

# THAILAND AS A REGIONAL BUSINESS SERVICES HUB

พลิกโฉมไทยสู่ศูนย์กลางธุรกิจบริการและมันสมองแห่งอาเซียน



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

ในวันที่ห่วงโซ่อุปทานโลกถูกเขย่าใหม่ด้วยพายุภูมิรัฐศาสตร์ คำถามสำคัญคืออีก 10 ปีข้างหน้าไทยจะยืนอยู่ตรงไหนบนเวทีโลก? เราจะยังเป็นเพียง "ฐานการผลิต" แบบเดิม หรือจะก้าวสู่บทบาทใหม่ที่สร้างมูลค่าสูงกว่าในเศรษฐกิจสมัยใหม่? โลกที่ซับซ้อนไม่ได้วัดกันที่ต้นทุนต่ำ มาเจาะลึกยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านจาก "กลางน้ำ" สู่การยึดครองพื้นที่ "ต้นน้ำ" และ "ปลายน้ำ" พร้อมวิเคราะห์โอกาสของไทยในการเป็น Regional Business Services Hub ที่จะดึงดูดทั้งทุนและทักษะแห่งอนาคตเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ก้าวพ้นขีดจำกัดเดิมอย่างยั่งยืน

นอกจากภาพใหญ่ระดับมหภาค วารสารฉบับนี้ยังพาไปเจาะลึกฟันเฟืองสำคัญในภาคปฏิบัติ เริ่มจากการไขความลับ "จิ๊กซอว์เสริมแกร่งเกษตรไทยด้วย AI" ที่จะเปลี่ยนวิถีเดิมสู่โอกาสในตลาดมูลค่าสูง ก่อนจะไปถอดบทเรียนสำคัญจาก "ปาล์มน้ำมัน" ที่ชี้ให้เห็นว่าหัวใจของการแข่งขันไม่ใช่แค่ปริมาณผลิต แต่คือชิ้นเชิงการจัดการเวลาและระบบที่เป็นใจที่ใหญ่ของไทยในวันนี้ รวมทั้งอัปเดตข้อมูลเศรษฐกิจการค้า ดัชนีเศรษฐกิจการค้า การค้าระหว่างประเทศของไทย และ Trade Alert

ท่ามกลางวิกฤตที่เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นก้าวต่อไปของภาคอุตสาหกรรม หรือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีระดับฐานราก ไทยต้องเตรียมความพร้อมเพื่อร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต ร่วมกันสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL REPORT

Thailand as a Regional Business Services Hub: พลิกโฉมไทยสู่ศูนย์กลางธุรกิจและบริการและมั่นคงแห่งอาเซียน

06 ALL-ROUND

จิ๊กซอว์เสริมแกร่งเกษตรไทยด้วย AI สร้างโอกาสเจาะตลาดมูลค่าสูง

08 MARKET MOSAIC

ไม่ใช่ผลผลิตล้นตลาด แต่คือการจัดการเวลาและการบริหารระบบ: บทเรียนจากปาล์มน้ำมันภาคใต้ กับโจทย์ใหม่ของความสามารถในการแข่งขันของไทย

10 ECONOMIC INDICATORS

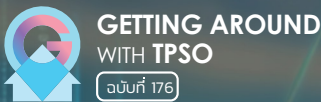
ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนกุมภาพันธ์ 2569

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนกุมภาพันธ์ 2569

12 TRADE ALERT

เดือนมีนาคม 2569



# สนค. บุคลากรกลาง! สำรองศักยภาพ "ข้าวมูลค่าสูง" รับมือการแข่งขันตลาดข้าวโลก

นายบัณฑิตพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) นำทีม สนค. พร้อมคณะที่ปรึกษา ลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงลึก ณ จังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี และพระนครศรีอยุธยา ภายใต้โครงการศึกษาการยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว สู่สินค้าเกษตรมูลค่าสูง เพื่อรวบรวมข้อมูลข้อจำกัดและโอกาสในการพัฒนาข้าวไทยสู่ตลาดโลก ระหว่างวันที่ 25-27 กุมภาพันธ์ 2569 ที่ผ่านมา โดยพื้นที่ดังกล่าวเป็นแหล่งผลิตข้าวสำคัญของประเทศที่มีศักยภาพสูงในการทำข้าวมูลค่าสูง กลุ่มข้าวรักษ์โลก อาทิ ข้าวนาเปียกสลับแห้ง ข้าวปลอดภัย เป็นต้น



การลงพื้นที่ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และกลุ่มเกษตรกร เบื้องต้นมีข้อเสนอแนะสำคัญในการขับเคลื่อนข้าวมูลค่าสูง เช่น (1) ปรับจุดขายจาก "Low Carbon" เป็น "Regenerative Rice" (2) กลยุทธ์ "ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม" โดยภาครัฐและเอกชนทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยง เชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้รับซื้อที่มีสัญญาซื้อขายล่วงหน้าอย่างชัดเจน (3) การจัดโซนนิ่งและการผลิตให้ตรงกับศักยภาพพื้นที่ พื้นที่ให้ผลผลิตสูง เน้นการลดต้นทุนใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรเสริมการผลิต (4) การแก้ปัญหาโครงสร้างราคาและต้นทุน โดยลดต้นทุนที่ต้นน้ำ และ (5) การกำหนดกรอบระยะเวลาชำระเงิน (Credit Term) ระหว่างภาคธุรกิจ หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนให้สั้นลง พร้อมสนับสนุนแหล่งเงินทุน

ทั้งนี้ สนค. มีแผนจะศึกษาประเทศต้นแบบด้านการผลิตและการค้าข้าวมูลค่าสูง รวมทั้งรวบรวมข้อมูลจากทุกภาคส่วนเพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับรายได้เกษตรกร และขยายโอกาสทางการค้าสินค้าข้าวมูลค่าสูง ให้เกษตรกรไทยเติบโตได้อย่างมั่นคงและพร้อมรับการแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

# Thailand as a Regional Business Services Hub

SPECIAL REPORT



## แข่งขันด้วยการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เกมใหม่ของเศรษฐกิจโลก

ท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงของภูมิรัฐศาสตร์โลก ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานและการย้ายฐานการผลิต คำถามสำคัญคืออีก 10 ปีข้างหน้า ไทยจะมีบทบาทใดบนเวทีโลก เราจะเป็นเพียงฐานการผลิตและแหล่งท่องเที่ยว หรือก้าวสู่บทบาทใหม่ที่สร้างมูลค่าสูงกว่าในเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มูลค่าไม่ได้อยู่ที่การผลิตสินค้าราคาถูก การแข่งขันจึงไม่ใช่เรื่องต้นทุนต่ำที่สุด แต่คือความสามารถในการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างชาญฉลาด โดยไทยต้องขยับจาก "กลางน้ำ" ไปสู่กิจกรรมที่สร้างมูลค่าสูงกว่าคือ "ต้นน้ำ" (R&D, Design, Technology) และปลายน้ำ (Marketing, Brand management, After-sales Service) ทางออกคือการผลักดันไทยสู่ Regional Business Services Hub ซึ่งจะเป็นแนวทางที่ช่วยดึงดูดสำนักงานใหญ่และบริษัทข้ามชาติ และการจ้างงานทักษะสูงและยกระดับทักษะแรงงานไทยในระยะยาว พร้อมทั้งเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย

## บริการทางธุรกิจ กลไกต้นน้ำ - ปลายน้ำที่สร้างมูลค่าสูง

บริการทางธุรกิจเป็นกิจกรรมสำคัญในช่วงต้นน้ำและปลายน้ำของห่วงโซ่มูลค่า อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริการทางธุรกิจ (Business Services) ยังไม่ได้มีนิยามที่ชัดเจนและเป็นสากล<sup>1</sup> แต่โดยทั่วไปบริการทางธุรกิจ หมายถึง บริการที่องค์กรหนึ่งให้บริการเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของอีกองค์กรหนึ่ง ครอบคลุมบริการ อาทิ (1) บริการด้านเทคนิค (Technical Services) เช่น R&D (2) บริการด้านคอมพิวเตอร์ ไอที และข้อมูล (Computer, IT, Data Services) (3) บริการวิชาชีพอื่น ๆ (Professional Services)

<sup>1</sup>นิยามของสหภาพยุโรป (EU) "บริการทางธุรกิจ (Business Services)" หมายถึง กิจกรรมแบบ Business-to-Business (B2B) ที่องค์กรหนึ่งให้บริการแก่อีกองค์กรหนึ่ง เพื่อสนับสนุน เพิ่มประสิทธิภาพ และอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ โดยเป็นบริการที่จับต้องไม่ได้และอาศัยทักษะความเชี่ยวชาญเป็นหลัก ครอบคลุม (1) บริการด้านเทคนิค เช่น วิศวกรรมและการวิเคราะห์ทางเทคนิค (2) บริการด้านคอมพิวเตอร์ ไอที และข้อมูล เช่น การออกแบบและพัฒนาซอฟต์แวร์ ระบบเครือข่าย Cybersecurity และ Cloud และ (3) บริการวิชาชีพ เช่น บริการทางกฎหมาย บัญชี การให้คำปรึกษา และการจัดการ

<sup>2</sup>นิยามขององค์การสหประชาชาติ (UN) "บริการทางธุรกิจ (Business Services)" อาจครอบคลุม เช่น หมวด M (Professional, scientific and technical activities) และหมวด N (Administrative and support service activities) นอกจากนี้ อาจรวมถึง (1) บริการด้านการตลาดและการขาย (Marketing Services) เช่น เองเซ็นโซเซียลมีเดีย บริษัททำวิจัยตลาด บริการทำ Search Engine Optimization Marketing (SEO) และการตลาดออนไลน์ (2) บริการด้านทรัพยากรบุคคล (HR Services) เช่น บริษัทจัดหาพนักงาน (Recruitment Agency) บริการจัดฝึกอบรมพนักงาน หรือบริการจัดการเงินเดือน (Payroll) (3) บริการด้านการเงิน เช่น บริการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ และ (4) บริการด้านการจัดการอาคารสถานที่ (Facility Management) เช่น บริษัทรักษาความปลอดภัย บริษัทรับทำความสะอาด และบริการกำจัดแมลง เป็นต้น

# ถอดรหัสศูนย์กลาง บริการทางธุรกิจโลก

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในการเป็นศูนย์กลางบริการด้านเทคนิค (Technical Services) โดยเฉพาะด้านการลงทุนวิจัยและพัฒนา (R&D Hub) (บริการทางธุรกิจต้นน้ำ) โดยจากการจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลกปี 2568 พบว่า สหรัฐฯ อยู่ในอันดับที่ 3 จาก 139 ประเทศ โดยมีคะแนนปัจจัยด้านการใช้จ่าย R&D รวม (Gross Expenditure on R&D) เป็นอันดับ 4 ของโลก และอันดับ 1 ด้านบริษัทที่ลงทุน R&D ของโลก นอกจากนี้ สหรัฐฯ ยังเป็นที่ตั้งของคลัสเตอร์นวัตกรรม<sup>2</sup> มากที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก (จำนวน 22 คลัสเตอร์) ซึ่งมีจุดเด่นด้านการร่วมลงทุน (Venture Capital: VC) ในระดับสูง แสดงถึงการแปลงงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ได้อย่างรวดเร็ว มีระบบนิเวศที่เอื้อต่อการจัดตั้งสตาร์ทอัพ และมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ทำให้สหรัฐฯ เป็น R&D Hub ของโลก

ไอร์แลนด์มีบริการด้านคอมพิวเตอร์ ไอที และข้อมูล (Computer, IT, Data Services) (บริการทางธุรกิจต้นน้ำ) ที่โดดเด่น โดยถูกยกให้เป็น “European Cloud Base” โดยเฉพาะเมืองดับลิน ซึ่งเป็นฐาน Regional Head Quarter (HQ) และ Data Center ของ Big Tech หลายราย จากการจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลกปี 2568 พบว่า อันดับรวมของไอร์แลนด์อยู่ที่ 17 ของโลก เป็นอันดับ 1 ของโลกด้านการส่งออกบริการ ICT และรายรับจากทรัพย์สินทางปัญญา (IP payments) และอันดับ 3 ของโลกด้านการใช้จ่ายด้านซอฟต์แวร์ โดยปัจจัยความสำเร็จของไอร์แลนด์คือการมีนโยบายภาษีและการลงทุนที่มุ่งเป้า อาทิ ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax) ร้อยละ 12.5 (ต่ำเมื่อเทียบกับยุโรปส่วนใหญ่) นโยบายดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) สิทธิประโยชน์ด้าน R&D Tax Credit ทำให้บริษัท

อย่าง Amazon Web Services, Microsoft และ Google เข้ามาตั้งฐาน มีคลัสเตอร์เทคโนโลยีที่เข้มแข็ง มีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานระหว่างประเทศที่เชื่อมต่อกัน และมีเสถียรภาพ ทำให้บริษัทต่างชาติมีความเชื่อมั่นสูง

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในการเป็นศูนย์กลางบริการด้านเทคนิค (Technical Services) และบริการทางธุรกิจปลายน้ำ โดยเฉพาะด้านการตลาด โฆษณา PR และวิจัยตลาด โดยเป็น Regional HQ ของบริษัทสื่อและแพลตฟอร์มดิจิทัลของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากการจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลกปี 2568 พบว่า อันดับรวมของสิงคโปร์อยู่ที่ 5 ของโลก เนื่องจากจุดแข็งในด้านระบบการเงินและ Venture Capital แข็งแรง มีกฎหมายโปร่งใสและการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจสูง มีโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและข้อมูลรองรับ Data-driven marketing และการใช้เทคโนโลยี AI ในการทำสื่อโฆษณาดิจิทัลแบบอัตโนมัติ และมีแรงงานที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี และทักษะสูง

## ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ในการเป็น Business Services Hub ของไทยในภูมิภาค

ไทยมีจุดแข็งเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจที่จะต่อยอดในการเป็น Business Services Hub ใน 5 มิติสำคัญ ได้แก่

1. **ยุทธศาสตร์ที่ตั้งและการเชื่อมโยงภูมิภาค (Connectivity & Agglomeration)** ไทยตั้งอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานครบวงจรทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ พร้อมระบบโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้ง Eastern Economic Corridor (EEC) โครงข่าย Asian Highway ซึ่งเอื้อต่อการตั้งสำนักงานใหญ่ของนักลงทุนเพื่อบริหารฐานการผลิตในประเทศเพื่อนบ้าน



## 2. โครงสร้างเศรษฐกิจฐานบริการที่แข็งแกร่ง (Service-Based Economy)

○ สัดส่วนของภาคบริการใน GDP มีแนวโน้มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 50 ของ GDP ตลอดช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยในปี 2567 GDP ภาคบริการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.57 ของ GDP ของไทย สำหรับบริการทางธุรกิจ (Business services)<sup>3</sup> ของไทย คิดเป็นร้อยละ 11.46 ของ GDP ภาคบริการของไทย

○ นิติบุคคลในกลุ่มบริการทางธุรกิจจำนวน 126,228 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.06 ของนิติบุคคลในภาคบริการทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

○ การส่งออกบริการทางธุรกิจ (Business services)<sup>4</sup> ของไทยถือว่ามียอดสูงและสอดคล้องกับความต้องการภาคบริการของโลก (Demand) โดยในปี 2567 บริการทางธุรกิจมีมูลค่า 19,338.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 26.8 ของการส่งออกบริการไทยทั้งหมด)

○ ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในปี 2567 แสดงให้เห็นยอดขอรับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการ International Business Center (IBC) หรือกิจการศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศขยายตัวสูง โดยเติบโตขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 25.57

<sup>2</sup>คลัสเตอร์นวัตกรรม หมายถึง พื้นที่ที่ถือเป็นแหล่งรวมกิจกรรมด้านนวัตกรรม มีการรวมตัวระหว่างนักประดิษฐ์ นักวิจัย นักลงทุน สถาบันวิจัยมหาวิทยาลัย และอุตสาหกรรม

<sup>3</sup>บริการทางธุรกิจ (Business services) ครอบคลุม ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร กิจกรรมทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิค กิจกรรมการบริหารและการบริการสนับสนุน กิจกรรมบริการด้านอื่น ๆ

<sup>4</sup>การส่งออกบริการทางธุรกิจ อาทิ การวิจัยและพัฒนา การให้บริการที่ปรึกษา บริการโทรคมนาคมคอมพิวเตอร์ และสารสนเทศ และค่าบริการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีได้จัดไว้ในประเภทอื่น

### 3. ความพร้อมด้านระบบนิเวศดิจิทัล และความพร้อมของผู้บริโภคในการปรับตัวเข้าสู่ Tech-enabled Services

○ ไทยมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสัญญาณโทรคมนาคมและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมทั้งโครงข่ายไฟเบอร์ออปติกและ 5G มีความมั่นคงด้านพลังงาน มีระบบไฟฟ้าที่มีเสถียรภาพและความต่อเนื่องในการจ่ายไฟสูง และมี Cyber Security Framework ตามมาตรฐานสากล

○ ไทยยังมีอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่สูง ปี 2568 ไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 65.4 ล้านคน หรือร้อยละ 91.2 ของประชากร (รายงาน Digital 2025: Thailand) และร้อยละ 97 ของผู้บริโภคไทยใช้แอปพลิเคชัน mobile banking อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง ซึ่งเป็นอัตราสูงที่สุดในอาเซียน (ผลสำรวจจาก Visa Consumer Payment Attitudes Study 2024)

### 4. ค่าครองชีพและคุณภาพชีวิต รองรับแรงงานทักษะสูงและคุณภาพสูง

○ ไทยมีมาตรการด้านวีซ่าและสิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดผู้เชี่ยวชาญ นักลงทุน และแรงงานทักษะสูงจากทั่วโลก

○ ค่าครองชีพของไทยที่ต่ำกว่าเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจในภูมิภาคอื่น ๆ โดยอยู่ในอันดับ 129 ของโลก เทียบกับสิงคโปร์อันดับ 2 (จัดอันดับโดย Mercer) และต้นทุนค่าแรงงานไม่สูง โดยค่าเช่าสำนักงานเกรด A ในกรุงเทพฯ ถูกกว่าสิงคโปร์ประมาณร้อยละ 60 (ตามรายงานของ Savills)

○ จากรายงาน Expanding Horizons: A Guide to Growing Your Business in Thailand ชี้ว่าไทยถูกพิจารณาเป็นฐาน Regional HQ มากขึ้น นอกเหนือจากสิงคโปร์และมาเลเซีย เนื่องจากคุณภาพชีวิตและโครงสร้างพื้นฐานแข่งขันได้

○ ความโดดเด่นเรื่องการเป็นศูนย์กลางการแพทย์และสุขภาพ ระบบการศึกษานานาชาติที่มีคุณภาพและความหลากหลาย รวมทั้งความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม

5. ด้านทรัพยากรมนุษย์ ต้นทุนแรงงานของไทยอยู่ในระดับที่แข่งขันได้เมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว ขณะที่ยังคงคุณภาพและผลิตภาพแรงงานในระดับที่เหมาะสม ส่งผลให้ภาคธุรกิจสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## สร้างความแตกต่างสู่การเป็น Service Operation & Experience Solutions ของไทย

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าไทยจะมีฐานบริการที่แข็งแกร่งเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ ไทยจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์ให้ชัดเจนว่าจะก้าวขึ้นสู่บทบาทใดในเศรษฐกิจมูลค่าสูง ยุทธศาสตร์ของไทยจึงไม่ควรแข่งขันเป็น Hub เหมือนประเทศอื่น ๆ เพราะแต่ละประเทศมีฐานระบบนิเวศและการพัฒนาที่แตกต่างกัน หากไทยเดินตามโมเดลเหล่านั้นโดยไม่คำนึงถึงจุดแข็งของตนเอง ย่อมเสี่ยงต่อการแข่งขันที่เสียเปรียบ

ทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมคือ การวางตำแหน่งประเทศไทยให้เป็น Regional Service Operation & Experience Solutions Hub ของอาเซียน หรือศูนย์กลางการบริหารจัดการธุรกิจบริการ การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า และการพัฒนาโซลูชันเชิงระบบ เพื่อต่อยอดความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ และภาคการผลิตและภาคบริการที่ไทยมีศักยภาพอยู่แล้ว โดยกำหนด Positioning ของไทย โดยใช้บริการทางธุรกิจ (Business services) ขยับไปสู่ต้นน้ำและปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่ามากขึ้น 3 ด้านสำคัญ ได้แก่

### ประการแรก

ไทยควรพัฒนาเป็น Service Operation & Experience Management Hub (ศูนย์กลางออกแบบระบบบริหารจัดการธุรกิจบริการครบวงจร) เช่น ระบบปฏิบัติการโรงแรมและร้านอาหาร (Hospitality Operating Systems) การออกแบบประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Design) ระบบบริหารรายได้และกลยุทธ์แบรนด์ (Revenue Management & Brand Strategy) ตลอดจนระบบแฟรนไชส์และมาตรฐานบริการ (Franchise & Service

Standardization Systems) จุดแข็งของไทยด้านการบริการ การท่องเที่ยว และการดูแลลูกค้า ซึ่งสามารถต่อยอดสู่การพัฒนาองค์ความรู้ มาตรฐาน และแพลตฟอร์มที่ส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้

### ประการที่สอง

ไทยควรยกระดับสู่ Health & Wellness Business Solutions Hub โดยไม่จำกัดตนเองอยู่แค่ Medical Tourism แต่ขยายไปสู่การออกแบบโมเดลธุรกิจ Wellness ระบบบริหารโรงพยาบาลเอกชน แพลตฟอร์ม Wellness Tech และ Preventive Care รวมถึงการผสมผสานเชี่ยวชาญทางการแพทย์เข้ากับไลฟ์สไตล์สุขภาพและนวัตกรรม จะทำให้ไทยสามารถส่งออก “โซลูชันธุรกิจสุขภาพ” มากกว่าการให้บริการรักษาพยาบาลเพียงอย่างเดียว

### ประการที่สาม

ไทยมีศักยภาพพัฒนาเป็น Digital Connectivity Hub โดยมุ่งสู่ Data Center Hub และ Regional Shared Service Center ที่บริหารจัดการข้อมูลและกระบวนการทางธุรกิจของภูมิภาค เช่น งาน IT & Helpdesk ศูนย์ข้อมูลและวิเคราะห์ธุรกิจ และยิ่งไปกว่านั้น การเติบโตของ Data Center ยังเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมบริการมูลค่าสูงอื่น ๆ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนดึงดูดการตั้ง Regional HQ ในไทย และแรงงานทักษะสูงเข้ามาในประเทศ

### บทสรุป

การปรับกลยุทธ์จากประเทศผู้ผลิตชั้นกลางไปสู่การเป็นประเทศผู้ให้บริการขั้นสูง ประเทศไทยจะขยับจากฐานการผลิตกลางน้ำไปสู่ “การเป็นศูนย์กลาง Regional Service Operation & Experience Solutions Hub ของภูมิภาค” จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มจากต้นน้ำและปลายน้ำของห่วงโซ่ธุรกิจ เศรษฐกิจฐานบริการ องค์ความรู้ และเป็นมันสมองด้านบริการของภูมิภาคอาเซียน

เจ้าหญิง



# ๓ จักษอว์

เสริมแกร่งเกษตรไทยด้วย

# AI

สร้างโอกาส  
เจาะตลาดมูลค่าสูง



ภาคเกษตรไทยกำลังเผชิญแรงกดดันจากหลายทิศทาง ทั้งผลผลิตต่อไร่ลดลงจากความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ พื้นที่ปลูกลดลงตามการขยายตัวของเมือง ต้นทุนการผลิตสูง และแรงงานขาดแคลน ขณะเดียวกันตลาดผู้บริโภคหลายแห่งได้ยกระดับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและความโปร่งใสในการผลิตที่เข้มงวดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการปล่อยคาร์บอน (Carbon Footprint) หรือการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ความท้าทายเหล่านี้ในแง่หนึ่งส่งผลดีที่เป็นตัวเร่งให้ไทยต้องเสริมสร้างศักยภาพใหม่ที่ไม่ใช่เพียง

**“ผลิตให้มากขึ้น” แต่ต้อง  
“ผลิตให้ปล่อยคาร์บอน  
ต่ำกว่าเดิมและตรวจสอบได้”**

ในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ตัวช่วยสำคัญคือเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ช่วยทั้งในด้านผลผลิต ประสิทธิภาพ และการเข้าถึงตลาดชั้นนำของโลก ตัวอย่างการใช้ AI ที่เหมาะสมกับบริบทความท้าทายของภาคเกษตรไทยไม่ต้องการต้นทุนหรือทักษะที่สูงเกินไป และมีตัวอย่างจากประเทศที่มีการจัดการทรัพยากรและผลผลิตที่เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม คือ เวียดนาม มีระบบบริหารจัดการน้ำแบบ Alternate Wetting and Drying (AWD) ที่ทำงานร่วมกับ AI พยากรณ์น้ำและข้อมูลเซนเซอร์ งานวิจัยพบว่า ฟาร์มต้นแบบในเวียดนามลดการใช้น้ำเฉลี่ย 1,000-1,500 ลูกบาศก์เมตรต่อเฮกตาร์ต่อรอบผลิต และลดการปล่อยมีเทนได้ 1.1-1.6 ตันต่อเฮกตาร์ ข้อมูลเหล่านี้ สะท้อนว่า AI ช่วยเพิ่มผลผลิตไปพร้อมกับลดคาร์บอนได้จริง



สำหรับ AI อีกระบบที่ตอบโจทย์การค้ายุคใหม่ คือ ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (AI-Traceability) ซึ่งกำลังกลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานของผู้ส่งออก เพราะช่วยยืนยันทั้งความปลอดภัย คุณภาพ และการปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมตัวอย่าง โครงการนำร่องในอุตสาหกรรมขนส่งอะโวคาโดที่นำ AI มาประเมินผลและตรวจสอบคุณภาพอัตโนมัติ พบว่าอัตราคัดทิ้งลดลงถึง 17%<sup>2</sup> โมเดลนี้เหมาะสมกับบริบทสินค้าเกษตรของไทย โดยเฉพาะสินค้าข้าว ผลไม้เมืองร้อน อ้อย และมันสำปะหลัง ที่ตลาดยุโรป และญี่ปุ่นต้องการข้อมูลความโปร่งใสสูงเป็นพิเศษ

AI ไม่ได้ช่วยเพียงแค่เรื่องการผลิต แต่ยังช่วยจัดระเบียบคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของสินค้าอย่างเป็นระบบ เพราะระบบบริหารจัดการน้ำอัจฉริยะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขณะที่ระบบพยากรณ์ปุ๋ยช่วยลดการใช้ทรัพยากรต่อหน่วยผลผลิต ทำให้ค่าคาร์บอนต่อโลกริมสินค้าลดลงอัตโนมัติ ตัวอย่างงานวิจัยในญี่ปุ่น การใช้ AI จัดการน้ำ (AWD) ในนาข้าว ช่วยลดการปล่อยมีเทน 12–20% ขณะเดียวกันตลาดส่งออกตอบรับผลผลิต “คาร์บอนต่ำ” อย่างชัดเจน โดยให้ราคาพรีเมียมสูงกว่า 12%<sup>3</sup> หากไทยสามารถยกระดับข้อมูลจากระบบ AI สู่ฉลากมาตรฐานคาร์บอนต่ำได้ จะเพิ่มโอกาสการส่งออกไปยังตลาดที่ต้องการสินค้ายั่งยืนมากขึ้น และเป็น การสร้างดีมานด์ในกลุ่มตลาดใหม่ ๆ ให้กับสินค้าไทยด้วย

**การบันทึกข้อมูล การควบคุมคุณภาพ และการรับรองมาตรฐานที่ใช้เอกสารจำนวนมาก** เป็นภาระสำหรับเกษตรกรรายย่อย ทำให้การเข้าถึงตลาดส่งออกระดับพรีเมียมเป็นเรื่องยาก แต่เมื่อมี AI มาช่วยเก็บข้อมูล จะทำให้ต้นทุนการบริหารจัดการลดลง งานเอกสารลดลง แต่คุณภาพและความโปร่งใสเพิ่มขึ้น ข้อมูลจะถูกแปลงเป็นฐานข้อมูลดิจิทัลที่ตรวจสอบย้อนหลังได้ทันที เปิดทางให้ผลผลิตไทยผ่านมาตรฐานเข้มงวด ในตลาดมูลค่าสูงง่ายขึ้น ข้อมูลเหล่านี้ สร้างความได้เปรียบทางการค้า และยกสถานะสินค้าเกษตรไทยสู่การเป็นสินค้าคุณภาพสูงพร้อมแข่งขันในยุคเศรษฐกิจการค้าคาร์บอนต่ำ

อย่างไรก็ตาม การขยายเทคโนโลยี AI สำหรับประเทศไทย ยังมีข้อจำกัดอยู่หลายด้าน<sup>4</sup> ได้แก่

- 01 ขาดฐานข้อมูลเกษตรกลางที่เชื่อมโยงกัน
- 02 ฟาร์มรายย่อยจำนวนมากไม่มีระบบบันทึกข้อมูลดิจิทัล
- 03 ต้นทุนฮาร์ดแวร์ เช่น เซ็นเซอร์ หรือการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (IoT) ยังมีต้นทุนที่สูงเกินไป
- 04 ขาดมาตรฐานกลางด้านข้อมูลที่รองรับมาตรฐานการค้าใหม่ ๆ เช่น แผนการปฏิรูปสีเขียวของสหภาพยุโรป (EU Green Deal)

ดังนั้น หากไทยต้องการรักษาความสามารถในการแข่งขัน การปิดช่องว่างด้านข้อมูลและมาตรฐานจึงเป็นเรื่องเร่งด่วนที่สุด

จากการสัมภาษณ์ คุณสาริษฐ์ ผึ้งทะเล เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดและมันสำปะหลัง จังหวัดลพบุรี เกษตรกรรุ่นใหม่ที่น่าเทคโนโลยีโทรน AI มาใช้ในการหว่านเมล็ดและการให้ปุ๋ย ให้ความเห็นว่า การใช้โดรนช่วยลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี ผลผลิตมีปริมาณและคุณภาพสูงขึ้นจริง เนื่องจากสามารถทำงานในช่วงหน้าฝนได้ดีกว่าคน และนอกจากโดรนแล้ว คุณสาริษฐ์ยังได้เริ่มใช้ App ในการจดบันทึกข้อมูลของฟาร์มด้วยระบบดิจิทัลผ่าน CAP Platform ทำให้สามารถติดตามข้อมูลการทำเกษตรตั้งแต่เริ่มปลูกไปจนถึงการเก็บเกี่ยว แม้จะยังมีข้อจำกัด เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตยังไม่ถึง โดยเฉพาะในพื้นที่ไร่ที่ห่างออกไป อีกทั้งปัญหาเรื่องเงินทุนด้านเทคโนโลยีที่จะเข้ามาช่วยสนับสนุนการทำเกษตรระบบใหม่ ซึ่งหากมีเงินสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำจาก ธ.ก.ส. น่าจะช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรเกิดความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรมากขึ้น

ในกรณี ภาครัฐควรวางแผนเดินหน้า 3 ระยะ ระยะสั้น 6–12 เดือน “วางโครงสร้างพื้นฐานข้อมูล” ได้แก่ การเชื่อมข้อมูลน้ำ ดิน อากาศ และผลผลิตในฐานข้อมูลกลาง เพื่อให้ AI ใช้งานได้ทันที พร้อมกำหนดมาตรฐานข้อมูลการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สินค้าเกษตร เพื่อรองรับข้อกำหนด

ของตลาด เช่น อ้อย และสหรรัฐฯ ระยะกลางช่วง 1–3 ปี “ขยายการใช้จริงและลดต้นทุนผู้ประกอบการ” ผ่านการร่วมลงทุนของภาครัฐและเอกชน ติดตั้งระบบ AI บริหารจัดการฟาร์มในพื้นที่เกษตรสำคัญ สนับสนุนแหล่งเงินทุนผ่านสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของ AI กับเกษตรกร รวมถึงสนับสนุนให้ผู้แปรรูปและผู้ส่งออกใช้ระบบ Traceability ชุดเดียวกันทั้งห่วงโซ่ ส่วนระยะยาว 3–7 ปี ควรสร้าง “ตลาดข้อมูลเกษตรระดับประเทศ” ให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานถาวร เปิดพื้นที่ให้ภาคเอกชนพัฒนาโซลูชัน AI โดยเฉพาะพืชเศรษฐกิจสำคัญ รวมถึงสร้างระบบคาร์บอนเครดิตทางการเกษตรที่ตรวจสอบด้วยข้อมูลจริง ซึ่งจะช่วยให้รายได้เกษตรกร และทำให้ผู้ส่งออกไทยมีข้อได้เปรียบในตลาดที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

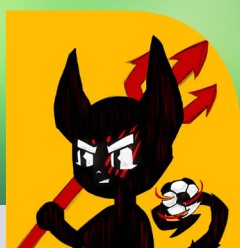
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เดินหน้าขับเคลื่อนการทำงานเชิงรุกด้วยข้อมูล (Data-Driven Policy) ตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ นางศุภจี สุธรรมพันธุ์ โดยบูรณาการกับสถาบันข้อมูลขนาดใหญ่ (BDI) สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (GISTDA) และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เปิดตัว “ระบบคาดการณ์ผลผลิตข้าวนาปีล่วงหน้า” ยกระดับการบริหารจัดการสินค้าข้าว ในระดับพื้นที่ด้วยข้อมูลและเทคโนโลยี นำเทคโนโลยีดาวเทียม AI และ Big Data มาบูรณาการข้อมูลสำคัญ อาทิ พื้นที่ปลูกและช่วงเก็บเกี่ยว ผลผลิตต่อไร่ ข้อมูลเกษตรกรขึ้นทะเบียน กำลังการผลิตของโรงสี รวมถึงราคาข้าวที่ขายได้ โดยสามารถคาดการณ์ผลผลิตล่วงหน้า 2–8 สัปดาห์ จำแนกถึงระดับอำเภอ และชนิดพันธุ์ข้าว ซึ่งจะช่วยให้สามารถวางแผนรับมือการผลิตข้าวนาปีช่วงพักได้อย่างทันท่วงที

<sup>1</sup>Tran, D. H., et al. (2018). Impacts of alternate wetting and drying on greenhouse gas emission from paddy field in Central Vietnam. Soil science and plant nutrition, 64(1), 14–22.

<sup>2</sup> “พลิกโฉมวงการอาหาร” AI - IoT นำร่องลด Food Loss ต้นธุรกิจสู่ความยั่งยืนเต็มรูปแบบ. Bangkokbiznews. <https://www.bangkokbiznews.com/environment/1196925>

<sup>3</sup>Kumar, D. (2025, June 4). Are consumers willing to pay a premium for Eco-Friendly products? A GMG perspective. GMG. <https://www.gmg.com/are-consumers-willing-to-pay-a-premium-for-eco-friendly-products-a-gmg-perspective/#:~:text=A%20study%20by%20Bain%20&%20Company,higher%2C%20potentially%20limiting%20widespread%20adoption>

<sup>4</sup> AI ในการพัฒนาภาคเกษตรกรรม | SennaLabs. (n.d.). <https://sennalabs.com/blog/ai-in-agriculture-development>



สมรสฟุตบอลอันดับ 1 แห่งเกาะอังกฤษ

# ไม่ใช่ผลผลิตล้นตลาด แต่คือการจัดการเวลาและ การบริหารระบบบทเรียนจาก **ปาล์มน้ำมันภาคใต้** กับโจทย์ใหม่ของความสามารถ ในการแข่งขันของไทย



## สัญญาณเตือนภัย! ระดับโครงสร้างจากภาพรถบรรทุก ติดคิวหน้าโรงงาน

ภาพรถบรรทุกที่ต่อคิวยาวหน้าโรงงานสกัดปาล์มน้ำมันในภาคใต้ อาจดูเป็นเพียงปัญหาการจราจรหรือความเดือนร้อนเฉพาะหน้าของเกษตรกรในสายตาคนทั่วไป แต่สำหรับผู้กำหนดนโยบายและนักบริหารเศรษฐกิจ นี่คือ สัญญาณเตือนภัยระดับโครงสร้างของขีดความสามารถการแข่งขันของไทย

ในโลกการค้ายุคใหม่ ความได้เปรียบไม่ได้วัดกันที่ใครผลิตได้มากกว่า (Volume) อีกต่อไป แต่วัดกันที่ใครสามารถบริหารจัดการความซับซ้อน และความไม่แน่นอนได้ดีกว่ากัน ภาพคอขวดหน้าโรงงานปาล์มน้ำมันจึงไม่ใช่เรื่องเล็ก แต่เป็นภาพสะท้อนความเปราะบางของห่วงโซ่อุปทานที่ไทยกำลังเผชิญ

บทความนี้จะจึงอยากมาชวน อ่านตลาดจากชิ้นส่วนเล็ก ๆ เพื่อประกอบเป็นภาพใหญ่ของปัญหาเชิงโครงสร้าง ผ่านกรณีปาล์มน้ำมันภาคใต้ในช่วงที่ผลผลิตออกมาก ซึ่งให้บทเรียนสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของไทยในบริบทการค้าโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

## เจาะแก่นของปัญหา? เมื่อปัญหาไม่ได้อยู่ที่ปริมาณ แต่อยู่ที่ระยะเวลาไม่ได้

**1. ปัญหาที่แท้จริง ไม่ใช่เรื่องผลผลิตล้น แต่เป็นการบริหารเวลาขาย** จากข้อมูลปริมาณผลผลิตปาล์มน้ำมัน ปี 2565 - 2567 ชี้ว่าปริมาณผลผลิตปาล์มน้ำมันของไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 18 - 18.5 ล้านตันต่อปี ไม่ได้เพิ่มขึ้นผิดปกติ และกว่า 90% ของปริมาณผลผลิตมาจากภาคใต้ แต่กับดักอยู่ที่ช่วงเวลาขาย ซึ่งผลผลิตกว่า 25 - 30% จะทะลักออกสู่ตลาดพร้อมกัน (Peak Load) ในช่วงสั้น ๆ เพียง 3 เดือน สิงหาคม - ตุลาคม ดังนั้นภาพรถบรรทุกติดคิวหน้าโรงงานจึงไม่ใช่ผลผลิตล้นตลาด แต่เป็นระบบนิเวศการค้าที่ยังขาดความยืดหยุ่นในการรองรับผลผลิตที่กระจุกตัวในช่วงเวลาหนึ่ง ก่อให้เกิดต้นทุนแฝงทั้งจากต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น และการสูญเสียคุณภาพวัตถุดิบหน้าโรงงาน

**2. คอขวดในห่วงโซ่อุปทาน** เมื่อมองผ่านกรอบห่วงโซ่อุปทาน ปัญหาคอขวดสำคัญมักอยู่ที่รอยต่อระหว่างการผลิต → การแปรรูป โดยเฉพาะในจังหวัดผู้ผลิตหลัก เช่น กระบี่ สุราษฎร์ธานี โครงสร้างปัจจุบันยังพึ่งพาโรงงานสกัดขนาดใหญ่ที่มีจำนวนจำกัด ทำให้ไม่สามารถระบายสินค้าได้ทันเวลาที่ ดังนั้น หากปล่อยให้คอขวดเกิดขึ้นซ้ำ ๆ ในทุกฤดูผลผลิตจะกระทบต่อเสถียรภาพราคา ความเชื่อมั่นของตลาดปลายทาง และความสามารถในการทำสัญญาระยะยาวของไทย

### 3. การแข่งขันไม่ได้วัดกันที่ราคา

บริบทการค้าโลกเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ตลาดไม่ได้ถูกขับเคลื่อนด้วยราคาที่ถูกที่สุดเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ให้ความสำคัญกับความสามารถในการส่งมอบ (On-time Delivery) ความโปร่งใส (Traceability) และความยั่งยืน (Sustainability) ดังนั้นความได้เปรียบด้านต้นทุนของไทยจึงลดความสำคัญลง หากไม่สามารถแปลงเป็นความสามารถในการบริหารจัดการทั้งระบบได้ นี่คือโจทย์ใหม่ที่ไทยต้องเร่งปรับตัวจากการขายสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) สู่งานขายมาตรฐานและประสิทธิภาพ (Efficiency & Standard) และกรณีปาล์มน้ำมันสะท้อนภาพนี้ได้อย่างชัดเจน

## ยุทธศาสตร์เปลี่ยนวิกฤต สู่โอกาสใหม่

### แก้ปัญหานำงานสู่การยกระดับ โครงสร้างการค้า

#### ระดับที่ 1 : การจัดการภาวะวิกฤตระยะสั้น (Operational Fix)

#### เป้าหมาย: ลดความสูญเสียคุณภาพ ผลผลิต ด้วยเครื่องมือที่มีอยู่

- **Smart Queueing (Low-cost Tech but High Touch)** นำแอปพลิเคชันพื้นฐานที่เกษตรกรคุ้นเคย เช่น Line OA มาใช้จัดลำดับคิวและนัดหมายเวลาส่งมอบ (Time-Slotting) เพื่อลดความหนาแน่นหน้าโรงงานทันทีโดยไม่ต้องลงทุนสูง

- **Temporary Buffer Zones** จัดตั้งจุดพักคอยชั่วคราว เพื่อจัดระเบียบการจราจรและลดต้นทุนเชื้อเพลิงจากการติดเครื่องรอคิว

#### ระดับที่ 2 : การยกระดับโครงสร้าง พื้นฐานและระบบนิเวศ

#### (Structural Ecosystem Upgrade)

#### เป้าหมาย: สร้างกลไกตลาด และโครงสร้างพื้นฐานการค้าใหม่

- **Digital Logistics Platform** ระดับจังหวัดหรืออำเภอ ยกกระตือรือร้นสู่แพลตฟอร์มกลางระดับพื้นที่ ที่เชื่อมโยงข้อมูล Demand-Supply แบบ Real time ใช้ Data มาบริหารจัดการคิวรถบรรทุก และกำหนด Time - slotting

- **Standardized Aggregation Hubs** พัฒนาลานเทตังเดิมสู่ศูนย์รวบรวมและบริหารคุณภาพสินค้า รวมถึงสถานีพักถ่ายสินค้าที่มีมาตรฐาน มีระบบควบคุมความชื้นและคุณภาพ ในระดับพื้นที่ที่อยู่ใกล้แหล่งผลผลิต เพื่อทำหน้าที่เป็น Buffer ชะลอการเสื่อมสภาพของปาล์มก่อนส่งเข้าโรงงาน

- **Decentralized Processing** ลดการพึ่งพาโรงงานใหญ่เพียงอย่างเดียว โดยส่งเสริมโรงงานขนาดกลางและขนาดเล็ก ตลอดจน**ส่งเสริมบทบาทสหกรณ์** ให้มีความสามารถในการบริหารจัดการผลผลิต และการเจรจา และควรส่งเสริมให้มีศักยภาพในการแปรรูปขั้นต้น หรือการสกัดน้ำมันปาล์มดิบ เพื่อกระจายความเสี่ยงความหนาแน่นของผลผลิต

- **เชื่อมโยงอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันกับอุตสาหกรรมพลังงานชีวภาพ และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง** ให้เกิดการใช้ประโยชน์ปาล์มน้ำมันในรูปแบบที่หลากหลาย ช่วยดูดซับอุปทานส่วนเกินในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก

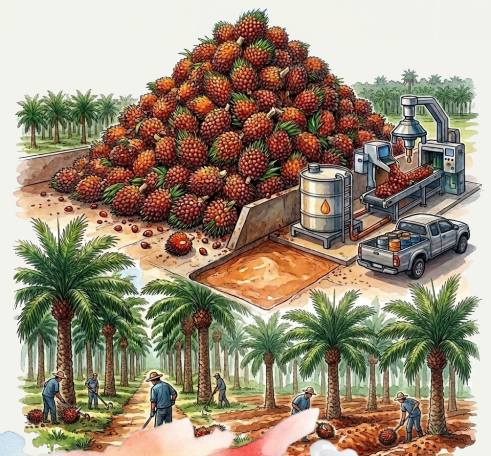
#### ระดับที่ 3: ออกแบบระบบระยะยาว (Strategic Transformation)

#### เป้าหมาย: ปรับ Supply ให้ยั่งยืนและ แข่งขันได้

- **Supply Side Optimization** วางแผนเกษตรแม่นยำ และเหลื่อมเวลาการปลูกทดแทน เพื่อเก็ยผลผลิตให้สม่ำเสมอตลอดปี ลดภาวะ Peak Load ถาวร

- **Demand Diversification** สร้างเสถียรภาพระยะยาวด้วยการเชื่อมโยงสู่ Bio - Complex และอุตสาหกรรมมูลค่าสูง เพื่อดูดซับอุปทานส่วนเกิน

- **Global Standard Compliance** ผลักดันนโยบายการผลิตที่สอดคล้องกับกติกาการค้าโลกใหม่ (เช่น EUDR, Carbon Footprint) เพื่อเปลี่ยนวิกฤตด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นจุดขายใหม่ของปาล์มน้ำมันไทย



## กรณีศึกษาของปาล์มน้ำมัน คือ

กระจกสะท้อนว่า ไทยจำเป็นต้องเปลี่ยนผ่านจากการเป็นเพียงผู้ผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ มาเป็นผู้บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานชั้นนำ และเป็นโจทย์เชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการค้า (Trade Infrastructure) ที่ยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพ

นางสาวอริสา บำรุง



# ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนกุมภาพันธ์ 2569

## เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนกุมภาพันธ์ 2569

	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	ก.พ. 69	99.67	-0.24	-0.88
	ม.ค. 69	99.91	-0.28	-0.66
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	ก.พ. 69	101.82	0.13	0.56
	ม.ค. 69	101.69	0.07	0.60
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	ก.พ. 69	108.3	1.3	-0.5
	ม.ค. 69	106.9	0.3	-1.6
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	ก.พ. 69	105.4	0.0	0.3
	ม.ค. 69	105.4	-0.1	0.1

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนกุมภาพันธ์ 2569 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนกุมภาพันธ์ 2569 ลดลงร้อยละ 0.88 (YoY) โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน ซึ่งราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงตามการเพิ่มเงินชดเชยจากกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงตามมติของคณะกรรมการบริหารกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง (กบน.) และค่ากระแสไฟฟ้าปรับลดลงตามมาตรการลดภาระค่าครองชีพของภาครัฐ ประกอบกับราคาสินค้าโภคภัณฑ์และผลไม้สดลดลงจากภาวะอุปทานล้นตลาด ขณะที่ราคาสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และอาหารสำเร็จรูป ส่วนดัชนีราคาผู้ผลิตปรับลดลงตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ขณะที่ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตซีเมนต์ และอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา

**แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนมีนาคม ปี 2569** คาดว่าจะได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการร่วมปฏิบัติการทางทหารระหว่างสหรัฐฯ - อิสราเอลต่ออิหร่าน ทำให้ความไม่สงบและความตึงเครียดในภูมิภาคตะวันออกกลางเพิ่มสูงขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปสูงขึ้น ได้แก่ (1) ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น จากสถานการณ์ปฏิบัติการทางทหารในภูมิภาคตะวันออกกลาง รวมถึงความพยายามปิดช่องแคบฮอร์มุซที่ทำให้ค่าระวางเรือสูงขึ้น (2) ราคาสินค้าเกษตรบางชนิดมีแนวโน้มสูงขึ้น จากสภาพอากาศที่คาดว่าอุณหภูมิจะสูงกว่าปีก่อนหน้า (3) ราคารถยนต์ปรับตัวสูงขึ้นตามภาษีสรรพสามิตรถยนต์ 2569 และ (4) การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลให้ค่าโดยสารเครื่องบินมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น สำหรับปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ได้แก่ (1) ภาครัฐดำเนินมาตรการช่วยเหลือลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่า Ft งวดเดือน ม.ค. - เม.ย. 2569 มาอยู่ที่ 9.72 สตางค์ต่อหน่วย ส่งผลให้อัตราค่ากระแสไฟฟ้าลดลงเหลือ 3.88 บาทต่อหน่วย (2) การแข็งค่าของเงินบาท ทำให้ต้นทุนการนำเข้าลดลง และ (3) ราคาสินค้าเกษตรและใช้ที่อยู่ระดับต่ำกว่าปีก่อน จากอุปทานส่วนเกินและอุปสงค์ที่ฟื้นตัวช้า

### ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนกุมภาพันธ์ 2569 ลดลงร้อยละ 0.88 (YoY)

หมวดหมู่	YoY	MoM
อาหาร เครื่องดื่ม	0.26 ▲	-0.73 ▼
เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	-1.50 ▼	0.00 ●
ที่อยู่อาศัย	-1.06 ▼	-0.02 ▼
ยา ของใช้ส่วนบุคคล	-0.74 ▼	0.65 ▲
พาหนะ เชื้อเพลิง	-2.92 ▼	0.04 ▲
การศึกษา บันเทิง	0.85 ▲	0.11 ▲
บุหรี่ยาสูบ สุรา	-0.03 ▼	0.00 ●

### ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนกุมภาพันธ์ 2569 ลดลงร้อยละ 0.5 (YoY)

ประเภทการผลิต	YoY	MoM
ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง	-8.3 ▼	0.3 ▲
ผลิตภัณฑ์จากเหมือง	-13.8 ▼	-0.5 ▼
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	1.1 ▲	1.6 ▲
สินค้าสำเร็จรูป	3.8 ▲	1.4 ▲
สินค้ากึ่งสำเร็จรูป	-5.3 ▼	1.4 ▲
สินค้าวัตถุดิบ	-11.4 ▼	0.8 ▲

### ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนกุมภาพันธ์ 2569 สูงขึ้นร้อยละ 0.3 (YoY)

ประเภทวัสดุ	YoY	MoM
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	0.2 ▲	0.1 ▲
ซีเมนต์	5.6 ▲	-0.2 ▼
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	1.7 ▲	0.2 ▲
เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	-1.6 ▼	0.5 ▲
กระเบื้อง	-0.9 ▼	-0.5 ▼
วัสดุฉนวน	-1.9 ▼	-1.2 ▼
สุขภัณฑ์	-2.6 ▼	-0.2 ▼
อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	2.6 ▲	0.3 ▲
วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	-3.0 ▼	-1.0 ▼

### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนกุมภาพันธ์ 2569 เท่ากับ 53.0

ประเภท	ม.ค. 69	ก.พ. 69	+ / -
ภาพรวม อยู่ที่ระดับ	52.6	53.0	▲
ปัจจุบัน อยู่ที่ระดับ	43.9	43.3	▼
อนาคต อยู่ที่ระดับ	58.4	59.4	▲
กรุงเทพฯ/และปริมณฑล	58.3	57.2	▼
ภาคกลาง	50.9	50.9	●
ภาคเหนือ	52.4	52.1	▼
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53.5	54.3	▲
ภาคใต้	50.8	51.5	▲

อาชีพ	ก.พ. 69	YoY	MoM
พนักงานของรัฐ	57.4	56.5	▲
เกษตรกร	52.6	51.9	▲
ผู้ประกอบการ	53.9	53.7	▲
นักศึกษา	51.7	50.8	▲
รับจ้างอิสระ	50.6	50.3	▲
พนักงานเอกชน	52.5	52.4	▲
ไม่ได้ทำงาน	52.0	52.8	▼



# การค้าระหว่างประเทศของไทย

## เดือนกุมภาพันธ์ 2569

### การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2569

มีมูลค่า **29,439.7** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (912,567 ล้านบาท)



ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 20 ที่ **9.9%**

หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **11.0%**



แรงขับเคลื่อนหลักของการส่งออกยังคงเป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เติบโตตามการอัปเดตเทคโนโลยีสมัยใหม่ล่าสุด AI และการกระจายความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานจากความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่มีต่อเนื่อง ในขณะที่การส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารสัปดาห์ขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง เช่น ทุเรียนสด เงาะสด ลำไยสด สับปะรดสด ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง ไก่แปรรูป เป็นต้น ทั้งนี้ การส่งออก 2 เดือนแรกของปี 2569 ขยายตัวที่ร้อยละ 17.0 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 15.8

- **มูลค่าการค้า** เดือนกุมภาพันธ์ 2569 การส่งออก มีมูลค่า 29,439.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 9.9 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 32,273.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 31.8 ดุลการค้า ขาดดุล 2,833.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

#### แนวโน้มการส่งออกในปี 2569

คาดว่าจะยังขยายตัวต่อเนื่อง ท่ามกลางความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์ของโลก หลังจากสหรัฐฯ ปรับมาใช้มาตรา 122 ทำให้ภาษีนำเข้าจากไทยลดลงจากอัตรา Reciprocal Tariff เดิม ช่วยสนับสนุนการเร่งส่งออกในช่วง 150 วัน สำหรับการเปิดไต่สวนตามมาตรา 301 มีกรอบดำเนินการถึงกลางปี ซึ่งคาดว่าจะเห็นผลในช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ด้านความมั่นคงในช่องแคบฮอร์มุซที่มีแนวโน้มยืดเยื้อส่งผลกระทบต่อราคาพลังงานและต้นทุนการผลิตและการขนส่ง กระทบกำลังซื้อของประเทศคู่ค้า เป็นความเสี่ยงที่จะกระทบต่อการส่งออกในอนาคต กระทรวงพาณิชย์ได้ติดตามสถานการณ์และประเมินผลกระทบอย่างใกล้ชิด และได้หารือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่จะลดผลกระทบต่อประชาชนทั้งระบบผลักดันการส่งออกอาหารท่ามกลางวิกฤต พร้อมทั้งกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดใหม่ เพื่อให้การค้าไทยยังคงรักษาระดับการเติบโตสามารถคว้าโอกาสท่ามกลางวิกฤตอย่างแข็งแกร่ง

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ก.พ. 2569 Feb 2026	ม.ค. - ก.พ. 2569 Jan - Feb 2026
มูลค่าการค้ารวม	61,712.9 +20.3%	128,162.5 +23.7%
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	29,439.7 +9.9%	61,012.7 +17.0%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	32,273.3 +31.8%	67,149.8 +30.5%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-2,833.6	-6,137.1

## สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.พ. 69

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	3,512.5	+49.8	11.9	สหรัฐอเมริกา	6,767.6	+40.5	23.0
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,784.9	+6.3	9.5	จีน	2,851.7	+0.4	9.7
อัญมณีและเครื่องประดับ	2,728.5	-16.2	9.3	ญี่ปุ่น	2,048.9	+9.7	7.0
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,278.0	+0.6	4.3	ฮ่องกง	1,508.0	+22.8	5.1
เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,270.0	+217.6	4.3	อินเดีย	1,434.8	-31.0	4.9

## สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.พ. 69

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	5,008.1	+131.9	15.5	จีน	9,826.3	+59.7	30.5
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	3,497.3	+91.0	10.8	ญี่ปุ่น	2,605.8	+12.3	8.1
แผงวงจรไฟฟ้า	3,475.9	+89.8	10.8	ไต้หวัน	2,466.9	+102.4	7.6
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	2,059.5	+19.2	6.4	สหรัฐอเมริกา	1,796.0	+8.8	5.6
น้ำมันดิบ	1,535.2	-29.0	4.8	สหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์	1,583.8	-6.9	4.9



# เกมเปลี่ยน! อินเดียไฟเขียว เงินทุนจีนเข้าประเทศ หวังคู่ชีพเศรษฐกิจ-เทคโนโลยี

อินเดียผ่อนคลายนโยบายจำกัดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) จากจีนและประเทศเพื่อนบ้านในบางอุตสาหกรรมเพื่อบรรเทาปัญหาการขาดแคลนเงินทุน และเป็นการปรับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจใหม่หลังเกิดความตึงเครียดระหว่างอินเดียและจีน นาน 6 ปี การลงทุนจากจีนในภาคส่วน อาทิ อีเล็กทรอนิกส์ สินค้าทุน และเซลล์แสงอาทิตย์ จะได้รับการพิจารณาภายใน 60 วัน ภายใต้เงื่อนไขว่าผู้ถือหุ้นหลักต้องเป็นสัญชาติอินเดีย นอกจากนี้ ยังอนุญาตการลงทุนที่มีสัดส่วนผู้ถือหุ้นจีนไม่เกิน 10% ลงทุนผ่านระบบการอนุมัติอัตโนมัติได้ภายใต้เพดานการลงทุนของแต่ละอุตสาหกรรม การปรับกฎนี้จะช่วยเพิ่มการเข้ามาของ FDI การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ และเชื่อมโยงอินเดียกับห่วงโซ่อุปทานโลก



## เวียดนามผงาด "ฮับเซมิคอนดักเตอร์โลก" ปั้นักพิศวงกรชิป ปักหมุดเบอร์ 1 เอเชีย

รองนายกรัฐมนตรีเวียดนามระบุว่า ปัจจุบันเวียดนามเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานเซมิคอนดักเตอร์โลก โดยเชี่ยวชาญด้านการประกอบ ทดสอบ และบรรจุภัณฑ์ชิป (ATP) ซึ่งดึงดูดบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำให้เข้ามาลงทุนจนมีบริษัทออกแบบชิปกว่า 50 แห่ง และวิศวกรผู้เชี่ยวชาญกว่า 7,000 คน พร้อมเร่งสร้างระบบนิเวศอุตสาหกรรมให้แข็งแกร่ง นอกจากนี้ ยังร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษา กว่า 240 แห่งเพื่อพัฒนาบุคลากรระยะยาว ซึ่งสถานการณ์นี้เป็นความท้าทายโดยตรงต่อไทย อย่างไรก็ตาม ไทยควรปรับกลยุทธ์เน้นการสร้างความร่วมมือและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานภายในอาเซียน เพื่อสร้างโอกาสและการเติบโตไปพร้อมกับคู่ค้าระดับสากล

## คำสั่งซื้อใหม่ทะลักจีน! ภาคบริการขยายตัวแกร่ง แม้ต้องเผชิญวิกฤตต้นทุนพุ่ง ธุรกิจเริ่มฟื้นหลังชบเซานาน

ภาคบริการของจีนในเดือน ก.พ. ขยายตัวเร็วที่สุดในรอบ 33 เดือน จากความต้องการทั้งในและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (PMI) ภาคบริการพุ่งแตะ 56.7 (จากเดิม 52.3) ซึ่งเป็นระดับสูงสุดนับตั้งแต่ พ.ศ. 66 ขณะที่ดัชนีผลผลิตรวมเพิ่มขึ้นเป็น 55.4 สะท้อนการฟื้นตัวของธุรกิจในช่วงต้นปี แม้ต้นทุนที่สูงขึ้นจะกดดันให้ราคาบริการปรับตัวขึ้นสูงสุดในรอบเกือบ 21 เดือนก็ตาม ด้านคำสั่งซื้อใหม่ขยายตัวเด่นชัด โดยเฉพาะจากต่างประเทศที่เติบโตเร็วที่สุดในรอบ 1 ปี อย่างไรก็ตาม ภาคธุรกิจยังคงเผชิญความเสี่ยงจากความตึงเครียดทางการค้า ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ และปัญหาโครงสร้างเศรษฐกิจที่ต้องเฝ้าระวัง




TPSO สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
Trade Policy and Strategy Office โทร: 02-202-7000

สแกนเลย!

เพียง 1 สแกน QR Code 2 กด LIKE 3 เลือก Favorites  
Facebook: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

เกาะติดสถานการณ์  
เศรษฐกิจการค้า  
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!  
เพียง 1 สแกน QR Code 2 กด LIKE 3 เลือก Favorites  
Facebook: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



ห้ามพลาด !!  
กดสแกน QR Code  
เพื่อติดตามข้อมูล บทวิเคราะห์  
ด้านเศรษฐกิจการค้าจาก  
ช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ของ  
สำนักงานนโยบายและ  
ยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์