendly product manufacturers in line with the Government's and the Ministry of Commerce's policies in driving Thai economic trade in a robust, fair and sustainably growing manner or "eMpower and Optimise Commerce plus Sustainable Growth: MOC+". Key approach to move forward with the aforementioned goals is to support marketing channels and value added to products for local entrepreneurs who produce and sell quality products beneficially to consumers, societies and environment to be nationally and internationally competitive.



Starting Point:

Initially, the Ministry of Commerce had assigned the Offices of Provincial Commercial Affairs nationwide to conduct a site survey to search for eligible entrepreneurs before offering them with market opportunities through the arrangement of product distribution points at provincial level, trade exhibitions at regional and national levels. Its Implementation during the first 2 years was in consistent with national strategies in attaching importance on driving BCG policy or Bio-Circular-Green Economy while consumers demand more BCGs products globally. Consequently, the project had come into existence by the Ministry of Commerce and BCG product entrepreneurs had been looked for, by being divided into 3 tiers namely;

Tier 1 Excellent, those who are already capable of capturing both domestic and international markets, would be assisted in finding new markets, focusing on marketing support,

Tier 2 Emerging, those who have products sold in community markets, department stores and supermarkets with moderate strength, would be obtained workshop trainings, information and further development as well as more market opportunities and

Tier 3 Beginning, those who are small and micro sized, would be obtained workshop trainings. The project has been carried out through collaboration among relevant agencies in the Ministry of Commerce such as the New Economy Academy (NEA), the Department of Business Development, the Department of Intellectual Property and academic institutes with an aim to helping these entrepreneurs to grow further. BCGs was renamed as SDGs to make communication more internationally understandable and cater to global megatrends as well as meet market demand trends, especially eco-friendly consumer group.

Next Step

For this year, the Ministry of Commerce has collected information on entrepreneurs and restructured database for the preparation of E-catalog to facilitate the Offices of Provincial Commercial Affairs in selecting outstanding products from provinces for trade including internal and international marketing. As the project moves forward into the future years, there will be more items on the list and both domestic and foreign buyers will be able to view and choose products more easily.

Product Targets

can be divided into 5 groups as follows;

1) Eco-Friendly/Eco-design Group such as Organic Green Natural, products made from recyclable, reusable, renewable materials with zero-waste.

2) Carbon Credit/Carbon Neutral Grou.

3) Energy Saving Group.

4) Pro Fair Trade Group such as Fair Trade Mark, no animal testing, no use of child labor, use of alternative materials - i.e. vegan leather, plant-based meat, social enterprise group.

5) Environmental Restoration Product Group

Sample of products under promotion

• **Palm Packaging** - Turning wastes in palm garden or oil palm leaves into paper bag production, an eco-friendly packaging being degradable within 45 days and increasing incomes for cultivators and communities as well as reducing paper pulp imports.



• **Klomkluen** - Processing Pattani Leb Nok rice into cellulose, natural dietary fiber with special characteristics of low-density molecules, softness and easy to chew. It can absorb vegetable juice and fruit juice and every of its bite will get natural dietary fiber with low sugar and energy. It can be chewable anytime, keeping full and nutritious, suitable for vegetable hated child, people with constipation problem and health-conscious people.



• **Tani Siam** - Fashion products made from banana trees such as bags with comparable quality to leather. Wild banana has distinctive features including cohesiveness, gorgeousness, shininess and having unique pattern. When building upon textile chemistry, it can produce banana bark leather, being substitutable to leather with a long lifespan and eco-friendly concerns. Products made from wild banana include a banana leaf-flower tray and plate made from banana leaf, woven packaging made from banana stem, vegan leather and banana rope made from banana trunk, paint and dye made from banana sap.



• **Mr.Leaf** - An idea of nano rubber coated leave, a material substitutable to leather, has been emerged by employing innovation to turn nature into creative products named as Leaf Leather to reflect its environmental concerns.



• SuperBee - Beeswax wrap is introduced to reduce plastic use and create employment in communities under production with low carbon emission. It is an alternative product for food wrap, substitutable to one time use plastic, safe for food contact, capable of food freshness preservation, being hygiene and extending food shelf life. It is easy to clean and reusable for up to 2 years, being eco-friendly and biodegradable naturally.





ขับเคลื่อนงานหัตถกรรมไทย สู่ความยั่งยืน

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) หรือ สศท. มุ่งมั่นขับเคลื่อนภารกิจการสืบสาน สร้างสรรค์ และส่งเสริมงานหัตถกรรมไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการส่งเสริมอัตลักษณ์งานฝีมือควบคู่ กับการปรับตัวเข้าสู่บริบทของโลกยุคใหม่ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ทั้งยังเดินหน้าพัฒนางานหัตถกรรมไทยให้เชื่อมโยงกับ เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) และ แนวคิด ESG (Environmental, Social, Governance) โดยเน้นการบริหารจัดการที่โปร่งใส การพัฒนาสังคมอย่างเท่าเทียม และการดูแลสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการผลิตอย่างมีจิตสำนึก งานหัตถกรรมไทยในวันนี้จึงไม่ใช่เพียงการรักษาของดั้งเดิม แต่คือการ “ปรับใช้” ภูมิปัญญาให้ตอบโจทย์วิถีชีวิต ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว ทั้งในระดับชุมชน ประเทศ และสากล



สร้างคน สร้างโอกาส

หนึ่งในหัวใจของการขับเคลื่อนความยั่งยืนคือ “คน” สศท. จึงมุ่งทำหน้าที่เสมือนเป็น **“นักปั้น”** ที่ปลุกพลังสร้างสรรค์ ด้วยการบ่มเพาะและพัฒนาครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม และทายาทช่างฝีมือรุ่นใหม่ ให้มีทั้งทักษะเชิงช่างที่ลึกซึ้งและความรู้ด้านการตลาด เพื่อพร้อมต่อการสร้างอาชีพ ขยายตลาด และยืนหยัดในโลกธุรกิจได้ด้วยตนเอง รวมถึงเปิดพื้นที่การเรียนรู้ให้กับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ ผู้เกษียณ และผู้ต้องขัง เพื่อสร้างอาชีพและคุณค่าในชีวิต พร้อมผลักดันให้เครือข่ายช่างฝีมือทั่วประเทศเชื่อมโยงกับโอกาสทางเศรษฐกิจ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดนิทรรศการ การออกบูธจำหน่ายสินค้า และ การเข้าร่วมโครงการพัฒนาทักษะในระดับท้องถิ่นและสากล



Crafts Bangkok และอัตลักษณ์แห่งสยาม

หนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนงานคราฟต์ให้เข้าสู่ตลาดคือ งาน Crafts Bangkok ซึ่งจัดมาอย่างต่อเนื่องถึงปีที่ 7 และกลายเป็นแพลตฟอร์มสำคัญของผู้ประกอบการงานคราฟต์ทั่วประเทศ ไม่เพียงสร้างพื้นที่การค้าขายและประชาสัมพันธ์งานคราฟต์ไทยสู่สาธารณะ แต่ยังต่อยอดการพัฒนาผ่านเวที Innovation Craft ที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่สร้างสรรค์ผลงานร่วมกับดีไซเนอร์มืออาชีพ โดยผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดการออกแบบสมัยใหม่ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัย พร้อมเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ได้ทั้งในและต่างประเทศ ขณะเดียวกันงานอัตลักษณ์แห่งสยาม เป็นงานนิทรรศการและการเปิดพื้นที่จำหน่ายงานหัตถศิลป์ชั้นสูงประจำปีซึ่งจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีบทบาทสำคัญในการยกระดับภาพลักษณ์งานหัตถกรรมไทยในฐานะ “หัตถศิลป์ที่มีชีวิต” ให้ช่างฝีมือ ครูศิลป์ และนักออกแบบจากหลากหลายสาขาได้แสดงผลงานที่เปี่ยมด้วยเอกลักษณ์ สะท้อนทั้งความประณีตทางศิลปะและคุณค่าทางวัฒนธรรม สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เข้าชมทุกช่วงวัย พร้อมขับเคลื่อนการรับรู้ใหม่ ๆ ของงานศิลปหัตถกรรมไทยชั้นครู



ขับเคลื่อนสู่ความยั่งยืน

ปี 2568 สศท. ขับเคลื่อนแนวคิดความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมผ่านโครงการ **SACIT Brand (SACIT Craft Collection)** ที่มุ่งยกระดับคุณภาพงานหัตถกรรมไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน ตั้งแต่การออกแบบที่สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปจนถึงกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างมูลค่าทางการตลาด และพร้อมสนับสนุนบทบาทการเชิดชูครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม ทายาทช่างศิลปหัตถกรรมและสมาชิก สศท. ด้วยการคัดสรรผลงานที่ได้รับการรับรองภายใต้แบรนด์ SACIT Craft Collection ซึ่งเป็นสิ่งการันตีถึงฝีมือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังปลูกฝังค่านิยมการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมที่มีมาตรฐาน ถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่ และขับเคลื่อน Craft Power ทั้งด้านเศรษฐกิจและอัตลักษณ์ความเป็นไทยให้มีความเข้มแข็งไปพร้อม ๆ กัน

สศท. เชื่อว่าความยั่งยืนของงานหัตถกรรมไทยไม่ได้มีเพียงเรื่องของการรักษาภูมิปัญญาดั้งเดิม แต่คือการสร้างคุณค่างานหัตถศิลป์ไทยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตผู้คนทั้งปัจจุบันและอนาคต โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเคารพต่อวัฒนธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความร่วมมือจากทุกภาคส่วน งานคราฟต์ไทยจึงเป็นพลังสร้างสรรค์ที่มีชีวิต เป็นอีกหนึ่ง Soft Power ที่พร้อมผลักดันภาพลักษณ์ประเทศไทยบนเวทีโลก และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน



Sustainable Craft Movement

The Sustainable Arts and Crafts Institute of Thailand (Public Organization) or SACIT commits to drive missions in inheriting, creating and promoting Thai handicrafts for sustainable growth. This can be done through fostering handicraft identity together with adapting to the modern world context in aspect of economic, social, environmental and technological facets as well as advancing Thai handicrafts to link to the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) and the ESG (Environment, Social, Governance) concept. Emphasis has been placed on transparent management, equitable social development and environmental conservation through conscious manufacturing process. As a consequence, today's Thai handicrafts is not merely preserving traditional stuffs but also means "adapting" wisdom to meet changing lifestyle, aiming to create long-term positive impacts at community, national and international levels

Developing peoples, Creating Opportunities

Core of driving sustainability is "Human". Therefore, SACIT aims to act as a "Mentor" that awaken creative power through cultivation and development of The Master Artisans of Thailand, The Master Craftsmen and the Craftsmen Descendants who are both deeply skilled in craftsmanship and knowledgeable in marketing so as to prepare them for a career, market expansion and standing on their own in the business world. Also, learning space for vulnerable groups such as elderly people, retired person and prisoner has been opened for creating a career and values in life. Meanwhile, network of artisans nationwide has been reinforced to link to economic opportunities through cultural tourism, exhibition arrangement, sale of products booth setting and participation in skill development projects at local and international levels.



Crafts Bangkok and Identity of Siam

One of key mechanisms to drive craft works into the market is Crafts Bangkok which is an event organized consecutively for the 7th year and has become a vital platform for craft entrepreneurs nationwide. It is not only a space for trading and public relation of Thai crafts, but also a space for further development through Innovation Craft Forum that gives opportunities for new generation

to collaborate with professional designers through blending local wisdom in modern design concept, aiming to create contemporary works which are ready to be commercialized both domestically and internationally. Meanwhile, Identity of Siam is an exhibition and an opening of a sales area for high-end crafts which has been held consecutively annually. It plays a key role in enhancing Thai handicrafts' image as "Living Handicrafts" whereby craftsmen, artisan instructors and designers can present their distinctive works that reflect both delicacy in art and cultural values and inspire visitors of all ages together with fostering new perception of Masterpieces of Thai handicrafts.





Moving towards Sustainability

For 2025, SACIT has been implementing sustainability concept concretely through the project on **SACIT Brand (SACIT Craft Collection)** which emphasizes the improvement of Thai handicraft quality to be well recognized domestically and internationally. It can be done through standardized product development from wisdom preserving design to safe and eco-friendly manufacturing process as well as marketing value creation. Also, it underpins a role in glorification of The Master Artisans of Thailand, The Master Craftsmen and the Craftsmen Descendants through the selection of certified works under SACIT Craft Collection brand which demonstrates as a guarantee of craftsmanship, product quality and cultural value. Furthermore, it instills value in crafting high-quality handicrafts and supports knowledge transfer to younger generation together with driving Craft Power for both strong economic and Thai identity development.

SACIT is confident that sustainability of Thai handicrafts is not merely preserving traditional wisdom but also enhancing Thai handicraft value in corresponding with peoples' present and future lifestyles, based on cultural respect, social responsibility and cooperation of all parties. Consequently, Thai handicraft is a living creative power or another Soft Power which is ready to promote Thailand's image on the global forum and a key engine for Thai steadily and sustainably economic and social development.

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์:
กุญแจสู่ความยั่งยืนของสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่น



ในยุคที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของสินค้า และคุณค่าที่แฝงอยู่ในกระบวนการผลิตมากขึ้น "สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" หรือ Geographical Indication (GI) จึงได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการชูเอกลักษณ์ให้กับสินค้าแต่ละท้องถิ่นที่เกิดจากการรังสรรค์ของธรรมชาติ พร้อมทั้งเป็นกลไกสำคัญในสร้างความยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

คือ เครื่องหมายหรือการรับรองที่แสดงว่าสินค้าหนึ่งมีแหล่งกำเนิดจากพื้นที่ ทางภูมิศาสตร์เฉพาะ และคุณลักษณะของสินค้านั้นมีชื่อเสียงยาวนาน ที่เกิดจากความเชื่อมโยงกับสภาพ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ หรือภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น **ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้** ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ จ.ร้อยเอ็ด จ.ยโสธร จ.สุรินทร์ จ.มหาสารคาม และ จ.ศรีสะเกษ ด้วยลักษณะสภาพดินในพื้นที่ที่เป็นดินร่วนปนทรายและดินเค็มในบางพื้นที่ มีอินทรียวัตถุต่ำ ทำให้รากข้าวหยั่งลึก แข็งแรง สภาพอากาศแห้งแล้งยาวนาน ฝนตกปีละครั้ง อุณหภูมิผันแปรในช่วงใกล้เก็บเกี่ยว เหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ธรรมชาติรังสรรค์ให้กับพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ ซึ่งไม่ใช่แค่พื้นที่เพาะปลูกข้าว แต่คือ "พื้นที่เฉพาะ" ที่สภาพดิน น้ำ อากาศ และภูมิปัญญาชาวนาผสานกันจนได้เป็น "ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้" ที่มีเมล็ดเรียวยาว หุงขึ้นหม้อ มีความเลื่อมมัน เมล็ดใส นุ่มไม่แฉะ มีกลิ่นหอมคล้ายใบเตยเมื่อสุก และคงความนุ่มแม้เย็นตัวลง จึงทำให้ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้เป็นที่นิยมของทั้งผู้บริโภคชาวไทยและต่างประเทศ เศรษฐกิจที่เข้มแข็งต่อไป



พลังของ GI ต่อเศรษฐกิจฐานราก

การได้รับการขึ้นทะเบียน GI เป็นเพียงกุญแจดอกแรกในการช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า GI อย่างยั่งยืน โดยปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ได้ขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไปแล้ว 232 สินค้า (ข้อมูล ณ วันที่ 19 พฤษภาคม 2568) และสำหรับอีกหนึ่งกุญแจที่สำคัญไม่แพ้กันในการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า GI อย่างยั่งยืน คือการรักษาคุณภาพมาตรฐานผ่านขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ที่หลายๆ คนคุ้นตา ซึ่งผู้ใช้ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวจะต้องปฏิบัติตามคู่มือที่ชุมชนตกลงร่วมกัน และผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการในจังหวัด การสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคยินดีที่จ่ายแพงขึ้นเพื่อแลกกับคุณภาพ เรื่องราวสินค้า จึงทำให้สินค้า GI สามารถเจาะตลาดระดับพรีเมียมได้อย่างสวยงาม ส่งผลดีตรงต่อชุมชน รายได้จากสินค้าเหล่านี้กระจายสู่ชุมชน ลดช่องว่างระหว่างเมืองกับชนบท และเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ใช่เป็นเพียง “ป้ายบอกแหล่งที่มา”

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ที่ทำให้ทราบถึงแหล่งที่มาที่แท้จริง รวมถึงมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่หลอมรวมจากภูมิปัญญาของผู้คนในชุมชน และแหล่งภูมิศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ จึงออกมาเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ที่โดดเด่น ทั้งคุณภาพและความเป็นมา เพื่อเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่น นำรายได้ มาสู่ชุมชน เพื่อสร้างเศรษฐกิจที่เข้มแข็งต่อไป





ยั่งยืนทั้งผู้คนและสิ่งแวดล้อม

อีกหนึ่งมิติที่สำคัญที่ถือเป็นแนวโน้มของตลาดโลกเลยก็ว่าได้ คือ ตลาดสินค้า ESG (สิ่งแวดล้อม Environment, สังคม Social, ธรรมาภิบาล Governance) ซึ่งสินค้า GI ถือได้ว่าตอบโจทย์ เพราะเป็นการผลิตของชุมชนในพื้นที่ ซึ่งต้องเกิดจากการร่วมแรงร่วมใจของชุมชน และการที่สินค้า GI เป็นสินค้าที่ต้องยึดโยงกับธรรมชาติ ภูมิอากาศ จึงทำให้เกิดความห่วงแหนธรรมชาติของคนในชุมชนไปพร้อมกัน

การยกระดับ GI ให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนความยั่งยืน

หากเรามอง GI เป็นเพียง “ฉลากสินค้าพรีเมียม” โอกาสในการเปลี่ยนแปลงก็อาจจำกัดอยู่ที่ปลายทางของการตลาด แต่หากเรายกระดับ GI ให้เป็นระบบที่ส่งเสริมความยั่งยืน ทั้งในด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการท้องถิ่น GI จะกลายเป็นเครื่องมือทรงพลังในการเปลี่ยน “ของดีในถิ่น” ให้กลายเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม” ที่สร้างคุณค่าระยะยาวอย่างแท้จริง



ก้าวต่อไปของ GI ไทย

แม้ประเทศไทยจะมีการขึ้นทะเบียน GI แล้วหลายร้อยรายการ อย่างไรก็ดี ความท้าทายในมิติต่างๆ ก็ยังมีพื้นที่ให้พัฒนาต่อยอดเพื่อช่วยเหลือชุมชนได้อีกมาก ทั้งในมิติการรักษาคุณภาพมาตรฐาน การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า GI รวมถึงการบังคับใช้สิทธิเพื่อป้องกันการละเมิด

การยกระดับ GI ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนความยั่งยืนอย่างแท้จริง จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐในฐานะฝ่ายสนับสนุนและอำนวยความสะดวกที่ดี ภาคเอกชนในฐานะผู้ขยายช่องทางการตลาด การต่อยอดนวัตกรรม และชุมชนผู้ผลิตในการรักษาคุณภาพและอัตลักษณ์ของสินค้า GI

เพราะในท้ายที่สุด สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ใช่เพียงเรื่องของป้ายหรือใบรับรอง แต่คือภาพสะท้อนของ “ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น” ที่สามารถสร้างอนาคตที่ยั่งยืนให้กับทั้งคนและชุมชนได้อย่างแท้จริง



Geographical Indication:
A Key to Sustainability of Local Identity Products



In an era where consumers are paying more attention to product origin and intrinsic value of production process, "Geographical Indication" (GI) is becoming an essential tool in highlighting the unique identity of each naturally created local product and an important mechanism in achieving sustainability across economic, social and environmental dimensions simultaneously.

Geographical Indication

Is a mark or certification demonstrating that a product is originating from specific geographical area and features of that product have a long-standing reputation derived from linkage with topographical condition, climate or local wisdom. For instance, **Thung Kula Rong-Hai Thai Hom Mali Rice** is rice produced from area covering 5 provinces namely; Roi Et, Yasothon, Surin, Maha Sarakham and Si Sa Ket. Several specific geographical factors in the area such as sandy loam soil and saline soil in some areas with low organic content, extended drought with temperature fluctuations around harvest time, make the area not only be a rice cultivation area but a "Specific Area" with particular soil, water, weather conditions. Once these specific geographical conditions being blended with farmer wisdom, it can be turned into "Thung Kula Rong-Hai Thai Hom Mali Rice", which is known as long-grain rice with fluffy, lustrous, translucent, soft but not soggy features and a pandan-like fragrance when cooked as well as remaining soft even after cooling. All of its features makes it popular among consumers both Thais and foreigners.

GI Power to Grassroots Economy

Obtaining GI registration is just the first key in sustainably enhancing GI value. To date, the Ministry of Commerce has already registered 232 GI products (as of 19 May 2025). Another equally important key in sustainably increasing GI value is to maintain quality standard through the application for the use of familiar GI symbol. To be able to use the symbol, user must practice in compliance with handbook agreed by community and be examined by committee of province. Creating consumer experience makes consumer be willing to pay a premium for quality together with product story. This enables GI product to successfully penetrate premium market, bringing about benefits directly to community as incomes from sales of GI product being distributed to community as well as bridging gap between urban and rural areas and sustainably strengthening grassroots economy.





Not only is GI be an "Origin Sign"

It is also a tool for building consumer confidence by informing real product origin and assuring product quality through the convergence of community wisdom and geographical source of each area. This enables GI product to be of unique identity and different from other areas with distinctive features in both quality and story contexts. With all of these, GI is another tool for adding value to local identity product which can create incomes to communities for firmly economic development.

Sustainability for both peoples and environment

Another crucial dimension being considered a global market trend is the ESG (Environment, Social, Governance) product market of which demand can be met by GI. This is because GI is produced by the collaboration of local community and its production is connected to nature and climate. This, therefore; can create a sense of appreciation for nature by peoples in community.

Upgrading GI as a Mechanism for Driving Sustainability

If we view GI as only a "Premium Label", window of opportunity may limit to the end of marketing. But if we level GI up as a sustainable development system in social, environmental and local governance contexts, it will become a powerful instrument for changing "Local Delicacies" into "Cultural and Environmental Capital" that truly creates long lasting value.

Next Step of Thai GI

Even though Thailand has already registered GI for hundreds of items, there still are various dimension challenging spaces for further development to assist communities in aspect of ensuring quality standard, consumer awareness, GI value addition as well as enforcement of rights to prevent infringement. Upgrading GI as a driver of genuine sustainability requires the cooperation of all stakeholders whether it is public sector as a good supporter and facilitator, private sector as a marketing channel expander and innovation developer and community producer as a GI quality and uniqueness preserver. Since, ultimately, GI is not only a matter of label or certificate but means the reflection of "Local Pride" that can truly build a sustainable future for both peoples and communities.





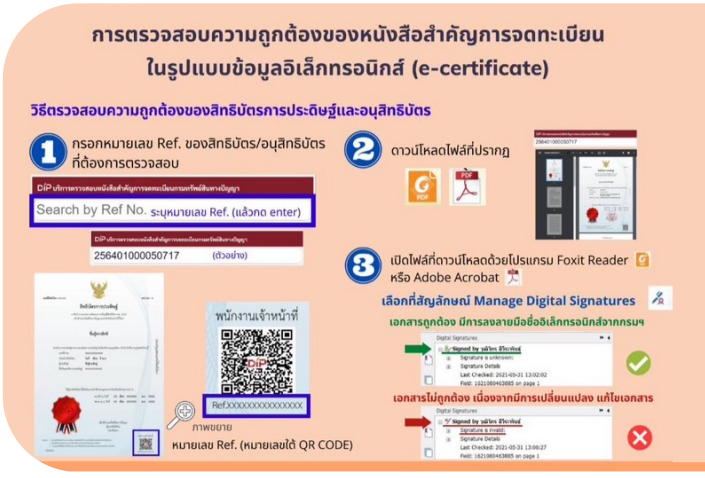
ขับเคลื่อนองค์กรคาร์บอนต่ำ
ลดโลกร้อนอย่างยั่งยืน

ท่ามกลางกระแสรักษ์โลกที่ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น ในช่วงที่โลกของเรากำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (Climate Change) ประกอบกับทุกภาคส่วนในสังคมกำลังรณรงค์มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้และให้ความสำคัญของผลกระทบจากปรากฏการณ์เรือนกระจกและสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีความตกลงปารีส (Paris Agreement) เพื่อเสริมสร้างการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) และมีเป้าหมายในการลดก๊าซเรือนกระจกตามหลักการทางวิทยาศาสตร์ Science-based Targets (SBT) โดยควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกให้ต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส และพยายามไม่ให้เกิน 1.5 องศาเซลเซียส ซึ่งประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายการมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด (Nationally Determined Contribution: NDC) โดยจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาพรวมให้ได้ร้อยละ 40 ภายในปี 2573 และมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี พ.ศ. 2593 เพื่อก้าวสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero Greenhouse Gas Emission) ในปี พ.ศ. 2608 ให้เป็น "Thailand Net Zero" โดยการขับเคลื่อนนโยบายและแนวทางดำเนินการที่เป็นไปได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อดำเนินกิจการให้เกิดการพัฒนาที่มีความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การใช้พลังงานเพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิต และการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่องในระยะกลางและระยะยาว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อวางรากฐานสู่การพัฒนาประเทศในอนาคต โดยปรับโครงสร้างของเศรษฐกิจการส่งเสริมโอกาสในอุตสาหกรรมในอนาคต โดยเฉพาะการมุ่งเน้นส่งเสริมเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy or Eco-friendly Economy) ซึ่งอาศัยจุดแข็งของที่ตั้งใกล้เส้นศูนย์สูตรเข้าถึงพลังงานแสงอาทิตย์ได้ตลอดทั้งปี สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตพลังงานสะอาด ทั้งพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ และพลังงานทางเลือกอื่นๆ เพื่อความยั่งยืน



กระทรวงพาณิชย์ขานรับนโยบายรัฐบาล พร้อมขับเคลื่อนและผลักดันสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี สิ่งแวดล้อมน่าอยู่ และมุ่งสู่เป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือ Net Zero รวมทั้งได้มีปณิธานในการสานต่อความตั้งใจที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและตระหนักถึงผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มีการให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างค่านิยม ให้กับเจ้าหน้าที่ในหน่วยงาน จัดกิจกรรมอบรมเกี่ยวกับการประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมต่างๆ เพื่อหาแนวทางลดการปล่อย

ก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานขององค์กร ตัวอย่างหน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงพาณิชย์ที่ตระหนักถึงผลกระทบจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเห็นได้ชัด คือ กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มีความมุ่งมั่นที่จะลดก๊าซเรือนกระจก โดยในปี พ.ศ. 2566 กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรเพื่อมุ่งสู่ Net Zero Greenhouse Gas Emissions” เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจ และมีความตระหนักรู้ในเรื่องดังกล่าว ต่อมาได้เริ่มดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ตามแนวทางขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ผลการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 1,817.53 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO2e) และได้กำหนดแผนการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และสร้างค่านิยมจากกิจกรรมการดำเนินงานของกรมฯ ให้สอดคล้องกับข้อกำหนด และแนวทางการรับรองการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Greenhouse Gas Emissions) สำหรับในปี พ.ศ. 2567 กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ดำเนินการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยผลคำนวณมีปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวนทั้งสิ้น 1,740 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO2e) ซึ่งมีปริมาณลดลงร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 และได้มีการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ทดแทนกระดาษ โดยพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เช่น ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ภายในองค์กร ระบบยื่นคำขอจดทะเบียน แบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) ซึ่งเป็นระบบรับคำขอออนไลน์ทดแทนรูปแบบเดิมที่เป็นเอกสาร และระบบหนังสือสำคัญอิเล็กทรอนิกส์ (e-Certification) ที่สามารถรับเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้และช่วยลดระยะเวลาการออกหนังสือสำคัญ เป็นต้น ส่งผลให้สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้อย่างคุ้มค่าลดภาระต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อพัฒนาให้เป็น





รัฐบาลดิจิทัล (Digital Government) ซึ่งในปี พ.ศ. 2567 สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษจากปี พ.ศ. 2566 คิดเป็นร้อยละ 68 อีกทั้งกรมฯ มีการสนับสนุน การใช้พลังงานสะอาด โดยในปี พ.ศ. 2567 ได้เปลี่ยนยานยนต์ส่วนกลางจากเครื่องยนต์สันดาปเป็นรถยนต์พลังงานไฟฟ้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเติมเชื้อเพลิง รวมไปถึงจัดให้มีการปฏิบัติงานนอกสถานที่ตั้งของส่วนราชการที่รองรับชีวิตและการทำงานวิถีใหม่ที่เจ้าหน้าที่สามารถรักษาประสิทธิภาพการทำงาน และไม่กระทบต่อการให้บริการประชาชน เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดการใช้เชื้อเพลิง จากการเดินทางและทรัพยากรขององค์กร อีกทั้งยังมีระบบให้คำปรึกษาทางไกล (Tele-Consult system) ซึ่งเป็นระบบที่ให้บริการนัดหมายเพื่อให้ประชาชนขอคำปรึกษากับเจ้าหน้าที่ผ่านการประชุมออนไลน์ หรือนัดหมายผ่านช่องทางอื่น เพื่อลดการใช้เชื้อเพลิงจากการเดินทางของประชาชนที่มาติดต่อ รวมถึงการยกระดับการให้บริการด้านทรัพย์สินทางปัญญาไทยแบบครบวงจรผ่านศูนย์บริการทรัพย์สินทางปัญญา (IP One) เพื่อพัฒนาบริการภาครัฐในรูปแบบ One-Stop Service ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ และเป็นการลดการใช้พลังงานอีกด้วย อีกทั้งมีการนำวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการก่อสร้างศูนย์ IP One อาทิ วัสดุซับเสียงและป้องกันเสียงรบกวนที่ผลิตมาจากวัสดุรีไซเคิล ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อีกทางหนึ่ง และใช้ฟิล์มกรองแสงที่มีคุณสมบัติสะท้อนความร้อนเพื่อลดการใช้พลังงานของระบบปรับอากาศ นอกจากนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้ผลักดันให้เกิดโครงการการเร่งรัดสิทธิบัตรมุ่งเป้า (Target Patent Fast-track) สาขานวัตกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มช่องทางการตรวจสอบคำขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรืออนุสิทธิบัตรในนวัตกรรมรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยอำนวยความสะดวก และสนับสนุนให้กระบวนการขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรเสร็จสิ้นโดยเร็ว สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ เพิ่มการยกระดับคุณภาพชีวิต และขับเคลื่อนสู่ระบบเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว สร้างโอกาสและจุดแข็งของกระบวนการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะกระทรวงหลักด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า ตระหนักและให้ความสำคัญของผลกระทบจากปรากฏการณ์เรือนกระจกและสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ พร้อมมุ่งมั่นผลักดันให้เป็นหน่วยงานสู่ความเป็นเลิศ **“ขับเคลื่อนองค์กรคาร์บอนต่ำ ลดโลกร้อนอย่างยั่งยืน”** เพื่อเสริมสร้าง “สังคมคาร์บอนต่ำ” ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตามนโยบายของภาครัฐ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยการส่งเสริมนวัตกรรมคาร์บอนต่ำให้เติบโตควบคู่กับการเดินหน้าสู่ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม







Transition to a Low Carbon Organization,

Reduce Global Warming Sustainably

Amid more popular eco-friendly trend as the world being confronting with climate change in couple with all parties being campaigning on raising awareness and placing importance on greenhouse effects and climate change, Thailand has acceded to Paris Agreement with an aim to strengthening the implementation of United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) objectives with greenhouse gas emission reduction science-based targets (SBT) by keeping the average global temperature increase below 2 degree Celsius and striving for 1.5 degree Celsius. In this regard, Thailand has established nationally determined contribution (NDC) by reducing greenhouse gas emission overall by 40% in 2030 and moving forward to carbon neutrality by 2050, aiming to net zero greenhouse gas emission in 2065 to become "Thailand Net Zero". To accomplish the aforementioned target, it is important to ensure the implementation of national development policies and approaches in a proper and efficient manner to achieve a balance among economic growth, energy use for livelihood improvement and environmental impact reduction. The Thai Government has formulated ongoing medium-term and long-term national development policies to enhance the country's competitiveness and to serve as a foundation for economic development in the future. In particular, economic restructuring has been pursued to promote opportunities in future industries by focusing on fostering Green Economy or Eco-friendly Economy which relies on its strength in locating near the equator and accessibility to solar energy throughout the year. With this effort, Thailand will be reinforced to become a clean energy source, including solar, hydro and other renewable alternatives, for sustainability.



The Ministry of Commerce responds to the Government policy by driving and promoting the transition to a low-carbon organization with an aim to enhancing the quality of life, pleasant environment and moving forward to Net Zero Emission or Net Zero.

In addition, the Ministry has determined to pursue the commitment in the reduction of greenhouse emission and been cognizant of greenhouse effects on which there has been ongoing arrangement of trainings to provide knowledge and understanding as well as cultivate value for the Ministry's personnel. To take a concrete step, the assessment of greenhouse gas emission from various activities has been conducted to find a way to reduce it. Sample of agency under the purview of the Ministry of Commerce demonstrating a clear recognition of the greenhouse gas emission effects is the Department of Intellectual Property (DIP) which has committed to mitigating climate change. In particular, in 2023, DIP organized workshop training on "Corporate Greenhouse Gas Emissions Assessment

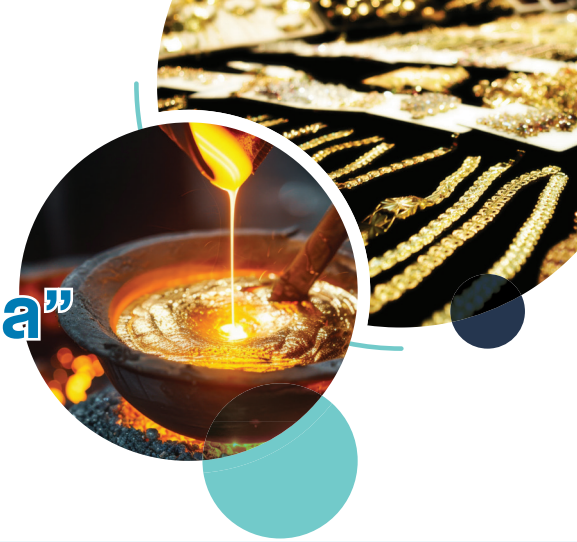
Towards Net Zero Greenhouse Gas Emissions" to ensure that its personnel have knowledge, understanding and awareness of the matter. Later, DIP commenced the process of collecting basic data and developing relevant information for carbon footprint assessment in accordance with the guidelines of Thailand Greenhouse Gas Management Organization (Public Organization). The carbon footprint assessment result in 2023 was 1,817.53 tons of carbon dioxide equivalent (tCO2e). To take a further step, the development plan was established to implement measures to improve and change operational activities of DIP as well as create value in accordance with Requirements and Guidelines for Net Zero Greenhouse Gas Emissions. For 2024, DIP's carbon footprint assessment result was 1,740 tons of carbon dioxide equivalent (tCO2e), declining by 4% compared to 2023. Furthermore, DIP has been pursuing a paperless approach through the development of various information systems such as e-Saraban for internal document transmission, e-Filing for an online application system intending to replace a paper-based format and e-Certification which can receive electronic documents and reduce document issuance timeframe. With all of the efforts, DIP can reduce paper usage in a cost-effective way and minimize environmental impacts as well as improve work efficiency, moving forward to Digital Government. Specifically, in 2024, DIP can reduce paper usage by 68% compared to 2023. Also, DIP has been carrying out various measures to support clean energy and save fuel consumption from travels, namely; changing



official cars from gasoline cars to eco-friendly electric vehicles, implementing work from anywhere approach and introducing Tele-Consult system to allow consultation meeting with peoples via online or other means. Furthermore, DIP has been enhancing Thai comprehensive IP services through the establishment of IP One as the government's One-Stop Service in parallel with digital technology adoption, as another way to save energy use. Also, there are efforts to reduce greenhouse gas emissions via use of eco-friendly materials in the construction of IP One such as acoustic materials made from recycled materials and solar control window films. Moreover, DIP has been pushing for the project on Target Patent Fast-track in environmental innovation sector with an aim to adding channels for invention patent or petty patent examination in the said sector by expediting the completion of obtaining patent or petty patent process, ensuring its commercialization for the benefits of the public, moving forward to innovation-based economy and green-economy-based sustainable growth.



The Ministry of Commerce as a key Ministry in economic trade development being cognizant of and attaching importance on the effects of greenhouse effect and climate change has been committed to strive for becoming an agency of excellence in **"Driving a Low Carbon Organization, Sustainable Solution to Climate Change"** with an aim to enhancing "Low Carbon Society" for continuous growth in line with the government policy in driving economy via fostering low carbon innovation growth in parallel with moving forward to environmental sustainability.



“เครื่องประดับทองคำรีไซเคิล”
คุณค่าที่ดีต่อโลก

“คุณมีเครื่องประดับทองคำเก่าที่ฝุ่นเกาะเก็บเอาไว้อยู่ในกล่องเครื่องประดับหรือไม่” เป็นคำถามสำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นของบทความนี้ ในยุคปัจจุบันที่ราคาทองพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลายครัวเรือนถึงกับต้องค้นหาเครื่องประดับเก่าเก็บจนลืมไปแล้วว่าอยู่ที่ไหนออกมาปัดฝุ่นอีกครั้ง พร้อมกับคำถามที่ว่าตอนนี้จะราคาเท่าไหร่?

เครื่องประดับทองเก่า เป็นเศษ แตกหัก หรือไม่ได้ใช้แล้วนั้นหลายคนยังไม่รู้ว่าสามารถนำมารีไซเคิลได้เช่นเดียวกับสิ่งของอื่น ซึ่งจะถูกนำไปผ่านกระบวนการกลั่นกรอง เพื่อสกัดทองคำบริสุทธิ์และกำจัดสิ่งเจือปนต่าง ๆ เพื่อให้ได้ทองคำที่บริสุทธิ์ที่สุด ก่อนจะเปลี่ยนเป็นเครื่องประดับใหม่ **ซึ่งทองคำรีไซเคิลยังคงมีคุณค่าเทียบเท่ากับทองคำที่ขุดใหม่จากเหมือง** ทั้งนี้ทองคำจะไม่เสื่อมสลายเมื่อหลอมละลายและเปลี่ยนรูปใหม่ ซึ่งหมายความว่าสามารถรีไซเคิลทองคำได้ซ้ำแล้วซ้ำอีกโดยไม่สูญเสียความสมบูรณ์หรือคุณค่านั่นเอง ทำให้ทองคำเป็นหนึ่งในวัสดุที่ถูกนำมารีไซเคิลมากที่สุดในโลก และจัดเป็นหนึ่งในวัสดุที่ยั่งยืนที่สุดในโลกอีกด้วย





การรีไซเคิลเครื่องประดับทองคำนั้นยังมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องด้วยราคาทองคำที่สูงขึ้น การรีไซเคิลเครื่องประดับทองคำเก่าสามารถให้ผลตอบแทนทางการเงินจำนวนมากได้ เพราะการรีไซเคิลเครื่องประดับทองคำ ไม่เพียงเพิ่มคุณค่าทองคำที่มีอยู่แล้ว แต่ยังทำให้ได้รับเงินจากการขายทองคำที่รีไซเคิลในอีกทางหนึ่งเช่นกัน

นอกจากนี้ การขายเครื่องประดับทองคำให้กับร้านทองที่มีมาตรฐาน หรือร้านค้าในสมาคมที่น่าเชื่อถือจะทำให้ได้รับราคาที่สมเหตุสมผล เพราะว่าร้านทองเหล่านั้นมีความเชี่ยวชาญในการประเมินค่าของทองคำอย่างถูกต้อง มีกระบวนการที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือ ทำให้มั่นใจได้ว่าจะได้รับประโยชน์สูงสุดอย่างแน่นอน

คุณค่าที่ดีต่อโลก

การรีไซเคิลเครื่องประดับทองคำมีประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมมากมาย อย่างเช่นลดความต้องการการทำเหมืองแร่ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง เช่น การทำลายพื้นที่ธรรมชาติ การใช้สารเคมีที่เป็นพิษและการปนเปื้อนน้ำและดิน รวมทั้งการขุดเหมืองและการผลิตทองคำ เป็นกระบวนการที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูง ขณะที่การสกัดทองคำจะช่วยลดการปล่อยก๊าซเหล่านี้ ทำให้มีส่วนช่วยในการลดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ฉะนั้น การสกัดทองคำนั้นมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าการทำเหมืองแร่อีกทั้ง โรงงานสกัดทองคำจะมีการควบคุมกระบวนการรีไซเคิลที่เป็นมาตรฐาน จึงทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลงด้วย

ซึ่งจะเห็นได้จากหลายแบรนด์เครื่องประดับที่เริ่มหันมาทำเครื่องประดับรักษ์โลก นั่นก็เพราะว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คนทั่วโลก ที่ตระหนักต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม จากภัยธรรมชาติต่าง ๆ และภาวะโลกร้อนที่กลายเป็นปัญหากระทบต่อการดำรงชีวิต ผลักดันให้ผู้คนทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการ ที่มีการทำธุรกิจโดยคำนึงถึงหลักความยั่งยืน สร้างความรับผิดชอบต่อสังคม และลดผลกระทบต่อโลกและรักษ์สิ่งแวดล้อม นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่กลายเป็นกระแสหลักผลักดันให้ผู้ผลิตในแต่ละภาคอุตสาหกรรมรวมทั้งอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับต้องสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความรับผิดชอบมากขึ้น

เพื่อการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ หรือ GIT ได้ดำเนินโครงการการส่งเสริมและยกระดับ SMEs ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เข้าสู่มาตรฐานธรรมาภิบาล (Responsible Jewelry Council; RJC) ในการรองรับการส่งออกและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ



เครื่องประดับทองคำรีไซเคิลมีผลต่อสุขภาพหรือไม่?

การรีไซเคิลเครื่องประดับทองคำ ในกระบวนการมาตรฐานที่ปฏิบัติอย่างถูกต้องและปลอดภัยจะไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพ โดยทั่วไปแล้วการรีไซเคิลทองคำมีการควบคุมกระบวนการรีไซเคิลอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันสารเคมีปนเปื้อนที่อาจเป็นอันตรายได้ เช่น สารเจือปนหรือสารตกค้างที่อาจติดมาจากกระบวนการการผลิตเดิมของเครื่องประดับทองคำเก่า ๆ โดยเครื่องประดับทองคำที่มีค่าความบริสุทธิ์สูงสุด (24K) เป็นทองคำบริสุทธิ์จะไม่ส่งผลกระทบ ต่อสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม หากเป็นเครื่องประดับทองที่มีค่าความบริสุทธิ์ต่ำ ซึ่งมีการผสมโลหะอื่นในปริมาณมาก เช่น นิกเกิล ก็จะทำให้เกิดการระคายเคืองผิวหนังและการสัมผัสกับสารนิกเกิลในระยะยาวอาจสะสมในร่างกาย ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพ เช่น อาการปวดศีรษะ หรือภาวะภูมิแพ้ เป็นต้น ดังนั้น การเลือกซื้อเครื่องประดับจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือและมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

เครื่องประดับทองคำรีไซเคิลเปรียบเสมือนการได้มองเห็นคุณค่าที่ซ่อนอยู่ในเครื่องประดับเก่า และเป็นตัวเลือกที่ควรพิจารณาสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าที่มีความรับผิดชอบและความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม หากทั้งสองประเด็นนี้ถูกใจคุณ เครื่องประดับทองคำรีไซเคิลถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ทั้งดีต่อใจและดีต่อโลกสำหรับคุณอย่างแน่นอน



“Recycled Gold Jewelry”
Value for the World

“**Do you have dust covered old gold jewelry stored in jewelry box?”** is a key question being a starting point of this article. In the present era as gold prices are on a continuous upward trend, several households have to find already forgotten old jewelry to be dusted with the curiosity of its current price.



Many of us have not yet known that old jewelry which is scrapped, broken or no longer used can be recycled like other things through gold refinery process to become pure gold before transforming into new jewelry as **recycled gold is comparable in value to mined gold.** The fact is gold will not degrade when being molten and transformed. It means that gold can be recycled over and over again without losing its integrity or value. This makes gold be the most recycled material in the world and also one of the most sustainable materials in the world.

Gold jewelry recycling is also significantly beneficial to economy. Due to a rising trend of gold price, recycling of old gold jewelry will provide a considerable amount of financial return. This is because not only will gold jewelry recycling bring about increased value of gold itself, it can generate income from sale of recycled gold as well.

Moreover, sale of gold jewelry to gold shop with standard or trustworthy association shop will assure a reasonable price for the best interest since these shops have expertise in gold appraisal in an accurate, transparent and reliable manner.





Value for the World

Gold jewelry recycling is greatly favorable to environment for instance; reducing the need for mining which involves activities with high environmental impacts such as natural degradation, use of toxic chemicals and water and soil contamination as well as gold mining as being a high-emission process whereas gold recovery under standardized recycling process control will help reduce carbon emission, resulting in lower environmental impacts.

This is evident from the fact that many jewelry brands are turning to eco-friendly jewelry making because of people behavior change worldwide towards environmental concerns, particularly on global warming that has become a problem affecting human life. This has promoted global awareness and adoption of sustainable products and business practices as well as social responsibility and minimization of environmental impacts. It has become a mainstream pushing for more responsible supply chain across all industry sectors including gems and jewelry industry.

To contribute to the solution of the aforementioned problem, the Gem and Jewelry Institute of Thailand or GIT has been conducting projects to promote and upgrade SMEs in gems and jewelry industry towards the compliance with Good Governance of Responsible Jewelry Council (RJC) through the certification of sustainable export and business practice for businesses in gems and jewelry industry.

Does recycled gold jewelry affect health?

Gold Jewelry recycling under standard process based on a proper and safe practice will not affect health. In general, gold recycling comes with stringent recycling process control to prevent potentially hazardous chemical contamination such as contaminants or residues that may be attached from the original gold jewelry production process whereby 24K gold jewelry does not affect health.

Nevertheless, for low karat gold jewelry with a large amount of other metal mixture such as nickel may cause skin irritation and a long term exposure to nickel may accumulate in the body, resulting in health problems such as headache or allergies. Therefore, it is essential to buy jewelry from a reliable source and accredited by a credible agency.

Recycled gold jewelry is like unveiling intrinsic value in old jewelry and an option worth considering for consumers who prioritize socially responsible and environmentally sustainable products. Recycled gold jewelry is considered another option that is both good for the soul and good for the earth, for you definitely.



ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์

Executives of the Ministry of Commerce



นายจตุพร บุรุษพัฒน์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

Mr. Jatuporn Buruspat
Minister of Commerce



นายสุชาติ ชมกลิ่น
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Mr. Suchart Chomklin
Deputy Minister of Commerce



นายฉันทวิชญ์ ตัณฑสิทธิ์
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Mr. Chantawit Tantasith
Deputy Minister of Commerce



นายพงศกร อรรณนพพร
ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์

Mr. Pongsakorn Unnopporn
Vice Minister for Commerce



นายวรวงศ์ รามางกูร
ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงพาณิชย์

Mr. Varavongsa Ramangkura
Vice Minister for Commerce



นายพีรวัส สมวงศ์
ที่ปรึกษารัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

Mr. Peerawat Somwong
Advisor to the Deputy Minister of Commerce



จ่าเอก ยศสิงห์ เหลี่ยมเลิศ
ผู้ช่วยเลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

Po.1 Yossing Liamlert
Assistant Secretary to the Minister of Commerce

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Office of the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce

www.ops.moc.go.th 1203

วิสัยทัศน์ : Vision

เป็นองค์กรบูรณาการ
การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง

To be the organization for integrative driving of trade and economy toward resilient growth.

พันธกิจ : Mission

1. **บริหารและติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการกระทรวงพาณิชย์ให้มีผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย**
   Manage and monitor the implementation of the Ministry of Commerce's Action Plan to achieve the outcome as set forth by its objectives.
2. **ผลักดันการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง**
   Propel continuous growth of local economy.
3. **พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล**
   Improve the efficiency of organizational management with innovation and digital technology.
4. **พัฒนาและยกระดับบุคลากรกระทรวงพาณิชย์ให้มีความเชี่ยวชาญและมีธรรมาภิบาล**
   Develop and enhance expertise and good governance standard of the Ministry of Commerce's personnel.
5. **พัฒนาและใช้ประโยชน์จากสารสนเทศและฐานข้อมูลการค้าในการกำหนดนโยบายและการให้บริการ**
   Develop and utilize trade information and database in policy formulation and rendering services.



4 2 1 3

1 นายวุฒิไกร ลีวีระพันธุ์
ปลัดกระทรวงพาณิชย์
Mr. Vuttikrai Leewiraphan
Permanent Secretary

2 นางโสรดา เลิศอาภาจิตร์
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
Mrs. Sorada Lertharpachit
Deputy Permanent Secretary

3 นายเอกฉัตร ศีตวรรัตน์
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
Mr. Ekachat Seetavorarat
Deputy Permanent Secretary

4 ร้อยตรี จักรา ยอดมณี
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
Sub Lt. Chakra Yodmani
Deputy Permanent Secretary



3 1 2

1 นายวัฒนศักย์ เสือเอี่ยม
หัวหน้าผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Mr. Wattanasak Sur-iam
Chief Inspector General

2 นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Mr. Nantapong Chiralerspong
Inspector General

3 นายรัชวิชญ์ ปิยะปราโมทย์
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Mr. Rachavitch Piyapramote
Inspector General



5 4

4 นางสาวจิตติมา ศรีถาพร
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Ms. Jittima Srithaporn
Inspector General

5 นายวราวุฒิ สมหวังประเสริฐ
ผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์
Mr. Warawut Somwangprasert
Inspector General



3 1 2 4

1 นางสาวเก็จพิรุณ เกาะสุวรรณ์
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
Ms. Kejpiroon Kohsuwan
Commercial Advisor

2 นางมนัสนิตย์ จิรวัฒน์
ที่ปรึกษาการพาณิชย์
Mrs. Manatsanith Jirawat
Commercial Advisor

3 นายณรงค์ งามสมมิตร
ที่ปรึกษากฎหมาย
Mr. Narong Ngarmsommit
Legal Counsellor

4 นายผกายเนตร์ เล่งอี้
ผู้ช่วยปลัดกระทรวงพาณิชย์
Mr. Pakainay Leng-ee
Assistant Permanent Secretary



4 3 1 2

คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ณ นครเจนีวา

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

1 **นางพิมพ์ชนก พิตต์ฟิลด์**
เอกอัครราชทูต
Mrs. Pimchanok Pitfield
Ambassador, Permanent Representative

2 **นางสาวปิลัญญา นิยมไทย**
อัครราชทูต
Miss Pilanya Niyomthai
Minister, Deputy Permanent Representative

3 **นายศิรพัทธ์ วัชราภัย**
อัครราชทูต
Mr. Sirapat Vajraphai
Minister, Deputy Permanent Representative

4 **นายประคัลร์ กอดำรงค์**
อัครราชทูต (ฝ่ายการพาณิชย์)
(ปฏิบัติราชการประจำที่ส่วนกลาง)
Mr. Prakhan Kordumrong
Minister (Commercial), Permanent Representative (Bangkok Office)

กรมการค้าต่างประเทศ

Department of Foreign Trade

www.dft.go.th 1385

วิสัยทัศน์ : Vision

ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความสำเร็จบนเวทีการค้าโลก
ด้วยกฎระเบียบ มาตรการ มาตรฐาน และการให้บริการอย่างมืออาชีพ

Driving Thailand to thrive on the global trade stage through regulations, measures, standards, and professional excellence.

พันธกิจ : Mission

1. **ยกระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้าด้วยนวัตกรรมบริการที่มีประสิทธิภาพ**
   To upgrade our trade facilitation through the use of digital service innovation.
2. **พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยทั้งในระดับภูมิภาคและเวทีโลก**
   To achieve and maintain national trade competitiveness on a regional and global stage.
3. **ปกป้องและรักษาผลประโยชน์สูงสุดทางการค้า**
   To protect and maximize national trade interests.
4. **พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ**
   To improve organizational management system to be more efficient.



3 4 1 2

นางอารดา เฟื่องทอง
อธิบดี
1 Mrs. Arada Fuangtong
Director - General

นายดวงอาทิตย์ นิธิอุทัย
รองอธิบดี
2 Mr. Duangarthit Nidhi-u-tai
Deputy Director - General

นายนพดล คันธมาศ
รองอธิบดี
3 Mr. Noppadon Kuntamas
Deputy Director - General

นางชนินทร หริ่มเจริญ
รองอธิบดี
4 Mrs. Chanintorn Rimcharone
Deputy Director - General

กรมการค้าภายใน
Department of Internal Trade

กรมการค้าภายใน

Department of Internal Trade

www.dit.go.th 1569

วิสัยทัศน์ : Vision

ขับเคลื่อนการค้าในประเทศให้มีความเข้มแข็ง เป็นธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

Drives domestic economy with technology and innovation towards strong and fair growth.

พันธกิจ : Mission

1. **ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เข้าถึงกลไกการส่งเสริมตลาดรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง**

   Develops and promotes competitiveness of farmers, farmer institutes and entrepreneurs; enhance their access to market promotion mechanisms, and supports their continuous knowledge development.

2. **พัฒนาการค้าสินค้าและบริการของเศรษฐกิจฐานรากให้มีศักยภาพและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน**

   Develops potentialities of trade in goods and services of grassroots economy; and promotes value creation and enhances capabilities of community entrepreneurs.

3. **ดูแลราคา ปริมาณสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และมีความเป็นธรรม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการค้า**

   Ensures fair and appropriate price and sufficient quantity of goods in accordance with trade situation.

4. **พัฒนามาตรฐานการชั่งตวงวัดไทย และขยายขอบเขตการดูแล เพื่อสร้างความเป็นธรรมในระบบการค้า**

   Develops the Thailand's weights and measures standards and increases surveillance coverage to ensure fairness in trade system.

5. **เสริมสร้างองค์ความรู้ให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งในการพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเองและประชาชนได้รับการบรรเทาภาระค่าครองชีพอย่างเหมาะสม**

   Enhances consumers knowledge to strengthen their capabilities to protect their rights; and alleviates living expenses burden.



2 1 4 3

นายวิทยากร มณีเนตร
อธิบดี
1 Mr. Wittayakorn Maneenetr
Director - General

นายอุดม ศรีสมทรง
รองอธิบดี
2 Mr. Udom Srisomsong
Deputy Director - General

นายกรนิจ โนนจุ้ย
รองอธิบดี
3 Mr. Goranij Nonejuie
Deputy Director - General

นางสาวญาณี ศรีมณี
รองอธิบดี
4 Ms. Yanee Srimanee
Deputy Director - General

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

Department of Trade Negotiations

www.dtn.go.th 0 2507 7555

วิสัยทัศน์ : Vision

ขับเคลื่อนการเจรจาการค้าเชิงรุก เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศ ครอบคลุม 80% ของการค้าไทยกับโลก ภายในปี 2570

Driving proactive trade negotiations to maximize national benefits, with a view to achieving 80% coverage of Thailand's overall international trade within 2027.

พันธกิจ : Mission

1. **เจรจาขยายโอกาสทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างเป็นรูปธรรมและปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ**
   Negotiate to create tangible trade and economic opportunities, while protecting overall national interests.
2. **สร้างพันธมิตรและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน**
   Establish new partnerships and foster stakeholders engagement.
3. **มุ่งประสิทธิผลในการบริหารจัดการองค์การโดยให้สอดคล้องกับวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี**
   Strive for effectiveness in institutional management in line with the principles of good governance.



2 4 1 3

1 นางสาวโชติมา เอี่ยมสวัสดิกุล
อธิบดี
Ms. Chotima Iemsawasdikul
Director – General

2 นายธัชชญาน์พล อภิมนต์เตชบุตร
รองอธิบดี
Mr. Dhadchyarbhon Abhimontejchbud
Deputy Director – General

3 นางขวัญนภา ผิวนิล
รองอธิบดี
Mrs. Kwanapa Phivnil
Deputy Director – General

4 นางอุมาพร ฟูตระกูล
รองอธิบดี
Mrs. Aumaporn Futrakul
Deputy Director – General

กรมทรัพย์สินทางปัญญา

Department of Intellectual Property

www.ipthailand.go.th 1368

วิสัยทัศน์ : Vision

เป็นหน่วยงานหลักในการยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยทรัพย์สินทางปัญญา

The central agency for enhancing Thailand's economic development and international competitiveness with intellectual property.

พันธกิจ : Mission

1. **ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์**
   Nurture innovation and creativity
2. **ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์**
   Promote commercialization of intellectual property rights.
3. **ให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา**
   Provide timely and effective protection of intellectual property.
4. **ส่งเสริมการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและต่างประเทศ**
   Strengthen the enforcement of intellectual property rights at the domestic and international levels.



4 2 1 3

นางสาวนุสรา กาญจนกูล
อธิบดี
1 Ms. Nusara Kanjanakul
Director General

นายอาวุธ วงศ์สวัสดิ์
รองอธิบดี
2 Mr. Arwut Wongsawas
Deputy Director - General

นางสาวกนิษฐา กังสวนิช
รองอธิบดี
3 Ms. Kanitha Kungsawanich
Deputy Director - General

นายกิตติวัฒน์ ปัจฉิมนันท์
รองอธิบดี
4 Mr. Kittiwat Patchimnan
Deputy Director - General

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
Department of Business Development

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

Department of Business Development

www.dbd.go.th 1570

วิสัยทัศน์ : Vision

องค์กรชั้นนำด้านบริการ และขับเคลื่อนธุรกิจไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

To be a leading organization in providing services and driving sustainable growth of Thai commercial sector.

พันธกิจ : Mission

1. **พัฒนาระบบบริการทะเบียนธุรกิจ ให้สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว และทันสมัย**
   Improving a business registration system to make it more convenient, accurate, faster, and up-to-date.
2. **สร้างคุณค่าและนวัตกรรมบริการข้อมูลธุรกิจ**
   Creating value and innovation of business information service.
3. **พัฒนาผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง แข่งขันได้**
   Empowering business operators to become stronger and more competitive.
4. **กำกับดูแลและส่งเสริมธุรกิจสู่ความยั่งยืน**
   Regulating and promoting sustainable commercial activities.



4 2 1 3

นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม
อธิบดี
1 Mrs. Auramon Supthaweethum
Director - General

นายจิตรกร ว่องเขตกร
รองอธิบดี
2 Mr. Jitakorn Wongkhatekorn
Deputy Director - General

นายสถาพร ร่วมนาพะยา
รองอธิบดี
3 Mr. Sathaporn Ruamnapaya
Deputy Director - General

หม่อมหลวงภู่ทอง ทองใหญ่
รองอธิบดี
4 M.L. Bhuthong Thongyai
Deputy Director - General

DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Department of International Trade Promotion

www.ditp.go.th 02 507 7999

วิสัยทัศน์ : Vision

ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เป็น 1 ใน 5 ของเอเชียภายในปี 2570

To position Thailand's trade competitiveness among the top countries in Asia by 2027.

พันธกิจ : Mission

1. **พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ**
   Enhancing the competitiveness of Thai entrepreneurs in the global context.
2. **ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการไทย**
   Promoting sustainable value creation for Thai products and services delivered internationally.
3. **ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย**
   Developing and expanding overseas market access for Thai products and services.
4. **ยกระดับคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง**
   Continuously ensuring excellence in service for all stakeholders.



2 1 4 3

นางสาวสุนันทา กังวาลกุลกิจ
อธิบดี
1 Ms. Sunanta Kangvalkulkij
Director - General

นายพรวิช ศิลาอ่อน
รองอธิบดี
2 Mr. Pornvit Sila-On
Deputy Director - General

นายสุรินทร สุนทรสนาน
รองอธิบดี
3 Mr. Surinthorn Sunthornsanan
Deputy Director - General

นางสุภาพร สุขมาก
รองอธิบดี
4 Mrs. Suparporn Sookmark
Deputy Director - General

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

Trade Policy and Strategy Office

www.tpso.go.th 0 2507 7895

วิสัยทัศน์ : Vision

เป็นองค์กรหลักในการชี้นำเศรษฐกิจการค้าไทย
เพื่อก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ให้เติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 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 ทั้งยุทธศาสตร์รายสินค้า รายประเทศ และการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน**
   Integrate, formulate, and drive Thailand's trade strategies and competitiveness in order to have a clear and unified direction, both at product and country level.
2. **ศึกษา วิเคราะห์ ติดตามสถานการณ์ และมาตรการทางการค้าที่สำคัญ เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง**
   Study, analyze, and monitor the economic and trade related circumstances as well as key trade metrics in order to suggest appropriate policies and measures in response to changing situations.
3. **จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจการค้า เพื่อสนับสนุนการออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศ**
   Prepare and develop trade and economic indicators to support the formulation of policies and strategies while also increasing the efficiency of the country's economic and trade administration.
4. **เป็นศูนย์กลางระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า**
   Serve as the center for economic and trade intelligence system.
5. **สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ**
   Create cooperation network between the Government and private sectors, both domestically and internationally.



1 2

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์
ผู้อำนวยการ
1 Mr. Poonpong Naiyanapakorn
Director – General

นางสาวณัฐิยา สุจินดา
รองผู้อำนวยการ
2 Ms. Natiya Suchinda
Deputy Director – General

องค์การคลังสินค้า

Public Warehouse Organization

www.pwo.co.th 0 2507 5267

วิสัยทัศน์ : Vision

ส่งเสริมการค้า ด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยีการเกษตร

Trade Promotion with Agritechnovation.

พันธกิจ : Mission

1. **เป็นเครื่องมือของกระทรวงพาณิชย์ ในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรด้วยยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต**
   It is a tool of the Ministry of Commerce, working in conjunction with organizations in managing agriculture products. Through market-driven production strategies.
2. **ใช้คลังสินค้าเป็นเครื่องมือในการดูดซับสินค้าเกษตรส่วนเกิน เพื่อสร้างสมดุลทางราคาให้กับสินค้าเกษตร**
   Utilizes the warehouse as a tool to absorb excess agricultural products in order to create price balance for agricultural products.
3. **เชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกร และเป็นพันธมิตรกับธุรกิจภาครัฐ เอกชน เกษตรกร และเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจภาคการเกษตร**
   Links the networks of farmers and also is a partner with public and private sector businesses, farmers, and aims to strengthen the agricultural sector's business.
4. **เพิ่มศักยภาพองค์กร ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาการดำเนินงานและธุรกิจการค้า**
   Enhances the organizational capacity by incorporating innovation and technology to develop operations and commercial businesses.
5. **บริหารองค์กรและสร้างวัฒนธรรมองค์กร ด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และเป็นธรรม**
   It manages the organization and creates a culture of governance, transparency, and fairness.



2 1 3

นายธิรินทร์ ณ ถลาง
ผู้อำนวยการ
1 Mr. Tirin Na Thalang
Director General

นายกฤษณรักษ์ ใจดี
รักษาการในตำแหน่งรองผู้อำนวยการ
2 Mr. Krishnaraksa Jaidee
Acting Deputy Director

นายเรืองศักดิ์ นามเดช
รักษาการในตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ
3 Mr. Rueangsak Namdet
Acting Assistant Director

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)

Sustainable Arts and Crafts Institute of Thailand (Public Organization)

www.sacit.or.th 1289

วิสัยทัศน์ : Vision

สืบสาน สร้างสรรค์ ส่งเสริม งานศิลปหัตถกรรมไทยทุกมิติ ให้ก้าวไกลอย่างยั่งยืน

To Safeguarding, Creating, and Promoting Thai arts and crafts in every aspect, to progress for sustainability.

พันธกิจ : Mission

1. **ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการประกอบอาชีพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยอย่างยั่งยืน**
   To encourage and support people to have a career in creating sustainable products of Thai handicrafts.
2. **พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย รวมทั้งนำเทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย**
   To develop the quality and standard in making products of Thai handicrafts and to integrate technology, innovation, and local wisdom into products of Thai handicrafts.
3. **ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยเปิดและขยายตลาดผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยทั้งในและต่างประเทศรวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์และการขายของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยให้แพร่หลาย**
   To encourage and support the increasing value of Thai handicrafts products, to open and sell the products in Thailand and international markets, and to promote the branding images of Thai handicrafts to be well-known.
4. **ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทยให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ ด้านการผลิต การเงิน การบัญชี และการตลาด**
   To Encourage and develop the potential of entrepreneurs in the Thai handicrafts industry to be more knowledgeable in management in manufacturing, finance, accounting, and marketing.
5. **สืบสาน ส่งเสริมคุณค่า ยกย่องเชิดชู รักษา พัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ เกี่ยวกับภูมิปัญญางานศิลปหัตถกรรมไทย**
   To inherit, promote, value, maintain, develop, and distribute the knowledge related to the wisdom of Thai handicrafts.
6. **สร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้และวิธีบริหารจัดการวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมไทย**
   To create and convey knowledge and cultural management methods related to Thai handicrafts.
7. **จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับครูศิลปหัตถกรรมไทย ผู้ประกอบการ บุคลากร และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องกับศิลปหัตถกรรมไทย**
   To set up a database of teachers, entrepreneurs, man powers, and information related to the Thai handicrafts industry.
8. **รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย**
   To certify the quality standards of Thai handicraft products.
9. **ส่งเสริมและสนับสนุนการจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่นของงานศิลปหัตถกรรมไทย**
   To encourage and support registering patents, trademarks, and any intellectual properties for Thai handicraft workpieces.



2 1 3

1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุชา ทีรคานนท์
ผู้อำนวยการ
Mr. Anucha Thirakanont
Chief Executive Officer

2 นางสาวแสงระวี สิงหวิบูลย์
รองผู้อำนวยการ
Ms. Saengrawee Singhawiboon
Deputy Chief Executive Officer

3 พลอากาศตรีวุฒิภัทร จันทร์สาร
รองผู้อำนวยการ
AVM. Vuthibhatra Chansarn
Deputy Chief Executive Officer

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization)

www.git.or.th 0 2634 4999

วิสัยทัศน์ : Vision

เป็นผู้นำด้านมาตรฐานห้องปฏิบัติการ และเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการเพื่อสร้างการเติบโตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยอย่างยั่งยืน

To be a leader in laboratory standards and enrich capacities of entrepreneurs for sustainable growth of Thai gem and jewelry industry.

พันธกิจ : Mission

1. **วิเคราะห์ ตรวจสอบ จัดระดับชั้น สร้างมาตรฐานและรับรองคุณภาพสินค้าอัญมณีเครื่องประดับและโลหะมีค่า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นคุณภาพของสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ**
   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. **วิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับอย่างครบวงจร และสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ**
   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. **พัฒนาคุณภาพบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจอัญมณีเครื่องประดับ**
   Develop the quality of personnel in response the needs of the industry.
4. **จัดทำฐานข้อมูลด้านการตลาดอัญมณีเครื่องประดับเชิงลึกเพื่อเผยแพร่แก่ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ**
   To prepare in-depth database of gem and jewelry marketing and poublicize such among the gem and jewelry business circle.
5. **เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อยกระดับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสู่สากล**
   Act as the center in coordinating 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.



3 1 2

นายสุเมธ ประสงค์พงษ์ชัย
ผู้อำนวยการ
1 Mr. Sumed Prasongpongchai
Director General

นายทนง ลีลาวัฒนสุข
รองผู้อำนวยการ (เทคนิค)
2 Mr. Thanong Leelawatanasuk
Deputy Director (Technical)

นายสิทธิชัย ปริญญานุสรณ์
รองผู้อำนวยการ (ธุรกิจ)
3 Mr. Sitthichai Parinyanusorn
Deputy Director (Business)

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)

The International Institute for Trade and Development (Public Organization)

www.itd.or.th 0 2216 1894-7

วิสัยทัศน์ : Vision

เป็นองค์กรชั้นนำในการจัดการองค์ความรู้
เพื่อให้การค้าและการพัฒนาในภูมิภาคดียิ่งขึ้น

To be a leading knowledge management organization for the betterment of international trade and development in Southeast Asia.

พันธกิจ : Mission

1. **สร้างขีดความสามารถของประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจ และมาตรการทางกฎหมายร่วมกัน**
   To enhance the capacity building of developing countries, at both regional and sub-regional levels, in constituting economic policies and legal measures collaboratively.

2. **จัดการอบรมและค้นคว้าวิจัยด้านการค้าและการพัฒนาให้แก่บุคลากรในภูมิภาคเอเชียให้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์**
   To organize trainings and undertake researches that link international trade and development with globalization in order to advance human resource capabilities at both regional and sub-regional levels.

3. **สนับสนุนความร่วมมือการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้**
   To support and enhance regional economic integration through the exchange of experiences and knowledges.

4. **เป็นศูนย์กลางจัดการฝึกอบรมและกิจกรรมเสริมศักยภาพด้านการค้าและการพัฒนาร่วมกับอังค์ถัดและองค์กรที่เกี่ยวข้อง**
   To be a dedicated trainings and activities centre in collaboration with UNCTAD and other international organizations that focus on trade and development.



3 1 2

นายสุภกิจ เจริญกุล
ผู้อำนวยการ
1 Mr. Suphakit Chareonkul
Executive Director

นายวิมล ปั้นคง
รองผู้อำนวยการ (วิชาการ)
2 Mr. Wimon Punkong
Deputy Executive Director (Academic)

นายภานุมาส เทพทอง
รองผู้อำนวยการ (บริหาร)
3 Mr. Panumas Thepthong
Deputy Executive Director (Management)



COMMERCE DIAMOND AWARD 2025

เพชรพาณิชย์ ประจำปี 2568

ความสำคัญของรางวัล “เพชรพาณิชย์”

รางวัล **“เพชรพาณิชย์”** เป็นรางวัลอันทรงเกียรติที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดขึ้น เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติผู้ทำคุณประโยชน์แก่ประเทศชาติ ด้านเศรษฐกิจ การค้า และการพาณิชย์ รวมถึงผู้ที่สร้างคุณูปการให้แก่กระทรวงพาณิชย์ โดยมีการจัดพิธีมอบรางวัล “เพชรพาณิชย์” ในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ (วันที่ 20 สิงหาคม) ของทุกปี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นแบบอย่างของบุคคลที่แสดงถึงความมุ่งมั่น และทุ่มเท ในการพัฒนาภาคเศรษฐกิจ การค้า การพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กร สังคมส่วนรวม และระดับประเทศ

รางวัล “เพชรพาณิชย์” แบ่งออกเป็น 3 สาขา ได้แก่

- สาขาผู้ประกอบการ
- สาขาผู้ทรงคุณวุฒิ
- สาขาข้าราชการ และพนักงาน

กระทรวงพาณิชย์ได้จัดให้มีการมอบรางวัลขึ้นครั้งแรกในปี 2553 และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน (ปี 2568) เป็นปีที่ 16 มีผู้ได้รับคัดเลือกเพื่อรับรางวัลแล้ว รวมจำนวนทั้งสิ้น 237 ราย โดยมีคณะทำงานคัดสรร “เพชรพาณิชย์” ทำหน้าที่คัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และมีผลงานโดดเด่นเพื่อรับรางวัล รวมทั้ง มีผู้แทนจากภาคเอกชนร่วมในคณะทำงานฯ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับรางวัล

The Prestige of the “Commerce Diamond Award”

The **“Commerce Diamond Award”** is a prestigious award presented by the Ministry of Commerce to individuals who have shown great contributions to Thailand’s trade, economic, and commercial development as well as individuals who have made remarkable contributions 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 advancement at the levels of organization, society, and nation as a whole.

The “Commerce Diamond Award” is divided into 3 major categories, namely,

- Best Entrepreneurs
- Best Scholars
- Best Civil Servants and Staff Members

Introduced for the first time in 2010, the Award has been granted for 16 consecutive years to a total of 237 individuals who were competently selected by a distinguished “Commerce Diamond Selection Committee” in accordance with qualification criteria together with distinctive performances deserving to win the Award. Moreover, representatives from private sector have also engaged in such Committee in order to ensure transparency and trustworthiness for the individuals who win the Award.

สาขาของรางวัล "เพชรพาณิชย์"
"Commerce Diamond Award" Categories

สาขาผู้ประกอบการ

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้ประกอบการที่มีผลงานโดดเด่นด้านการพาณิชย์ในระดับชาติหรือนานาชาติ สร้างคุณประโยชน์แก่กระทรวงพาณิชย์ และสังคมส่วนรวมด้านเศรษฐกิจ การค้า การพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 5 ด้าน ดังนี้

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

สาขาผู้ทรงคุณวุฒิ

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้มีองค์ความรู้พิเศษ หรือมีผลงานด้านวิจัย หรือการพัฒนา ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัลเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผู้ทรงคุณวุฒิทั่วไป
2) ด้านครูศิลป์ของแผ่นดิน หรือครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือปราชญ์ชาวบ้าน

สาขาข้าราชการและพนักงาน

เป็นรางวัลที่มอบให้แก่ข้าราชการกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าหน้าที่ของรัฐในองค์การมหาชนในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ที่เป็นผู้พัฒนางาน สร้างชื่อเสียง คุณประโยชน์ให้แก่กระทรวงพาณิชย์ โดยจัดแบ่งรางวัล เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนกลาง
2) ส่วนภูมิภาค
3) ส่วนต่างประเทศ

Awards for Best Entrepreneurs

The awards in this category are granted to entrepreneurs with national or international recognition who have made contributions to the Ministry of Commerce and the society as a whole in aspects related to economy, trade, and commerce. The 5 sectors of the best entrepreneurs are as follows :

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

Awards for Best Scholars

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

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

Awards for Best Civil Servants and Staff Members

The awards in this category are granted to civil servants, state enterprise employees, and staff members of the Ministry of Commerce and its affiliated public organizations, who have brought reputation and made contributions to the Ministry. The 3 sectors of awards are as follows :

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

รางวัล "เพชรพาณิชย์" ปี 2568 มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 15 ราย
In the Year 2025, there are 15 recipients of Commerce Diamond Award

สาขาผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ด้าน มีผู้ได้รับรางวัล จำนวน 5 ราย ดังนี้
Awards for Best Entrepreneurs in 5 sectors are given to 5 recipients as follows :

ผู้ประกอบการด้านสินค้าเกษตร
Agricultural Product Sector



นางธิดารัตน์ รอดอนันต์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สงวนวงษ์อุตสาหกรรม จำกัด

Mrs. Thidarat Rodanant
Managing Director
Sanguan Wongse Industries Co., Ltd.

ผู้ประกอบการด้านสินค้าอุตสาหกรรม
Manufactured Product Sector



นายกองเอก เปล่งศักดิ์ ประกาศเภสัช
ที่ปรึกษาอาวุโส
บริษัท ไทยเซ็นทรัลเคมี จำกัด (มหาชน)

VDC Col Plengsakdi Prakaspesat
Senior Advisor
Thai Central Chemical Pub Co., Ltd.

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจบริการ
Service Sector



นางชฎาทิพ จูตระกูล
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
กลุ่มบริษัทสยามพิวรรธน์

Mrs. Chadatip Chutrakul
Chief Executive Officer
Siam Piwat Group

ผู้ประกอบการที่เป็นผู้สร้างนวัตกรรม
Commercial Innovation Sector



นายณรงค์ศักดิ์ ชื่นสุชน
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เอ็นซี โคโค่นัท จำกัด

Mr. Narongsak Chuensuchon
Managing Director
NC Coconut Co., Ltd.

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่
Young Entrepreneur Sector



นายบุญสมิทธิ์ พุกกะณะสุต
กรรมการ
บริษัท กู๊ด ฟู้ด (2019) จำกัด

Mr. Boonsmit Pukhanasut
Director
Goodfood (2019) Co., Ltd.

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

ด้านผู้ทรงคุณวุฒิทั่วไป
General Scholars



นายสมศักดิ์ พณิชยกุล
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
คณะกรรมการเครื่องหมายการค้า

Mr. Somsak Phanichayakul
Member of the Board of Trademark



นายณัฐเสกข์ เทพหัสดิน
อนุกรรมการ
คณะอนุกรรมการพิจารณากลั่นกรองอุทธรณ์

Mr. Natasek Devahastin
Appeal Screening Subcommittee Member



นายอิทธิกร ชำนาญอักษร
ประธานเครือข่ายธุรกิจ
MOC Biz Club จังหวัดเพชรบุรี

Mr. Eittigorn Chamnanaksorn
Chairman of the MOC Biz Club Business Network,
Phetchaburi Province

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านครูศิลป์ของแผ่นดิน หรือครูช่างศิลปหัตถกรรม หรือปราชญ์ชาวบ้าน
Master Artisan, Arts and Crafts Master or Local Philosopher



รศ. วาสนา สายมา
ครูช่างศิลปหัตถกรรม ปี พ.ศ. 2565

Assoc. Prof. Vasana Saima
The Master Craftsmen 2022

สาขาข้าราชการและพนักงาน ประกอบด้วย 3 ส่วน มีผู้ได้รับรางวัลจำนวน 6 ราย ดังนี้
Awards for Best Civil Servants and Staff Members in 3 sectors are conferred on 6 recipients as follows :

ส่วนกลาง
Central Offices



นางโสรดา เลิศอาภาจิตร์
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Mrs. Sorada Lertharpachit
Deputy Permanent Secretary
Office of the Permanent Secretary



นายจิรัตถ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา
ผู้อำนวยการสำนักยุโรป
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

Mr. Chirath Isarangkun Na Ayuthaya
Director, Bureau of European Affairs
Department of Trade Negotiations



นายภเชศ จารุมนต์
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
กรมทรัพย์สินทางปัญญา

Mr. Porsche Jarumon
Trade Officer, Senior Professional Level
Department of Intellectual Property

ส่วนภูมิภาค
Provincial Offices



นางผุสสดี จ๋ายเจริญ
พาณิชย์จังหวัดยะลา
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Mrs. Phussadee Jaycharoen
Director, Higher Level
Office of Provincial Commercial Affairs, Yala Province
Office of the Permanent Secretary



นางณัฐพร มหาไพบูลย์
พาณิชย์จังหวัดเชียงราย
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

Mrs. Nutthaphon Mahapibule
Director, Higher Level
Office of Provincial Commercial Affairs, Chiang Rai Province
Office of the Permanent Secretary

ส่วนต่างประเทศ
Overseas Offices



นายวรวรรณ วรรณวิล
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ สหพันธรัฐมาเลเซีย

Mr. Worawan Wanwil
Minister Counsellor (Commercial)
Office of Commercial Affairs
Kuala Lumpur, Federation of Malaysia



ผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ของกระทรวงพาณิชย์

ระหว่างเดือนตุลาคม 2566 – เดือนกันยายน 2567

Summary of the Ministry of Commerce's Implementation of the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) from October 2023 – September 2024

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายฉบับแรกที่รองรับสิทธิได้รู้ (Right to Know) ของประชาชน โดยไม่ต้องมีส่วนได้เสียในเรื่องที่ต้องการรู้ เพื่อให้ประชาชนทุกคนมีโอกาสได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานต่าง ๆ ของรัฐได้มากขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อใช้ปกป้องสิทธิของตนเองและมีส่วนร่วมในการบริหารงานของหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐก็ต้องรับทราบถึงสิทธิของประชาชนที่มีอยู่ตามรัฐธรรมนูญและกฎหมายฉบับนี้ ซึ่งมีส่วนที่ต้องปฏิบัติหลายประการ เช่น การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร การมีคำสั่งไม่เปิดเผยข้อมูลข่าวสารตามคำขอ และการปฏิบัติตามคำวินิจฉัย จึงต้องปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ถูกต้อง บริหารงานให้มีความโปร่งใสมากขึ้น ภายใต้หลักการ “โปร่งใส ตรวจสอบได้”

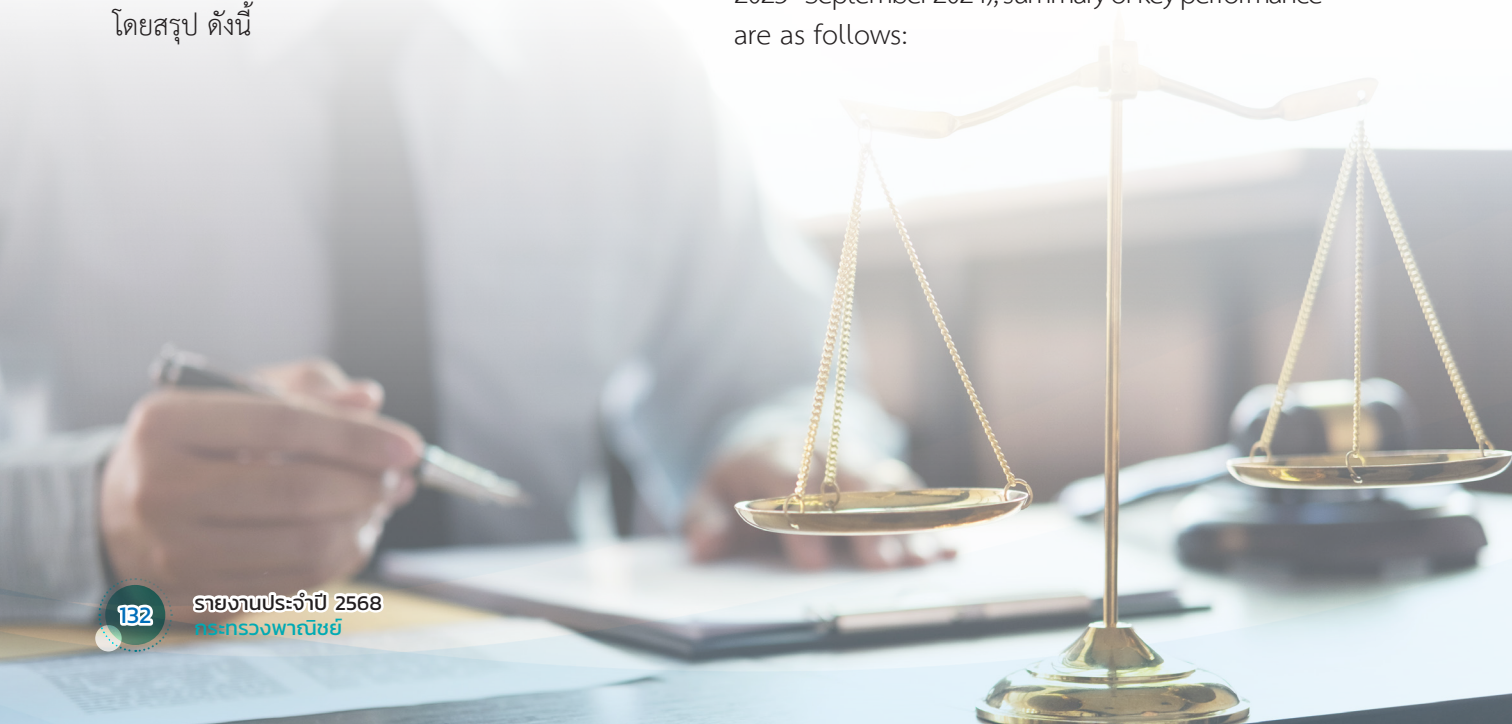
The Official Information Act, B.E. 2540 (1997) is the first legislation to serve people's right to know without any interest in requested matter with an aim to providing every people with a chance to know more about information in relation to the government's operations as stipulated by law so as to protect their own rights and engage in the government agencies' administration. Meanwhile, the government officials are required to acknowledge people's right in accordance with the Constitution and this legislation which entails the implementation of various functions such as information disclosure, ordering non-disclosure of information as requested and compliance with ruling, which necessitate proper performance on duties together with more transparent administration under the principle “Disclosure is Norm, Concealment is Exception”.

กระทรวงพาณิชย์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและปฏิบัติตามเจตนารมย์ของกฎหมายในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารและสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ตลอดจนการคุ้มครองข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล ข้อมูลข่าวสารสำคัญของหน่วยงานราชการและของเอกชนที่อยู่ในความครอบครองของหน่วยงาน ภายใต้หลักการที่ว่า “เปิดเผยเป็นหลัก ปกปิดเป็นข้อยกเว้น” ซึ่งหน่วยงานของรัฐจะต้องจัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ตามมาตรา 7 ลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษา การนำข้อมูลข่าวสารของราชการจัดไว้ให้ประชาชนเข้าดู ในศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 9 และการจัดหาข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนที่ขอเป็นการเฉพาะราย ตามมาตรา 11 เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นด้านความโปร่งใสและข้อมูลข่าวสารของราชการให้แก่ประชาชนเป็นผลให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการโดดเด่น ปี 2567 รวม 3 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (ตุลาคม 2566 - กันยายน 2567) มีผลการดำเนินงานที่สำคัญในด้านต่าง ๆ โดยสรุป ดังนี้

The Ministry of Commerce has recognized the importance of and been in compliance with the intention of the legislation in relation to information disclosure and people’s right to know as well as protection of personal information, crucial information of government agencies and that of private sector in proprietary of government agencies under the principle “Disclosure is Norm, Concealment is Exception” whereby government agencies have committed to provide information disclosure in accordance with Section 7 and printed such information in the Royal Gazette, to have official information displayed for general public access at information center in accordance with Section 9 and to provide information as requested by any particular person in line with Section 11 with an aim to enhancing confidence on government transparency and official information provided to general public. As a consequence, three government agencies under the purview of the Ministry of Commerce received honorary plaques for their distinguished information centers in 2024 namely; the Office of the Permanent Secretary of the Ministry of Commerce, the Department of Trade Negotiations and the Department of Business Development.

For Fiscal Year B.E. 2567 (2024) (October 2023 - September 2024), summary of key performance are as follows:



01 ด้านการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540
Compliance with the Official Information Act, B.E. 2540 (1997)

1.1 นำข้อมูลข่าวสารของราชการตามมาตรา 7 พิมพ์ลงในราชกิจจานุเบกษา และรวบรวมข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 9 ไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจดูได้ที่ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อให้ประชาชนสามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว พร้อมทั้งมอบหมายเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการของแต่ละหน่วยงานไว้ให้บริการและอำนวยความสะดวก

1.2 แต่งตั้งคณะกรรมการ/คณะทำงาน ดำเนินงานเกี่ยวกับศูนย์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน โดยมีผู้บริหารระดับสูงเป็นประธาน ระดับผู้อำนวยการเป็นกรรมการ และมีการประชุมคณะกรรมการคณะทำงาน เพื่อกำกับติดตามผลการดำเนินงาน

1.3 จัดทำแผนพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการของหน่วยงานเป็นประจำทุกปี และมีการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการในปีที่ผ่านมา

1.4 รายงานผลการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ในภาพรวมของกระทรวงพาณิชย์ ต่อสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ (สขร.) สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ภายในเดือนตุลาคมของปีงบประมาณถัดไป

1.1 Publicized the official information in the Royal Gazette in accordance with Section 7 and provided such information in line with Section 9 at official information center for general public access in a convenient and timely manner together with assigning staffs to serve and facilitate services at official information center of each government agency.

1.2 Established Committee/Working Group to be responsible for the implementation of the agency's official information center, chaired by a high-level executive and accompanied by executive directors as members of such Committee/Working Group. The Meeting of the aforementioned Committee / Working Group is held to monitor and follow up the implementation outcome.

1.3 Developed an annual official information center development plan and followed up on the implementation outcome of previous year of the official information center development plan.

1.4 Reported the overall implementation of the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) of the Ministry of Commerce to Official Information Board, the Office of the Permanent Secretary, and the Office of the Prime Minister by October of the next fiscal year.

02 ด้านการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540

Dissemination of Information on Official Information Act, B.E. 2540 (1997)

2.1 จัดอบรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

- จัดอบรมให้กับข้าราชการบรรจุใหม่ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 โดยสถาบันกรมพระจันทบุรีนฤนาถ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินการจัดอบรมเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้เรื่อง “พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540” ให้กับข้าราชการบรรจุใหม่ของกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 2 รุ่น รวม 195 คน โดยวิทยากรจากสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

- จัดอบรมในหัวข้อ “ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540” โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2566

- จัดโครงการอบรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 โดยกรมการค้าต่างประเทศ ให้แก่บุคลากรของกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 108 คน เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2567

- สนับสนุนให้บุคลากรในหน่วยงานเข้าอบรมออนไลน์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) ของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน

2.1 Organized training sessions to disseminate information on the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) as follows:

- Arranged training courses for the Ministry of Commerce’s newly recruited government officials for Fiscal Year B.E. 2567 (2024) whereby Prince Chanthaburi Narunah Institute, the Office of the Permanent Secretary, the Ministry of Commerce organized training courses to enhance knowledge on “The Official Information Act, B.E. 2540 (1997)” for 2 batches of newly recruited government officials of the Ministry of Commerce in the total of 195 individuals with lecturers from the Office of the Permanent Secretary, the Office of the Prime Minister.

- Organized training course on “Knowledge and Understanding on the Official Information Act, B.E. 2540 (1997)” by the Department of Business Development on 26 December 2023.

- Carried out a training program to disseminate knowledge and information on the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) by the Department of Foreign Trade for the Ministry of Commerce’s personnel in the total of 108 individuals on 16 January 2024.

- Encouraged agencies’ personnel to attend e-learning courses of the Office of the Civil Service Commission.

2.2 จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ดังนี้

• สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 เรื่อง สิทธิของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของราชการ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ให้กับผู้ประกอบการและประชาชนที่มาร่วมงาน “DBD Smart Local ของเด่นพื้นที่ ของดีพื้นถิ่น”

• กรมการค้าต่างประเทศ จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ให้แก่ประชาชนในโครงการกิจกรรมสัมพันธ์ “Happy Customer Hours” จำนวน 3 ครั้ง

• มีการเผยแพร่ข้อมูลสิทธิการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการ บทความ คำวินิจฉัย ให้บุคลากรและประชาชน ผ่านช่องทางต่าง ๆ ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ บอร์ดประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ห้องสมุดกระทรวงพาณิชย์ ป้ายประชาสัมพันธ์ เชื่อมโยงเว็บไซต์ (Banner) บทความ คำวินิจฉัยของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ (สขร.) ไว้ที่หน้าเว็บไซต์หลักของหน่วยงาน

2.2 Organized activities to disseminate knowledge and information on the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) as follows:

• The Office of the Permanent Secretary, the Ministry of Commerce carried out activities to disseminate knowledge and information on the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) on topic of people’s right to access to official information of the Office of the Permanent Secretary, the Ministry of Commerce for entrepreneurs and general public who attended the “DBD Smart Local, Local Highlight, Local Goodness” event.

• The Department of Foreign Trade organized events to disseminate knowledge and information on the Official Information Act, B.E. 2540 (1997) for the general public under “Happy Customer Hours” relationship activities program on 3 occasions.

• Publicized information on the right to know official information, articles and rulings for personnel and general public via various channels of the Ministry of Commerce’s agencies namely; official information center website, public relations board, brochure, e-Sarabun, Facebook, Line, the Ministry of Commerce’s library, public relations sign, Banner, articles and rulings of Official Information Board as contained on main website of agencies.





2.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศึกษาดูงาน ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของศูนย์ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน โดยไปศึกษาดูงานหน่วยงานภายนอก ได้แก่ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หน่วยงานภายนอกมาศึกษาดูงาน ได้แก่ กรมศุลกากร กรมฝนหลวงเกษตรและการบินเกษตร และกรมวิชาการเกษตร

2.3 Exchanged knowledge and arranged field visits to official information centers to allow staff at official information centers to exchange knowledge and experiences, being beneficial for efficiency improvement of official information center's operation and for the utmost benefits of the general public. Field visit to external agencies was the official information center of Airports of Thailand Public Company Limited while those of external agencies visiting the Ministry of Commerce were the Department of Customs, the Department of Royal Rainmaking and Agricultural Aviation and the Department of Agriculture.

03 ด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนผ่านช่องทางต่าง ๆ
Provision of Information Services to the Public via Various Channels

3.1 การจัดเก็บสถิติให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนในภาพรวมของกระทรวงพาณิชย์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ มารับบริการด้วยตนเอง ณ ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารทางกายภาพ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์) โทรศัพท์ (Call Center) Chat Online e-mail และคำขอ ตามมาตรา 11 รายละเอียดดังนี้

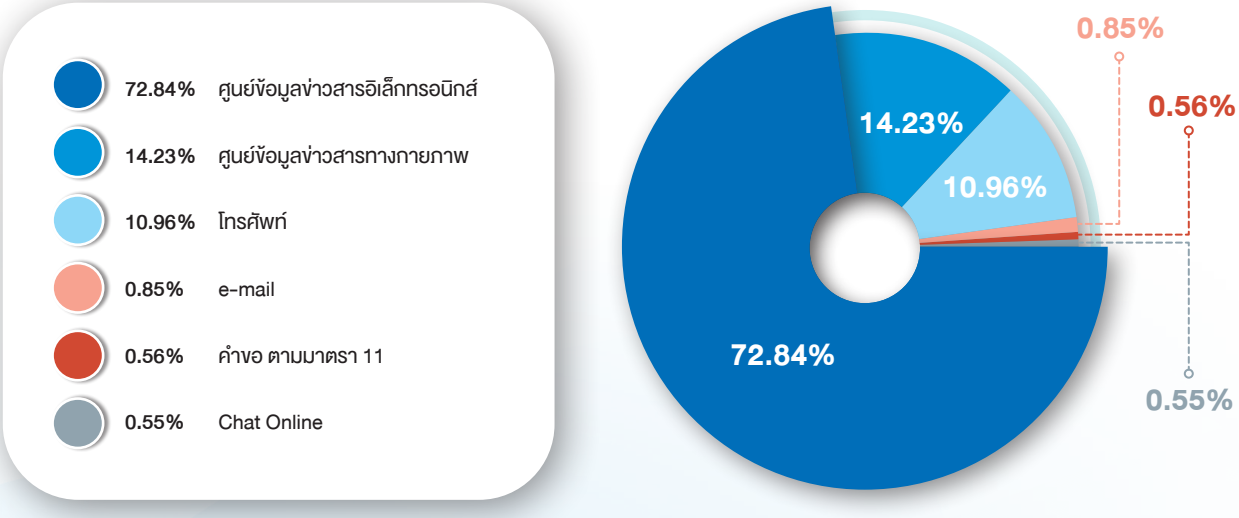
3.1 Statistic collection on the Ministry of Commerce's overall information service provision through various channels included services provided to walk-ins at the physical official information center, the electronic official information center (website), telephone (Call Center), Chat Online, e-mail and upon request in accordance with Section 11 as detailed as follows:



สถิติการให้บริการข้อมูลข่าวสาร กระทรวงพาณิชย์
Statistic on Information Services Provision, Ministry of Commerce

ช่องทางให้บริการ Service Channels	จำนวน (ราย/ครั้ง) Amount (individuals/time)
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางกายภาพ Physical Information Center	395,284
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Information Center	2,023,432
โทรศัพท์ Telephone	304,575
Chat Online	15,296
e-mail	23,609
คำขอ ตามมาตรา 11 Upon Request as Section 11	15,622

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสถิติการให้บริการข้อมูลข่าวสารกระทรวงพาณิชย์
Table 1 Schedule to demonstrate Statistic on information service provision, Ministry of Commerce



ตารางที่ 2 แผนภาพแสดงสถิติการให้บริการข้อมูลข่าวสารกระทรวงพาณิชย์
Table 2 Diagram to demonstrate Statistic on information service provision, Ministry of Commerce

3.2 การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชน

โดยการสำรวจความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ณ ศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางกายภาพ และศูนย์ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์) พบว่ากว่าร้อยละ 90 ของผู้มารับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน

3.2 Public Hearing and Recommendations

Based on public satisfaction survey, more than 90% of individuals who received services at official information center, physically and electronically, showed satisfaction on information service provision of the Ministry of Commerce's agencies.

04 ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน
Development of Information System for Dissemination of Agencies' Information

4.1 พัฒนาเว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการให้มีความทันสมัย เข้าถึงง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ปรับปรุงฐานข้อมูลข่าวสารของราชการที่มีอยู่ให้ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

4.2 พัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน DITP ONE เพื่อขยายช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการค้าตลาดต่างประเทศ สถิติการค้าระหว่างประเทศ และกิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั้งนี้ยังได้รวมบริการดิจิทัลของกรมไว้ในที่เดียวทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการของไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้อย่างสะดวกทุกที่ทุกเวลาผ่านโทรศัพท์มือถือ

4.1 Developed official information center website to be modernized, easy-to-access and user-friendly as well as improved official information database to be accurate, completed and always up-to-date.

4.2 Developed DITP ONE mobile application as an additional channel for disseminating information on foreign market trade, international trade statistics and various international trade development and promotion events. Also, DITP's one-stop digital service was developed to allow Thai peoples and entrepreneurs to conveniently access to information and services, anywhere, anytime via mobile telephone.



4.3 พัฒนาระบบสารสนเทศเศรษฐกิจการค้า (Trade Intelligence System) ที่สามารถใช้งานผ่าน www.คิดค้า.com ให้บริการข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป และได้พัฒนา คิดค้า Briefing ระบบสรุปข้อมูลทิศทางการค้าในรูปแบบ Data Visualization บนเว็บไซต์ คิดค้า.com รองรับการทำงานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Device)

กระทรวงพาณิชย์ ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาขับเคลื่อนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของราชการที่แม่นยำ ทันสมัย บนพื้นฐานความถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้และมีธรรมาภิบาล ให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ดังค่านิยมกระทรวงพาณิชย์ที่ว่า “เชี่ยวชาญการค้า ก้าวหน้านวัตกรรม เป็นธรรมโปร่งใส ใส่ใจประชาชน”

4.3 Developed Trade Intelligence System being usable via www.คิดค้า.com to provide trade insights services to entrepreneurs and general public. In addition, คิดค้า Briefing as an information summary system for trade directions was developed in Data Visualization format on คิดค้า.com website, accommodating to computer and mobile device functionalities.

The Ministry of Commerce remains committed to strive for disseminating official information in a precise and up-to-date manner based on accuracy, transparency, verifiability and good governance so as to allow people’s easily and conveniently access to official information as the Ministry of Commerce’s value stipulated as “Trade Expertise, Innovation Advance, Transparent Justice, People Caring”.

รายชื่อกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์ ประจำปี พ.ศ. 2568
รายชื่อกฎหมายที่อยู่ระหว่างเสนอปรับปรุงแก้ไข ประจำปี พ.ศ. 2568
Laws under Responsibility and Laws under Amendment Process of Ministry of Commerce

รายชื่อกฎหมาย

กรมการค้าต่างประเทศ 5 ฉบับ

- พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าขาออก พ.ศ. 2503 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติการส่งออกไปนอก และการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุนซึ่งสินค้าจากต่างประเทศ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติมาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น พ.ศ. 2550
- พระราชบัญญัติการควบคุมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง พ.ศ. 2562

List of Laws

Department of Foreign Trade, 5 Items

- Standards of Exporting Goods Act, B.E. 2503 (1960), and any amendments or substitutions thereof
- Export and Import of Goods Act, B.E. 2522 (1979), and any amendments or substitutions thereof
- Anti-Dumping and Countervailing of Foreign Products Act, B.E. 2542 (1999), and any amendments or substitutions thereof
- Safeguard Measure Against Increased Imports Act, B.E. 2550 (2007)
- Control of Item in Relation to the Proliferation of Weapons of Mass Destruction Act, B.E. 2562 (2019)

กฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข

- ร่างพระราชบัญญัติการส่งออกไปนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า (ฉบับที่ ..) พ.ศ. ....

สถานะ

- อยู่ระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศดำเนินการเสนอแก้ไขบทบัญญัติเกี่ยวกับกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- อยู่ระหว่างคณะกรรมการปรับปรุงกฎหมายเพื่อความสะดวกในการประกอบธุรกิจ เสนอแก้ไขคำนิยาม “นำผ่าน”

Laws under Amendment Process

- Draft Export and Import of Goods Act, (No..) B.E. ....

Status:

- The Department of International Trade Promotion is in the process of proposing amendments to the provisions concerning the International Trade Promotion Fund
- The Legal Reform Committee for the Ease of Doing Business is in the process of proposing an amendment to the definition of “transit”

รายชื่อกฎหมาย

List of Laws

กรมการค้าภายใน 5 ฉบับ

- พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542
- พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติคลังสินค้า ไซโล และห้องเย็น พ.ศ. 2558
- พระราชบัญญัติควบคุมโภคภัณฑ์ พ.ศ. 2495
- พระราชบัญญัติการค้าข้าว พ.ศ. 2489

Department of Internal Trade, 5 Items

- The Price of Goods and Services Act, B.E. 2542 (1999)
- Weights and Measures Act, B.E. 2542 (1999), and any amendments or substitutions thereof
- Warehouse, Silo and Cold Storage Act, B.E. 2558 (2015)
- Commodity Control Act, B.E. 2495 (1952)
- Rice Trading Act, B.E. 2489 (1946)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 10 ฉบับ

- ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 ลักษณะ 22 หุ้นส่วนและบริษัท และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติกำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคมและมูลนิธิ พ.ศ. 2499 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542
- พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547
- พระราชบัญญัติหลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. 2558

Department of Business Development, 10 Items

- Civil and Commercial Code Book III Specific Contracts Title XXII Partnerships and Companies, and any amendments or substitutions thereof
- Act Prescribing Offences Related to Registered Partnerships, Limited Partnerships, Limited Companies, Associations and Foundations, B.E. 2499 (1956), and any amendments or substitutions thereof
- Business Registration Act, B.E. 2499 (1956), and any amendments or substitutions thereof
- Chambers of Commerce Act, B.E. 2509 (1966), and any amendments or substitutions thereof
- Trade Associations Act, B.E. 2509 (1966), and any amendments or substitutions thereof
- Public Limited Companies Act, B.E. 2535 (1992), and any amendments or substitutions thereof
- Foreign Business Act, B.E. 2542 (1999)
- Accounting Act, B.E. 2543 (2000), and any amendments or substitutions thereof
- Accounting Professions Act, B.E. 2547 (2004)
- Business Security Act, B.E. 2558 (2015)

รายชื่อกฎหมาย

List of Laws

กรมทรัพย์สินทางปัญญา 6 ฉบับ

- พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546
- พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแบบผังภูมิของวงจรรวม พ.ศ. 2543

Department of Internal Trade, 6 Items

- Copyright Act, B.E. 2537 (1994), and any amendments or substitutions thereof
- Patent Act, B.E. 2522 (1979), and any amendments or substitutions thereof
- Trademark Act, B.E. 2534 (1991), and any amendments or substitutions thereof
- Geographical Indications Protection Act, B.E. 2546 (2003)
- Trade Secrets Act, B.E. 2545 (2002), and any amendments or substitutions thereof
- Protection of Layout Designs of Integrated Circuits Act, B.E. 2543 (2000)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ

- พระราชบัญญัติสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2537

Department of International Trade Promotion, 1 Items

- The Thai National Shippers' Council Act, B.E. 2537 (1994)

กฎหมายที่อยู่ระหว่างการเสนอปรับปรุงแก้ไข

- ร่างพระราชบัญญัติสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ ..) พ.ศ. ....

  สถานะ
- อยู่ระหว่างการดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

Laws under Amendment Process

- Draft The Thai National Shippers' Council Act, (No..) B.E. ....

  Status:
- This Act is currently under amendment process

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 1 ฉบับ

- พระราชบัญญัติคุ้มครองการดำเนินงานขององค์การการค้าโลก พ.ศ. 2537

Department of Trade Negotiations, 1 Items

- The Act on the Protection of the Operation of the World Trade Organization, B.E. 2537 (1994)

รายพระนามและนามเสนาบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวง และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

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

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
-	พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระจันทบุรีนฤนาถ	เสนาบดี	คนที่ 1 : ครั้งที่ 1	20 ส.ค. 2463	พ.ศ. 2469
-	พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน	เสนาบดี	คนที่ 2 : ครั้งที่ 1	1 เม.ย. 2469	พ.ศ. 2475
2	พระยาวงษานุประพัทธ (หม่อมราชวงศ์สท้าน สนิทวงศ์)	รมว.	คนที่ 3 : ครั้งที่ 1	29 มิ.ย. 2475	1 เม.ย. 2476
3	พระยาวงษานุประพัทธ (หม่อมราชวงศ์สท้าน สนิทวงศ์)	รมว.	คนที่ 3 : ครั้งที่ 2	1 เม.ย. 2476	20 มิ.ย. 2476
4	พระยาโกมารกุลมนตรี (ชื่น โกมารกุล ณ นคร)	รมว.	คนที่ 4 : ครั้งที่ 1	24 มิ.ย. 2476	16 ธ.ค. 2476
5	พระยาโกมารกุลมนตรี (ชื่น โกมารกุล ณ นคร)	รมว.	คนที่ 4 : ครั้งที่ 2	16 ธ.ค. 2476	29 มี.ค. 2477
	พระสารสาสน์พลขันธ์ (ลอง สารสาส)	รมว.	คนที่ 5 : ครั้งที่ 1	29 มี.ค. 2477	22 ก.ย. 2477
6	พลเรือตรี พระยาศรยุทธเสนี (กระแส ประวาหะนาวิน)	รมว.	คนที่ 6 : ครั้งที่ 1	22 ก.ย. 2477	12 ก.พ. 2478
	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 1	12 ก.พ. 2478	28 ก.ค. 2480
	พันเอกหลวงชำนาญยุทธศิลป์ (เชย รมยะนันทน์)	รมช.		18 ธ.ค. 2479	28 ก.ค. 2480
7	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 2	10 ส.ค. 2480	10 ธ.ค. 2480
	พันเอกหลวงชำนาญยุทธศิลป์ (เชย รมยะนันทน์)	รมช.		10 ส.ค. 2480	10 ธ.ค. 2480
8	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 3	21 ธ.ค. 2480	16 ธ.ค. 2481
	พันเอกหลวงชำนาญยุทธศิลป์ (เชย รมยะนันทน์)	รมช.		21 ธ.ค. 2480	16 ธ.ค. 2481
9	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 4	21 ธ.ค. 2481	16 ก.พ. 2485
	พลตรีจรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมช.		6 ก.ย. 2482	26 ก.ย. 2484
	พันเอกพระบริภัณฑ์ยุทธกิจ (เภา เพียรเลิศ)	รมว.	คนที่ 7 : ครั้งที่ 5	19 ส.ค. 2484	16 ก.พ. 2485
	พลตรีจรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมช.		19 ส.ค. 2484	26 ก.ย. 2484
	หลวงชำนาญนิติเกษตร (อุทัย แสงมณี)	รมช.		26 ก.ย. 2484	1 ก.พ. 2485
	พลเรือโท สินธุ์ กมลนาวิน	รมว.	คนที่ 8 : ครั้งที่ 1	16 ก.พ. 2485	6 มี.ค. 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		4 ก.พ. 2485	6 มี.ค. 2485
10	พลตรีจรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมว.	คนที่ 9 : ครั้งที่ 1	10 มี.ค. 2485	20 มี.ค. 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		10 มี.ค. 2485	20 มี.ค. 2485
	พลตรีจรูญ รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์	รมว.	คนที่ 9 : ครั้งที่ 2	20 มี.ค. 2485	8 ก.ย. 2485
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		20 มี.ค. 2485	8 ก.ย. 2485
	พันตรีควง อภัยวงศ์	รมว.	คนที่ 10 : ครั้งที่ 1	8 ก.ย. 2485	17 ก.พ. 2486
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมช.		20 มี.ค. 2485	3 มี.ค. 2486
	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	รมว.	คนที่ 11 : ครั้งที่ 1	3 มี.ค. 2486	24 ก.ค. 2487
	นายกอ มไหสวรรย์ สมบัติศิริ	รมช.		20 ต.ค. 2486	24 ก.ค. 2487

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

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

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

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

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

ครม. คณะที่	รายพระนามและรายนาม	ตำแหน่ง	ลำดับรมว./ครั้งที่	ดำรงตำแหน่ง วันที่	พ้นตำแหน่ง วันที่
	นายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ	รมช.		27 ต.ค. 2555	-
	นายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล	รมว.	คนที่ 60 : ครั้งที่ 1	30 มิ.ย. 2556	22 พ.ค. 2557
	นายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ	รมช.		27 ต.ค. 2555	22 พ.ค. 2557
	นายยรรยง พวงราช	รมช.		30 มิ.ย. 2556	22 พ.ค. 2557
61	พลเอก ฉัตรชัย สาริกัลยะ	รมว.	คนที่ 61 : ครั้งที่ 1	30 ส.ค. 2557	19 ส.ค. 2558
	นางอภิรดี ตันตราภรณ์	รมช.		30 ส.ค. 2557	19 ส.ค. 2558
	นางอภิรดี ตันตราภรณ์	รมว.	คนที่ 62 : ครั้งที่ 1	19 ส.ค. 2558	23 พ.ย. 2560
	นายสุวิทย์ เมษินทรีย์	รมช.		19 ส.ค. 2558	15 ธ.ค. 2559
	นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์	รมช.		15 ธ.ค. 2559	23 พ.ย. 2560
	นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์	รมว.	คนที่ 63 : ครั้งที่ 1	23 พ.ย. 2560	30 ม.ค. 2562
	นางสาวชุติมา บุณยประภัศร	รมช.		23 พ.ย. 2560	10 ก.ค. 2562
62	นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์	รมว.	คนที่ 64 : ครั้งที่ 1	10 ก.ค. 2562	-
	นายวีรศักดิ์ หวังศุภกิจโกศล	รมช.		10 ก.ค. 2562	22 มี.ค. 2564
	นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์	รมว.	คนที่ 64 : ครั้งที่ 2	10 ก.ค. 2562	1 ก.ย. 2566
	นายสินิตย์ เลิศไกร	รมช.		22 มี.ค. 2564	1 ก.ย. 2566
63	นายภูมิธรรม เวชยชัย	รมว.	คนที่ 65 : ครั้งที่ 1	1 ก.ย. 2566	-
	นายนภินทร ศรีสรรพางค์	รมช.		1 ก.ย. 2566	-
	นายภูมิธรรม เวชยชัย	รมว.	คนที่ 65 : ครั้งที่ 2	1 ก.ย. 2566	14 ส.ค. 2567
	นายนภินทร ศรีสรรพางค์	รมช.		1 ก.ย. 2566	14 ส.ค. 2567
	นายสุชาติ ชมกลิ่น	รมช.		27 เม.ย. 2567	14 ส.ค. 2567
64	นายพิชัย นริพทะพันธุ์	รมว.	คนที่ 66 : ครั้งที่ 1	3 ก.ย. 2567	30 มิ.ย. 2568
	นายนภินทร ศรีสรรพางค์	รมช.		3 ก.ย. 2567	19 มิ.ย. 2568
	นายสุชาติ ชมกลิ่น	รมช.		3 ก.ย. 2567	
	นายจตุพร บุรุษพัฒน์	รมว.	คนที่ 67 : ครั้งที่ 1	30 มิ.ย. 2568	
	นายสุชาติ ชมกลิ่น	รมช.		3 ก.ย. 2567	
	นายฉันทวิชญ์ ตัณฑสิทธิ์	รมช.		30 มิ.ย. 2563	

รายพระนามและนามปลัดกระทรวงพาณิชย์

Name list of the Permanent Secretaries

ลำดับที่	รายพระนามและรายนาม	ดำรงตำแหน่งเมื่อ
1	พระยามโนปกรณ์นิติธาดา (ก้อน หุตะสิงห์)	1 ตุลาคม 2465
2	หม่อมเจ้าฉลาดลบเลอสรรค์ กมลาสน์	1 เมษายน 2469
3	พระยาพิพิธสัมบัติ (ตาบ กุวานนท์)	1 กันยายน 2469
4	หม่อมเจ้าสกลวรรณากร วรวรรณ	1 กรกฎาคม 2475
5	หม่อมเจ้าวิมวาทิตย์ รพีพัฒน์	1 กุมภาพันธ์ 2476
6	พลเรือตรี พระยาศรยุทธเสนี (กระแส ประวาหะนาวิน)	1 มีนาคม 2478
7	หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์	1 กุมภาพันธ์ 2485
8	พันตรี เสวก นิรันดร (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) หม่อมหลวงเดช สนิทวงศ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 มิถุนายน 2485 1 สิงหาคม 2485
9	นาวาโท ฉา โพธิทัต (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) นาวาโท ฉา โพธิทัต	1 ธันวาคม 2485 1 มิถุนายน 2486
10	นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 กรกฎาคม 2489
11	พระนรราชจำนง (สิงห์ ไรวา) (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) พระนรราชจำนง (สิงห์ ไรวา) นายเกษม ศรีพยัคฆ์ (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 ตุลาคม 2489 1 พฤศจิกายน 2489 1 มกราคม 2490 1 พฤษภาคม 2494
12	หลวงศรีปรีชาธรรมปาฐก (ศิริ สิตปรีชา) (ผู้รักษาการในตำแหน่ง)	1 มิถุนายน 2494
13	พันเอก ณรงค์ สาลีรัฐวิภาค (ผู้รักษาการในตำแหน่ง) พันเอก ณรงค์ สาลีรัฐวิภาค นายเกษม ศรีพยัคฆ์	1 ธันวาคม 2494 1 เมษายน 2495 1 เมษายน 2497
14	หลวงถวิลเศรษฐพณิชยการ (ถวิล คุปตารักษ์)	1 กรกฎาคม 2498
15	พลโท อัมพร จินตกานนท์	1 มกราคม 2504
16	นายประยูร กาญจนดุล	1 ตุลาคม 2512
17	นายวิจารณ์ นิวาตวงศ์	1 ตุลาคม 2515
18	นายพชร อิศรเสนา ณ อยุธยา	1 ตุลาคม 2529

ลำดับที่	รายพระนามและรายนาม	ดำรงตำแหน่งเมื่อ
19	นายจเร จุฑารัตนกุล	1 ตุลาคม 2537
20	นายสมพล เกียรติไพบูลย์	27 ตุลาคม 2538
21	นายเกริกไกร จีระแพทย์	1 ตุลาคม 2543
22	นายการุณ กิตติสถาพร	7 พฤศจิกายน 2544
23	นายศิริพล ยอดเมืองเจริญ	1 ตุลาคม 2550
24	นายยรรยง พวงราช	1 ตุลาคม 2552
25	นางวัชรี วิมุกตายน	1 ตุลาคม 2555
26	นางศรีรัตน์ รัษฐปานะ	1 ตุลาคม 2556
27	นางสาวชุติมา บุณยประภัศร	27 มิถุนายน 2557
28	นางสาววิบูลย์ลักษณ์ ร่วมรักษ์	1 ตุลาคม 2559
29	นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค	1 ตุลาคม 2560
30	นายบุณยฤทธิ์ กัลยาณมิตร	1 ตุลาคม 2561
31	นายกีรติ รัชโน	1 ตุลาคม 2565
32	นายวุฒิไกร ลีวีระพันธุ์	4 มิถุนายน 2567- ปัจจุบัน

งบแสดงฐานะการเงินรวม
ณ วันที่ 30 กันยายน 2567

(หน่วย : บาท)

สินทรัพย์	2567	2566
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	6,860,630,075.99	7,121,008,133.70
เงินจ่ายให้หน่วยงานในต่างประเทศ	566,641,972.43	462,095,043.99
ลูกหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น	3,149,918.00	2,033,382.30
ลูกหนี้อื่นระยะสั้น	162,344,946.64	185,861,155.47
วัสดุคงเหลือ	13,447,520.54	13,219,856.58
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	6,228,887.31	3,616,934.45
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**7,612,443,320.91**	**7,787,834,506.49**
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ลูกหนี้ระยะยาว	3,355,166,462.81	3,388,692,914.84
ลูกหนี้อื่นระยะยาว	98,259,436.79	98,266,436.79
เงินลงทุนระยะยาว	1,325,725.00	1,325,725.00
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	3,456,139,939.51	3,631,621,611.62
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	482,671,369.92	551,842,595.31
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	6,739,939.05	6,739,939.05
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**7,400,302,873.08**	**7,678,489,222.61**
รวมสินทรัพย์	**15,012,746,193.99**	**15,466,323,729.10**

หนี้สิน		
หนี้สินหมุนเวียน		
เจ้าหนี้การค้า	155,297,887.58	207,391,400.68
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะสั้น	20,100,628.87	16,414,878.90
เจ้าหนี้อื่นระยะสั้น	168,893,660.44	117,589,684.23
เงินรับฝากระยะสั้น	116,650,981.79	185,362,598.07
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	3,601,410.58	4,551,783.93
ประมาณการหนี้ระยะสั้น	1,882,952.06	36,061,232.87
รวมหนี้สินหมุนเวียน	**466,427,521.32**	**567,371,578.68**
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
เจ้าหนี้การค้าระยะยาว	3,325,692,747.20	3,325,692,747.20
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว	1,070,452.42	2,821,434.26
เจ้าหนี้อื่นระยะยาว	571,134,274.86	572,625,461.34
เงินทดรองราชการรับจากคลังระยะยาว	19,000,000.00	19,000,000.00
เงินรับฝากระยะยาว	323,157,441.88	315,260,465.89
เงินค่าขายข้าวรับล่วงหน้า	2,514,848,202.82	2,514,848,202.82
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	4,178,457.20	4,185,457.20
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	**6,759,081,576.38**	**6,754,433,768.71**
รวมหนี้สิน	**7,225,509,097.70**	**7,321,805,347.39**

สินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน		
ทุน	61,508,366,670.52	61,508,366,670.52
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม	(53,721,129,574.23)	(53,363,848,288.81)
รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**7,787,237,096.29**	**8,144,518,381.71**
รวมหนี้สินและสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน	**15,012,746,193.99**	**15,466,323,729.10**

Financial statement

As of September 30, 2024

(Unit : Baht)

Assets	2024	2023
Current Assets		
Cash and cash equivalents	6,860,630,075.99	7,121,008,133.70
Advance payments to foreign subordinate entities	566,641,972.43	462,095,043.99
Short-term receivables from Other government agencies	3,149,918.00	2,033,382.30
Short-term other receivables	162,344,946.64	185,861,155.47
Inventories	13,447,520.54	13,219,856.58
Other current assets	6,228,887.31	3,616,934.45
Total Current Assets	**7,612,443,320.91**	**7,787,834,506.49**
Non-Current Assets		
Long-term accounts receivables	3,355,166,462.81	3,388,692,914.84
Long-term other receivables	98,259,436.79	98,266,436.79
Long-term investment	1,325,725.00	1,325,725.00
Property, plant and equipment	3,456,139,939.51	3,631,621,611.62
Intangible assets	482,671,369.92	551,842,595.31
Other non-current assets	6,739,939.05	6,739,939.05
Total non-current assets	**7,400,302,873.08**	**7,678,489,222.61**
Total assets	15,012,746,193.99	15,466,323,729.10
Liabilities		
Current Liabilities		
Accounts payable	155,297,887.58	207,391,400.68
Short-term payables to other government agencies	20,100,628.87	16,414,878.90
Short-term other payable	168,893,660.44	117,589,684.23
Short-term deposit payable	116,650,981.79	185,362,598.07
Other current liabilities	3,601,410.58	4,551,783.93
Short-term provisions	1,882,952.06	36,061,232.87
Total Current Liabilities	**466,427,521.32**	**567,371,578.68**
Non-Current Liabilities		
Long-term payable	3,325,692,747.20	3,325,692,747.20
Long-term payable to other government agencies	1,070,452.42	2,821,434.26
Long-term other accounts payable	571,134,274.86	572,625,461.34
Long-term government advance from the treasury	19,000,000.00	19,000,000.00
Long-term deposit payable	323,157,441.88	315,260,465.89
Unearned revenue for rice sales	2,514,848,202.82	2,514,848,202.82
Other non-current liabilities	4,178,457.20	4,185,457.20
Total Non-Current Liabilities	**6,759,081,576.38**	**6,754,433,768.71**
Total Liabilities	7,225,509,097.70	7,321,805,347.39
Net Assets/Equity		
Capital	61,508,366,670.52	61,508,366,670.52
Revenues higher/(lower) than accumulated expenses	(53,721,129,574.23)	(53,363,848,288.81)
Total Net Assets/Equity	**7,787,237,096.29**	**8,144,518,381.71**
Total Liabilities and Net Assets/Equity	15,012,746,193.99	15,466,323,729.10

งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567

(หน่วย : บาท)

รายได้	2567	2566
รายได้จากงบประมาณ	9,137,436,828.34	9,543,351,799.89
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	31,239,050.15	30,313,576.31
รายได้จากการอุดหนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	1,435,467,795.31	1,090,892,506.83
รายได้เงินเหลือจ่ายจากโครงการส่งคืน	558,729,358.32	712,769,951.47
รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร	332,621.32	123,574.76
รายได้ดอกเบี้ยรับจากโครงการ	14,808,158.70	15,124,938.30
รายได้จากการช่วยเหลือเพื่อการดำเนินงานจากต่างประเทศ	-	86,765.13
รายได้เงินรับโอนจากกองทุนรวมฯ	2,344,015,909.76	1,159,858,000.00
รายได้จากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	41,952,986.67	8,781,616.80
รายได้จากเงินนอกงบประมาณ	80,132,558.30	158,441,207.35
รายได้เบี้ยปรับค่าข้าว	-	307,765,621.94
รายได้อื่น	23,713,749.14	26,096,315.34
รวมรายได้	**13,667,829,016.01**	**13,053,605,874.12**
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	2,964,076,198.37	2,758,964,966.22
ค่าบำเหน็จบำนาญ	1,384,085,620.21	1,304,981,501.49
ค่าตอบแทน	124,072,922.12	182,863,969.30
ค่าใช้สอย	3,095,529,038.91	3,503,541,939.02
ค่าวัสดุ	98,526,771.58	107,300,031.42
ค่าสาธารณูปโภค	174,567,899.12	171,280,931.14
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	653,238,064.16	600,940,259.75
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	843,471,661.25	345,819,796.89
ค่าใช้จ่ายโครงการ	3,517,848,681.63	2,437,296,340.44
ค่าใช้จ่ายในการบริหารกองทุน	3,326,510.00	3,234,585.00
ค่าใช้จ่ายจากการอุดหนุนอื่นและบริจาค	744,041,661.68	883,868,157.65
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-	365,126,348.47
หนี้สงสัยจะสูญ	(12,059,070.38)	397,433,609.58
ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายตามมติคณะกรรมการ	3,018,067.02	14,964,682.60
ค่าใช้จ่ายชดใช้ค่าเสียหายจากการแพ้คดี	1,882,952.06	52,644,054.99
ค่าใช้จ่ายอื่น	16,176,866.71	26,594,383.24
รวมค่าใช้จ่าย	**13,611,803,844.44**	**13,156,855,557.20**
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ	**56,025,171.57**	**(103,249,683.08)**

Financial statement (Continued)

As of September 30, 2024

(Unit : Baht)

Revenues	2024	2023
Budget revenues	9,137,436,828.34	9,543,351,799.89
Revenues from supplies of goods and services	31,239,050.15	30,313,576.31
Revenues from government subsidies	1,435,467,795.31	1,090,892,506.83
Surplus funds from the reimbursement project	558,729,358.32	712,769,951.47
Bank deposit interest income	332,621.32	123,574.76
Interest income from the project	14,808,158.70	15,124,938.30
Revenues from foreign operation assistant	-	86,765.13
Revenues from funds transferred from mutual funds	2,344,015,909.76	1,159,858,000.00
Revenues from other subsidies and donations	41,952,986.67	8,781,616.80
Non-Budget revenues	80,132,558.30	158,441,207.35
Penalty income from rice	-	307,765,621.94
Other Revenues	23,713,749.14	26,096,315.34
Total Revenues	13,667,829,016.01	13,053,605,874.12

Expenses		
Personnel expenses	2,964,076,198.37	2,758,964,966.22
Gratuities and pensions	1,384,085,620.21	1,304,981,501.49
Remuneration	124,072,922.12	182,863,969.30
Overheads	3,095,529,038.91	3,503,541,939.02
Office supplies	98,526,771.58	107,300,031.42
Utilities expenses	174,567,899.12	171,280,931.14
Depreciation and amortisation	653,238,064.16	600,940,259.75
Expenditure from subsidies from government agencies	843,471,661.25	345,819,796.89
Project cost	3,517,848,681.63	2,437,296,340.44
Fund management expenses	3,326,510.00	3,234,585.00
Subsidized and donated expenses	744,041,661.68	883,868,157.65
Gains and Losses on Exchange Rate	-	365,126,348.47
Doubtful accounts	(12,059,070.38)	397,433,609.58
Expenses deducted according to the resolution of the committee	3,018,067.02	14,964,682.60
Compensation for damages resulting from losing the lawsuit	1,882,952.06	52,644,054.99
Other expenses	16,176,866.71	26,594,383.24
Total Expenses	13,611,803,844.44	13,156,855,557.20
Revenues higher/(lower) than net expenses	56,025,171.57	(103,249,683.08)

ประมวลภาพกิจกรรม กระทรวงพาณิชย์
Gallery Activities of the Ministry of Commerce

ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
Well-Wishing Ceremony on the Occasion of His Majesty King Maha Vajiralongkorn Phra Vajiraklaochaoyuhua Rama X's Birthday













ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสุทิดา พัชรสุธาพิมลลักษณ พระบรมราชินี
Well-Wishing Ceremony on the Occasion of Her Majesty Queen Suthida Bajrasudhabimalalakshana's Birthday















วันกิติยากร
Kitiyakara Day













พิธีถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน ปี 2567 ณ วัดเขมาภิรตาราม จังหวัดนนทบุรี
Royal Kathina offering Ceremony B.E. 2567 (2024) at Wat Khema Phirataram, Nonthaburi Province













จิตอาสา
Royal Thai Volunteers



















กระทรวงพาณิชย์

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

Ministry of Commerce

563 Nonthaburi Rd., Amphur Muang,
Nonthaburi 11000
Tel. +66 2507 7000, +66 2507 8000
Fax. +66 2547 5209-10
E-mail : webmaster@moc.go.th
Hotline : 1203

www.moc.go.th