

กรมทรัพย์สินทางปัญญา ดัน 6 GI ไทย เปิดตลาดสิงคโปร์ จัดงาน APAC Food & Beverage Expo พร้อมเปิดเวทีจับคู่ธุรกิจ มุ่งเชื่อมการค้า-ท่องเที่ยว ต่อยอดสินค้าอัตลักษณ์ สร้างรายได้สู่ชุมชน

เมื่อวันที่ 21-24 สิงหาคม 2569 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ พาผู้ประกอบการสินค้า GI ไทยด้านอาหารบุกตลาดสิงคโปร์ ในงาน “APAC Food & Beverage Expo 2026” พร้อมจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจกับผู้ซื้อ-ผู้นำเข้าในสิงคโปร์ มุ่งเปิดโอกาสให้สินค้า GI คุณภาพของไทยเข้าถึงผู้บริโภคและคู่ค้าที่มีศักยภาพ เปิดช่องทางการค้าใหม่ และขยายตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยใช้จุดแข็งด้านคุณภาพ อัตลักษณ์ และเรื่องราวของสินค้า GI มาเป็นจุดขาย เพื่อสร้างการรับรู้และต่อยอดสร้างมูลค่าในมิติต่างๆ

นางอรมน ทรัพย์ทวีธรรม อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญาเปิดเผยว่า การส่งเสริมสินค้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ โดยรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นางศุภจี สุธรรมพันธุ์) ได้ประกาศยุทธศาสตร์สำคัญในการขับเคลื่อนการค้า การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจชุมชน ในมิติการค้าและบริการ โดยมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มขยายตลาด และเชื่อมโยงโอกาสทางเศรษฐกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งสินค้า GI ถือเป็นทุนอัตลักษณ์ของชุมชนแต่ละพื้นที่ที่ตอบโจทย์แนวทางดังกล่าว สามารถนำไปต่อยอดได้ทั้งในตลาดการค้าและการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชน

นางอรมน กล่าวว่า ประเทศสิงคโปร์ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพด้านสินค้าอาหารและเกษตรคุณภาพ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน และแหล่งที่มาของสินค้า ขณะเดียวกันยังเป็นตลาดที่มีความคุ้นเคยกับอาหารและวัตถุดิบของไทย กรมฯ จึงมองเห็นโอกาสในการนำสินค้า GI ไทย ซึ่งมีจุดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตามพื้นที่แหล่งกำเนิด ไปสร้างการรับรู้และขยายช่องทางการจำหน่ายในตลาดสิงคโปร์ โดยสินค้า GI ไม่ได้สะท้อนเพียงคุณภาพหรือคุณลักษณะของสินค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถบอกเล่าเรื่องราวของแหล่งกำเนิด ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่เบื้องหลังสินค้า การนำสินค้า GI ออกสู่ตลาดต่างประเทศจึงเป็นอีกกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้า และยังเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งสามารถต่อยอดความสนใจจากตัวสินค้าไปสู่แหล่งผลิตและประสบการณ์ของชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

ในโอกาสนี้ กรมฯ ได้คัดสรรสินค้า GI ไทย 6 รายการที่มีศักยภาพ และมีจุดเด่นด้านคุณภาพและอัตลักษณ์ เข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าในงาน APAC Food & Beverage Expo 2026 ระหว่างวันที่ 21-23 สิงหาคม 2569 ณ Singapore EXPO เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและนำเสนอสินค้า GI แก่กลุ่มผู้บริโภคชาวสิงคโปร์และนักท่องเที่ยวต่างชาติ งานดังกล่าวเป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่มีผู้ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่ม สินค้าเกษตร สินค้าแปรรูป ขนมและของว่าง ตลอดจน

สินค้าสุขภาพและสินค้าออร์แกนิก เข้าร่วมกว่า 200 ราย โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ GI ได้พบปะและนำเสนอสินค้ากับผู้บริโภคโดยตรง ทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการสินค้า GI ไทยกับผู้นำเข้า ผู้ซื้อ และภาคธุรกิจในสิงคโปร์ เพื่อผลักดันสินค้า GI ของไทยเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์ในรูปแบบ B2B และ B2C ได้มากขึ้น

ทั้งนี้ สินค้า GI ไทยทั้ง 6 รายการที่เข้าร่วมงาน APAC Food & Beverage Expo 2026 ประกอบด้วย 1) ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง เป็นข้าวพื้นเมืองเมล็ดเรียวยาวสีแดง เมื่อหุงสุกจะนุ่มและเหนียว มีคุณค่าทางโภชนาการสูง 2) ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง (นครศรีธรรมราช) โดดเด่นด้วยเนื้อส้มโอสีแดงอมชมพู รสชาติหวานหอม 3) เกล็ดภูเขาบ่อเกลือปาน เครื่องปรุงรสจากภูมิปัญญาการผลิตเกลือจากแหล่งน้ำใต้ดินในพื้นที่ 4) ไชโป้วโพธาราม (ราชบุรี) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผักกาดหัวหรือหัวไชเท้าส่วนรากที่สะท้อนภูมิปัญญาการถนอมอาหารของชุมชน มีทั้งรสชาติเค็มและหวาน เนื้อกรอบ 5) มะพร้าวน้ำหอมบ้านแพ้ว (สมุทรสาคร) มีเอกลักษณ์ที่รสชาติความหอมหวานของน้ำมะพร้าวและเนื้อมะพร้าวที่นุ่มเหนียว และ 6) ทุเรียนป่าละอู (ประจวบคีรีขันธ์) โดดเด่นด้วยเนื้อสีเหลืองอ่อน เนื้อแห้งละเอียด รสหวานมัน และกลิ่นไม่แรง โดยจุดเด่นของสินค้าแต่ละรายการสะท้อนความแตกต่างที่เชื่อมโยงกับปัจจัยทางภูมิศาสตร์ของแหล่งกำเนิด และสามารถนำเรื่องราวดังกล่าวมาสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการจดจำสินค้า GI ไทยในตลาดต่างประเทศได้

อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กล่าวเพิ่มเติมว่า สินค้า GI ในงาน APAC Food & Beverage Expo ครั้งนี้ ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานเป็นอย่างมาก โดยมีผู้แวะเวียนเข้ามาทำความรู้จักและเลือกซื้อสินค้า GI อย่างคึกคักตลอด 3 วันของการจัดงาน มียอดจำหน่ายสินค้า GI ทั้ง 6 รายการรวมกว่า 5 ล้านบาท โดยสินค้าได้รับความนิยมสูงสุดคือ ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง และไชโป้วโพธาราม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ GI ไทยยังได้รับฟังข้อคิดเห็นและเห็นการตอบรับของตลาดต่อสินค้าแต่ละประเภท รวมถึงได้เรียนรู้ว่าผู้บริโภคในสิงคโปร์ และประเทศใกล้เคียงให้ความสนใจกับสินค้าในลักษณะใด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์การค้า และต่อยอดขยายตลาดในเชิงพาณิชย์ต่อไป

จากนั้น เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2569 กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้นำผู้ประกอบการสินค้า GI ไทย ทั้ง 6 รายการ เข้าร่วมกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) กับผู้นำเข้า ผู้ซื้อ และผู้ประกอบการธุรกิจ ในสิงคโปร์ 15 ราย ณ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กรุงสิงคโปร์ โดยมีนางวรพรณี ดำรงมณี เอกอัครราชทูต ณ สิงคโปร์ ให้การต้อนรับ พร้อมเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการไทยได้นำเสนอข้อมูลสินค้า GI จุดเด่น และศักยภาพทางธุรกิจกับผู้เจรจาโดยตรง ตลอดจนแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของตลาดมาตรฐานและเงื่อนไขการนำเข้า รูปแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ระดับราคา และช่องทางการจำหน่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบแนวทางและเงื่อนไขในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์ โดยกิจกรรมดังกล่าวคาดว่าจะสามารถสร้างมูลค่าการจับคู่ธุรกิจในเบื้องต้นไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท นับเป็นโอกาสสำคัญในการผลักดันสินค้า GI ไทยเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์อย่างเป็นรูปธรรม

นางอรมน กล่าวทิ้งท้ายว่า การดำเนินกิจกรรมครั้งนี้ถือเป็นการเชื่อมโยงผู้ประกอบการ GI กับตลาดปลายทางได้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การนำเสนอสินค้า การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ตลอดจนการพบปะคู่ค้าและเจรจาธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการได้ทั้งประสบการณ์จากตลาดจริงและข้อมูลจากผู้ซื้อและผู้นำเข้า เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและวางแผนการขยายตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันอัตลักษณ์และเรื่องราวของสินค้า GI ไทย จะเป็นสะพานเชื่อมโยงผู้บริโภคสู่ชุมชน โดยสามารถต่อยอดจากความสนใจในตัวสินค้าไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เช่น การเดินทางไปสัมผัสประสบการณ์ในพื้นที่แหล่งผลิต เรียนรู้ภูมิปัญญา และสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน อันสอดคล้องกับแนวคิด Visitor Economy ที่มุ่งสร้างมูลค่าจากประสบการณ์และการใช้จ่ายของผู้มาเยือน และเชื่อมโยงรายได้ไปยังสินค้าและบริการของชุมชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะเดินหน้าส่งเสริมการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จาก GI ควบคู่กับการคุ้มครองสิทธิทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร อาหาร และผลิตภัณฑ์ชุมชนยกระดับรายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการท้องถิ่น พร้อมสนับสนุนการต่อยอดอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ทั้งในมิติการค้า การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจชุมชน อันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในระยะยาว