TPSO Journal

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (Trade Policy and Strategy Office)

TPSO Journal | Year 16 | Issue 178

MAY 2026

TPSO Mascot
"น้องดาวเหนือ"

ความสำเร็จของ กล้วยไม้ไทย และก้าวต่อไปของ "ดอกบัว" ในฐานะ NEW S-CURVE แห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ไม่ใช่แค่ความงาม
แต่คือมูลค่า
ในอนาคต

จากกล้วยไม้
สู่พลังใหม่
ของประเทศไทย

ISSN 2408-2465
9 772408 246502

วารสาร สนค. | ปีที่ 16 ฉบับที่ 178 เดือนพฤษภาคม 2569
www.tpso.go.th

EDITOR'S NOTE

เมื่อมูลค่าการค้าผลิตภัณฑ์บัวโลกพุ่งสูง และมีแนวโน้มเติบโตเกือบเท่าตัวในอีกหนึ่งทศวรรษ สะท้อนให้เห็นว่า "ดอกบัวไทย" มีศักยภาพสูงในการยกระดับจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ร่วมสมัยและ Sustainable Fashion เช่นเดียวกับไม้ตัดดอกอื่น ๆ การเร่งพัฒนาสายพันธุ์ ระบบโลจิสติกส์ และสร้างภาพจำผ่านการท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสสำคัญของกลุ่มผู้ประกอบการไทยในการคว้าส่วนแบ่งตลาดโลก พร้อมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างสมดุล

กระแสความยั่งยืนนี้ไม่ได้หยุดอยู่แค่พืชพรรณธรรมชาติ แต่ยังหลอมรวมเข้ากับอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในบทความ "แฟชั่นยั่งยืน: เมื่อโลกเปลี่ยน ไทยต้องปรับ เพื่อเปิดโอกาสใหม่" ที่จะพาไปเจาะลึกแนวทางการเปลี่ยนเกณฑ์สิ่งแวดล้อมโลกให้เป็นแต้มต่อทางธุรกิจ และเพื่อให้เท่าทันภูมิทัศน์การค้ายุคใหม่ วารสารฉบับนี้ยังชวนไปวิเคราะห์ผลกระทบในบทความ "รู้จัก "Pax Silica" กลุ่มพันธมิตรด้านเทคโนโลยีที่นำโดยสหรัฐอเมริกา: นัยต่อโอกาสและความท้าทายของไทย" เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับเกมภูมิรัฐศาสตร์ในห่วงโซ่อุปทานโลก

บทความ และบทวิเคราะห์เปรียบเสมือนเข็มทิศที่ช่วยให้เรามองเห็นทั้งโอกาสจากความท้าทายที่ไม่อาจหลีกเลี่ยง กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้จุดประกายไอเดียและสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง แล้วพบกันใหม่ในวารสารฉบับหน้า

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL REPORT
ความสำเร็จของกล้วยไม้ไทยและก้าวต่อไปของดอกบัว และก้าวต่อไปของดอกบัวในฐานะ New S-Curve

06 NEXT MOVE
แฟชั่นยั่งยืน: เมื่อโลกเปลี่ยน ไทยต้องปรับ เพื่อเปิดโอกาสใหม่

08 MARKET MOSAIC
Pax Silica: กรอบความตกลงชิปโลกยุคใหม่และนัยสำคัญต่อประเทศไทย

10 ECONOMIC INDICATORS
ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนเมษายน 2569

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนเมษายน 2569

12 TRADE ALERT
เดือนพฤษภาคม 2569

GETTING AROUND WITH TPSO
ฉบับที่ 178

ผอ.สนค. หารือผู้บริหารระดับสูง DZ Bank

แลกเปลี่ยนมุมมองเศรษฐกิจและการค้าโลก ชูศักยภาพไทยพร้อมดึงดูดการลงทุนจากเยอรมนี

เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2569 นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ให้การต้อนรับและร่วมหารือกับผู้แทนจาก Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank (DZ Bank) ในโอกาสเดินทางเยือนประเทศไทย นำโดย Mr. Martin Wehling, General Manager and Managing Director, DZ BANK, Singapore และ Mr. Adam Cotter, Senior Executive Banking โดย DZ Bank เป็นธนาคารกลางของธนาคารสหกรณ์ Volksbanken Raiffeisenbanken ที่มีอยู่ในเยอรมนีกว่า 700 แห่ง และเป็นธนาคารที่มีขนาดทรัพย์สินใหญ่เป็นอันดับสองของเยอรมนี ให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้าองค์กรและสถาบันของเยอรมนีที่ขยายตลาด การลงทุน และการค้าระหว่างประเทศทั่วโลก

นายนันทพงษ์กล่าวถึงภาพรวมเศรษฐกิจและการค้าไทยว่า ก่อนเกิดปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ไทยเผชิญภาวะการบริโภคภาคเอกชนชะลอตัวและเงินเฟ้อต่ำ แต่ภายหลังความขัดแย้งดังกล่าว ต้นทุนพลังงานที่เพิ่มขึ้นได้ผลักดันให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับเพิ่มจากหดตัว 0.08% ในเดือนมีนาคม 2569 เป็นขยายตัว 2.89% ในเดือนเมษายน 2569 ขณะที่รายได้ครัวเรือนยังคงทรงตัว ขณะที่ด้านการส่งออกของไทย แม้จะขยายตัวอย่างแข็งแกร่งในปี 2568 และยังคงเติบโตต่อเนื่องในเดือนมีนาคม 2569 แต่การเติบโตยังกระจุกตัวอยู่ในสินค้าอุตสาหกรรมและอาหารแปรรูป ขณะที่ภาคการเกษตรชะลอตัว สะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างที่รายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่ และภาพรวมของ SME ไทยยังคงอ่อนแอ ในการนี้นายนันทพงษ์ได้เชิญชวนให้ DZ Bank ร่วมเป็นพันธมิตรในการสนับสนุนให้กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีขั้นสูงจากเยอรมนีเข้ามาร่วมลงทุนและจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการ SME ไทย เพื่อยกระดับห่วงโซ่อุปทานของภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศสู่เทคโนโลยีขั้นสูง พร้อมเน้นย้ำว่าเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของไทยมิใช่เพียงการดึงดูดเม็ดเงินลงทุนเท่านั้น แต่คือ **"การถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน"**

"ประเทศไทยไม่ใช่แค่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว แต่เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่พร้อมด้วยโครงสร้างพื้นฐานและวัฒนธรรมทางธุรกิจที่เปิดรับการลงทุนจากต่างชาติอย่างแท้จริง" โดยกระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญกับภาคธุรกิจเยอรมนีในฐานะหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางเศรษฐกิจ และพร้อมที่จะเป็นกลไกสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนชาวเยอรมัน รวมถึงเครือข่ายผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าของ DZ Bank เพื่อให้สามารถเข้ามาขยายโอกาสทางธุรกิจ ผสานความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในไทยได้อย่างมั่นใจ และพร้อมที่จะเติบโตอย่างแข็งแกร่งไปพร้อมกับเศรษฐกิจไทยในระยะยาว

TPSO สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office
บรรณาธิการ : ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
ผู้จัดทำ : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ : 0 2507 7895 โทรสาร : 0 2547 5687

ความสำเร็จของกล้วยไม้ไทย

และก้าวต่อไปของ "ดอกบัว" ในฐานะ NEW S-CURVE แห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กระแส Gen Z กับการถ่ายภาพคู่กับดอกบัวที่มักมาคู่กับแฟชั่นชุดไทยหรือสไตล์ Thai Aesthetic ไม่ได้เป็นแค่เทรนด์ชั่วคราวในโซเชียลมีเดีย แต่กำลังกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะช่วยชุบชีวิตและยกระดับอุตสาหกรรมดอกไม้ไทยได้อย่างน่าสนใจ

ข้อมูลรายงานตลาดไม้ตัดดอก[1] ระบุว่า ตลาดไม้ตัดดอกของโลกเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยในปี 2568 ตลาดไม้ตัดดอกของโลกมีมูลค่า 38,740 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าถึง 46,980 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2570 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 4.9 จากแนวโน้มการค้าดอกไม้ออนไลน์ ความนิยมปลูกดอกไม้แบบยั่งยืน และการใช้ดอกไม้ในด้านไลฟ์สไตล์และสุขภาพ

การค้าไม้ตัดดอกของโลก[2] ปี 2567 พบว่า **การส่งออกไม้ตัดดอกของโลก** (พิกัดศุลกากร 0603) มีมูลค่า 11,255 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 6.0 จากปีที่ผ่านมา ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) เนเธอร์แลนด์ (สัดส่วนร้อยละ 46.4 ของมูลค่าการส่งออกไม้ตัดดอกของโลก) (2) โคลอมเบีย (ร้อยละ 20.9) (3) เอกวาดอร์ (ร้อยละ 9.0) (4) เคนยา (ร้อยละ 6.4) และ (5) เอธิโอเปีย (ร้อยละ 2.6) ขณะที่ไทยส่งออกเป็นอันดับที่ 13 ของโลก (ร้อยละ 0.6) สำหรับ **การนำเข้าไม้ตัดดอกของโลก** มีมูลค่า 10,493.5 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 5.4 จากปีที่ผ่านมา ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 25.8 ของมูลค่าการนำเข้าไม้ตัดดอกของโลก) (2) เยอรมนี (ร้อยละ 12.3) (3) เนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 11.4) (4) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 7.7) และ (5) รัสเซีย (ร้อยละ 3.7) **โดยชนิดของไม้ตัดดอกที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ กุหลาบ เบญจมาศ คาร์เนชั่น ลิลลี่ และกล้วยไม้ ตามลำดับ**

[1]ข้อมูลจากบริษัทวิจัยการตลาด Research And Markets: Cut Flowers Market Report 2026. https://www.researchandmarkets.com/reports/5820017/cut-flowers-market-report#product--toc
[2]https://www.trademap.org/

การค้าไม้ตัดดอกของไทย[3] ในปี 2568 **ไทยส่งออกไม้ตัดดอก** 20,508 ตัน เป็นมูลค่า 78.4 ล้านเหรียญสหรัฐ (2,568 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 10.0 จากปีก่อนหน้า โดย**กล้วยไม้** (พิกัดศุลกากร 060313) **เป็นสินค้าไม้ตัดดอกที่ไทยส่งออกมากที่สุด** มีปริมาณ 18,833 ตัน คิดเป็นมูลค่า 70.5 ล้านเหรียญสหรัฐ (2,308 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 13.4 จากปีก่อนหน้า

ทั้งนี้ ในปี 2568 **ไทยมีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้เป็นอันดับที่ 2 ของโลก** มีสัดส่วนร้อยละ 33.2 ของมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของโลก รองจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่มีสัดส่วนร้อยละ 37.0 (ข้อมูลจาก Trademap.org) ตลาดส่งออกกล้วยไม้ที่สำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 26.3 ของมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของไทย) (2) เวียดนาม (ร้อยละ 23.4) (3) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 16.1) (4) จีน (ร้อยละ 11.9) และ (5) อิตาลี (ร้อยละ 4.3) โดยมีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

สหรัฐฯ

นำเข้ากล้วยไม้จากไทยเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 52.7 ของการนำเข้าจากโลก

เวียดนาม

นำเข้ากล้วยไม้จากไทยเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 100.0 ของการนำเข้าจากโลก

ญี่ปุ่น

นำเข้ากล้วยไม้จากไทยเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 26.8 ของการนำเข้าจากโลก (นำเข้าจากจีนไทเป มากเป็นอันดับ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 53.3 ของการนำเข้าจากโลก)

จีน

นำเข้ากล้วยไม้จากไทยเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 94.1 ของการนำเข้าจากโลก

อิตาลี

นำเข้ากล้วยไม้จากไทยเป็นอันดับ 2 ร้อยละ 46.1 ของการนำเข้าจากโลก (นำเข้าจากเนเธอร์แลนด์ มากเป็นอันดับ 1 มีสัดส่วนร้อยละ 53.7 ของการนำเข้าจากโลก)[4]

การผลิตไม้ดอกที่สำคัญของไทย[5] ในปี 2568 ได้แก่ (1) ***กล้วยไม้*** มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 157,309 ไร่ ปริมาณผลผลิต 52,499 ตัน ปลูกมากในจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร นนทบุรี ราชบุรี และกาญจนบุรี (2) ***บัวหลวง*** มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 14,036 ไร่ ปริมาณผลผลิต 12,051 ตัน ปลูกมากในจังหวัดสุพรรณบุรี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา นครปฐม และปทุมธานี (3) ***ดาวเรือง*** มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 3,038 ไร่ ปริมาณผลผลิต 9,848 ตัน ปลูกมากในจังหวัดตาก บุรีรัมย์ อ่างทอง สุพรรณบุรี และนครราชสีมา และ (4) ***กุหลาบ*** มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 2,894 ไร่ ปริมาณผลผลิต 12,396 ตัน ปลูกมากในจังหวัดเชียงใหม่ ตาก นครราชสีมา เชียงราย และอ่างทอง

ดอกบัว เป็นดอกไม้ของไทยที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ไทยมีพื้นที่เก็บเกี่ยวดอกบัวหลวง 14,036 ไร่ (ลดลงร้อยละ 7 จากปีที่ผ่านมา) ปริมาณผลผลิต 12,051 ตัน (ลดลงร้อยละ 0.1 จากปีที่ผ่านมา) ปลูกมากในจังหวัดสุพรรณบุรี (ร้อยละ 28.1 ของเนื้อที่ปลูกทั้งหมด) นนทบุรี (ร้อยละ 15.4) พระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 14.1) นครปฐม (ร้อยละ 13.2) และปทุมธานี (ร้อยละ 9.0) สำหรับการใช้ดอกบัวในไทย โดยมากเป็นการใช้ในพิธีกรรม ศาสนา และประเพณีเป็นหลัก ขณะที่การใช้เพื่อการบริโภค การแพทย์แผนไทย และการต่อยอดเชิงพาณิชย์เป็นสัดส่วนรองลงมา อย่างไรก็ดี แนวโน้มการนำดอกบัวไปสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบสินค้าไลฟ์สไตล์ อาหาร และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน ***สะท้อนศักยภาพของดอกบัวในการก้าวข้ามบทบาทดั้งเดิม สู่พืชที่เชื่อมโยงมิติเศรษฐกิจร่วมสมัย***

การค้าผลิตภัณฑ์บัวของโลก (ดอกบัว เมล็ดบัว รากบัว ใบ และผลิตภัณฑ์สกัด) ในปี 2568[6] มีมูลค่าประมาณ 3,800 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตถึง 6,900 ล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2034 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 6.9 โดยใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นเกือบครึ่งหนึ่งของมูลค่าทั้งหมด ข้อมูลนี้ทำให้เห็นว่า การส่งออกไม้ตัดดอกของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกล้วยไม้ที่สามารถครองตลาดทั่วโลก แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะสามารถคว้าส่วนแบ่งตลาดโลกได้เพิ่มขึ้น โดยอาจเพิ่มศักยภาพธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาสายพันธุ์ การปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์ นอกจากนี้ ยังควรส่งเสริมการสร้างภาพจำแก่ดอกไม้พื้นถิ่นประเภทอื่น ๆ ให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

ผ่านการท่องเที่ยวหรืองานเทศกาล ได้แก่ ดอกมะลิ ดอกดาวเรือง เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ดังเช่นดอกบัวไทยที่กำลังถูกยกระดับภาพลักษณ์จากการใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา สู่สินค้าไลฟ์สไตล์และงานสุนทรียะร่วมสมัย เช่น การออกแบบช่อดอกบัวสไตล์โมเดิร์น และการพับกลีบเชิงศิลปะ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า บริการ

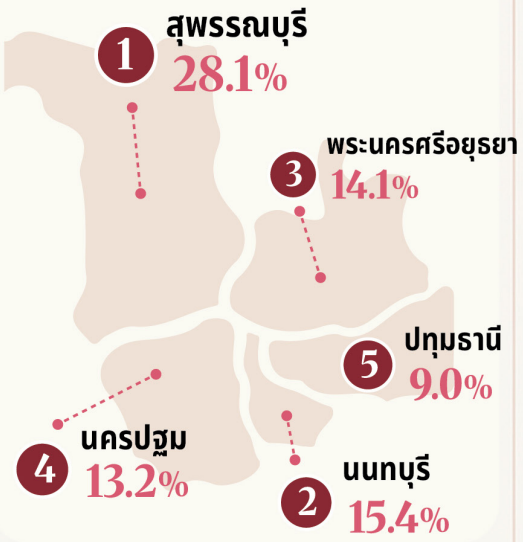
ไทย

ตัวเลขสำคัญของดอกบัวไทย

14,036 ไร่
พื้นที่เก็บเกี่ยวดอกบัวหลวง
▼ 7% จากปีก่อนหน้า

12,051 ไร่
ปริมาณผลผลิตรวม
▼ 0.1% จากปีก่อนหน้า

5 จังหวัด ปลูกดอกบัวมากที่สุด
(สัดส่วนของเนื้อที่ปลูกทั้งหมด)



การใช้ประโยชน์จากดอกบัวในไทย
(ส่วนใหญ่ใช้ในพิธีกรรม ศาสนา และประเพณี)

- **พิธีกรรม ศาสนา และประเพณี**
- **การบริโภค** (อาหารและเครื่องดื่ม)
- **การแพทย์แผนไทย และสมุนไพร**
- **สินค้าไลฟ์สไตล์ และความงาม**
- **วัฒนธรรมร่วมสมัย** (คาเฟ่ , แฟชั่น , กิจกรรม)

ดอกบัวกำลังเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจร่วมสมัย

แนวโน้มการนำดอกบัวไปสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบสินค้าไลฟ์สไตล์ อาหาร และกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม สะท้อนศักยภาพของดอกบัวในการก้าวข้ามบทบาทดั้งเดิม สู่พืชที่เชื่อมโยงมิติเศรษฐกิจร่วมสมัย

สินค้าไลฟ์สไตล์และความงาม

- สกินแคร์จากสารสกัดดอกบัว
- น้ำหอม กลิ่นดอกบัว
- ดีไซน์จากแรงบันดาลใจดอกบัว

แฟชั่น และการออกแบบ

- ลวดลายดอกบัวในเสื้อผ้าและผ้าไทย
- เครื่องประดับและกระเป๋าดีไซน์ร่วมสมัย
- คอลเลกชันพิเศษจากแรงบันดาลใจวัฒนธรรมไทย

ท่องเที่ยวกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม

- ตลาดน้ำและทุ่งบัวเชิงท่องเที่ยว
- เวิร์กช็อปจัดดอกบัว พับกลีบ และงานศิลป์
- เทศกาลดอกบัวและงานประเพณีท้องถิ่น

สุขภาพ และเวลเนส

- สปาและทรีตเมนต์จากดอกบัว
- สมุนไพรจากเกสรบัวและใบบัว
- ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและการผ่อนคลาย

สร้างมูลค่าเพิ่ม ให้เกษตรกร และชุมชน

ต่อยอดสู่สินค้า และบริการ ที่มีศักยภาพสูง

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของไทย สู่ตลาดโลก

อนุรักษ์และสืบสาน วัฒนธรรมไทยอย่างยั่งยืน

และประสบการณ์เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยว และการสร้างคอนเทนต์ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด อันจะช่วยลดการพึ่งพาดอกไม้นำเข้า และก่อให้เกิดการพัฒนาสายพันธุ์ดอกบัวไทย ให้หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างแบรนด์ดอกบัวไทยในฐานะ Sustainable Fashion[7] สอดรับกับค่านิยมของคนรุ่นใหม่และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างสมดุล

ทิพย์วรรณ พรมรังกา
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

[3]ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
[4]hs code 0603 https://www.trademap.org/
[5]ระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ https://production.doae.go.th
[6]Lotus Products Sales Market. https://dataintelo.com/report/global-lotus-products-sales-market?utm_source=copilot.com
[7]หาได้ง่ายในท้องถิ่น ลดการนำเข้า และลด Carbon Footprint

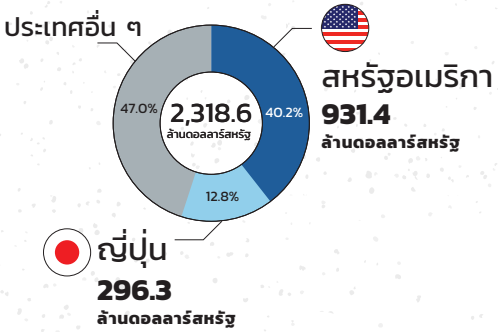
แฟชั่นยั่งยืน
เมื่อโลกเปลี่ยน ไทยต้องปรับ เพื่อเปิดโอกาสใหม่

“โลกแฟชั่นไม่ได้อยู่แค่บนรันเวย์อีกต่อไป แต่กำลังถูกแรงกดดันด้านสิ่งแวดล้อม การตรวจสอบย้อนกลับของห่วงโซ่อุปทาน และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มซึ่งเคยถูกจัดว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ก่อมลพิษมากที่สุดในโลก กำลังเผชิญกับการปฏิวัติครั้งใหญ่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ข้อบังคับใหม่ และจิตสำนึกสีเขียวที่แพร่กระจายไปทั่วโลก”

“เส้นใยรีไซเคิล” คือหัวใจของแฟชั่นยั่งยืน ในปัจจุบัน วัตถุดิบที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ rPET เส้นใยโพลีเอสเตอร์ที่แปรรูปมาจากขวดพลาสติกใช้แล้ว แบรนด์ระดับโลกอย่าง Patagonia, Adidas และ H&M นำมาใช้ในกระบวนการผลิตแล้ว อีกทั้งยังมีเส้นใยรีไซเคิลประเภทอื่น ได้แก่ ฝ้ายรีไซเคิล ซึ่งนำเสื้อผ้าเก่ามาแปรรูปเป็นเส้นด้ายใหม่ และ Econyl เส้นใยไนลอนคุณภาพสูงที่ผลิตจากอวนประมง พรม และวัสดุไนลอนที่ใช้แล้ว นอกจากการพัฒนานวัตกรรมด้านวัสดุแล้ว เทคโนโลยี Digital Traceability ก็กำลังยกระดับการตรวจสอบย้อนกลับของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ด้วยการติด QR code ที่มีข้อมูลตลอดห่วงโซ่การผลิตลงในป้ายผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของเสื้อผ้าได้ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

แฟชั่นยั่งยืน มีต้นทุนการผลิตสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมและคัดแยกวัตถุดิบ กระบวนการย้อมสีซ้ำ และค่าธรรมเนียมการขอรับรองมาตรฐาน GRS[1] สำหรับวัสดุรีไซเคิล และ GOTS[2] สำหรับเส้นใยธรรมชาติอินทรีย์ ซึ่งเป็นข้อกำหนดสำคัญของตลาดโลก อย่างไรก็ดี เมื่อเกิด Economy of Scale ส่วนต่างต้นทุนโดยรวมก็ลดลง ขณะที่แบรนด์ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน อาทิ Stella McCartney ของอังกฤษ และ Eileen Fisher ของสหรัฐอเมริกา ใช้ความยั่งยืนเป็นแกนหลักของแบรนด์และเหตุผลในการตั้งราคาสูง สะท้อนว่า "Green Premium" กำลังกลายเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคยอมจ่าย

ตลาดการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยปี 2568



โรงงานสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในไทย

2,609 แห่ง
รองรับการผลิตเพื่อส่งออกไปยังตลาดโลก

ปัจจุบันแบรนด์ไทยหลายรายเริ่มหันมาใช้เส้นใยรีไซเคิลในการผลิต ตั้งแต่แบรนด์ที่ตั้งความยั่งยืนเป็นแกนหลักอย่าง CIRCULAR ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐาน GRS แล้ว ไปจนถึงแบรนด์กระแสหลักอย่าง Greyhound ที่มีไลน์สินค้า Green Label ผลิตจากวัตถุดิบรีไซเคิล และแบรนด์ PIPATCHARA ที่นำขยะพลาสติกรีไซเคิลมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าจนได้รับความสนใจระดับนานาชาติ สะท้อนว่าตลาดไทยกำลังให้ความสำคัญกับแฟชั่นยั่งยืนมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และ Krungthai COMPASS ชี้ให้เห็นว่า อุปสรรคสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านไปสู่แฟชั่นยั่งยืนของไทย ได้แก่ **(1) ความไม่แน่นอนของอุปทานวัตถุดิบรีไซเคิล** เนื่องจากยังขาดกระบวนการรวบรวมและคัดแยกสิ่งทอที่เป็นระบบ ประกอบกับเสื้อผ้าส่วนใหญ่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรีไซเคิลตั้งแต่ต้น **(2) ความซับซ้อนของเทคโนโลยีการรีไซเคิลสิ่งทอ** เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ ผู้ประกอบการจึงต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับเส้นใยแต่ละชนิด และ **(3) การขาดมาตรการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม** ทั้งในด้านภาษีและมิใช่ภาษี ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ารีไซเคิลยังไม่เป็นที่แพร่หลาย

อุปสรรคสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านไปสู่แฟชั่นยั่งยืนของไทย

ความไม่แน่นอนของอุปทานวัตถุดิบรีไซเคิล
เนื่องจากยังขาดกระบวนการรวบรวมและคัดแยกสิ่งทอที่เป็นระบบ ประกอบกับเสื้อผ้าส่วนใหญ่ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรีไซเคิลตั้งแต่ต้น

ความซับซ้อนของเทคโนโลยีการรีไซเคิลสิ่งทอ
เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ ผู้ประกอบการจึงต้องลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับเส้นใยแต่ละชนิด

การขาดมาตรการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม ทั้งในด้านภาษีและมิใช่ภาษี ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ารีไซเคิลยังไม่เป็นที่แพร่หลาย

นอกจากนี้ แรงกดดันจากภายนอกเป็นทั้งความท้าทายและโอกาส เช่น สหภาพยุโรปมีการบังคับใช้ Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR) ซึ่งกำหนดมาตรฐานด้านความยั่งยืนขั้นต่ำสำหรับผลิตภัณฑ์แฟชั่นทุกชิ้นที่จำหน่ายในตลาดยุโรป ครอบคลุมตั้งแต่ความทนทานของผลิตภัณฑ์ สัดส่วนวัสดุรีไซเคิล ไปจนถึงข้อกำหนดด้าน Digital Product Passport ที่บังคับให้ผู้ผลิตเปิดเผยข้อมูลตลอดห่วงโซ่การผลิต ผู้ผลิตที่ไม่ปฏิบัติตาม ESPR จะถูกห้ามวางจำหน่ายสินค้าในสหภาพยุโรป และอาจถูกปรับเงินตามที่แต่ละประเทศสมาชิกกำหนด ทั้งนี้ ในปี 2568 การส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยไปตลาดสหภาพยุโรปมีมูลค่า 438.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สัดส่วนร้อยละ 18.9 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทยทั้งหมด) และในช่วง 5 ปีล่าสุด (ปี 2564 - 2568) ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 0.05 ต่อปี สะท้อนว่าตลาดสหภาพยุโรปอยู่ในภาวะทรงตัว การบังคับใช้ ESPR จึงเป็นทั้งแรงกดดันและโอกาส กล่าวคือ แบรนด์เสื้อผ้าในยุโรปที่ต้องปฏิบัติตาม ESPR จะให้ความสำคัญกับการจัดหาผู้ผลิตที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตามข้อกำหนดโดยตรง ผู้ประกอบการไทยที่สามารถปรับตัวรองรับ ESPR ได้ จึงมีโอกาสเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของแบรนด์ชั้นนำ รวมถึงมีโอกาสรักษาและขยายตลาดในสหภาพยุโรปได้

กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าไปมีบทบาทในการยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยสู่ความยั่งยืนได้ ได้แก่

01
พัฒนาต่อยอด Thailand Textile Tag ให้ครอบคลุมมิติความยั่งยืน
โดยเพิ่มเกณฑ์การรับรองด้านวัสดุรีไซเคิล และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความแตกต่างของสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศ

02
เร่งรัดการเจรจาการค้า
เพื่อผลักดันให้สินค้าแฟชั่นยั่งยืนที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสากลได้รับสิทธิประโยชน์ทางการค้าที่เอื้อต่อการเข้าถึงตลาดคู่ค้าใหม่

03
ส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน Digital Traceability
เพื่อให้ผู้ผลิตเปิดเผยข้อมูลตลอดห่วงโซ่การผลิต รองรับข้อกำหนด Digital Product Passport

04
การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)
เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยที่ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนกับตลาดเป้าหมาย ซึ่งช่วยเปิดโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการไทยได้อย่างตรงจุด

---

[1]มาตรฐาน GRS หรือ Global Recycled Standard เป็นมาตรฐานสากลที่ตรวจสอบและรับรองวัสดุรีไซเคิลในผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ที่มาจนถึงสินค้าสุดท้าย โดยกำหนดให้มีส่วนผสมรีไซเคิลอย่างน้อยร้อยละ 20 เพื่อขอรับรอง และอย่างน้อยร้อยละ 50 จึงจะสามารถแสดงเครื่องหมาย GRS บนผลิตภัณฑ์ได้

[2]มาตรฐาน GOTS หรือ Global Organic Textile Standard เป็นมาตรฐานรับรองสิ่งทออินทรีย์ โดยกำหนดให้ผลิตภัณฑ์มีเส้นใยอินทรีย์อย่างน้อยร้อยละ 70 เพื่อติดฉลาก "Made with organic" และอย่างน้อยร้อยละ 95 เพื่อติดฉลาก "Organic"

[3]จำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2535 และ พ.ร.บ. โรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ณ สิ้นปี 2568

แหล่งที่มาข้อมูล: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ / a day / European Union / First Insight / GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD / TEXTTILE SQUARE / The Standard / UNEP & UNECE

พัดชา ต้องเชื้อ

ธนโชติ อุยสุย
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

PAX SILICA

กลุ่มพันธมิตรด้านเทคโนโลยีที่นำโดยสหรัฐอเมริกา : นัยต่อโอกาสและความท้าทายของไทย

เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2568 กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ประกาศจัดตั้งกรอบความร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานเซมิคอนดักเตอร์ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เทคโนโลยีสำคัญอื่น ๆ ภายใต้ชื่อ “Pax Silica” ในระหว่างการประชุมสุดยอด Pax Silica Summit ครั้งแรก ที่กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. โดยมีประเทศพันธมิตรอีก 6 ประเทศ เข้าร่วมและลงนามในปฏิญญา Pax Silica ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อิสราเอล สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย โดยชื่อ “Pax Silica” มาจากคำว่า “Pax” ที่แปลว่า สันติภาพ หรือความเจริญรุ่งเรือง และ “Silica” ซึ่งเป็นวัตถุดิบตั้งต้นที่ใช้ในการผลิตเซมิคอนดักเตอร์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับเทคโนโลยี AI หากแปลรวมกัน จึงมีความหมายว่า ระเบียบสันติภาพแห่งซิลิกา แม้ว่า Pax Silica จะเป็นเพียงกรอบความร่วมมือที่ยืดหยุ่นและไม่มีผลผูกพันทางกฎหมาย แต่ก็มีนัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ที่น่าจับตามองอย่างยิ่งและสะท้อนถึงแนวโน้มความพยายามในการจัดระเบียบห่วงโซ่อุปทานเทคโนโลยีโลกใหม่

การจัดตั้ง Pax Silica มีวัตถุประสงค์เพื่อ

01 ลดการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานที่อาจถูกใช้เป็นเครื่องมือบีบบังคับทางเศรษฐกิจ

02 สร้างพันธมิตรระหว่างประเทศเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของห่วงโซ่อุปทานเทคโนโลยี และแสวงหาโอกาสในการลงทุนร่วมกัน

03 ปกป้องเทคโนโลยีที่มีความอ่อนไหว และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่เชื่อถือได้ ท่ามกลางการแข่งขันทางภูมิรัฐศาสตร์ เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน

ทั้งนี้ แม้สหรัฐอเมริกาจะยังคงเป็นผู้นำของโลกในด้านเทคโนโลยีขั้นสูง โดยเฉพาะเซมิคอนดักเตอร์และ AI แต่ทางฝั่งจีนก็มีพัฒนาการในด้านนี้อย่างก้าวกระโดดเช่นกัน นอกจากนี้ สหรัฐอเมริกายังคงต้องพึ่งพาแร่ธาตุสำคัญ (Critical Minerals) และแร่ธาตุหายาก (Rare Earth) หลายชนิดจากจีน เพื่อใช้ในการผลิตเซมิคอนดักเตอร์และอุปกรณ์เทคโนโลยีขั้นสูงต่าง ๆ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะถูกใช้เป็นเครื่องมือบีบบังคับทางเศรษฐกิจ เช่น กรณีที่จีนได้ออกมาตรการจำกัดการส่งออกแร่หายาก 7 ชนิด[1] เพื่อตอบโต้มาตรการเก็บภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกาเมื่อเดือนเมษายน 2568

ปัจจุบัน มีประเทศที่ร่วมลงนามในปฏิญญา Pax Silica 15 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อิสราเอล สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย กรีซ กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อินเดีย สวีเดน ฟินแลนด์ ฟิลิปปินส์ และนอร์เวย์ ซึ่งเป็นประเทศล่าสุดที่ลงนาม เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2569 นอกจากนี้ ไต้หวัน ได้รับรองหลักการของปฏิญญา Pax Silica ผ่านแถลงการณ์ร่วมระหว่างทั้งสองฝ่ายเมื่อวันที่ 26 มกราคม 2569 โดยในระยะเริ่มแรก สมาชิกของ Pax Silica จำกัดอยู่เฉพาะประเทศพันธมิตรใกล้ชิดของสหรัฐอเมริกาที่มีบทบาทในระดับต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทานเซมิคอนดักเตอร์และ AI เท่านั้น ก่อนที่จะขยายไปยังประเทศอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่มีบทบาทในระดับปลายน้ำ อาทิ อินเดีย และฟิลิปปินส์ หรือแม้กระทั่งประเทศที่ไม่ได้อยู่ในห่วงโซ่อุปทานดังกล่าวโดยตรง แต่มีศักยภาพทางการเงิน อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กาตาร์ และนอร์เวย์

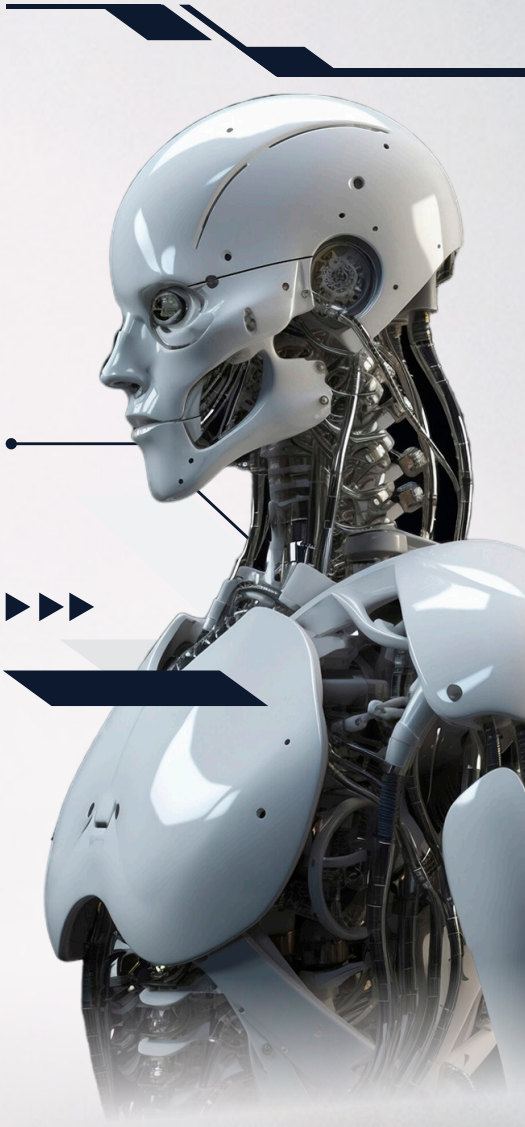
นอกจากนี้ กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกายังได้ก่อตั้งกองทุน Pax Silica Fund เพื่อสนับสนุนการสกัดและการแปรรูปแร่ธาตุสำคัญ รวมถึงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น และสินทรัพย์ด้านการผลิตที่ส่งเสริมห่วงโซ่อุปทานเซมิคอนดักเตอร์ที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้ พร้อมกับจัดสรรเงินทุนเริ่มต้นสำหรับกองทุน ซึ่งมีมูลค่า 250 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มเติมจากกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติ (Sovereign wealth fund) และภาคเอกชนของประเทศต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นว่า Pax Silica มีกลไกที่จะนำไปสู่การลงทุนอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับประเทศไทย แม้ปัจจุบันจะยังไม่ได้เข้าร่วม Pax Silica แต่ก็มีความเป็นไปได้ที่ไทยอาจได้รับการพิจารณาให้เข้าร่วมในอนาคต เนื่องจากแนวโน้มการขยายจำนวนประเทศสมาชิก และศักยภาพของไทยในฐานะฐานการประกอบและทดสอบเซมิคอนดักเตอร์ที่สำคัญของภูมิภาค รวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนา AI โดยเฉพาะฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ (HDD) ซึ่งไทยเป็นฐานการผลิตที่ใหญ่ที่สุดของโลก ด้วยสัดส่วนการผลิตประมาณ 80% ของการผลิตทั่วโลก โดยมีบริษัทของสหรัฐอเมริกา เช่น Seagate และ Western Digital เป็นผู้ลงทุนรายสำคัญ นอกจากนี้ ไทยยังมีทำเลที่ตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานระหว่างเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม การเข้าร่วม Pax Silica ย่อมนำมาทั้งโอกาสและความท้าทาย ด้านหนึ่ง ไทยอาจดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมเซมิคอนดักเตอร์ AI และเทคโนโลยีขั้นสูงอื่น ๆ จากสหรัฐอเมริกาและประเทศพันธมิตรได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออก การลงทุนใช้จ่าย และการจ้างงานภายในประเทศ อีกทั้งยังช่วยยกระดับความสัมพันธ์ไทย - สหรัฐอเมริกาให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น แต่อีกด้านหนึ่ง ไทยอาจต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาสมดุลทางยุทธศาสตร์ระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อความเป็นอิสระในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดย Jacob Helsberg รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศฝ่ายกิจการเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มการจัดตั้งกรอบความร่วมมือดังกล่าว ได้ระบุถึงเงื่อนไขสำคัญของประเทศที่จะเข้าร่วม Pax Silica คือ ต้องมีแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับหลักการและเป้าหมายของกรอบความร่วมมือ

นอกจากนี้ ไทยยังมีข้อจำกัดในศักยภาพด้านเทคโนโลยีขั้นสูง การวิจัยและพัฒนา ตลอดจนจำนวนบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะทางในอุตสาหกรรมเซมิคอนดักเตอร์และ AI ซึ่งอาจทำให้ไทยยังไม่สามารถก้าวขึ้นไปมีบทบาทในห่วงโซ่อุปทานที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้ระยะเวลาอันสั้น ด้วยเหตุนี้ แม้การเข้าร่วม Pax Silica จะเป็นโอกาสสำคัญที่อาจช่วยยกระดับบทบาทของไทยในห่วงโซ่อุปทานเทคโนโลยีของโลก แต่ความสำเร็จของไทยจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการรักษาสมดุลทางภูมิรัฐศาสตร์ การยกระดับศักยภาพทางเทคโนโลยีภายในประเทศ และการกำหนดยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมที่ชัดเจน เพื่อให้ไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานโลกได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ตกอยู่ภายใต้แรงกดดันจากการแข่งขันระหว่างประเทศมหาอำนาจมากจนเกินไป

[1] ได้แก่ samarium, gadolinium, terbium, dysprosium, lutetium, scandium และ yttrium



ปริญญาพัฒน์ แพงหลวง
นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

ECONOMIC INDICATORS
โดย กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนเมษายน 2569

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนเมษายน 2569

		ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation	เม.ย. 69	103.03	2.75	2.89	0.32
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	มี.ค. 69	100.27	0.60	-0.08	-0.54
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation	เม.ย. 69	102.12	0.41	0.83	0.64
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	มี.ค. 69	101.70	-0.12	0.57	0.58
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	เม.ย. 69	117.5	2.6	9.1	3.2
	มี.ค. 69	114.5	5.7	6.0	1.3
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	เม.ย. 69	112.4	3.6	5.9	2.2
	มี.ค. 69	108.5	2.9	2.6	0.9

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนเมษายน 2569 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนเมษายน 2569 สูงขึ้นร้อยละ 2.89 (YoY) เป็นผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตามสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง และการปิดช่องแคบฮอร์มุซที่ยังยืดเยื้อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องให้ค่าโดยสารสาธารณะปรับสูงขึ้น ขณะเดียวกันราคาอาหารสำเร็จรูปปรับตัวสูงขึ้นจากการส่งผ่านต้นทุนของผู้ประกอบการไปยังราคาจำหน่าย รวมถึงราคาผักสดปรับสูงขึ้นจากสภาพอากาศที่ร้อนจัด สำหรับดัชนีราคาผู้ผลิต ปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง และหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ส่วนดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ หมวดซีเมนต์ หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก หมวดกระเบื้อง หมวดวัสดุฉาบผิวหมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้โภคโดยรวมปรับลดลง

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนพฤษภาคม 2569 คาดว่าจะเป็นบวกอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (1) ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวสูงขึ้นตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ทรงตัวในระดับสูง (2) ราคาอาหารสำเร็จรูปปรับตัวสูงขึ้น จากการที่ผู้ประกอบการส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาจำหน่าย (3) ราคาเนื้อสัตว์ปรับสูงขึ้น ทั้งเนื้อสุกรและเนื้อไก่ จากต้นทุนอาหารสัตว์และต้นทุนการขนส่งที่เพิ่มขึ้น (4) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางปรับตัวสูงขึ้น จากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ทรงตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง และ (5) แรงกดดันด้านต้นทุนของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่เริ่มส่งสัญญาณปรับราคาสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อสะท้อนต้นทุนวัตถุดิบและค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น สำหรับปัจจัยกดดันให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ได้แก่ (1) ภาครัฐดำเนินมาตรการช่วยเหลือลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการไทยช่วยไทย (2) ค่ากระแสไฟฟ้าในเดือน พ.ค. 2569 ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2568 อีกทั้งในเดือน มิ.ย. 2569 จะมีมาตรการช่วยเหลือผู้ใช้ไฟฟ้า โดยมีการปรับโครงสร้างค่าไฟฟ้าใหม่ และ (3) ราคาผลไม้สดที่สำคัญในประเทศยังฟื้นตัวอย่างช้า ๆ

ดัชนีราคาผู้บริโภค
เดือนเมษายน 2569 สูงขึ้นร้อยละ 2.89 (YoY)

	อาหารและเครื่องดื่ม	เครื่องนุ่งห่มรองเท้า	ที่อยู่อาศัย	ยา ของใช้ส่วนบุคคล
YoY	0.98 ▲	-1.23 ▼	0.11 ▼	-0.82 ▼
MoM	1.13 ▲	0.08 ▲	0.00 ●	0.35 ▲

	พาหนะเชื้อเพลิง	การศึกษาบันเทิง	บุหรี่สุรา
YoY	11.38 ▲	0.55 ▲	-0.07 ▼
MoM	10.13 ▲	0.08 ▲	0.00 ●

ดัชนีราคาผู้ผลิต
เดือนเมษายน 2569 สูงขึ้นร้อยละ 9.1 (YoY)

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)

	ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง	ผลิตภัณฑ์จากเหมือง	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
YoY	-0.5 ▼	2.6 ▲	10.7 ▲
MoM	4.2 ▲	13.5 ▲	2.2 ▲

แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)

	สินค้าสำเร็จรูป	สินค้ากึ่งสำเร็จรูป	สินค้าวัตถุดิบ
YoY	6.0 ▲	18.6 ▲	1.0 ▲
MoM	0.1 ▲	6.5 ▲	7.1 ▲

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง
เดือนเมษายน 2569 สูงขึ้นร้อยละ 5.9 (YoY)

	ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	ซีเมนต์	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก
YoY	1.0 ▲	2.8 ▲	5.6 ▲	6.2 ▲
MoM	0.2 ▲	2.6 ▲	4.1 ▲	5.3 ▲

	กระเบื้อง	วัสดุฉาบผิว	สุขภัณฑ์	อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ
YoY	1.3 ▲	0.7 ▲	-1.2 ▼	4.9 ▲	15.8 ▲
MoM	0.1 ▲	1.4 ▲	1.1 ▲	1.7 ▲	6.1 ▲

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค
เดือนเมษายน 2569 เท่ากับ 45.0

	มี.ค. 69	เม.ย. 69	+ / -
ภาพรวม อยู่ที่ระดับ	45.5	45.0	▼
ปัจจุบัน อยู่ที่ระดับ	36.8	35.0	▼
อนาคต อยู่ที่ระดับ	51.2	51.7	▲

	มี.ค. 69	เม.ย. 69	+ / -
กรุงเทพฯ/และปริมณฑล	44.1	49.7	▲
ภาคกลาง	43.9	43.1	▼
ภาคเหนือ	44.4	43.2	▼
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	48.3	46.8	▼
ภาคใต้	45.2	44.5	▼

	พนักงานของรัฐ	เกษตรกร	ผู้ประกอบการ	นักศึกษา	รับจ้างอิสระ	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ทำงาน
เม.ย. 69	48.9	42.8	46.8	43.1	42.9	45.5	45.3
มี.ค. 69	49.4	44.4	47.2	41.1	43.6	45.2	45.8
+ / -	▼	▼	▼	▲	▼	▲	▼

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการประจำเดือนเมษายน 2569 ผ่าน QR Code นี้

WEBSITE
https://tpso.go.th/summary-trade-economy-th

การค้าระหว่างประเทศของไทย

International TRADE FOCUS
โดย กองยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

เดือนเมษายน 2569

การส่งออกของไทยในเดือนเมษายน 2569

มีมูลค่า **31,583.0** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (1,022,354 ล้านบาท)

ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 22 ที่ 23.1%

หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **25.7%**

สินค้าหลักที่ขยายตัวยังอยู่ในกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอัญมณีและเครื่องประดับ โดยฝั่งผู้นำเข้าเร่งสั่งซื้อสินค้าเพื่อป้องกันความผันผวนด้านราคาจากความกังวลต่อการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานและต้นทุนที่คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ความต้องการผลไม้ไทยตามฤดูกาลเติบโตอย่างแข็งแกร่ง อาทิ ทุเรียน เงาะ และลิ้นจี่ ในส่วนของการส่งออกรายตลาดแทบทุกตลาดขยายตัวได้ดีตามการเติบโตของภาคการผลิตและการบริโภคของแต่ละประเทศ ทั้งนี้ การส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2569 ขยายตัวที่ร้อยละ 18.9 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 19.1

- **มูลค่าการค้า** เดือนเมษายน 2569 **การส่งออก** มีมูลค่า 31,583.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 23.1 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน **การนำเข้า** มีมูลค่า 41,604.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 45.0 **ดุลการค้า** ขาดดุล 10,021.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

- **แนวโน้มการส่งออกในปี 2569**

คาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องท่ามกลางสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ที่ยืดเยื้อ จากการตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็วของผู้ประกอบการส่งออกและสายเรือขนส่งสินค้าที่ประเมินความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ และเร่งปรับตัวเพื่อรับกับต้นทุนใหม่ที่เพิ่มขึ้น โดยมีภาครัฐร่วมสนับสนุนในการแก้ไขอุปสรรคทางการค้าและผลักดันการเปิดตลาด ปัจจัยลบในระยะข้างหน้าอาจเกิดขึ้นจากต้นทุนค่าขนส่งทางเรือที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ความไม่สงบบริเวณช่องแคบฮอร์มุซยังคงอยู่ และปัญหาภัยแล้งจากเอลนีโญที่อาจส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ในช่วงครึ่งหลังของปี กระทรวงพาณิชย์เร่งเดินหน้า 5 นโยบายหลักรับมือวิกฤตซ้อนวิกฤตเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยในระยะยาวอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลค่าครองชีพ ยกระดับเกษตร เสริมแกร่ง SMEs กระจายตลาดส่งออก เพิ่มการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการปลดล็อกกฎระเบียบด้านการค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันประเทศต่อไปในอนาคต

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	เม.ย. 2569 Apr 202	ม.ค. - เม.ย. 2569 Jan - Apr 2026
มูลค่าการค้ารวม	73,187.3 +34.7%	275,003.6 +27.4%
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	31,583.0 +23.1%	127,752.8 +18.9%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	41,604.3 +45.0%	147,250.7 +35.7%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-10,021.3	-19,497.9

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 69

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	4,733.3	+68.7	15.0	สหรัฐอเมริกา	7,269.1	+44.2	23.0
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,234.7	+9.4	7.1	จีน	4,337.6	+21.9	13.7
อัญมณีและเครื่องประดับ	2,159.3	+24.1	6.8	ญี่ปุ่น	2,177.2	+23.4	6.9
เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,449.1	+140.5	4.6	มาเลเซีย	1,666.5	+62.8	5.3
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,346.1	+14.0	4.3	สิงคโปร์	1,462.2	+69.6	4.6

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 69

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
แผงวงจรไฟฟ้า	6,552.6	+133.8	15.8	จีน	12,018.1	+36.3	28.9
น้ำมันดิบ	6,396.2	+169.3	15.4	ไต้หวัน	5,405.7	+121.8	13.0
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	4,308.6	+65.4	10.4	สหรัฐอเมริกา	2,620.8	+51.2	6.3
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	2,183.1	+7.4	5.3	ญี่ปุ่น	2,524.8	+7.1	6.1
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	2,133.2	-14.1	5.1	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	2,027.6	+86.3	4.9

WEBSITE https://tpso.go.th/international-trade

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนเมษายน 2569 ผ่าน QR Code นี้

Trade Alert!

EV จีนโตนอกบ้าน

ดันยอดส่งออกพุ่ง สวนกระแสในประเทศหดตัว

ยอดขายรถยนต์ในจีนเดือนเมษายน 2569 ชบเซาต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ขณะที่ยอดส่งออกเพิ่มสูงขึ้น ยอดขายรถยนต์ภายในประเทศเดือนเมษายน 2569 ลดลง 21.6% (YoY) เหลือ 1.4 ล้านคัน ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 จากยอดขายรถยนต์สันดาปที่ต่ำกว่าคาดท่ามกลางราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ขณะที่ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้า (EV) และปลั๊กอินไฮบริดลดลง 6.8% (YoY) ในทางตรงกันข้าม การส่งออกรถยนต์จีนเพิ่มขึ้น 80.2% (YoY) โดยยอดส่งออกรถ EV และปลั๊กอินไฮบริดพุ่งสูงถึง 111.8% (YoY) จากความต้องการรถ EV ในตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ผู้ผลิตรถยนต์จีนได้หันมาเน้นการผลิตรถยนต์ขนาดใหญ่และมีฟีเจอร์ครบครันมากขึ้นแทนที่รถยนต์ราคาประหยัดที่เคยเป็นฐานหลัก อย่างไรก็ตาม แม้รถ EV และปลั๊กอินไฮบริดระดับพรีเมียมจะเติบโตได้แข็งแกร่ง แต่ยังไม่เพียงพอที่จะชดเชยการชะลอตัวในภาพรวมได้ เนื่องจากอุปสงต่อรถยนต์ราคาประหยัดยังคงอ่อนแอ

อินเดียสลัดภาพ Back-office ต้นทุนต่ำ

มุ่งสู่ศูนย์กลาง เทคโนโลยี-R&D ระดับโลก

อุตสาหกรรมศูนย์ความสามารถระดับโลก (Global Capability Centres:GCCs) ในอินเดียสร้างรายได้สูงถึง 98.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปีงบประมาณ 2569 โดย NASSCOM และ Zinnov ชี้ว่าอินเดียได้ก้าวข้ามการเป็น Back-office ต้นทุนต่ำสู่ฟังก์ชันงานมูลค่าสูง เช่น การเงิน การพัฒนาซอฟต์แวร์ และ R&D เนื่องจากบริษัทข้ามชาติหันมาใช้ GCC สนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานใหญ่มากขึ้น อีกทั้งยังระบุว่า ปีงบประมาณ 2569 อินเดียจะมีศูนย์ GCC รวม 2,117 แห่ง และมีแรงงานทักษะสูงถึง 2.36 ล้านคน จากปัจจัยหนุนคือการมีแรงงานทักษะ AI โมเดลธุรกิจที่ขยายตัวรวดเร็ว และนโยบายภาษีที่เอื้ออำนวย ประกอบกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมวีซ่าของสหรัฐฯ ที่สูงขึ้น เงินเฟ้อ การโตขึ้นของ AI รวมถึงต้นทุนที่สูงขึ้นและความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ที่เร่งให้บริษัทข้ามชาติย้ายงานไปยังต่างประเทศมากขึ้น

IMF ปรับประเมินเศรษฐกิจโลกเชิงลบ

รับมือความเสี่ยงสงครามยืดเยื้อ

กรรมการผู้จัดการกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เตือนว่า หากสงครามในตะวันออกกลางยืดเยื้อถึงปี 2570 จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก ทำให้อัตราเงินเฟ้อเร่งตัวและเศรษฐกิจโลกชะลอลง โดย นางคริสตาลินา กอร์เกียวา ระบุว่า ตัวเลขคาดการณ์เศรษฐกิจโลกของ IMF ล่าสุด (ณ เดือนเมษายน 2569) ซึ่งประเมินว่าเศรษฐกิจโลกจะชะลอตัวเล็กน้อยที่ 3.1% และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะเพิ่มขึ้นไม่มากนักที่ 4.4% อาจไม่เป็นไปตามที่คาด หากสงครามยังคงยืดเยื้อไปถึงปี 2570 และราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้นถึงระดับ 125 ดอลลาร์สหรัฐ อาจทำให้เงินเฟ้อเร่งตัวสูงขึ้นจนยากต่อการควบคุม ขณะนี้ผลกระทบได้ขยายวงกว้างไปสู่ห่วงโซ่อุปทานโลก โดยราคาปุ๋ยเพิ่มขึ้น 30 - 40% ซึ่งอาจผลักดันให้ราคาอาหารเพิ่มขึ้น 3 - 6% และส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ ตามมา จึงต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ ในกรณีคาดการณ์เชิงลบ (Adverse Scenario) IMF ประเมินว่าเศรษฐกิจโลกในปี 2569 จะชะลอตัวลงเหลือเพียง 2.5% และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะอยู่ที่ 5.4%

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

@TPSO.Tradeinsights
คิดค้า.com ข้อมูลและบทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจการค้า
http://tpso.go.th
วารสารในรูปแบบออนไลน์

ห้ามพลาด !!
กดสแกน QR Code
เพื่อติดตามข้อมูล บทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจการค้าจากช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ของ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์