



# รายงานประจำปี 2561

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
Trade Policy and Strategy Office  
ANNUAL REPORT





“

เราอะสืบสาน รักษา และต่อยอด  
และครองแผ่นดินโดยธรรม  
เพื่อประโยชน์สุข  
แห่งอาณาประชาราษฎร์ตลอดไป

”

พระปฐมบรมราชโองการ  
พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ  
พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว

**สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์** เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทภารกิจในด้านการบูรณาการ จัดทำ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าแห่งชาติ จัดทำข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าและพัฒนาเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจการค้าในการเสนอแนะนโยบายการค้า ตลอดจนเป็นศูนย์กลางระบบข้อมูลสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทย เพื่อเป้าหมายให้ภาครัฐและเอกชนมีข้อมูล นโยบาย ข้อเสนอแนะ และยุทธศาสตร์ด้านการค้าไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และเพิ่มความสามารถการแข่งขันทางการค้า เพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงและนำไปสู่การขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ

ในปีงบประมาณ 2561 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้ดำเนินงานสำคัญ ได้แก่ จัดทำและเผยแพร่สถานการณ์เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า ได้แก่ ดัชนีราคา ดัชนีความเชื่อมั่น และเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจอื่น ๆ การติดตามและวิเคราะห์สถานการณ์การค้าเชิงลึก อาทิ วิเคราะห์ผลกระทบจากมาตรการทางการค้าโลก (US-China Trade war/Brexit/CPTPP/RCEP) วิเคราะห์ผลกระทบค่าครองชีพจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ/ราคาน้ำมัน วิเคราะห์ศักยภาพการค้าและการลงทุนจากอันดับความสามารถทางการแข่งขัน IMD/WEF/EODB/Trade potential analysis การจัดทำยุทธศาสตร์การค้า ประกอบด้วย ร่างยุทธศาสตร์ภาคบริการสาขาโลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ ยุทธศาสตร์การตลาดนำการผลิต (Demand Driven สินค้าข้าวและมันสำปะหลัง) ยุทธศาสตร์การค้าเพื่อเศรษฐกิจฐานราก และยุทธศาสตร์การตลาดสินค้าสมุนไพร 4 สินค้า (ขมิ้นชัน ไพล บัวบก กระจับตา) การพัฒนาหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้ากับกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพ ได้แก่ CLMVT การพัฒนาระบบ Trade Intelligence System เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการค้าด้วยข้อมูล และการตัดสินใจเชิงนโยบายภายใต้แนวคิด Big Data นอกจากนี้ยังได้พัฒนางานใหม่เพื่อที่สอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจการค้า ในปัจจุบันมากขึ้น ประกอบด้วย การจัดทำ TPSO Trade Outlook รายไตรมาส การพัฒนาเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า ได้แก่ ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการของไทย ดัชนีศักยภาพการนำเข้าของ 168 ประเทศและดัชนีค่าบริการ

ในปีต่อไป สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จะยังคงมุ่งมั่นและผลักดันผลงานที่มีประสิทธิภาพ ออกสู่สาธารณชน เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการตัดสินใจเชิงนโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า ได้อย่างถูกต้องและทันสถานการณ์ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนพัฒนาเศรษฐกิจการค้าไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป



**นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร**

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและ

ยุทธศาสตร์การค้า (สนค.)

กระทรวงพาณิชย์

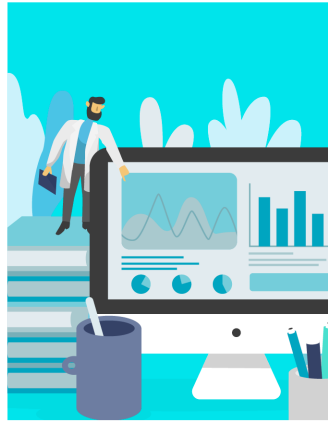


# สารบัญ



## ภาวสอ

- 1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และหน้าที่รับผิดชอบ
- 3 ผู้บริหารสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
- 4 โครงสร้างสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



## วการปฏิบัติราชการ

- 5 สรุปผลการดำเนินงานสำคัญของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ปี พ.ศ. 2561

- 8 ผลการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

- 9 มาตรการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

- 10 บทความผลงานสำคัญ

- การติดตามสถานการณ์และวิเคราะห์ผลกระทบของสงครามการค้า
- ผลศึกษาโอกาสทางค้าใน 10 มณฑลสำคัญของจีน
- The M Factor : ธุรกิจขนาดกลาง โอกาสใหม่ของเศรษฐกิจไทย
- ดัชนีวัดศักยภาพการนำเข้า 168 ประเทศ

- บล็อกเชน: ระบบอินเทอร์เน็ตแห่งการแลกเปลี่ยนสิ่งที่มีค่า
- การจัดทำเครื่องชี้วัดทางการค้า
- โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายภาคบริการ สาขาบริการสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพ (Healthcare and Wellness) และสาขาธุรกิจดิจิทัล



## กิจกรรมปี พ.ศ. 2561

- 46 กิจกรรมสำคัญปี พ.ศ. 2561

- 50 กิจกรรม สนค. ร่วมสร้างร่วมสรรค์ ปันรอยยิ้มสู่สังคม (TPSO CSR )



## รายงานงบการเงิน

- 52 งบแสดงฐานะทางการเงิน

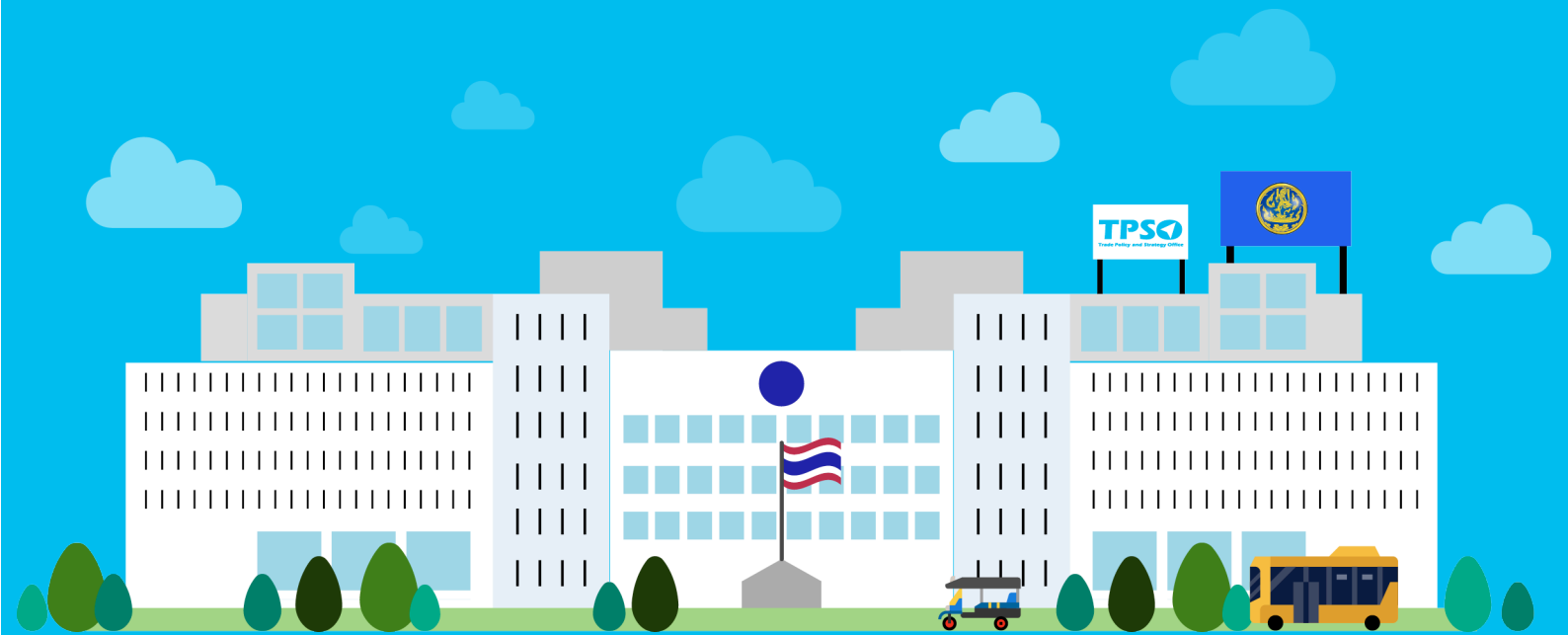
- 53 งบแสดงผลดำเนินงานทางการเงิน

- 54 รายงานรายได้แผ่นดิน



## ช่องทางสื่อสาร

- 55 ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



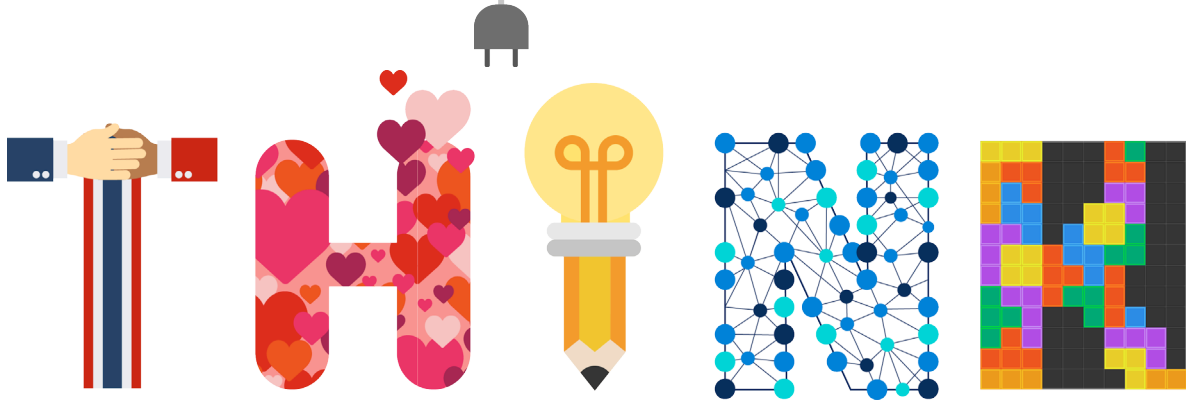
## สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์

### วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลักในการชี้นำเศรษฐกิจการค้าไทย เพื่อก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ให้เติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ต่อปี

### พันธกิจ

1. บูรณาการ จัดทำ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าแห่งชาติให้มีทิศทางชัดเจนเป็นเอกภาพ ทั้งยุทธศาสตร์รายสินค้า รายประเทศ และการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน
2. ศึกษา วิเคราะห์ ติดตามสถานการณ์ และมาตรการทางการค้าที่สำคัญ เพื่อเสนอแนะนโยบายและมาตรการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
3. จัดทำและพัฒนาเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจการค้า เพื่อสนับสนุนการออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศ
4. เป็นศูนย์กลางระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า
5. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ



## คำนิยาม

### T – Teamwork

การปฏิบัติงานที่มุ่งสร้างผลลัพธ์ที่เป็นเลิศจากการทำงานเป็นทีม การเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี และการยอมรับความแตกต่างทางความคิด เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างบูรณาการ บนพื้นฐานของความไว้วางใจและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมถึงการอุทิศความรู้ ความสามารถ ให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่มีความท้าทาย

### H – Hearted service

การปฏิบัติงานเพื่อสร้างผลงานที่ดีและเหนือความคาดหมาย เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องเกิดความประทับใจ การเสนอความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาแก่ผู้ที่เดือดร้อน รวมถึงการปฏิบัติตนและการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยความเคารพและให้เกียรติโดยไม่เลือกปฏิบัติ

### I – Intention

การปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจ และทุ่มเทเพื่อที่จะบรรลุภารกิจของตนเอง และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### N – Networking

การปฏิบัติงานที่มุ่งสร้างผลลัพธ์ที่ดีขึ้น จากการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอกองค์กร โดยการผสมแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย และ การร่วมกันปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยความร่วมมือของทุกฝ่าย

### K – Knowledge

การปฏิบัติงานที่มีพื้นฐานบนองค์ความรู้ การสังสรรค์ความรู้จากการทำงานและการแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงงาน การสร้างผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับบริบทของการแข่งขันในปัจจุบัน

**นางสาวพิมพ์ชนก  
วอนขoops**

ผู้อำนวยการ  
สำนักงานนโยบายและ  
ยุทธศาสตร์การค้า



**นางสุรีย์พร  
สทวัฒน์**

รองผู้อำนวยการ  
สำนักงานนโยบายและ  
ยุทธศาสตร์การค้า



**ผู้บริหารสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า**



**นางพรกมล  
เกษอารี**

เลขานุการกรม



**นางนุชพันธ์  
กฤษณามระ**

ผู้อำนวยการ  
กองนโยบายสร้าง  
ความเข้มแข็งทางการค้า



**นางสาวเกษสุรีย์  
วิจารณ์กรณ**

ปฏิบัติราชการแทน  
ผู้อำนวยการ  
กองนโยบายระบบการค้า



**นางพรพรรณนิล  
ศตวรรษธำรง**

ผู้อำนวยการ  
กองวิจัยเศรษฐกิจการค้า  
มหภาค



**นายวิชานัน  
นิวัตจินดา**

ผู้อำนวยการ  
กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า



**นางจิตชญาณันท์  
ภัทรปกาศ**

ผู้อำนวยการ  
ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า



# โครงสร้างองค์กร

## สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

### กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

1. เสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่ผู้อำนวยการเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การพัฒนาระบบราชการภายในสำนักงาน
2. ติดตาม ประเมินผล และจัดทำรายงานเกี่ยวกับพัฒนาระบบราชการภายในสำนักงาน
3. ประสานและดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการร่วมกับหน่วยงานกลางต่างๆ และหน่วยงานในสังกัดสำนักงาน
4. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

### กลุ่มตรวจสอบภายใน

1. ดำเนินการเกี่ยวกับการตรวจสอบด้านการบริหาร การเงิน และการบัญชีของสำนักงาน
2. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย



### สำนักงานเลขานุการกรม

1. ดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป งานสารบรรณ งานช่วยอำนวยความสะดวก และงานเลขานุการของสำนักงาน
2. ดำเนินการเกี่ยวกับการการเงิน การบัญชี การงบประมาณ แผนการปฏิบัติการ การพัสดุ อาคารสถานที่ และยานพาหนะของสำนักงาน
3. ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดระบบงานและการบริหารงานบุคคลของสำนักงาน
4. ดำเนินการเกี่ยวกับงานวิเทศสัมพันธ์และงานพิธีการของสำนักงาน
5. ประสานสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารและผลการปฏิบัติงานของสำนักงาน
6. ดำเนินการอื่นใดที่มีได้กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการใดของสำนักงาน
7. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย



### กองนโยบาย สร้างความเข้มแข็งทางการค้า

1. ติดตาม ศึกษา และวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อเสนอแนะมาตรการ นโยบาย และยุทธศาสตร์การค้ารายสาขา การสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาอย่างยั่งยืน
2. ติดตาม ประเมินผลและให้ข้อเสนอแนะ การดำเนินการตามมาตรการ นโยบาย และยุทธศาสตร์การค้ารายสาขา การสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน
3. คาดการณ์ เตือนภัย ประเมินผลกระทบ และให้ข้อเสนอแนะเชิงมาตรการ และแนวทางการพัฒนาการค้ารายสาขา และการสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน
4. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย



### กองนโยบายระบบการค้า

1. ติดตาม ศึกษา และวิเคราะห์ เพื่อเสนอแนะนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าร่วมของประเทศ การสร้างระบบนิเวศทางการค้า การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
2. ติดตาม ประเมินผลการดำเนินการตามนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศ การสร้างระบบนิเวศทางการค้า การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน และจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง
3. คาดการณ์ เตือนภัย ประเมินผลกระทบ และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระบบนิเวศทางการค้า การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
4. จัดทำข้อมูล ข้อเสนอแนะ ประสานความร่วมมือ และเป็นผู้แทนกระทรวงเข้าร่วมประชุมในคณะกรรมการและองค์กรด้านการค้าภาพรวมทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ
5. ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย



### กองวิจัยเศรษฐกิจการค้า มหภาค

1. ติดตาม ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า ทั้งในและระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการจัดทำนโยบายและมาตรการทางการค้า
2. จัดทำและพัฒนาแบบจำลอง เพื่อคาดการณ์ เตือนภัย และประเมินผลกระทบการค้าในมิติต่างๆ
3. ประสานความร่วมมือ สร้างเครือข่ายและประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการค้าระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศ
4. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย



### กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า

1. จัดทำ พัฒนา เผยแพร่ ข้อมูลและงานวิจัยด้านดัชนีเศรษฐกิจการค้า
2. วิเคราะห์ วิจัยเชิงลึก พัฒนาดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจการค้าใหม่ที่สอดคล้องกับรูปแบบ สถานการณ์ และนโยบายการค้า
3. ประสานความร่วมมือ สร้างเครือข่ายและประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านดัชนีเศรษฐกิจระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศ
4. เป็นผู้แทนของประเทศในการเข้าร่วมประชุมนานาชาติด้านการพัฒนาดัชนีเศรษฐกิจการค้าทั้งในและต่างประเทศ
5. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย



### ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

1. ออกแบบ พัฒนา จัดทำ และบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลและคลังข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า เพื่อประกอบการกำหนดและตัดสินใจเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศ
2. ศึกษา วิเคราะห์ เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สามารถประมวลข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าที่พร้อมใช้ประกอบการตัดสินใจ
3. บริการ เผยแพร่ และให้คำปรึกษาด้านข้อมูลเศรษฐกิจการค้า
4. สร้างเครือข่าย เชื่อมโยง การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ
5. บริหารและบำรุงรักษาระบบข้อมูลเศรษฐกิจการค้า และระบบงานสนับสนุนทั้งในส่วนฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

# ผลการดำเนินงานสำคัญ

## การสร้างหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้า

สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ  
และเชื่อมโยงการค้าในภูมิภาค CLMVT

สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน



การสร้าง Digital Mindset  
และความไว้วางใจ  
ด้านดิจิทัล ของ  
ประชาชนและผู้บริโภค



การพัฒนาทุนมนุษย์  
ให้สามารถใช้ประโยชน์  
จากเทคโนโลยีดิจิทัล  
อย่างเต็มศักยภาพ



การพัฒนาระบบนิเวศ  
ทางการค้าดิจิทัล



การปรับปรุงสถาน  
กฏระเบียบในภูมิภาค  
ความร่วมมือระหว่าง  
ภาครัฐกับเอกชนในการ  
ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล



การเจริญเติบโตอย่างทั่วถึง  
โดยส่งเสริม SMEs  
และสตาร์ทอัพ เพื่อใช้  
ประโยชน์จากเทคโนโลยี  
สมัยใหม่

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ  
ของประเทศ CLMVT

3 หลักสูตร จำนวน 264 คน

สร้างหุ้นส่วนยุทธศาสตร์การค้า  
4 จังหวัดชายแดน ไทย-เพื่อนบ้าน

พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน 4 สินค้าต้นแบบ



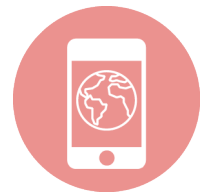
น้ำมะม่วงสองแผ่นดิน  
ไพลิน-จันทบุรี



ผลิตภัณฑ์และบริการ  
สมุนไพรโฮบริด  
ดาน-เชียงราย



คลัสเตอร์โคขุน  
สนุก-สระบุรี



แอปพลิเคชัน  
Town Portal – sister city  
ประจวบ-เมริค

# ผลการดำเนินงานสำคัญ

## การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านการค้าของประเทศ

### จัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

เสนอเผยแพร่เป็นประจำทุกเดือน

1

#### ดัชนีราคา

ดัชนีราคาผู้บริโภค | ดัชนีราคาผู้ผลิต  
ดัชนีราคาส่งออกนำเข้า | ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง  
ดัชนีราคาเพื่อใช้ประกอบการคำนวณหา  
Escalation Factor  
ดัชนีราคาค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนน

2

#### ดัชนีเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค | ดัชนีภาวะธุรกิจส่งออก  
ดัชนีคาดการณ์ภาวะธุรกิจส่งออก

3

#### ราคาสินค้า

4

#### ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ

### จัดทำฐานข้อมูลสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมธุรกิจบริการ ไทยและต่างประเทศ

1

ฐานข้อมูลและสถิติการค้าบริการ  
ศักยภาพ

2

ฐานข้อมูลธุรกิจดิจิทัล

3

ฐานบริการรักษาพยาบาล  
และส่งเสริมสุขภาพ

4

ฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้าสหรัฐฯ  
5 สาขาธุรกิจ  
อุตสาหกรรม | ไปรษณีย์ | รถไฟฟ้า  
อาหารออร์แกนิก | ค้าปลีก

### จัดทำบทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะนโยบาย

#### จัดทำยุทธศาสตร์การค้า

ยุทธศาสตร์  
การตลาดสินค้าสมุนไพร 4 สินค้า  
พ.ศ.2560 (กระชาย ขมิ้นชัน ไพล บัวบก)

ยุทธศาสตร์  
การค้าเพื่อเศรษฐกิจฐานรากของ  
กระทรวงพาณิชย์  
พ.ศ.2562 - 2564

ยุทธศาสตร์  
การพัฒนาการค้าสินค้า  
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ยุทธศาสตร์  
สินค้าปาล์มน้ำมันและ  
ผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องมูลค่าสูง

#### เผยแพร่ บทความ/บทวิเคราะห์เศรษฐกิจ

จัดทำรายงาน  
บทความ ข้อมูล  
บทวิเคราะห์  
133 รายงาน

การจัดทำรายงาน  
ข้อเสนอแนะและ  
ความคิดเห็นแนะ  
เสนอผู้บริหาร  
89 รายงาน

วารสารรายเดือน  
TPSO Journal  
12 ฉบับ

# ผลการดำเนินงานสำคัญ

## การสร้างคลังข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

2563

ขับเคลื่อน Road map Big Data

ลดความเหลื่อมล้ำและสร้างโอกาสจากการใช้ข้อมูลการตลาดนำการผลิต



ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

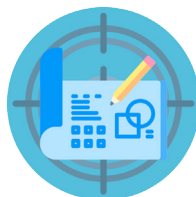


ยกระดับการให้บริการของกระทรวงพาณิชย์ด้วยเทคโนโลยี Big data

2562

ปรับปรุงระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า

(Trade Intelligence System : TIS)



Road map Big Data ของกระทรวงพาณิชย์



Social Listening



Policy Dash Boards การบริหารจัดการสินค้าเกษตร จากข้อมูล Predict ราคา Demand Supply

2561

สร้างระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า

(Trade Intelligence System : TIS)



คลังข้อมูลด้านการค้า



รายงานด้านเศรษฐกิจการค้า



ระบบ Executive Information System (EIS) สำหรับผู้บริหารและนักวิเคราะห์

# การให้บริการข้อมูลประชาชน

รายละเอียดการดำเนินงาน	รายละเอียด / ผลการดำเนินงาน
<p>ด้านการสอดส่องให้ แนะนำ และติดตามผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ของหน่วยงานในการปฏิบัติตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารฯ พ.ศ. 2540</p>	<p>สถิติการให้บริการข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 และมาตรา 9 ผ่านเว็บไซต์ สนค. ได้แก่ <a href="http://www.tpsoc.moc.go.th">www.tpsoc.moc.go.th</a> จำนวน 147,764 ครั้ง (ข้อมูลตั้งแต่ ต.ค. 60 - ก.ย. 61)</p>
<p>ด้านการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารฯ พ.ศ. 2540 ให้แก่ข้าราชการ บุคลากรในหน่วยงาน และประชาชนทั่วไป รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ</p>	<p>สนค. ได้เผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้าของไทย การค้าระหว่างประเทศ ดัชนีเศรษฐกิจการค้า บทวิเคราะห์ Hot Issues ฯลฯ ผ่านสื่อต่างๆ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การแถลงข่าวภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย และการแถลงข่าวสถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ เป็นประจำทุกเดือน ผ่านสื่อโทรทัศน์วิทยุ เว็บไซต์</li> <li>- เพจเฟซบุ๊ก ชื่อ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า @TPSO.MOC</li> <li>- Application LINE (LINE Official) ชื่อ สนค. Trade Insights</li> <li>- วารสารรายเดือน TPSO Journal</li> <li>- เว็บไซต์กรม <a href="http://www.tpsoc.moc.go.th">www.tpsoc.moc.go.th</a></li> </ul>
<p>ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศข้อมูลข่าวสาร</p>	<p>สนค. จัดทำระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า (Trade Intelligent System : TIS) โดยให้บริการผ่านเว็บไซต์ <a href="http://tis.moc.go.th">http://tis.moc.go.th</a> อาทิเช่น ระบบฐานข้อมูลและความรู้ทิศทางการตลาดการค้าสินค้าเกษตร / ระบบฐานข้อมูลสมุนไพรมูลค่าสูงและผลิตภัณฑ์สมุนไพรมูลค่าสูง / ฐานข้อมูลการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ / ฐานข้อมูลการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล และระบบฐานข้อมูลสมุนไพรมูลค่าสูงและผลิตภัณฑ์สมุนไพรมูลค่าสูง</p>



# มาตรการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริต โดยมอบนโยบายให้บุคลากรในสังกัดสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ว่าทุกคนต้องไม่ข้องเกี่ยวกับการทุจริตทุกรูปแบบและไม่นิ่งเฉยเมื่อพบเห็นการทุจริต ดังนี้

1

การจัดซื้อจัดจ้าง ต้องถือปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ พ.ศ. ๒๕๖๐ และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และต้องปฏิบัติงานอย่างละเอียด รอบคอบ ไม่เอื้อประโยชน์ให้ญาติมิตรและพวกพ้อง

2

ห้ามกระทำการใดๆ ที่เป็นการขัดกันระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนและผลประโยชน์ส่วนรวม

3

ห้ามมิให้มีการรับเงิน หรือสิ่งของมีค่า หรือบริการอื่นใด อาทิ ของขวัญ ความบันเทิง ที่มีมูลค่ามากกว่าที่กฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระทำการ หรือละเว้น กระทำการใดๆ อันเป็นการผิดกฎหมาย เป็นการกระทำที่ไม่สมควรปฏิบัติอย่างยิ่ง

4

ให้ป้องกัน สอดส่อง ดูแล และรายงานหรือแจ้งเบาะแสการกระทำใดที่เป็นการทุจริตคอร์รัปชัน เมื่อพบเห็นการกระทำนั้น ต่อ ผอ. สนค. โดยทันที ซึ่งเมื่อบุคคลใดกระทำความผิดจะถูกลงโทษทาง วินัยร้ายแรง หรืออาจจะถูกดำเนินทั้งคดีแพ่งและอาญา

(นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร)

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์



# บทความผลงานสำคัญ





## การวิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายการค้า

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีข้อมูลสถานการณ์และแนวโน้มสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและประเทศคู่ค้าที่ถูกต้อง ทันทั่วถึง และมีผลการประเมินผลกระทบของสงครามการค้าที่มีต่อเศรษฐกิจการค้าของไทยและโลก เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ/การดำเนินการของภาครัฐและการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับภาครัฐและเอกชนในการรับมือและใช้ประโยชน์จากสถานการณ์สงครามการค้า

### ผลสำเร็จของโครงการ/ผลงาน

ผลการดำเนินการ : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ติดตามสถานการณ์และแนวโน้มสงครามการค้าอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งรวมถึง แนวนโยบาย หลักคิด และความเป็นมาของการใช้มาตรการทางการค้าของสหรัฐฯ (ทั้งมาตรการที่ใช้ทั่วไปกับทุกประเทศและมาตรการที่ใช้กับจีนเท่านั้น) ตลอดจนมาตรการตอบโต้ของประเทศคู่ค้า ได้แก่ จีน เม็กซิโก แคนาดา สหภาพยุโรป อินเดีย และตุรกี โดยเฉพาะการออกมาตรการตอบโต้กันเป็นระยะระหว่างสหรัฐฯ และจีน
2. ติดตาม วิเคราะห์ และประเมินผลกระทบจากสงครามการค้า ในส่วนผลกระทบภาพรวมต่อเศรษฐกิจการค้าโลก และผลกระทบ โอกาส และความท้าทายต่อเศรษฐกิจการค้าการลงทุนของไทย
- 3.หารือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ แนวโน้ม และผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบของสงครามการค้า
4. จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการรับมือสงครามการค้าเสนอต่อผู้บริหารและหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้ประกอบการกำหนดนโยบาย

มาตรการ/การดำเนินการทั้งเชิงรุกและรับ

5. เผยแพร่ข้อมูล/ข่าวสาร บรรยาย/เสวนา และให้ความรู้ในประเด็นสงครามการค้า แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง

### ผลการวิเคราะห์โดยสังเขป

#### 1. ผลกระทบโดยรวมของสงครามการค้า

- สงครามการค้าส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของเศรษฐกิจการค้าโลกในวงกว้างโดยสร้างความไม่แน่นอนและกดดันบรรยากาศการค้าการลงทุนของโลก ทำให้ภาคธุรกิจวิตกกังวล และระมัดระวังการผลิต การลงทุน/การทำธุรกิจ ส่งผลให้เศรษฐกิจการค้าโลกที่อยู่ในช่วงขาขึ้นชะลอตัว
- สงครามการค้ายังอาจทำให้รูปแบบและโครงสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศเปลี่ยนไป (Trade Realignment) และอาจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายการลงทุน (Investment Flow) เนื่องจากกลุ่มประเทศที่ได้รับผลกระทบมีแรงจูงใจในการแสวงหาพันธมิตรทางการค้าและแหล่งลงทุนใหม่ๆ เพื่อกระจายความเสี่ยง และรักษาเสถียรภาพในระยะยาว

#### 2. ผลกระทบต่อไทย

- 2.1 ผลกระทบทางตรง การส่งออกสินค้าที่ไทยถูกสหรัฐฯ ใช้มาตรการโดยตรง ได้แก่ เครื่องซักผ้า โซลาเซลล์ และเหล็ก เริ่มได้รับผลกระทบโดยส่งออกปสหรัฐฯ ได้ลดลง



## 2.2 ผลกระทบทางอ้อม

• การส่งออกสินค้าขั้นต้น/ชิ้นกลางของไทยเริ่มได้รับผลกระทบจากการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของจีนหรือสหรัฐฯ เช่น การส่งออกสินค้ากลุ่มชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้ในบ้าน และสำนักงานไปยังจีนเริ่มลดลง จากการที่จีนส่งออกสินค้าขั้นสุดท้ายไปยังสหรัฐฯ ได้น้อยลง

• จีน/สหรัฐฯ ที่จะส่งออกระหว่างกันได้น้อยลง อาจต้องการหาตลาดอื่นเพื่อระบายสินค้า ไทยจึงต้องเฝ้าระวังการไหลเข้าของสินค้าจากจีน/สหรัฐฯ มายังไทย เช่น เหล็กแผ่นรีด ถั่วเหลืองจากจีน และเครื่องตีม แอลกอฮอล์ เครื่องสำอาง เครื่องจักรแปรรูปจากสหรัฐฯ

## 2.3 โอกาสท่ามกลางสงครามการค้า

• กลุ่มสินค้าที่ไทยน่าจะมีโอกาสส่งออกไปทดแทนสินค้าจีนในตลาดสหรัฐฯ มีหลายชนิด อาทิ

- สินค้าเกษตร เช่น ถั่วแห้ง ผัวย่างสดรมควัน ข้าวสี ยางแห้ง น้ำผึ้งธรรมชาติ

- ผักผลไม้สด แช่แข็ง แช่เย็น และแปรรูป เช่น กลัวย เม็ดมะม่วงหิมพานต์ มะพร้าว ฝรั่ง มะม่วง มังคุด มะละกอ สับปะรด

- อาหารทะเลแช่แข็ง และแปรรูป เช่น ปลาทูน่าบิกอาย ปลาทูน่าห้องแถบ ปลาทูน่าครีบล้างและแช่แข็ง เนื้อปลาแช่แข็ง

- อาหารปรุงแต่งและเครื่องตีม เช่น อาหารสุนัข/แมว เครื่องตีมไม่มีแอลกอฮอล์ (ที่ไม่ใช้น้ำผลไม้)

- เคมีภัณฑ์และเม็ดพลาสติก เช่น กรดซิติริก

- ยานยนต์และส่วนประกอบ เช่น เครื่องยนต์สันดาปภายใน ยางรถยนต์

• กลุ่มสินค้าที่ไทยน่าจะมีโอกาสส่งออกไปทดแทนสินค้าสหรัฐฯ ในตลาดจีน มีหลายชนิด อาทิ

- สินค้าเกษตร เช่น ยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ รากและหัวมันสำปะหลัง

- อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เช่น เครื่องประมวลผลข้อมูล จอ LCD

- เคมีภัณฑ์และเม็ดพลาสติก เช่น โพลีเมอร์เอทิลีน ส่วนประกอบไฮโดรคาร์บอน น้ำมันจากถ่านหินและผลิตภัณฑ์อื่นๆ

- ยานยนต์และส่วนประกอบ (เช่น ส่วนประกอบรถแทรกเตอร์ และรถขนส่งขนาดใหญ่) และส่วนประกอบของเครื่องจักร

## 3. ข้อเสนอแนะแนวทางการรับมือ

ไทยยังควรยึดมั่นและร่วมกับประเทศต่างๆ ผลักดันให้สหรัฐฯ ดำเนินมาตรการอย่างสอดคล้องกับพันธกรณีภายใต้องค์การการค้าโลก (WTO)

### 3.1 แนวทางการรับมือเชิงรุก

- หาตลาดส่งออกใหม่/กระจายตลาดส่งออก และปรับกลยุทธ์ และพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพการนำเข้า

- กระชับความสัมพันธ์ทางการค้าการลงทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น ความตกลงการค้าเสรี (FTA), หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership)

- แก้ไขปัญหาอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดทดแทน เช่น การจัดทำ MRA กับสหภาพยุโรปในสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วน

- ดึงดูดจีนและนักลงทุนชาติอื่นให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรม high-tech, อุตสาหกรรม S-curve โดยเฉพาะในเขต EEC และส่งเสริมการลงทุนจากประเทศที่เป็นเจ้าของเทคโนโลยี เช่น เกาหลีใต้

- ขยายการลงทุนในประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากร (GSP) จากสหรัฐฯ เช่น ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นแต้มต่อในการส่งออกไปสหรัฐฯ

### 3.2 แนวทางการรับมือเชิงรับ

- เฝ้าระวังและเตรียมการรับมือกับการเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ติดตามสอดส่องเพื่อป้องกันมิให้เกิดการสวมสิทธิ์ (circumvention) หรือหลบเลี่ยงภาษี ตลอดจนพิจารณากำหนดมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (AD) / มาตรการตอบโต้การอุดหนุน (CVD) / มาตรการปกป้องการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard) หรือมาตรการอื่นๆ เพื่อป้องกันและเยียวยาความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมในประเทศ

- เตรียมทำที่และข้อโต้แย้งรายมาตรการที่สหรัฐฯ บังคับใช้ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึงพัฒนาการของไทยในการเร่งแก้ปัญหาที่สหรัฐฯ ให้ความสำคัญ อาทิ การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการคุ้มครองแรงงาน

## ตัวอย่างรายงาน / บทวิเคราะห์ / เอกสาร

### ประเด็นสงครามการค้า โดย สกค.

1. สรุปมาตรการทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และการตอบโต้ของประเทศคู่ค้า เรียงลำดับตามการออกมาตรการของสหรัฐฯ
2. สรุปมาตรการทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และการตอบโต้ของประเทศคู่ค้า รายกลุ่มสินค้า
3. รายงาน มาตรการสินค้าเครื่องซักผ้าและส่วนประกอบของสหรัฐฯ
4. รายงาน มาตรการสินค้าโซลาเซลล์ของสหรัฐฯ
5. รายงาน มาตรการสินค้าเหล็กและอลูมิเนียมของสหรัฐฯ
6. รายงาน มาตรการสินค้าเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญาของสหรัฐฯ
7. รายงาน มาตรการสินค้ายานยนต์และชิ้นส่วนของสหรัฐฯ
8. เอกสารประกอบการประชุมระหว่างสำนักงานเศรษฐกิจของกระทรวงต่างๆ ครั้งที่ 3/2561 – ประเด็นสงครามการค้า
9. ประเด็นการหารือ เรื่องมาตรการตอบโต้ทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ – จีน
10. บทวิเคราะห์ การเตรียมขึ้นภาษีสินค้าจีนรอบใหม่ของสหรัฐอเมริกา มูลค่า ๒ แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
11. บทวิเคราะห์ สงครามการค้าและเวียดนาม
12. เอกสารประกอบการบรรยาย หัวข้อ “สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน : ผลกระทบและโอกาสทางการค้าของไทย”
13. เอกสารประกอบการเสวนา หัวข้อ “TRADE WAR : Global Directions, Local Implications”

# ประเด็นหารือ เรื่องมาตรการตอบโต้ทางการค้าระหว่าง สหรัฐ - จีน



ข้อเท็จจริงในฝั่งของ  
สหรัฐ

## 1. วัตถุประสงค์หลัก

**สหรัฐ** ต้องการลดการขาดดุลจีน ซึ่งในปี 2017 สหรัฐขาดดุลจีน 3.95 แสนล้านดอลลาร์ สรอ. หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 45 ของการขาดดุลทั้งหมดของสหรัฐ ทั้งนี้ ช่วงก่อนหน้านี้ สหรัฐได้พยายามให้จีนจัดทำแผนลดตัวเลขเกินดุลการค้าลง 1 แสนล้านดอลลาร์ต่อปี หลังจากที่เมื่อปีที่แล้ว จีนมียอดเกินดุลการค้ากับสหรัฐจำนวน 3.95 แสนล้านดอลลาร์

## 2. Trade Act of 1947

**สหรัฐ** อาศัยอำนาจพระราชบัญญัติการค้าที่ 2517 หรือ Trade Act of 1947 ในมาตรา 232 ประเด็นความมั่นคงภายในประเทศในการใช้เป็นเครื่องมือในการป้องกันการถูกโจมตีทางการค้า รวมถึงมาตรา 301 ซึ่งให้อำนาจดำเนินมาตรการตอบโต้ประเทศคู่ค้าที่ปฏิบัติหรือดำเนินการทางการค้าที่ไม่ยุติธรรม

## 3. สินค้าสำคัญ

**มาตรา 232** เหล็ก อลูมิเนียม จำนวน 168 รายการมูลค่ารวม 3,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

**มาตรา 301** สินค้าลิขสิทธิ์ทางปัญญา และสินค้าใช้เทคโนโลยีสูง (Advanced Technology Products) เช่น สินค้าเทคโนโลยีเครื่องจักร เหล็ก อลูมิเนียม เคมีภัณฑ์ และอากาศยาน จำนวน 1,333 รายการ มูลค่ารวมประมาณ 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

## 3. ระยะเวลาที่มีผล

**สินค้าตามมาตรา 232** มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 23 มีนาคม 2561

**สินค้าตามมาตรา 201** ยังไม่มีผลบังคับใช้ โดย USTR ใช้ขั้นตอนปรึกษาหารือ และกำหนดแล้วเสร็จในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม 2561



ข้อเท็จจริงในฝั่งของ  
จีน

## 1. วัตถุประสงค์หลัก

**จีน** ไม่มีเจตนาที่จะทำให้เกิดสงครามการค้าแต่อย่างใด หากแต่ต้องการเตือนสหรัฐให้เห็นผลกระทบหากเกิดสงครามการค้าระหว่างกันจะส่งผลเสียต่อบรรยากาศการค้าของโลก (ปี 2016 จีนเป็นตลาดสินค้าส่งออกอันดับ 3 ของสหรัฐ และเป็นหนึ่งในลูกค้ารายใหญ่ที่นำเข้าเมล็ดถั่วเหลือง ข้าวโพด เนื้อหมู และอากาศยานของสหรัฐ )

## 2. ตอบโต้สหรัฐ

**จีน** ตอบโต้สหรัฐ โดยกล่าวหาว่าสหรัฐ ละเมิดกฎขององค์การการค้าโลก (WTO) ในเรื่องของการกำหนดกำแพงภาษีอย่างไม่เป็นธรรม

## 3. สินค้าสำคัญ ที่จีนประกาศขึ้นภาษีตอบโต้

**มาตรา 232 ของ สหรัฐ** จำนวนสินค้า 128 รายการ แบ่งเป็นภาษีร้อยละ 15 สำหรับสินค้าผลไม้สด/อบแห้ง ถั่ว ไขมัน เอทานอล โสม ท่อเหล็ก และภาษีร้อยละ 25 ในสินค้าเนื้อสุกรและเศษอลูมิเนียม มูลค่ารวมประมาณ 3,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

**มาตรา 301 ของ สหรัฐ** เพิ่มเติมจำนวนสินค้า 106 รายการ เพื่อตอบโต้การขึ้นภาษีของสหรัฐในอัตราภาษีร้อยละ 25 สำหรับสินค้าประเภทถั่วเหลือง รถยนต์และอากาศยาน มูลค่ารวมประมาณ 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

## 3. ระยะเวลาที่มีผล

**สินค้าตอบโต้ตามมาตรา 232** มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 21 เมษายน 2561

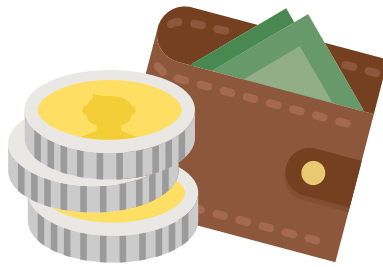
**สินค้าตอบโต้ตามมาตรา 301** ยังไม่มีผลบังคับใช้



# พจนานุกรม

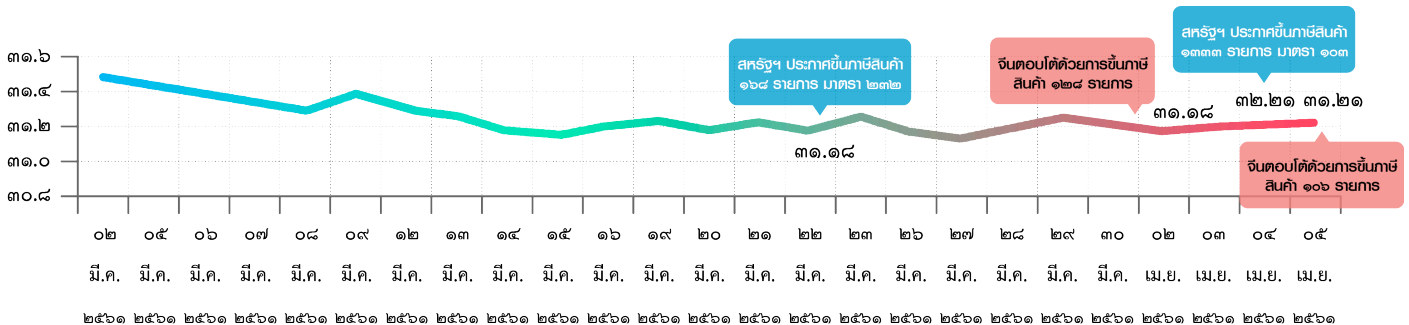
## พจนานุกรมโดยรวม

ระยะสั้น ประเด็นเศรษฐกิจมหภาค	ระยะกลาง - ยาว
<p>1. ตลาดหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลง มีแนวโน้มผันผวนต่อเนื่องในช่วง 2-3 สัปดาห์ ต่อจากนี้เศรษฐกิจโลกอาจจะเกิดความไม่เสถียรภาพในช่วงที่ยังไม่ชัดเจน</p> <p>2. สินทรัพย์ปลอดภัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะราคาทองคำที่คาดว่าในระยะสั้นๆ จะปรับเพิ่มขึ้นจากราคา 1,332 ดอลลาร์ สรอ. ต่อทรอยออนซ์</p> <p>3. ค่าเงินดอลลาร์ สรอ. มีแนวโน้มผันผวน อาจส่งผลให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าซึ่งมีความเสี่ยงมากขึ้นที่ค่าเงินบาทจะต่ำกว่า 31 บาท ต่อ ดอลลาร์ สรอ.</p> <p>4. ราคาน้ำมันมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น จากระดับปัจจุบันที่ 64 ดอลลาร์ สรอ. ต่อบาร์เรล เนื่องจากค่าเงินดอลลาร์ที่อ่อนค่าและความต้องการลงทุนในน้ำมันเพิ่มขึ้นหลังจากตลาดหลักทรัพย์มีความเสี่ยงสูงขึ้น</p>	<p>1. ในภาพรวมมาตรการการครั้งนี้ของสหรัฐฯ – จีน สร้างความกังวลให้กับประเทศต่างๆ และหากมีการดำเนินมาตรการตอบโต้ที่เข้มงวดมากขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อกระแสการค้าโลกและกระทบต่อภาพรวมการส่งออกของไทย</p> <p>2. การเพิ่มภาษีสินค้าจากจีนซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีการเชื่อมโยงด้าน Supply chain เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้าไทยไปจีนได้</p> <p>3. การเพิ่มภาษีสินค้าจีนซึ่งเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เสื้อผ้า และเฟอร์นิเจอร์ อาจทำให้สินค้าเหล่านั้นจากจีนเข้าสู่ไทยมากขึ้น ซึ่งอาจจะกระทบต่อผู้ผลิตภายในประเทศของไทย</p>



ความเคลื่อนไหวของค่าเงินบาทช่วง เดือน มีนาคม - เมษายน 2561

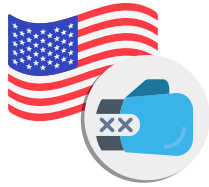
### อัตราแลกเปลี่ยน : ดอลลาร์สหรัฐ (USD)



	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ษ.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	Year
2560	35.43	35.02	34.90	34.45	34.45	34.00	33.75	33.26	33.15	33.25	32.93	32.67	33.9
2561	31.88	31.48	31.26	31.20									31.7

ค่าเงินบาทเฉลี่ยเดือน มี.ค. 2561 อยู่ที่ 31.26 บาท ต่อดอลลาร์ สรอ. แข็งค่าขึ้นร้อยละ 0.70 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจาก ดอลลาร์ สรอ. อ่อนค่า หลังจากมาตรการตอบโต้ทางการค้าระหว่าง สหรัฐฯ และจีน ทำให้นักลงทุนมีความกังวลว่าสถานการณ์จะพัฒนา ไปสู่ Trade war ระหว่าง 2 ประเทศ และส่งผลต่อเศรษฐกิจโลกในวงกว้าง ค่าเงินเฉลี่ย 3 เดือนแรกอยู่ที่ 31.7 แข็งค่าขึ้นประมาณร้อยละ 9.8 YoY ค่าเงินเดือน เม.ย.61 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 5 เม.ย. 61) อยู่ที่ 31.21 แข็งค่าขึ้นเล็กน้อยหลังจากทั้งสองประเทศแสดงท่าทีแข็งกร้าว และไม่มี ที่ท่าว่าจะประนีประนอมให้แกกัน

อย่างไรก็ตาม ค่าเงินช่วงที่เหลือของปี 2561 มีแนวโน้มอ่อนค่าอย่างช้าๆ ภายใต้ ข้อ ส ม ม ตี ร ร ฐ า ณ ที่ ส ห ร ฐ ฐ า และ จีน สามารถ ตกลงการค้ากันได้ โดยไม่นำไปสู่ Trade war โดยปัจจัยที่ทำให้ค่าเงิน บาทอ่อนค่าในช่วงที่ เหลือของปี 2561 เช่น (1) Fed ปรับขึ้นอัตรา ดอกเบี้ย (2) การฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสหรัฐฯ และ (3) ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ และเกาหลีเหนือมีท่าทีผ่อนคลายลง



## ผลกระทบสินค้าที่สำคัญจากการที่ สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจากจีน

สินค้ากลุ่มที่ไทยมีแนวโน้มได้รับผลกระทบรุนแรงมากที่สุด ได้แก่ พลาสติก (HS 39) และ เคมีภัณฑ์ (HS 29) เนื่องจากไทยมีการ พึ่งพาจีนสูงถึงร้อยละ 22.5 และ 34.3 ตามลำดับ

สินค้าของไทยที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบรุนแรง ประกอบด้วย เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ (HS 8471) ส่วนประกอบเครื่อง คำนวณอิเล็กทรอนิกส์ HS 8473) และ อุปกรณ์ประกอบยานยนต์ (HS 8708) เนื่องจากไทยมีการพึ่งพาจีนสูงถึงร้อยละ 12.2 และ 20.6 และ 8.3 ตามลำดับ

สินค้ากลุ่มที่ไทยมีความเสี่ยงได้รับผลกระทบทางอ้อม ได้แก่ สินค้าเครื่องมือเครื่องจักรไฟฟ้า/เครื่องใช้ไฟฟ้า (HS 85) และเครื่องจักร เครื่องกล (HS 84) โดยไทยมีความเสี่ยงได้รับผลกระทบผ่านช่องทาง ห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ ไทยส่งออกไปจีนมีมูลค่า 3.16 และ 3.48 พันล้าน ดอลลาร์ สรอ. และมีการพึ่งพาจีนร้อยละ 9.3 และ ร้อยละ 8.7 เทียบกับการส่งออกไปตลาดโลก แต่อีกด้านหนึ่ง ไทยมีโอกาสทางการค้า ในตลาดสหรัฐฯ มากขึ้น โดยหากสหรัฐฯ เพิ่มภาษีสินค้านำเข้าจากจีน จะเป็นปัจจัยบวกต่อการส่งออกสินค้ากลุ่มดังกล่าวของไทยไปสหรัฐฯ มากขึ้น เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยคิดเป็นร้อยละ 16.8 และ 17.2 ของการส่งออกไปทั่วโลก

สินค้ากลุ่มอุปกรณ์สื่อสารมีผลกระทบต่อการส่งออกไทย เนื่องจากไทยส่งไปจีนค่อนข้างน้อย โดยมีมูลค่า เพียง 75.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. และมีการพึ่งพาจีนร้อยละ 1.8 เทียบกับการส่งออกไปตลาดโลก นอกจากนี้ อุปกรณ์สื่อสารยังเป็นสินค้าส่งออกที่ยังไม่สำคัญมากนักของไทย โดย มีมูลค่าการส่งออกเพียงร้อยละ 1.8 ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมด



## ผลกระทบสินค้าที่สำคัญจากการที่ จีนขึ้นภาษีสินค้าจากสหรัฐฯ

ในจำนวน 128 รายการสินค้า ที่จีนมีมาตรการกับสหรัฐฯ เมื่อวันที่ 2 เม.ย. 61 ประเมินว่า มีผลต่อการส่งออกไทยไม่มากนัก เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มสินค้าหลักที่ไทยส่งออกทั้งในตลาดจีนและตลาดโลก โดยกลุ่มสินค้าข้างต้น คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.03 และร้อยละ 0.09 ของมูลค่าที่ไทยส่งออกไปจีน และตลาดโลก ตามลำดับ

ในจำนวน 106 รายการสินค้า ที่จีนมีมาตรการกับสหรัฐฯ เมื่อวันที่ 6 เม.ย. 61 ประเมินว่า มีผลต่อการส่งออก ไทยน้อยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ พบว่ามี 34 รายการที่ไทยส่งออกสินค้ากลุ่มดังกล่าวไปจีน และรายการสินค้าที่คาดว่าจะอาจเป็นโอกาสในการขยายการส่งออกไปจีน เพิ่มเพื่อทดแทนสินค้าจากสหรัฐฯ อาทิ รถยนต์นั่ง ส่วนประกอบรถยนต์ เม็ดและผลิตภัณฑ์พลาสติก น้ำผลไม้ ผลไม้แปรรูปไทย โดยมีมูลค่า การส่งออกเพียงร้อยละ 1.8 ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมด

# โอกาสทางการส่งออกสินค้าทดแทน และการขยายการส่งออกบริการ

## โอกาสทางการส่งออกสินค้าทดแทน

สหรัฐฯ	จีน
<ul style="list-style-type: none"><li>คาดว่าสหรัฐฯ จะนำเข้าจากจีนในสินค้าที่มีมาตรการภาษีลดลง ประมาณ 1.2 ถึง 4.8 หมื่นล้านดอลลาร์ สหรัฐ และเป็นโอกาสที่ประเทศไทยจะส่งออกทดแทน</li><li>ในรายการสินค้าที่สหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากจีน ประเมินว่าไทยจะสามารถเข้ามาทดแทนสินค้าจีนและมีแนวโน้มส่งออกไปสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้นประมาณ 300 ถึง 1,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประเมินจากส่วนแบ่งตลาดของไทยที่มีอยู่ในสหรัฐฯ)</li><li>กลุ่มสินค้าที่คาดว่าสหรัฐฯ จะนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้น ได้แก่ คอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบ (HDD) โทรศัพท์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>คาดว่าจีนจะนำเข้าสินค้าที่มีมาตรการภาษี จากสหรัฐฯ ลดลงประมาณ 1.1 ถึง 4.6 หมื่นล้านดอลลาร์ สหรัฐ</li><li>ในรายการสินค้าที่จีนขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ ประเมินว่าไทยจะสามารถเข้ามาทดแทนและมีแนวโน้มส่งออกไปจีนได้เพิ่มขึ้นประมาณ 86 ถึง 343 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ (ประเมินจากส่วนแบ่งตลาดของไทยที่มีอยู่ในจีน)</li><li>กลุ่มสินค้าที่คาดว่าจีนจะนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นได้แก่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถยนต์ เม็ดและผลิตภัณฑ์พลาสติก น้ำผลไม้ ผลไม้แปรรูป เป็นต้น</li></ul>

## โอกาสทางการส่งออกบริการศักยภาพ

สหรัฐฯ	จีน
<ul style="list-style-type: none"><li>บริการศักยภาพที่ไทยมีโอกาสในการส่งออกไปยังสหรัฐฯ ได้แก่ ท่องเที่ยว ขนส่ง บริการธุรกิจ และการเงิน บริการสุขภาพ (เป็นบริการกลุ่มที่สหรัฐฯ นำเข้าสูงและเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>บริการศักยภาพที่ไทยมีโอกาสในการส่งออกไปยังจีน ได้แก่ ท่องเที่ยว ก่อสร้าง บริการส่วนบุคคลและซ่อมบำรุง โลจิสติกส์ บริการดิจิทัล บริการสุขภาพ (เป็นบริการกลุ่มที่จีนนำเข้าสูงและเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง)</li></ul>






**สหรัฐฯ** มีแนวโน้มเปิดการเจรจาการค้าทวิภาคีกับประเทศคู่ค้าสำคัญ ในกรณีนี้ ไทยควรใช้โอกาสเดินทางกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าผ่านการประชุมคณะรัฐมนตรีภายใต้กรอบความตกลงและการลงทุนของไทย-สหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement Joint Council: TIFA JC) ดังนี้

1. แสดงเจตจำนงในการร่วมมือแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้า โดยสหรัฐฯ ให้ความสนใจต่อประเด็นการเปิดตลาดสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้านำเข้าทางปัญญา การคุ้มครองสิทธิแรงงาน และการประมง นอกจากนี้ ยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ประเทศไทยควรเตรียมข้อมูลความก้าวหน้า อาทิ

- สถานการณ์คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของไทย
- ประเด็นการคุ้มครองสิทธิแรงงาน และการประมง

- ประเด็นสหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับประเทศไทย (ปี 2560 ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 12) โดยสหรัฐฯ มีแนวโน้มใช้เป็นข้ออ้างเพื่อดำเนินนโยบายทางการค้าในลักษณะเดียวกันกับจีน โดยมีเกณฑ์ประกอบการพิจารณา ดังนี้

หลักเกณฑ์	ข้อเท็จจริง	เปรียบเทียบกับเกณฑ์
 <p>มีการค้าเกินดุลการค้า ทวีภคักกับสหรัฐอเมริกา มากกว่า 20 พันล้านดอลลาร์ สรอ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การเผยแพร่ข้อมูลของสหรัฐฯ พบว่า ในปี 2560 ขาดดุลไทย 20.35 พันล้านดอลลาร์ สรอ.</li> <li>จากข้อมูลของไทย พบว่า ไทยเกินดุลสหรัฐฯ เพียง 11.67 พันล้านดอลลาร์ สรอ.</li> </ul>	เข้าเกณฑ์
 <p>ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุล มากกว่าร้อยละ 3 GDP</p>	ปี 2560 ไทยเกินดุลบัญชีสะพัด ร้อยละ 10.8 ของ GDP	เข้าเกณฑ์
 <p>ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา มีการแทรกแซงค่าเงิน ด้านเดียว โดยการซื้อเงินตรา ต่างประเทศสุทธิ รวมกัน มากกว่าร้อยละ 2 ของ GDP</p>	มีความเป็นไปได้ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย มีการซื้อเงินตราต่างประเทศสุทธิมากกว่า ร้อยละ 2 ของ GDP	รอ ค่าชี้แจงจาก ธปท.

2. เปิดตลาดสินค้าศักยภาพและบริการ

3. ขยายการลงทุนระหว่างกัน

- สาขาที่นักลงทุนไทยมีโอกาสขยายการลงทุนและช่วยสนับสนุนนโยบายการสร้างงานในสหรัฐฯ ได้แก่ พลังงาน ยานยนต์ ปีโตรเคมี และอุตสาหกรรมอาหาร (ประเมินจากสาขาที่ไทยลงทุนในสหรัฐฯ) ทั้งนี้ ปัจจุบันสหรัฐฯ เป็นแหล่งลงทุนอันดับ 4 ของไทย และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การลงทุนไทยในสหรัฐฯ ขยายตัวเฉลี่ยถึงร้อยละ 32 ต่อปี (ประมวลจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย)
- สาขาที่เป็นโอกาสสำหรับนักลงทุนสหรัฐฯ เป็นกลุ่มที่บริษัทสหรัฐฯ ใช้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตการค้าแบบ regional value chain อาทิ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักรกล โลหะ เคมีภัณฑ์ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจุบันสหรัฐฯ นักลงทุนอันดับ 3 ในไทย และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การลงทุนไทยในสหรัฐฯ ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี (ประมวลจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย)

**อิน** กระชับความสัมพันธ์เชิงรุก ทั้งในระดับประเทศและระดับมณฑล/เมืองยุทธศาสตร์

**1. ระดับประเทศ** - ผ่านแผน Strategic Partnership ไทย-จีน และกรอบความร่วมมือ RCEP รวมทั้งเชื่อมโยงนโยบายไทยและจีน (EEC ของไทย และ One Belt, One Road / โครงการส่งเสริมพื้นที่เศรษฐกิจกลุ่มแม่น้ำจูเจียง / โครงการพัฒนา Greater Bay Area ของจีน) โดยส่งเสริมความร่วมมือด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จีนเป็นเจ้าของและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของไทย อาทิ Digital / e-Commerce, เทคโนโลยีด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

**2. ระดับมณฑล**

**มณฑลยูนนาน** เป็นมณฑลที่ตั้งอยู่ใกล้ไทยมากที่สุด รัฐบาลจีนกำหนดนโยบาย “ป้อมหัวสะพาน” ให้นานานเป็นประตูเชื่อมโยงภาคตะวันตกของจีนสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียใต้

- ความต้องการสินค้าไทย ได้แก่ เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ยาสมุนไพร
- ความร่วมมือการลงทุนกับไทย ได้แก่ การรักษาพยาบาลและการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

**มณฑลเจ้อเจียง** เป็นมณฑลที่ประชากรมีรายได้ต่อหัวค่อนข้างสูง เป็นเมืองเศรษฐกิจ E-commerce มีหางโจว (Hangzhou) เป็นเมืองหลักและเป็นที่ตั้งของ Platform E-commerce ชื่อดัง Alibaba และมี

หนิงโป (Ningbo) เป็นท่าเรือที่มีความจุสินค้ามากที่สุด รัฐบาลเจ้อเจียงออกมาตรการ “Made in Zhejiang” เพื่อส่งเสริมการค้าเสรี และจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าจากภูมิภาคอาเซียน

- โอกาสของสินค้าไทย ได้แก่ สินค้าไทยระดับ Premium เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงได้
- ความร่วมมือการลงทุนกับไทย ได้แก่ การพัฒนาด้าน E-commerce

นอกจากนี้ ไทยควรเตรียมความพร้อมกรณีการใช้มาตรการ Trade war ระหว่างสหรัฐฯ กับจีน โดยมีแนวทางดังนี้

ทางเลือกที่ 1: ไทยพิจารณาประโยชน์/ช่องทางสำหรับสินค้าไทยที่อาจได้รับประโยชน์จากการขึ้นภาษีสินค้าของสหรัฐฯ กับจีน

ทางเลือกที่ 2: หากสหรัฐฯ-จีน เจรจาไม่สำเร็จ ไทยต้องเตรียมการตั้งรับการแข่งขันทางการค้า ( อาทิ ใช้ SG/AD/CVD อย่างเหมาะสม)

ทางเลือกที่ 3: หากสหรัฐฯ ขยายขอบเขตมาตรการการตอบโต้ทางการค้าต่อไทยและประเทศอื่น (เพิ่มเติมจากเหล็กและอลูมิเนียม) ไทยเจรจาเพื่อขอยกเว้นการใช้มาตรการทางการค้ากับสินค้าของไทย

ทางเลือกที่ 4: หากไทย-สหรัฐฯ เจรจาไม่สำเร็จ ไทยพิจารณาใช้มาตรการการโต้กลับ ซึ่งอาจพิจารณานำเข้าสินค้าจากประเทศอื่นแทนการนำเข้าจากสหรัฐฯ หรือพิจารณาเข้าร่วมกับประเทศอื่นเพื่อป้องกันข้อพิพาทภายใต้ WTO



## พลการศึกษาโอกาสทางการค้าใน 10 มณฑลสำคัญของจีน

1. สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกแต่ยังส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพมีมูลค่าประมาณ 1.29 หมื่นล้านดอลลาร์ สหรัฐ. และเป็นสินค้าเกษตร 1,089 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ.

โดย 3 มณฑลแรกที่มีมูลค่าสินค้าส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพมากที่สุด (หมายถึงโอกาสที่จะส่งออกเพิ่มให้สอดคล้องกับระดับศักยภาพของไทย) ประกอบด้วย กวางตุ้ง (4.2 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ.) เซี่ยงไฮ้ (3.7 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ.) และซานตง (1.8 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ.) ตามลำดับ

### มูลค่าการนำเข้าของมณฑลจีนจากโลกและไทย (ค่าเฉลี่ยระหว่างปี 2558-2560)

มณฑล	นำเข้าจากโลก		นำเข้าจากไทย			มูลค่าที่ไทยยังสามารถส่งออกได้ตามศักยภาพในแต่ละมณฑล
	มูลค่า (ล้าน USD)	สัดส่วนต่อการนำเข้ารวมจาก 31 มณฑล	มูลค่า (ล้าน USD)	ส่วนแบ่งตลาดของไทยในแต่ละมณฑล	โครงสร้างการกระจายสินค้าของไทย	
รวม	1,638,821.8	100	39,240.0	2.4	100	
1 กวางตุ้ง	314,972	19.2	10,663.4	3.4	27.2	4,201
2 เจียงซู	168,586	10.3	4,793.8	2.8	12.2	1,829
3 เมืองเซี่ยงไฮ้	417,426	25.5	11,260.8	2.7	28.7	3,737
4 ซานตง	150,290	9.2	4,859.5	3.2	12.4	1,835
5 เจ้อเจียง	89,476	5.5	1,237.3	1.4	3.2	249
6 เมืองปักกิ่ง	50,069	3.1	442.9	0.9	1.1	125
7 เหอหนาน	28,081	1.7	118.4	0.4	0.3	81
8 เมืองเทียนสิน	89,299	5.4	994.2	1.1	2.5	267
9 ฟูเจี้ยน	50,190	3.1	1,162.9	2.3	3.0	410
10 เสฉวน	20,750	1.3	296.1	1.4	0.8	229
รวม 10 มณฑล	1,379,140	84.2	35,829	2.6	91.3	12,964.0

ที่มา Global Trade Atlas, คำนวณโดย สนค.

สินค้าสำคัญที่สามารถส่งออกให้สอดคล้องกับศักยภาพของไทย



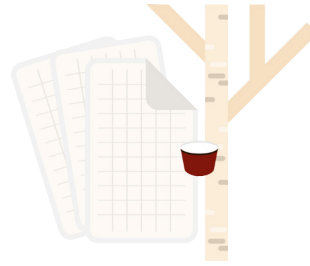
รถยนต์ขนส่งบุคคลเป็นหลัก

ซึ่งมีมูลค่าตลาด (เฉพาะ 10 มณฑลเป้าหมาย) 44,952.7 ล้านดอลลาร์ สรอ. แต่มีการนำเข้าจากไทยเพียงร้อยละ 0.7 โดยไทยยังมีมูลค่าส่งออกเพิ่มได้อีกประมาณ 776.5 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือ 25,623.8 ล้านบาท โดย 3 มณฑลที่มีโอกาสส่งออกสูงสุด ประกอบด้วย เมืองเซี่ยงไฮ้ (21,158 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน (2,715 ล้านบาท) และซานตง (748 ล้านบาท)



อุปกรณ์อื่นๆ เชิงทัศนศาสตร์ (HS 9013)

มีมูลค่าตลาด 39,676.5 ล้านดอลลาร์ สรอ. และไทยมีส่วนแบ่งตลาดในเกณฑ์ดีที่ร้อยละ 4.1 สะท้อนถึงความสามารถทางการแข่งขันได้ อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีมูลค่าส่งออกเพิ่มได้อีกประมาณ 649.4 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือ 21,429.5 ล้านบาท โดย 3 มณฑลที่มีโอกาสส่งออกสูงสุด ประกอบด้วย กวางตุ้ง (16,372 ล้านบาท) ฟูเจี้ยน (3,871 ล้านบาท) และ เจ้อเจียง (697 ล้านบาท)



ยางธรรมชาติชั้นปฐม/เป็นแผ่น (HS 4001)

มีมูลค่าตลาด 3,496.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. และไทยมีส่วนแบ่งตลาดในเกณฑ์ดีที่ร้อยละ 66.8 อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีมูลค่าส่งออกเพิ่มได้อีกประมาณ 640.1 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือ 21,123.1 ล้านบาท โดย 3 มณฑลที่มีโอกาสส่งออกสูงสุด ประกอบด้วย ซานตง (14,815 ล้านบาท) เจียงซู (2,129 ล้านบาท) กวางตุ้ง (1,997 ล้านบาท)



สินค้าอื่นๆ ที่มีโอกาสส่งออกเพิ่ม

เช่น อุปกรณ์ประกอบของยานยนต์ (HS 8708 มีมูลค่า 1.2 หมื่นล้านบาท) ยางสังเคราะห์ชั้นปฐม/เป็นแผ่น (HS 4002 มีมูลค่า 7.8 พันล้านบาท) ข้าว (HS 1006 มีมูลค่า 7.0 พันล้านบาท) และมอลต์/อาหารปรุงแต่งที่ทำจากแป้ง (HS 1901 มีมูลค่า 3.2 พันล้านบาท)

สำหรับสินค้าอาหารและเกษตรซึ่งสามารถส่งออกให้สอดคล้องกับศักยภาพของไทย



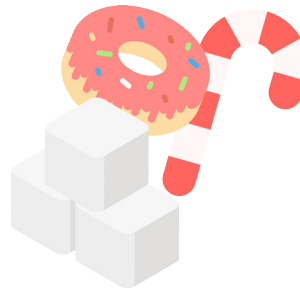
ข้าว (HS 1006)

มีมูลค่าตลาด 1,338.2 ล้านดอลลาร์ สรอ. และไทยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 30.4 อย่างไรก็ตาม โดยไทยยังมีมูลค่าส่งออกเพิ่มได้อีกประมาณ 213.1 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือ 7,031.9 ล้านบาท โดย 3 มณฑลที่มีโอกาสส่งออกสูงสุด ประกอบด้วย กวางตุ้ง (4,893 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (1,593 ล้านบาท) และ ฟูเจี้ยน ( 323 ล้านบาท) เป็นต้น



มอลต์ / อาหารปรุงแต่งที่ทำจากแป้ง (HS 1901)

มีมูลค่าตลาด 3,229.1 ล้านดอลลาร์ สรอ. แต่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 0.1 โดยไทยยังมีมูลค่าส่งออกเพิ่มได้อีกประมาณ 96.8 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือ 3,194.5 ล้านบาท โดย 3 มณฑลที่มีโอกาสส่งออกสูงสุด ประกอบด้วย กวางตุ้ง (1,609 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (1,185 ล้านบาท) และเจ้อเจียง ( 162 ล้านบาท) เป็นต้น



น้ำตาล (HS 1701)

มีมูลค่าตลาด 850.3 ล้านดอลลาร์ สรอ. เป็นสินค้าอ่อนไหวสูงและมีกำแพงภาษี ทำให้การส่งออกไปจีนอาจจะมีต้นทุนที่ยังสูงอยู่ ซึ่งในปัจจุบันไทยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 15.4 โดยไทยยังมีมูลค่าส่งออกเพิ่มได้อีกประมาณ 65.9 ล้านดอลลาร์ สรอ. หรือ 2,173.3 ล้านบาท โดย 3 มณฑลที่มีโอกาสส่งออกสูงสุด ประกอบด้วย ซานตง (1,515 ล้านบาท) เจียงซู (283 ล้านบาท) และ กวางตุ้ง (260 ล้านบาท) เป็นต้น



สินค้าเกษตรและอาหารอื่นๆ ที่ยังมีโอกาสส่งออกเพิ่ม

เช่น ไก่ / แซ่เยี่ยน / หรือแซ่แข็ง (HS 0207 ส่งออกเพิ่มอีก 1.7 พันล้านบาท) ปลาแซ่แข็ง (HS 0306 ส่งออกเพิ่มอีก 1.5 พันล้านบาท) และผลไม้อื่นๆ เช่น ทูเรียน (HS 0810 ส่งออกเพิ่มอีก 1.3 พันล้านบาท) เป็นต้น



การนำเข้าจาก 10 มณฑลจีนในสินค้าที่ไทยมีศักยภาพการส่งออก (ค่าเฉลี่ยปี 2558-2560)

HS 4 digit	สินค้า	นำเข้าจากโลก (ล้าน USD)	นำเข้าจากไทย (ล้าน USD)	สัดส่วนการนำเข้า จากไทย	มูลค่าที่ไทยยังสามารถส่งออกได้ตาม ศักยภาพ ในแต่ละสินค้า		
					ล้าน USD	ล้านบาท	
1	207	ไก่ แช่เย็น หรือแช่แข็ง	1,080.0	-	-	51.9	1,711.4
2	306	ปลา แช่เย็นจนแข็ง	1,850.8	116.6	6.3	44.4	1,465.1
3	801	มะพร้าว/เมล็ด มะม่วงหิมพานต์	103.6	50.0	48.3	0.0	0.2
4	803	กล้วย	373.7	2.6	0.7	0.2	5.4
5	804	สับปะรด/อโวคาโด/ฝรั่ง/ มะม่วง	248.7	32.8	13.2	2.1	67.8
6	810	ผลไม้อื่นๆ เช่น ทูเรียน	1,415.0	730.4	51.6	37.9	1,251.0
7	901	กาแฟ	449.8	0.0	0.0	0.1	3.2
8	1006	ข้าว	1,338.2	406.9	30.4	213.1	7,031.9
9	1511	น้ำมันปาล์มและเศษ	3,209.1	-	-	19.0	626.9
10	1513	น้ำมันมะพร้าว/น้ำมันปาล์ม	856.8	1.7	0.2	23.2	766.3
11	1701	น้ำตาล	850.3	131.1	15.4	65.9	2,173.3
12	1901	มอลต์/อาหารปรุงแต่งที่ทำจาก แป้ง	3,229.1	2.9	0.1	96.8	3,194.5
13	1905	ขนมปัง/เค้ก/บิสกิต/เบเกอรี่	717.6	15.8	2.2	5.7	186.8
14	2008	ผลไม้/ลูกนัต/อื่นที่บริโภคได้ ของพืช	417.0	72.3	17.3	6.1	201.8
15	3304	ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	3,964.1	14.9	0.4	44.3	1,460.5
16	4001	ยางธรรมชาติ ชั้นปฐม/เป็น แผ่น	3,496.8	2,334.4	66.8	640.1	21,123.1
17	4002	ยางสังเคราะห์ชั้นปฐม/เป็น แผ่น	5,339.5	1,139.6	21.3	238.1	7,856.7
18	4011	ยางนอกชนิดอัดลม ที่เป็นของ ใหม่	658.9	140.0	21.2	20.1	663.8
19	4014	ยางใช้เพื่อการอนามัยหรือ เภสัชกรรม	324.2	32.9	10.2	65.2	2,151.0
20	4015	ถุงมือทุกชนิด และเครื่องแต่ง กาย	155.4	23.6	15.2	22.9	754.3
21	8517	อุปกรณ์สื่อสาร/เครื่องโทรศัพท์	46,442.5	1,603.0	3.5	9.4	309.1
22	8703	รถยนต์ขนส่งบุคคลเป็นหลัก	44,952.7	320.4	0.7	776.5	25,623.8
23	8708	อุปกรณ์ประกอบของยานยนต์	16,698.6	198.7	1.2	365.2	12,051.6
24	9013	อุปกรณ์อื่น ๆ เจริญทัศน์ศาสตร์	39,676.5	1,609.2	4.1	649.4	21,429.5
25	9619	ผ้าอนามัย/เนปकिनไลเนอร์เด็ก อ่อน	1,259.0	3.3	0.3	29.9	985.4
รวม 25 ชนิด			179,108.0	8,982.9	5.0	3,427.1	113,094.5

ที่มา Global Trade Atlas, คำนวณโดย สนค.

มูลค่าที่ไทยยังสามารถส่งออกได้ตามศักยภาพในแต่ละสินค้าและหมวด (หน่วยล้านบาท)

สินค้า	ล้านบาท	3 หมวดแรกที่มีมูลค่าสูงสุด
ไก่ แช่เย็น หรือแช่แข็ง	1,711.4	กวางตุ้ง (1,096 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (529 ล้านบาท) เจียงซู ( 43 ล้านบาท)
ปลา แช่เย็นจนแข็ง	1,465.1	ซานตง (1,042 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (200 ล้านบาท) เมืองปักกิ่ง ( 84 ล้านบาท)
มะพร้าว/เมล็ดมะม่วงหิมพานต์	0.2	
กล้วย	5.4	เมืองเทียนสิน (3 ล้านบาท) ซานตง (1 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ ( 1 ล้านบาท)
สับปะรด/ฝรั่ง/มะม่วง	67.8	ฟูเจี้ยน (40 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (19 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน ( 7 ล้านบาท)
ผลไม้อื่นๆ เช่น ทูเรียน	1,251.0	เมืองเซี่ยงไฮ้ (952 ล้านบาท) ฟูเจี้ยน (158 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน ( 122 ล้านบาท)
กาแฟ	3.2	เจียงซู (2 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (1 ล้านบาท) ซานตง ( 0 ล้านบาท)
ข้าว	7,031.9	กวางตุ้ง (4,893 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (1,593 ล้านบาท) ฟูเจี้ยน ( 323 ล้านบาท)
น้ำมันปาล์มและเศษ	626.9	เจียงซู (251 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (215 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน ( 43 ล้านบาท)
น้ำมันมะพร้าว/น้ำมันปาล์ม	766.3	เจียงซู (393 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (146 ล้านบาท) เจ้อเจียง ( 122 ล้านบาท)
น้ำตาล	2,173.3	ซานตง (1,515 ล้านบาท) เจียงซู (283 ล้านบาท) กวางตุ้ง ( 260 ล้านบาท)
มอลต์/อาหารปรุงแต่งจากแป้ง	3,194.5	กวางตุ้ง (1,609 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (1,185 ล้านบาท) เจ้อเจียง ( 162 ล้านบาท)
ขนมปัง/เค้ก/บิสกิต/เบเกอรี่	186.8	กวางตุ้ง (95 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (57 ล้านบาท) ซานตง ( 21 ล้านบาท)
ผลไม้/ลูกนัต/	201.8	ซานตง (137 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน (48 ล้านบาท) เจ้อเจียง ( 8 ล้านบาท)
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	1,460.5	เมืองเซี่ยงไฮ้ (1,106 ล้านบาท) กวางตุ้ง (182 ล้านบาท) เจียงซู ( 61 ล้านบาท)
ยางธรรมชาติ ชั้นปฐุม	21,123.1	ซานตง (14,815 ล้านบาท) เจียงซู (2,129 ล้านบาท) กวางตุ้ง ( 1,997 ล้านบาท)
ยางสังเคราะห์ชั้นปฐุม	7,856.7	เมืองเซี่ยงไฮ้ (4,854 ล้านบาท) กวางตุ้ง (1,190 ล้านบาท) เจียงซู ( 902 ล้านบาท)
ยางนอก ที่เป็นของใหม่	663.8	ซานตง (507 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน (72 ล้านบาท) เจียงซู ( 61 ล้านบาท)
ยางใช้เพื่อการอารณามัย,	2,151.0	กวางตุ้ง (1,250 ล้านบาท) เมืองเซี่ยงไฮ้ (462 ล้านบาท) ซานตง ( 318 ล้านบาท)
ถุงมือทุกชนิด	754.3	เมืองเซี่ยงไฮ้ (321 ล้านบาท) กวางตุ้ง (254 ล้านบาท) เจียงซู ( 102 ล้านบาท)
อุปกรณ์สื่อสาร/เครื่องโทรศัพท์	309.1	เหอหนาน (297 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน (12 ล้านบาท)
รถยนต์ขนส่งบุคคลเป็นหลัก	25,623.8	เมืองเซี่ยงไฮ้ (21,158 ล้านบาท) เมืองเทียนสิน (2,715 ล้านบาท) ซานตง ( 748 ล้านบาท)
อุปกรณ์ประกอบของยานยนต์	12,051.6	เมืองเซี่ยงไฮ้ (4,534 ล้านบาท) กวางตุ้ง (2,828 ล้านบาท) ซานตง ( 1,802 ล้านบาท)
อุปกรณ์อื่น ๆ เชิงทัศนศาสตร์	21,429.5	กวางตุ้ง (16,372 ล้านบาท) ฟูเจี้ยน (3,871 ล้านบาท) เจ้อเจียง ( 697 ล้านบาท)
ผ้าอนามัย/แปบคินไลน์เนอร์เด็ก อ่อน	985.4	เมืองเซี่ยงไฮ้ (410 ล้านบาท) เจ้อเจียง (221 ล้านบาท) กวางตุ้ง ( 138 ล้านบาท)
<b>รวม 25 ชนิด</b>	<b>113,094.5</b>	

ที่มา Global Trade Atlas, คำนวณโดย สนค.

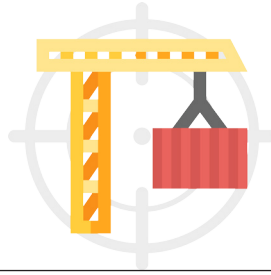
## 2. เป้าหมายการส่งออกที่ 1.0-1.1 แสนล้านดอลลาร์ สรอ. ในปี 2570

โดยมีการแบ่งเป้าหมายออกเป็น 3 ระดับ คือ



### เป้าหมายที่ ๑

เพิ่มการส่งออกในสินค้าที่มีศักยภาพแต่ส่งได้ต่ำกว่าศักยภาพ ซึ่งจะได้มูลค่าเป้าหมายหลังจากนั้นคำนวณส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยใหม่



### เป้าหมายที่ ๒

เป็นการตั้งเป้าหมายเพื่อการทำงานเชิงรุก โดยเพิ่มการส่งออกประมาณร้อยละ 1.0 จากเป้าหมายที่ ๑ โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มที่ 1 ซึ่งไทยยังมีความสามารถทางการแข่งขันต่ำ เช่น การยกระดับการผลิต (Supply-side) โดยการสร้างความร่วมมือกับประเทศที่ 3 เป็นต้น



### เป้าหมายที่ ๓

เน้นรักษาส่วนแบ่งทางตลาดจากเป้าหมายที่ 2 ในระยะยาว ซึ่งได้มีการคาดการณ์การส่งออก/นำเข้าของแต่ละมณฑลใน 10 ปีข้างหน้า

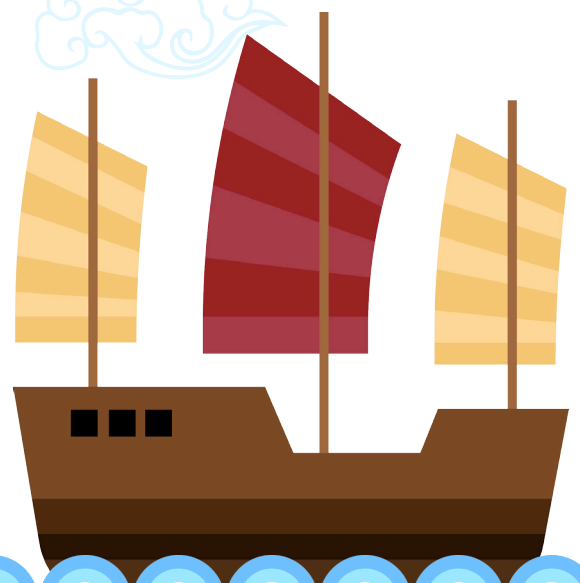
ซึ่งจากวิเคราะห์ในแต่ละมณฑลแล้ว พบว่าเป้าหมายการส่งออกรวมทั้ง 10 มณฑลในปี 2570 จะอยู่ที่ 1.0-1.1 แสนล้านดอลลาร์ สรอ. โดย 3 มณฑลแรก ประกอบด้วย กวางตุ้ง (3.13-3.30 หมื่นล้านดอลลาร์ สรอ.) เซี่ยงไฮ้ (3.06-3.15 หมื่นล้านดอลลาร์ สรอ.) และซานตง (1.54-1.65 หมื่นล้านดอลลาร์ สรอ.)

## มูลค่าเป้าหมายการส่งออก 10 มณฑลในปี 2570

(หน่วยล้านดอลลาร์ สรอ.)

มณฑล	มูลค่าเป้าหมายปี 2570	
กวางตุ้ง	31,350	33,000
มหานครเซี่ยงไฮ้	30,600	31,500
ซานตง	15,400	16,500
เจียงซู	12,600	13,500
เจ้อเจียง	4,250	4,500
มหานครเทียนจิน	3,750	4,000
ฟูเจี้ยน	3,400	3,500
มหานครปักกิ่ง	2,100	2,150
เสฉวน	1,500	1,600
เหอหนาน	770	790
รวม	105,720	111,040

ที่มา คำนวณโดย สนค.



### 3. ยุทธศาสตร์การค้าไทย-จีน

ทั้งนี้ เป้าหมาย 1.05-1.11 แสนล้านเหรียญฯ ดังกล่าว ได้จากการวิเคราะห์ในหลายมิติ เช่น วิเคราะห์โครงสร้างความต้องการสินค้านำเข้าของจีนว่าสอดคล้องกับความสามารถในการผลิตและการส่งออกของไทยหรือไม่ วิเคราะห์ศักยภาพการนำเข้า/การค้าที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงหรือขยายตัวทางเศรษฐกิจ ตามนโยบายเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกันหลายมิติของรัฐบาลจีน โดยเฉพาะนโยบายเส้นทางสายไหม (One Belt One Road) และนโยบายการปฏิรูปและเปิดประเทศของจีนที่ครบรอบ 40 ปี ตลอดจนการเดินทางปฏิรูปเศรษฐกิจในช่วงต่อไป รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนของจีน เป็นต้น

โดยแม้จะมีความแตกต่างกันไปแต่ละมณฑล แต่พบว่า ทั้ง 10 มณฑลมีจุดยืนทางนโยบายที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่

**เน้นกระจายความเจริญ | การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและภายนอกประเทศ**  
**การส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางระบบขนส่ง | การใช้แพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ | การเปิดเสรีอย่างมีขีดความสามารถ**

ขณะที่ด้านความแตกต่างที่ชัดเจน เช่น

**ระดับการพัฒนาระดับเมือง | ยกระดับทางภูมิศาสตร์ | ขยายบทบาททางธรรมชาติ | โครงสร้างทางเศรษฐกิจ**  
**รายได้ต่อหัว | จำนวนประชากร | ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่**

จากการวิเคราะห์ข้างต้น สนค. ได้ทำการเปรียบเทียบ เชื่อมโยง และวิเคราะห์ และนำมาสู่การเสนอยุทธศาสตร์การค้าไทยจีนภายใต้ “3 แนวคิด 7 แนวทาง รุกตลาดจีน” โดย



คือ กรอบการกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย



#### แนวคิดที่ 1

กำหนดสินค้าส่งออกเป็นกลุ่มตามศักยภาพ



##### กลุ่มสินค้าที่ 1

เป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกต่ำ ประเด็นต้องพิจารณาเพิ่มเติม คือ

เป็นสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้ เช่น น้ำมัน แร่ธาตุบางชนิด พืชหรืออาหารบางชนิด

เป็นสินค้าที่ผลิตได้แต่ความสามารถทางการแข่งขันต่ำ ซึ่งอาจจะเกิดจากต้นทุนที่สูง หรือเทคโนโลยีที่ยังไม่ทันสมัยเพียงพอ เช่น ปาล์ม น้ำมัน อากาศยาน เป็นต้น

##### กลุ่มสินค้าที่ 2

เป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกสูง แต่ส่งออกไปยังมณฑล/เมืองนั้นต่ำกว่าศักยภาพของไทยในตลาดโลก ประเด็นต้องพิจารณาเพิ่มเติม คือ

เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ความสามารถทางการแข่งขันที่ต่ำกว่าในตลาดโลกอาจจะเกิดมาจากการไม่ได้อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทที่ผลิตในประเทศเหล่านั้น

เป็นสินค้าเกษตร ความสามารถทางการแข่งขันที่ต่ำกว่าในตลาดโลกอาจจะเกิดมาจากประเทศเหล่านั้นมีการดำเนินมาตรการทางภาษีทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น หรือมาจากการทำการตลาด/ส่งเสริมการขายต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอ

##### กลุ่มสินค้าที่ 3

เป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกสูง และส่งออกไปประเทศนั้นสูงกว่าศักยภาพของไทยในตลาดโลก

เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ความสามารถทางการแข่งขันที่สูงกว่าในตลาดโลกอาจจะเกิดมาจากการอยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทที่ผลิตในประเทศเหล่านั้น โดยเฉพาะบริษัทลงทุนข้ามชาติที่มีบริษัทลูกในหลายประเทศ และมีการนำเข้าสินค้าจากบริษัทลูกโดยตรง

เป็นสินค้าเกษตร ความสามารถทางการแข่งขันที่สูงกว่าในตลาดโลกอาจจะเกิดมาจากการได้รับความนิยมในสินค้า และทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง



เช่น นโยบาย OBOR ของจีน กับ EEC และ Thailand 4.0 ของไทย  
 ทำให้เห็นแนวโน้มการพัฒนาเฉพาะด้านของแต่ละมณฑล ทำให้เห็นถึงโอกาสที่จะเชื่อมโยงสินค้า ความร่วมมือ และการลงทุนของไทยในแต่ละพื้นที่  
 อย่างเหมาะสม โดยนโยบายที่สำคัญของจีน ประกอบด้วย

**1**  
**One Belt One Road**

1 คือ One Belt One Road ซึ่งจะเป็นการยกระดับมณฑลเหล่านั้นให้ป็นศูนย์กลางทางการขนส่งไม่ว่าจะเป็นด้าน ระบบราง ทางอากาศ และทางเรือ เป็นต้น

**3**  
**third-party market cooperation**  
 under the framework of  
 the Belt and Road Initiative

3 คือ นโยบาย “third-party market cooperation under the framework of the Belt and Road Initiative” ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างจีนและญี่ปุ่น ในการร่วมลงทุนในประเทศที่สาม

**13**  
**13 Megalopolises**

13 คือ จำนวน 13 เมือง ภายใต้นโยบาย “13 megalopolises” ซึ่งเป็นการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยเน้นการกระจายความเจริญ จากเมืองใหญ่ไปสู่เมืองรองรอบๆ เพื่อสร้างการขยายตัวของเมืองและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

**37**  
**Pilot Cities**  
 for Cross-Border E-commerce

37 คือ จำนวน 37 เมืองที่ได้รับให้จัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษด้าน “Pilot Cities for Cross-Border E-commerce” ซึ่งเมืองเหล่านี้จะมีโอกาสการค้าระหว่างประเทศผ่าน e-commerce สูง

**144**  
**144 Hours**  
 China Visa Free Transit

144 คือ นโยบาย “144 Hours China Visa Free Transit” โดยมีจำนวน 11 มณฑล/เมือง ซึ่งทางการจีนประกาศอนุมัตินโยบายยกเว้นค่าธรรมเนียมสำหรับคนชาติจาก 53 ประเทศ ที่เดินทางเข้าจีนผ่านสนามบินและท่าเรือ โดยสามารถเข้าพักอาศัยได้เป็นเวลา 144 ชั่วโมง หรือ 6 วัน ซึ่งประกอบด้วย เซี่ยงไฮ้ เมืองเซี่ยเหมิน (มณฑลฝูเจี้ยน) เมืองชิงเต่า (มณฑลซานตง) เมืองอู่ฮั่น (มณฑลหูเป่ย์) เมืองเฉิงตู (มณฑลเสฉวน) เมืองคุนหมิง (มณฑลยูนนาน) เมืองปักกิ่ง เมืองเทียนจิน มณฑลเจียงซู มณฑลเหอเป่ย์ และมณฑลเสฉวน

**2 แสนล้าน**  
**200,000,000,000**  
**US dollar**

2 แสนล้าน ดอลลาร์ สหรัฐ คือ นโยบายที่บริษัทอาลีบาบา (ซึ่งตั้งอยู่ที่เมืองหางโจว) ประกาศจะนำสินค้า 2 แสนล้านดอลลาร์ สหรัฐ (ราว 6.59 ล้านล้านบาท) จาก 120 ประเทศ เข้าไปขายในจีน ในระหว่างปี 2562-2566

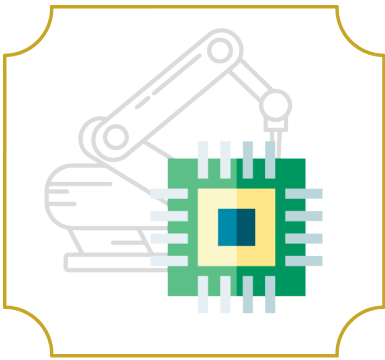


### แนวคิดที่ 3

## ความก้นด ความเชี่ยวชาญ หรือเอกลักษณ์ (DNA) เฉพาะของแต่ละเมือง

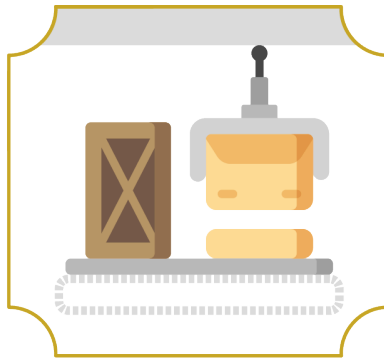


ซึ่งจีนมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละเมืองสำคัญไว้แล้ว โดยเฉพาะที่อยู่บนเส้นทาง OBOR ซึ่งสามารถจับคู่ได้กับบางพื้นที่หรือบางจังหวัดของไทย เช่น



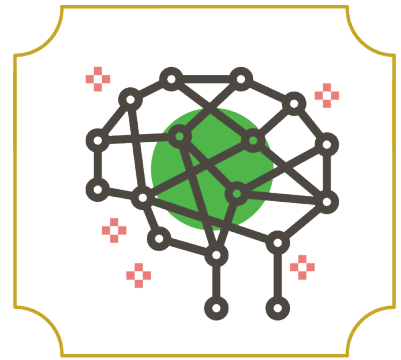
### มณฑลกว่างตุ้ง

เป็นมณฑลที่กำลังยกระดับการผลิตสู่ Automation และเน้นการผลิตและส่งเสริมการบริโภคสินค้า high tech



### มณฑลเจียงซู

เป็นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ โดยเฉพาะเมืองซูโจว ภายใต้แนวคิด ซูโจว ๒๔ ปี จาก industrial Park สู่ City of the Future



### เมืองเซี่ยงไฮ้

มีความโดดเด่นในหลายด้าน โดยเฉพาะท่าเรือและการพัฒนา AI ทางการแพทย์



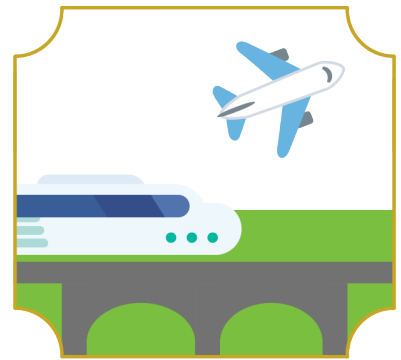
### มณฑลชานตง

อย่างเมืองชิงเต่าที่มุ่งเน้นบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีบทบาทเพิ่มขึ้นด้านความร่วมมือจีนกับกลุ่มประเทศยูเรเชีย



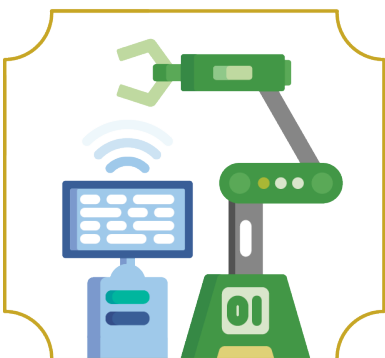
### มณฑลเจ้อเจียง

เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญในการเรียนรู้ด้าน E-commerce



### มณฑลเหอหนาน

เน้นยกระดับการพัฒนาเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกและศูนย์กลางระบบการขนส่งนานาชาติทางรถไฟและทางอากาศ



### เมืองเทียนจิน

ตั้งเป้าหมายเป็น The Belt and Road Science, Technology and Innovation



### มณฑลฟูเจี้ยน

ได้รับการส่งเสริมให้เป็นจุดศูนย์กลางทางเรือ the core area of the "๒๑<sup>st</sup> Century Maritime Silk Road"



### เสฉวน

เน้นเป็นฐานการผลิตเกษตรแปรรูปและศูนย์กลางทางระบบขนส่งตะวันตกเฉียงใต้ของจีน

# 7 แนวทาง

## แนวทางที่ 1 สำหรับสินค้าที่ส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพ

เน้นทำตลาดในแต่ละมณฑลอย่างตรงเป้าหมายและสอดคล้องกับความสามารถทางการแข่งขันของไทยโดยเฉพาะสินค้าเกษตร เช่น



### กวางตุ้ง

สินค้าเกษตร/อาหารมีมูลค่าส่งออกต่ำกว่าศักยภาพประมาณ 304 ล้านดอลลาร์ สรอ. เช่น ข้าว (148 ล้านดอลลาร์ สรอ.) สิ่งสกัดจากมอลต์ (48 ล้านดอลลาร์ สรอ.) และไก่แช่เย็น/แช่แข็ง (33 ล้านดอลลาร์ สรอ.) เป็นต้น



### เมืองเซียงไฮ้

สินค้าเกษตร/อาหารมีมูลค่าส่งออกต่ำกว่าศักยภาพประมาณ 243 ล้านดอลลาร์ สรอ. เช่น มันสำปะหลัง (48 ล้านดอลลาร์ สรอ.) ข้าว (48 ล้านดอลลาร์ สรอ.) และสิ่งสกัดจากมอลต์ (35 ล้านดอลลาร์ สรอ.) รวมทั้งยางพาราและผลิตภัณฑ์ (231 ล้านดอลลาร์ สรอ.)



### เจียงซู

สินค้าเกษตร/อาหารมีมูลค่าส่งออกต่ำกว่าศักยภาพประมาณ 129 ล้านดอลลาร์ สรอ. เช่น มันสำปะหลัง (91 ล้านดอลลาร์ สรอ.) น้ำมันมะพร้าว (11 ล้านดอลลาร์ สรอ.) และน้ำตาล (8 ล้านดอลลาร์ สรอ.) รวมทั้งยางพาราและผลิตภัณฑ์ (112 ล้านดอลลาร์ สรอ.) เป็นต้น



## แนวทางที่ 2 สำหรับสินค้าส่งออกได้สูงกว่าศักยภาพ

เน้นรักษามาตรฐานสินค้า / ต่อยอดความนิยมในสินค้าเกษตรไปยังสินค้าเกษตรหรือผลไม้อื่น ๆ เช่น มังคุดและลำไย รวมทั้งนำสินค้าที่เป็นที่นิยมอยู่แล้วไปขายในเมืองอื่นๆ



## แนวทางที่ 3 สำหรับสินค้าที่มีศักยภาพการแข่งขันต่ำ

เน้นการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร โดยเฉพาะในประเทศที่ 3 เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น อากาศยาน หรือพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น รวมทั้งบริหารจัดการต้นทุนให้ต่ำลงเพื่อแข่งขันได้มากขึ้น



## แนวทางที่ 4 বেনจาะพื้นที่รายเมืองที่มีศักยภาพสูง



### เมืองเซี่ยงไฮ้ 上海市

เน้นพื้นที่ “Greater Shanghai” ซึ่งประกอบด้วยซูโจวและเซี่ยงไฮ้

### มณฑลเจียงซู 江苏省

เน้นเมืองที่มีรายได้ต่อหัวสูงและจัดอยู่ในเกณฑ์ high income country เช่น อู๋ซี หนานจิง และฉางโจว

### มณฑลซานตง 山东省

เน้นพื้นที่ “Shandong peninsula” โดยเฉพาะ จี้หนานและเมืองชิงเต่า ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของมณฑลซานตง

### มณฑลเจ้อเจียง 浙江省

เจาะพื้นที่หางโจว (มีรายได้ต่อหัว เป็นอันดับที่ 9 ของประเทศ) หนิงโป (อันดับที่ 13) และ เส้าซิง (เป็นอันดับที่ 21)

### มณฑลเหอหนาน 河南省

เน้นพื้นที่ “Greater Zhengzhou” ประกอบด้วย เจิ้งโจวและไคเฟิง



## แนวทางที่ 5 เน้นการทำตลาดแบบ O2O



ด้านออฟไลน์ เน้นการแสดงสินค้าตามจุดยุทธศาสตร์ และตั้งเป้าเพิ่มความหลากหลายของสินค้าไทยให้มากขึ้น ส่วนด้านออนไลน์ ทำการส่งเสริมการค้าออนไลน์ โดยเฉพาะ 37 เมืองที่ได้รับการอนุมัติให้เป็นเมืองต้นแบบด้านการค้าอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน (Cross-Border E-commerce) เช่น หางโจว เจิ้งโจว ฝูโจว และกวางโจว เป็นต้น



## แนวทางที่ 6 ร่วมก่ออิฐสร้างเมืองใหญ่



เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาในเมืองที่ยังมีการนำเข้าไม่มากนัก แต่มีแนวโน้มจะมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากการปฏิรูปเศรษฐกิจ เช่น เสฉวนและเหอหนาน ซึ่งปัจจุบันใช้หลักการพัฒนา 3 ด้าน คือ

- (1) ระบบโลจิสติกส์ ทางรางและทางอากาศ
- (2) Platform e-commerce
- (3) รองรับการลงทุนจากมณฑลตะวันออก



## แนวทางที่ 7 มุ่งเน้นและเร่งสร้างความสัมพันธ์ในทุกมิติ



ระดับประเทศ กับ ระดับมณฑล

ใช้ต้นแบบจากความร่วมมือระหว่างสิงคโปร์กับมณฑลสำคัญของจีน เช่น

The Singapore-Shandong Business Council (SSBC) ในปี 2536

The Singapore-Sichuan Trade and Investment Committee (SSTIC) ในปี 2539

The Singapore-Liaoning Economic and Trade Council (SLETC) ในปี 2546

The Singapore-Zhejiang Economic and Trade Council (SZETC) ในปี 2546

The Singapore-Tianjin Economic and Trade Council (STETC) ในปี 2550

The Singapore-Jiangsu Cooperation Council (SJCC) ในปี 2550

The Singapore-Guangdong Collaboration Council (SGCC) ในปี 2552

ระดับเมือง กับ เมือง

เช่น มณฑลเจ้อเจียงมีเมืองคู่มิตร (sister cities) กับ 114 เมือง ใน 86 ประเทศ รวมทั้งกับจังหวัดพิษณุโลก (Zhejiang- Phitsanulok) และ จังหวัดนครปฐมของไทย (Hangzhou-Nakorn Pathom)

ระดับอุตสาหกรรมกับอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรม AI กับ อุตสาหกรรมการแพทย์ของไทย

อุตสาหกรรมท่าเรือ ระหว่างเซี่ยงไฮ้ หรือ ฝูเจี้ยน กับแหลมฉบังของไทย

บริการกับบริการ เช่น โครงการ Wedding Destination

ระหว่างเมืองชิงเต่ากับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย



# ยุทธศาสตร์การค้าไทย-จีนรวมพลัง “3 แนวคิด 7 แนวทาง” สร้างมูลค่าการส่งออก 1 แสนล้าน



## 3 แนวคิด

## 7 แนวทาง

แนวคิดที่ 1

### กำหนดสินค้าที่มีศักยภาพ

**สินค้ากลุ่มที่ 1** ซึ่งไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกต่ำ อาจเกิดจากต้นทุนที่สูง หรือเทคโนโลยีที่ยังไม่ทันสมัยเพียงพอ เช่น อากาศยาน และสินค้าไอเทคต่างๆ เป็นต้น

**สินค้ากลุ่มที่ 2** ซึ่งไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกสูง แต่ส่งออกไปยังมณฑลของจีนต่ำกว่าศักยภาพของไทยในตลาดโลก ในกรณีที่เป็นสินค้าเกษตร อาจเกิดจากมีการดำเนินการมาตรการทางภาษี ทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น หรืออาจเกิดการตลาดส่งเสริมการขายต่างๆ ยังไม่เพียงพอ

**สินค้ากลุ่มที่ 3** ซึ่งไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกสูงและส่งออกไปมณฑลของจีนสูงกว่าศักยภาพของไทยในตลาดโลก โดยเฉพาะเป็นสินค้าเกษตร อาจเกิดมาจากการได้รับความนิยมนำเข้าและทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง

แนวคิดที่ 2

### ประสานนโยบายการพัฒนาศักยภาพสินค้าไทยของสองประเทศ

<p><b>1</b></p> <p>One bel One Road ซึ่งจะเชื่อมต่อมณฑลต่างๆ กับประเทศสำคัญๆ</p>	<p><b>3</b></p> <p>third-party market cooperation under the framework of the Belt and Road Initiative ซึ่งจีนและญี่ปุ่นมีแนวทาง สร้างความร่วมมือระหว่าง ประเทศที่สาม โดยเฉพาะ ในประเทศไทย</p>	<p><b>13</b></p> <p>13 megalopolises เป็นการพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งเน้นการกระจาย ความเจริญจากเมืองใหญ่ สู่เมืองรองรอบๆ เพื่อสร้าง การขยายตัวของเมือง และการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ</p>
<p><b>37</b></p> <p>37 เมืองที่ได้รับให้จัดตั้ง เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษด้าน Pilot Cities for Cross-Border E-commerce</p>	<p><b>144</b></p> <p>144 Hours China Visa Free Transit โดยมี 12 มณฑล/เมือง ซึ่งทางการจีนประกาศอนุมัตินโยบาย ยกเว้นค่าธรรมเนียมสำหรับคนชาติจาก 53 ประเทศ ที่เดินทางเข้าจีนโดยสามารถเข้าพักอาศัยได้เป็นเวลา 144 ชั่วโมง หรือ 6 วัน</p>	

**2 แล่นลำน้ำแดนยุทธศาสตร์** ซึ่งอาสาบาประกาศจะนำสินค้า 2 แล่นลำน้ำคอลลาร์จาก 120 ประเทศ เข้าไปขายในจีน ในระหว่างปี 2019-2023

แนวคิดที่ 3

### ความมั่นคง ความเขียวขงาย หรือ DNA เฉพาะของแต่ละมณฑล/เมือง

- กวางตุ้ง** ยกระดับการผลิตสู่ Automation และเน้นการผลิตสินค้า high-tech and high-end consumer
- เมืองเซี่ยงไฮ้** ทำเรือ + AI ทางการแพทย์
- ซานตง** เมืองเชิงเต๋า การท่องเที่ยว + การมีบทบาทด้านความร่วมมือยูเรเชีย
- เหอหนาน** ฐานการผลิตเพื่อส่งออก+ศูนย์กลางด้านรางและทางอากาศเพื่อการขนส่งสินค้า

แนวทางที่ 1

### สินค้าไทยมีความสามารถทางการแข่งขัน แต่ยังส่งออกไปจีนต่ำกว่าศักยภาพ

เน้นทำตลาดในแต่ละมณฑลอย่างตรงเป้าหมาย และสอดคล้องกับความสามารถทางการแข่งขันของไทย

<p><b>กวางตุ้ง</b> เป็นสินค้าเกษตร/อาหาร 304 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. เช่น ข้าว สิ่งสกปรกจากมอลต์ และ ไคแซฮิน/แซนเจ็ง</p>	<p><b>เมืองเซี่ยงไฮ้</b> เป็นสินค้าเกษตร/อาหาร 243 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. เช่น มันสำปะหลัง ข้าว สิ่งสกปรกจากมอลต์ และ ยางพารา</p>	<p><b>เจียงซู</b> เป็นสินค้าเกษตร/อาหาร 129 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ. เช่น มันสำปะหลัง น้ำมันมะพร้าว น้ำตาล</p>
---	---	--

แนวทางที่ 2

### สินค้าไทยมีความสามารถทางการแข่งขัน และสามารถส่งออกไปจีนได้ดีอยู่แล้ว

เน้นรักษามาตรฐานสินค้า/ต่อยอดความนิยมในสินค้าเกษตรไปยังสินค้าเกษตรหรือผลไม้อื่น ๆ เช่น มันฝรั่งและลำไย รวมทั้งนำสินค้าที่เป็นที่นิยมอยู่แล้วไปขายในเมืองอื่นๆ

แนวทางที่ 3

### สินค้าไทยมีความสามารถทางการแข่งขันต่ำ เน้นการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร

โดยเฉพาะในประเทศที่ 3 เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น อากาศยาน หรือพัฒนาสินค้า ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น รวมทั้งบริหารจัดการต้นทุนให้ลดลงเพื่อแข่งขันได้มากขึ้น

**เป้าหมายพื้นที่ชายเมือง  
เขตเศรษฐกิจสูง**

เช่น เมืองเซี่ยงไฮ้ เน้นพื้นที่ “Greater Shanghai” เมืองชิงโจวและเมืองเซี่ยงไฮ้ ด้านมณฑลซานตง เน้นพื้นที่ “Shandong peninsula” โดยเฉพาะเมืองจี้หนาน และเมืองชิงเต่า เป็นต้น

แนวทางที่ 5

### เน้นการค้าตลาดแบบ O2O (Online/Offline)

**Offline**  
เน้นการส่งเสริมการค้าตามจุดยุทธศาสตร์และตั้งเป้าเพิ่มความหลากหลายของสินค้าไทยให้มากขึ้น

**Online**  
ทำการส่งเสริมการค้าออนไลน์โดยเฉพาะ 37 เมืองที่ได้รับการอนุมัติ ให้เป็นเมืองต้นแบบด้านการค้าคอมพิวเตอร์ข้ามพรมแดน (Cross-Border E-commerce) เช่น ทางโจว เจิ้งโจว ฝูโจว และกวางโจว เป็นต้น

แนวทางที่ 6

### ร่วมต่อยอดสร้างเมืองใหม่

โดยให้ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนไทยเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองที่ยังมีการนำเข้าไปไม่มากนัก หรือสร้างสายสัมพันธ์กับธุรกิจในเมืองเหล่านี้ ที่มีแนวโน้มจะนำเข้าเพิ่มขึ้นจากการปฏิรูปเศรษฐกิจ เช่น เสอจวน และเหอหนาน เป็นต้น

แนวทางที่ 7

### มุ่งเน้นและเร่งสร้างความสัมพันธ์ในทุกระดับ

- ระดับประเทศกับระดับมณฑล โดยใช้ต้นแบบจากความร่วมมือระหว่างสิงคโปร์กับมณฑลสำคัญๆของจีน เช่น the Singapore-Shandong Business Council (SSBC)
- ระดับเมือง/มณฑลกับเมือง มณฑลเจ้อเจียงมีเมืองคู่มิตร (sister cities) กับ 114 เมือง ใน 86 ประเทศ รวมทั้งกับจังหวัดพิษณุโลก (Zhejiang- Phitsanulok) และจังหวัดนครปฐม (Hangzhou-Nakorn Pathom)
- ระดับอุตสาหกรรมกับอุตสาหกรรม
- ระดับภาคบริการกับบริการ

<p>จีนกับ มณฑล ประเทศ กับ มณฑล</p>	<p>จีนกับ เมือง/มณฑล กับ เมือง</p>
<p>จีนกับ อุตสาหกรรม กับ อุตสาหกรรม</p>	<p>จีนกับ ภาคบริการ กับ บริการ</p>



## The M Factor : ธุรกิจขนาดกลาง โอกาสใหม่ของเศรษฐกิจไทย



### ผู้ประกอบการขนาดกลางเป็นใครบ้าง

ผู้ประกอบการขนาดกลางมีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เมื่อใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามขนาดตามกฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 โดยมีเพียง 3,303 ราย หรือเพียงร้อยละ 1.4 ของจำนวนนิติบุคคลทั้งหมด 231,651 ราย ที่ส่งงบการเงินในปี 2559 และมีข้อมูลการจ้างงาน ดังนั้น เพื่อแก้ไขปัญหาการวิเคราะห์จำนวนนิติบุคคลขนาดกลางที่มีน้อยราย งานศึกษาจึงแบ่งกลุ่มขนาดนิติบุคคลเป็น 20 กลุ่มด้วยการเรียงลำดับรายได้ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำถือเป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก (รายได้เฉลี่ยระหว่าง 3,900 บาท – 2.1 ล้านบาท) กลุ่มที่มีรายได้ระดับกลางถือเป็นนิติบุคคลขนาดกลาง (รายได้เฉลี่ยระหว่าง 2.9 – 14.6 ล้านบาท) กลุ่มที่มีรายได้สูงถือเป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่ (รายได้เฉลี่ยระหว่าง 19.9 – 2,176 ล้านบาท)

### ทำไมต้องส่งเสริมนิติบุคคลขนาดกลาง

นิติบุคคลที่มีรายได้ระดับกลาง (นิติบุคคลขนาดกลาง) เป็นกลุ่มนิติบุคคลที่มีความสามารถในการสร้างกำไรจากการลงทุน (Return on Asset) สูงที่สุด และสูงกว่านิติบุคคลขนาดเล็กและใหญ่มาก สะท้อนถึงศักยภาพของนิติบุคคลขนาดกลางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจ หากมีการส่งเสริมอย่างตรงจุด

### นิติบุคคลขนาดกลางมีปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

โดยนิติบุคคลขนาดกลางมีสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (และส่วนของผู้ถือหุ้น) ไม่สูงนัก โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับนิติบุคคลขนาดใหญ่ แสดงถึงการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ยังไม่เต็มที่เท่าที่ควร ซึ่งเป็นไปได้ว่าเกิดจากการมีสินทรัพย์ถาวร อาทิ ที่ดิน อาคาร และสิ่งปลูกสร้าง ที่ไม่มากพอนำไปใช้ในการค้ำประกันเงินทุน อย่างไรก็ตาม การมีอัตราส่วนโครงสร้างทางการเงินต่ำนี้แสดงว่านิติบุคคลขนาดกลางมีความเสี่ยงทางการเงินน้อย เนื่องจากมีหนี้สินน้อยโดยเปรียบเทียบ ซึ่งเป็นไปได้ว่าถ้าได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจัง จะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อขยายธุรกิจได้มากขึ้น เนื่องจากนิติบุคคลขนาดกลางส่วนใหญ่มีความสามารถในการทำกำไรที่ติดอยู่แล้ว

### แนวทางการส่งเสริมนิติบุคคลขนาดกลางขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

การศึกษานี้จัดกลุ่มนิติบุคคลขนาดกลางตามจุดแข็ง/จุดอ่อนในกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ที่ประกอบไปด้วยสองส่วน ได้แก่

1. การมีกำไรต่อหน่วยสูง (profit margin) และ/หรือ
2. ความสามารถในการสร้างยอดขายที่สูง (asset turnover)

2) นิติบุคคลขนาดกลางที่มียอดขายสูง แต่กำไรต่อหน่วยไม่สูง (กลุ่ม low value added) ควรเร่งเพิ่มมูลค่าเพิ่ม และ/หรือลดต้นทุน เนื่องจากกลุ่มนี้มียอดขายสูงอยู่แล้ว

ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์ควรมีแนวทางการส่งเสริมนิติบุคคลขนาดกลางให้ตรงจุดเป็นรายกลุ่มบริษัท ดังนี้

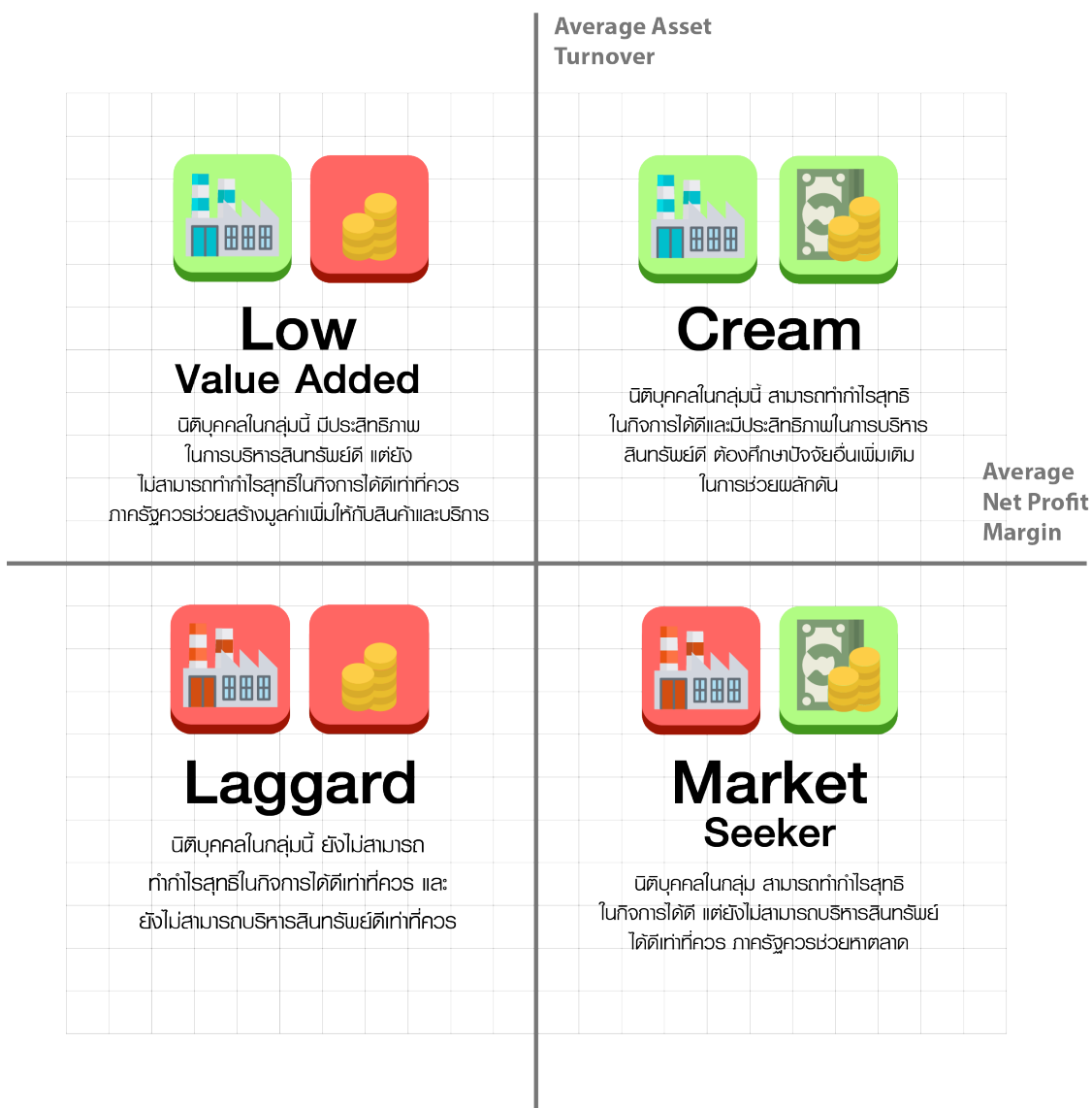
1) นิติบุคคลขนาดกลางที่มีกำไรต่อหน่วยสูง แต่มียอดขายไม่สูง (กลุ่ม market seeker) ภาครัฐควรช่วยหาตลาดหรือเพิ่มช่องทางการตลาด เนื่องจากกลุ่มนี้มีกำไรต่อหน่วยสูงอยู่แล้ว

3) นิติบุคคลขนาดกลางที่มีทั้งยอดขายและกำไรต่อหน่วยต่ำ (กลุ่ม laggard) ภาครัฐต้องเร่งส่งเสริมทั้งการเพิ่มกำไรต่อหน่วย และหาตลาด

4) นิติบุคคลขนาดกลางที่มีทั้งกำไรต่อหน่วย และยอดขายที่สูง (กลุ่ม Cream) ซึ่งมีผลประกอบการทางธุรกิจที่ดีอยู่แล้ว โดยอาจคัดเลือกมาเป็นต้นแบบโมเดลธุรกิจ และทำการส่งเสริมได้ในระยะถัดไป

งานศึกษานี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการต่อยอดขยายผลเพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของธุรกิจแต่ละรายอย่างแท้จริง และจะถูกขยายผลไปใช้เครื่องชี้วัดอื่นๆ ด้วย ซึ่งสามารถช่วยยกระดับผู้ประกอบการไทยและเฟ้นหาดาวรุ่งใหม่ในการส่งออกต่อไปได้

$$ROA = \text{Net Profit Margin} \times \text{Asset Turnover}$$





## ดัชนีวัดศักยภาพการนำเข้า 168 ประเทศ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้พัฒนาวิธีการวัดศักยภาพการนำเข้าของ 168 ประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้าสินค้าไทยของประเทศเหล่านั้นว่าสอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละประเทศหรือไม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างศักยภาพและมูลค่าการนำเข้าจากไทย โดยเฉพาะประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าสูงแต่มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยไม่มากนัก อันจะนำไปสู่การวางแผนนโยบาย หรือเลือกใช้มาตรการในการส่งเสริมการส่งออกให้สอดคล้องกับศักยภาพการนำเข้าที่แท้จริงของประเทศเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสม และเป็นข้อมูลให้ผู้ส่งออกใช้ประโยชน์ในการแสวงหาโอกาสการส่งออกสินค้าในตลาดศักยภาพต่อไป

### แนวคิดในการจัดทำดัชนีวัดศักยภาพการนำเข้าของ 168 ประเทศ

โดยได้มีการรวบรวมข้อมูลจำนวน 27 ตัวชี้วัดที่สะท้อนความสามารถในการนำเข้าของประเทศต่างๆ แล้วนำมาประมวลผลเพื่อจัดทำดัชนีและจัดอันดับศักยภาพในการนำเข้า (Import Potential Index : IPI) ของ 168 ประเทศ โดยตัวชี้วัดที่นำมาใช้ในการจัดทำดัชนีประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ได้แก่ **ด้านการค้า ด้านเศรษฐกิจมหภาค และด้านปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ** ซึ่งค่าดัชนีที่ได้จะสะท้อนความสามารถในการนำเข้าของประเทศต่างๆ เปรียบเทียบ โดยเรียงอันดับประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าสูงสุด (อันดับ 1) ไปน้อยที่สุด (อันดับ 168)

### ผลการจัดอันดับและจัดกลุ่มประเทศตามศักยภาพการส่งออกของไทย

พบว่า ประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน สหรัฐฯ และ อินเดีย ตามลำดับ โดยเมื่อแบ่งตามภูมิภาคพบว่า ในจำนวนประเทศที่มีศักยภาพสูงสุด 30 อันดับแรก เป็นประเทศในทวีปเอเชียถึง 10 ประเทศ และเป็นประเทศจากอาเซียนถึง 5 ประเทศ สะท้อนถึงศักยภาพในการนำเข้าที่สูงของกลุ่มประเทศในภูมิภาคเดียวกับไทย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบจากประเทศที่มีศักยภาพการนำเข้าสูงสุด 120 อันดับแรกกับอันดับการส่งออกของไทยไปยังประเทศดังกล่าวพบว่า มีจำนวน 24 ประเทศที่มีความสอดคล้องกัน และ 96 ประเทศที่ไม่สอดคล้องกัน ดังนี้

**ประเทศที่มีศักยภาพนำเข้าและอันดับการส่งออกไทยสอดคล้องกัน** และเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มมีศักยภาพสูงสุด 50 อันดับแรกถึง 13 ประเทศ อาทิ จีน สหรัฐฯ ฮองกง สิงคโปร์ และญี่ปุ่น เป็นต้น

**ประเทศที่มีศักยภาพนำเข้าและอันดับการส่งออกไทยไม่สอดคล้องกัน** แบ่งเป็น

(1) ประเทศที่ไทยส่งออกได้สูงกว่าศักยภาพ มี 45 ประเทศ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และ ออสเตรเลีย

(2) ประเทศที่ไทยส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพ มี 51 ประเทศ และเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มมีศักยภาพสูงสุด 50 อันดับแรก จำนวน 21 ประเทศ อาทิ อินเดีย เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส และ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอันดับต้นๆ ของโลก และเป็นเป้าหมายหลักในการออกนโยบายผลักดันให้มีการค้าเพิ่มขึ้น

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย



(1) ประเทศที่ไทยยังส่งออกได้ต่ำกว่าศักยภาพการนำเข้า ผู้ส่งออกควรพิจารณาขยายการส่งออกไปสู่ตลาดเหล่านี้มากขึ้น ในขณะที่ภาครัฐมีความจำเป็นต้องพิจารณาจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีหรือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจกับประเทศที่ยังไม่มีข้อตกลง รวมทั้งต้องเร่งดำเนินนโยบายการค้าที่เหมาะสมในแต่ละประเทศ



(2) ประเทศที่ไทยส่งออกได้สูงกว่าศักยภาพการนำเข้า ควรเน้นรักษาส่วนแบ่งตลาด และส่งเสริมธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ทั้ง การวิจัยการพัฒนา ความเชี่ยวชาญการผลิต และการบริหารขนส่ง/ การดำเนินธุรกิจ เป็นต้น



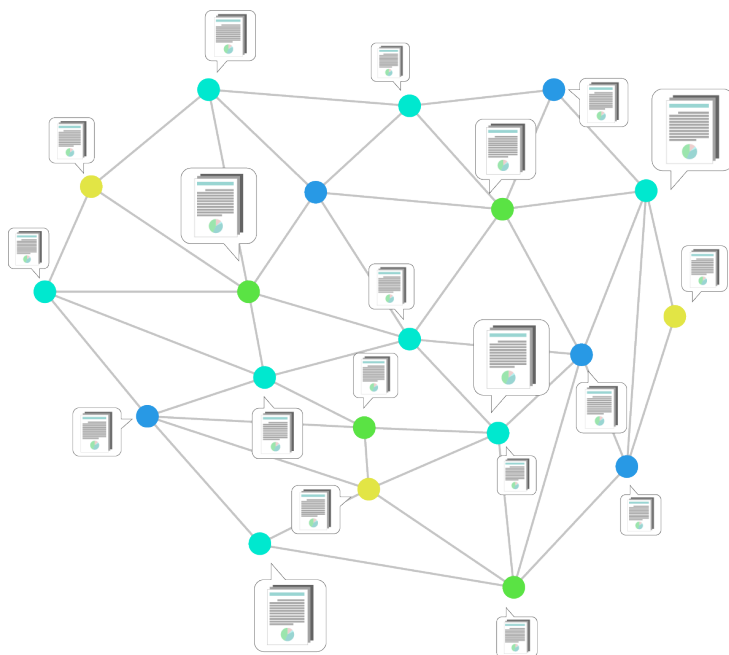
(3) ประเทศที่ไทยส่งออกสอดคล้องกับศักยภาพการนำเข้า ส่วนมากเป็นตลาดสำคัญของโลกและมีการแข่งขันสูง ดังนั้น ควรเน้นการรักษาตลาด โดยรักษามาตรฐานของสินค้า เพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้



## บล็อกเชน: ระบบอินเทอร์เน็ตแห่งการแลกเปลี่ยนสิ่งที่มีค่า

สิ่งสำคัญในการทำธุรกิจและการค้าคือความไว้วางใจกัน โดยเฉพาะในการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินหรือสิ่งที่มีค่าต่างๆ ทำให้การทำธุรกิจต้องอาศัยคนกลางที่น่าเชื่อถือตลอดทั้งห่วงโซ่ ซึ่งก่อให้เกิดต้นทุนการทำธุรกรรมสูง ซึ่งเป็นปัญหาของการทำธุรกิจมายาวนาน บล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีที่สามารถสร้างความไว้วางใจบนโลกดิจิทัลท่ามกลางความไม่ไว้วางใจกันของหน่วยต่างๆ ในระบบ ทำให้บทบาทหน้าที่ของตัวกลางหายไป ทำให้การทำธุรกรรมต่างๆ ไหลลื่นและต้นทุนลดลง บล็อกเชนทำอย่างนี้ได้ด้วยคุณสมบัติ 4 ประการ ได้แก่

1. การกระจายศูนย์ (Distributed) บล็อกเชนเก็บข้อมูลธุรกรรมที่ผ่านมาทั้งหมดในอดีตที่อยู่ในรูปของบล็อกที่กระจายไปยังทุกหน่วยในระบบ (distributed ledger system) แทนที่จะเก็บไว้ที่ฐานข้อมูลกลางที่เดียว นอกจากการกระจายข้อมูลแล้ว ทุกหน่วยยังมีข้อมูลที่เท่ากันหมดอีกด้วย ไม่มีหน่วยไหนมีข้อมูลมากกว่าหน่วยอื่น ทุกหน่วยมีสิทธิ์มีเสียงเท่ากัน (peer) ทำให้ทุกหน่วยในระบบมีข้อมูลธุรกรรมในอดีตตรงกัน และเมื่อทุกคนมีข้อมูลตรงกัน ก็จะรู้เท่าทันกัน ทำให้การโกงเกิดขึ้นไม่ได้



การกระจายศูนย์ (Distributed)



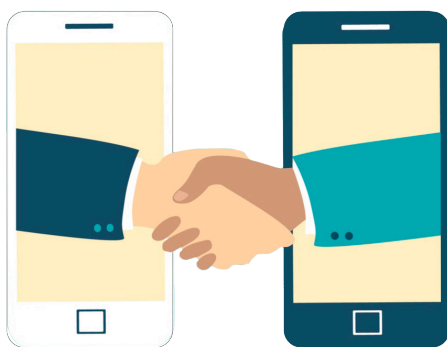
ฉันทามติ (Consensus)

2. **ฉันทามติ (Consensus)** การที่ระบบบล็อกเชนไม่มีตัวกลางในการควบคุมดูแลหรือตัดสินใจต่างๆ แทนคนอื่นๆ ทำให้บล็อกเชนต้องมีระบบที่ทุกคนในระบบยอมรับร่วมกันให้มีคนๆ หนึ่งที่สามารถเพิ่มข้อมูลธุรกรรมเข้าไปในระบบได้โดยทุกคนมีฉันทามติร่วมกันว่าข้อมูลนี้เป็นข้อมูลธุรกรรมที่ถูกต้อง แทนที่จะเป็นบทบาทของตัวกลางโดยระบบฉันทามติที่เป็นที่รู้จักกันมากที่สุดคือระบบ Proof of work ของ bitcoin โดยผู้ที่จะมีสิทธิ์ในการเขียนธุรกรรมเพิ่มเข้าไปในระบบจะต้องเป็นผู้ที่แก้โจทย์สมการทางคณิตศาสตร์ให้ได้เร็วที่สุด และถ้าทำสำเร็จก็จะมีสิทธิ์เพิ่มข้อมูลธุรกรรมใหม่เข้าไปในระบบและได้รางวัลเหรียญ bitcoin เป็นการตอบแทน โดยข้อมูลธุรกรรมใหม่ที่ถูกเพิ่มเข้าไปในระบบจะไม่สามารถถูกแก้ไขได้ (immutable)



ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

3. **ความเป็นส่วนตัว (Privacy)** ถึงแม้บล็อกเชนจะกระจายข้อมูลไปยังทุกหน่วย แต่ก็ไม่ใช่ว่าข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกเปิดเผยหมด โดยข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนจะถูกเปลี่ยนเป็นข้อมูลดิจิทัลด้วยสมการทางคณิตศาสตร์และถูกเข้ารหัส (Encrypted) เพื่อรับประกันว่าข้อมูลถูกส่งมาจากบุคคลที่ถูกต้อง และไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างทาง ด้วยกุญแจ 2 ดอก คือ กุญแจส่วนตัว (Private Key) และกุญแจสาธารณะ (Public Key) ที่ต้องทำงานกันเป็นคู่ๆ ในการส่งและเปิดข้อมูลจะขาดอันใดอันหนึ่งไม่ได้ เหมือน email address และ password ที่ต้องเข้าคู่กันในการเปิดอีเมลอ่าน ในขณะที่เดียวกัน ผู้ส่งข้อมูลไม่ต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงแค่ผู้ส่งและผู้ที่มีกุญแจสาธารณะของผู้ส่งเท่านั้น ที่จะสามารถเห็นข้อมูลได้ ซึ่งระบบกุญแจคู่นี้มีประโยชน์อย่างมากในการระบุตัวตน ซึ่งถ้าเอามาใช้กับเทคโนโลยีบล็อกเชนที่ช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่กระจายตามหน่วยต่างๆ จะสามารถสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมได้อย่างไม่เคยมามาก่อน



สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract)

4. **สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract)** ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ต่อยอดมาจากบล็อกเชนแบบเดิม เป็นการนำเอาเงื่อนไขหรือข้อตกลงของสัญญาต่าง ๆ มาเก็บไว้ในรูปแบบดิจิทัลในเครือข่ายของ บล็อกเชน ถ้าหากมีคำสั่งที่ตรงตามเงื่อนไขข้อตกลงที่วางไว้ ระบบจะดำเนินการทำธุรกรรมต่างๆ ตามข้อตกลงโดยอัตโนมัติ โดยสัญญาดังกล่าวจะไม่สามารถถูกแก้ไขได้ จึงช่วยลดการพิพาททางกฎหมายได้

ด้วยคุณสมบัติทั้ง 4 ประการนี้ทำให้บล็อกเชนสามารถทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ (integrity) ความโปร่งใส (transparency) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ในขณะเดียวกันก็มีความปลอดภัย (security) และความเป็นส่วนตัว (privacy) และทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ (Inclusion)

ปัจจุบัน บล็อกเชนถูกนำมาใช้ประโยชน์ในหลากหลายวงการ โดยวงการธุรกิจที่มีการใช้ประโยชน์และได้รับผลกระทบมากที่สุดคงจะหนีไม่พ้นภาคการเงินที่เกี่ยวข้องกับการโอนเงินในการทำธุรกรรมต่างๆ ซึ่งขณะนี้เราสามารถเห็นธนาคารหลายธนาคารหันมาใช้บล็อกเชนในการปฏิบัติการให้บริการลูกค้าของตนเอง ตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุด คือ Blockchain Community Initiative (BCI) ที่นำโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์ถึง 18 แห่ง มาร่วมกันใช้บล็อกเชนในการออกใบรับประกัน (Letter of Guarantee) และมีโครงการอื่นๆ ที่น่าสนใจในอนาคต

รวมทั้งธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ที่ต่างก็กำลังพยายามเร่งทดลองนำบล็อกเชนมายกระดับการใช้บริการที่ตนเองถนัด อาทิ การโอนเงินระหว่างประเทศ (ธนาคารไทยพาณิชย์) Supply chain financing (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา) การเงินเพื่อการค้าระหว่างประเทศ (ธนาคารกรุงเทพ) เป็นต้น

นอกจากภาคการเงินแล้ว บล็อกเชนยังถูกนำมาใช้ในการทำธุรกิจอื่น ๆ ทั่วโลกที่จำเป็นต้องใช้ความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรม อาทิ การอำนวยความสะดวกทางการค้า ทรัพย์สินทางปัญญา การตรวจสอบย้อนกลับสินค้าเกษตร อาหาร หรือสิ่งของมีค่า อาทิ เพชร ซึ่งทั้งหมดทั้งปวงนี้คือการลดบทบาทตัวกลาง ลดต้นทุนการทำธุรกรรม สร้างความรวดเร็ว และสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการรายเล็ก







## การจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้เป็นเครื่องชี้วัดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศสำหรับสนับสนุนการจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการค้าของภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการติดตามภาวะเศรษฐกิจด้านบริการที่สำคัญของไทยในปัจจุบัน และกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

### ผลสำเร็จของโครงการ/ผลงาน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้มีการจัดเก็บข้อมูลเป็นประจำจากการสัมภาษณ์ประชาชนเป็นรายบุคคล รายบริษัท โดยการส่งแบบสอบถามและสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และนำข้อมูลมาประมวลผลและจัดทำรายงานดัชนีเศรษฐกิจการค้าตามหลักวิชาการและมาตรฐานสากล และเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ [www.price.moc.go.th](http://www.price.moc.go.th) ประกอบด้วย

#### 1. ดัชนีราคา จำนวน 6 ดัชนี ประกอบด้วย 30 ชุดดัชนี

เผยแพร่รายเดือน ได้แก่

- 1.1 ดัชนีราคาผู้บริโภค (ประเทศ ภาค) ชุดทั่วไป/รายได้น้อย/ชนบท (17 ชุดดัชนี)
  - ชุดทั่วไป (ประเทศ ภาคเหนือ กลาง ใต้ ตะวันออกเฉียงเหนือ กทม.)
  - ชุดรายได้น้อย (ประเทศ ภาคเหนือ กลาง ใต้ ตะวันออกเฉียงเหนือ กทม.)

- ชุดชนบท (ประเทศ ภาคเหนือ กลาง ใต้ ตะวันออกเฉียงเหนือ)
  - 1.2 ดัชนีราคาผู้ผลิต (2 ชุดดัชนี)
    - ชุดแบ่งตามกิจกรรมการผลิต (Classification by Product)
- Activity : CPA
- ชุดแบ่งตามขั้นตอนการผลิต (Stage of Process : SOP)
  - 1.3 ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า (8 ชุดดัชนี)
    - ดัชนีราคาส่งออกชุดโครงสร้างกระทรวงพาณิชย์ (เงินบาท / เงินเหรียญสหรัฐฯ)
    - ดัชนีราคาส่งออกชุดโครงสร้าง Product Group (เงินบาท/เงินเหรียญสหรัฐฯ)
    - ดัชนีราคานำเข้าชุดโครงสร้างกระทรวงพาณิชย์ (เงินบาท / เงินเหรียญสหรัฐฯ)
    - ดัชนีราคานำเข้าชุดโครงสร้าง Product Group (เงินบาท / เงินเหรียญสหรัฐฯ)
  - 1.4 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (1 ชุดดัชนี)
  - 1.5 ดัชนีราคาเพื่อใช้ประกอบการคำนวณหา Escalation Factor (K) (1 ชุดดัชนี)



เผยแพร่รายไตรมาส ได้แก่

1.6 ดัชนีราคาค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนน (1 ชุดดัชนี)

2. ดัชนีเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 3 ชุดดัชนี

เผยแพร่รายเดือน ได้แก่

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

2.2 ดัชนีภาวะธุรกิจส่งออก

2.3 ดัชนีคาดการณ์ภาวะธุรกิจส่งออก

3. ราคาวัสดุก่อสร้างสำหรับใช้จัดทำราคากลางการก่อสร้างภาครัฐ (รายเดือน)

4. ราคาขายปลีกเฉลี่ยสินค้าและบริการ (รายเดือน)

5. รายงานภาพรวมเศรษฐกิจลง TPSO Journal (รายเดือน)

6. รายงานวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจสำหรับผู้บริหารกระทรวง (รายเดือน)

7. สรุปภาพรวมสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการเสนอคณะรัฐมนตรี (รายเดือน)

นอกจากนี้ในปี 2561 สศค. ได้ริเริ่มจัดทำดัชนีภาวะการค้าภาคบริการเป็นครั้งแรก (Trade in Services Performance and Potential Index : TSPPI)

TSPPI เป็นการบูรณาการรวบรวมและเชื่อมโยงฐานข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ จากหน่วยงานต่างๆ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมสรรพากร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

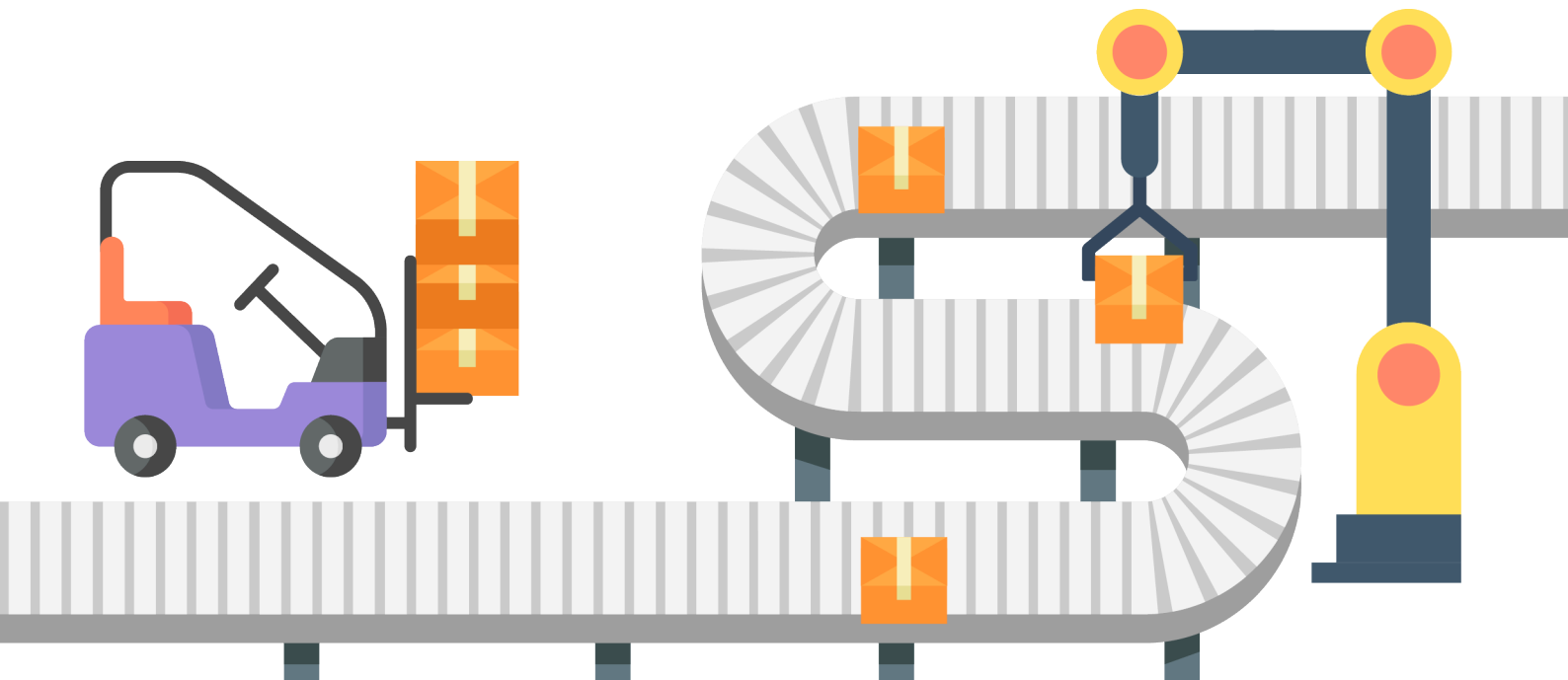
สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงาน กสท. เป็นต้น รวมทั้งหมด 12 ตัวชี้วัด แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานภาคบริการ (Performance) ประกอบด้วย ยอดขาย การจ้างงาน นิติบุคคลจดทะเบียน และความเชื่อมั่น SME

2) กลุ่มตัวชี้วัดด้านศักยภาพและความเชื่อมั่นภาคบริการ (Potential & Confidence) ประกอบด้วย นิติบุคคลเพิ่มทุน การลงทุน และความเชื่อมั่นผู้ประกอบการอนาคต

ซึ่งดัชนีจะชี้วัดสถานการณ์ภาพรวมของภาคบริการ (Overall Index) และรายสาขาย่อยจำนวน 13 สาขา (Sectoral Index) โดยใช้ข้อมูลปี 2559 เป็นปีฐาน

ดัชนีบริการนี้ เป็นการวัด “ชีพจรบริการ” ใน 2 ส่วนสำคัญคือการขยายตัว และศักยภาพของภาคบริการไทย จะเห็นความเคลื่อนไหวว่าสาขาบริการไหนขยายตัว/หดตัว เกิดจากปัจจัยอะไรเป็นหลัก รัฐต้องมีมาตรการลงไปช่วยเหลือให้โตขึ้นมากกว่านี้ได้ไหม หรือมีอะไรที่ต้องระวัง (early warning) เพราะมีข้อมูลจากหลายมิติ ประโยชน์ของดัชนีจะใช้ได้ทั้งภาครัฐและเอกชนตลอดจนนักลงทุน โดยภาครัฐใช้ประกอบการวางแผนกำหนดนโยบายและเสนอแนะมาตรการที่เหมาะสมในการพัฒนาภาคบริการในอนาคต ส่วนภาคเอกชนและนักลงทุนสามารถนำไปใช้ในการกำหนดแผนการขยายธุรกิจ และเห็นทิศทางแนวโน้มตลอดจนศักยภาพสาขาบริการด้านต่างๆ ของไทย



# ตัวอย่างเอกสารที่เผยแพร่ประกอบการแถลงข่าว สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ

สรุปสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ เดือนสิงหาคม 2561

## ภาพรวม

อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนสิงหาคม 2561 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.62 (YoY) ต่อเนื่องจากร้อยละ 1.46 ในเดือนก่อน และเป็นการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ติดต่อกัน โดยมีสาเหตุสำคัญจากการสูงขึ้นของหมวดอาหารสดที่ร้อยละ 0.31 หลังจากหดตัวต่อเนื่องมา 2 เดือน รวมทั้งการสูงขึ้นต่อเนื่องของหมวดพลังงานเป็นเดือนที่ 21 ที่ร้อยละ 9.05 ซึ่งเมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว เงินเฟ้อพื้นฐานขยายตัวร้อยละ 0.75 รวมเฉลี่ย 8 เดือนอัตราเงินเฟ้อทั่วไปสูงขึ้นร้อยละ 1.12 และเงินเฟ้อพื้นฐานสูงขึ้นร้อยละ 0.71 การสูงขึ้นของเงินเฟ้อดังกล่าวสอดคล้องกับดัชนีราคาผู้บริโภคที่ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากราคาผลผลิตเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมที่ปรับตัวขึ้นต่อเนื่อง 3 เดือน และ 4 เดือนตามลำดับ และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ซึ่งว่าต้นทุนการผลิตเริ่มมีสัญญาณการปรับตัว ทำให้การสูงขึ้นของเงินเฟ้อในเดือนนี้นอกจากจะมาจากความต้องการและราคาพลังงานที่สูงขึ้นแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากการปรับตัวของต้นทุนการผลิตของสินค้าบางชนิดทั้งจากการผลิตในภาคเกษตรและนอกภาคเกษตรอีกด้วย

## สถานการณ์ราคาสินค้าและบริการเดือนสิงหาคม 2561

### ดัชนีราคาผู้บริโภค

(เงินเฟ้อทั่วไป) เทียบกับเดือนสิงหาคม 2560 เพิ่มขึ้น 1.62 (YoY) เป็นการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 จากการสูงขึ้นหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.77 ได้แก่ หมวดข้าวแป้ง ผลิตภัณฑ์จากแป้ง ร้อยละ 4.26 (ข้าวสารเจ้า ขนมอบ ขนมจืด) ผักสด สูงขึ้นร้อยละ 0.61 (กะหล่ำปลี ผักกาดขาว มะเขือ) เนื่องจากฝนตกชุกพืชผักเสียหาย ไข่และผลิตภัณฑ์นม สูงขึ้นร้อยละ 0.44 เครื่องประกอบอาหาร สูงขึ้นร้อยละ 2.14 เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 1.65 อาหารบริโภค-ในร้าน และอาหารบริโภค-นอกบ้าน สูงขึ้นร้อยละ 0.71 และ 1.21 ตามลำดับขณะที่ผลไม้สด ลดลงร้อยละ -0.17 (มะม่วง กัลยน้ำว่า เาะ) เป็นช่วงฤดูการผลิตผลไม้ และหมวดเนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ ลดลงร้อยละ -0.38 หมวดอื่น ๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 2.10 ตามการสูงขึ้นของหมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร ร้อยละ 3.86 โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิง สูงขึ้นถึงร้อยละ 12.03 หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 5.86 หมวดเคหะสถาน สูงขึ้นร้อยละ 1.13 (ค่าเช่าบ้าน ค่ากระแสไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า สูงขึ้นร้อยละ 0.44

หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 0.59 และหมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา สูงขึ้นร้อยละ 0.27 และเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2561 เงินเฟ้อทั่วไป สูงขึ้นร้อยละ 0.26

เฉลี่ย 8 เดือน (ม.ค.-ส.ค.) ปี 2561 เงินเฟ้อทั่วไปสูงขึ้นร้อยละ 1.12 (AoA) และเงินเฟ้อพื้นฐานสูงขึ้นร้อยละ 0.71 (AoA)

### ดัชนีราคาผู้ผลิต

เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2560 สูงขึ้นร้อยละ 1.8 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ตามการสูงขึ้นของหมวดผลผลิตเกษตรกรรมสูงขึ้นร้อยละ 0.4 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 สูงขึ้นตามราคาสินค้าสำคัญ อาทิ ข้าวเปลือก ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง จากความต้องการของตลาดและแนวทางการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ ส่งผลให้ราคาปรับตัวดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมืองสูงขึ้นร้อยละ 11.5 ตามราคาราคาน้ำมันปิโตรเลียมดิบ และก๊าซธรรมชาติ ตามภาวะตลาดโลกหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สูงขึ้นร้อยละ 1.6 ตามราคาสินค้าสำคัญ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (ข้าวสาร ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง) จากความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ กลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิง จากการปรับลดกำลังการผลิตของประเทศผู้ผลิตน้ำมันกลุ่มสินค้าเคมีภัณฑ์ ตามราคาน้ำมันซึ่งเป็นสินค้าเกี่ยวเนื่องกลุ่มเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก (เหล็กแท่ง เหล็กแผ่น เหล็กเส้น ท่อเหล็ก) ตามต้นทุนการผลิตและเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีราคาผู้ผลิตลดลง -0.1 (MoM)

เฉลี่ย 8 เดือน (ม.ค.-ส.ค.) ดัชนีราคาผู้ผลิตสูงขึ้นร้อยละ 0.2 (AoA)

### ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 (YoY) ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 จากการสูงขึ้นหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก เป็นสำคัญ สูงขึ้นร้อยละ 9.1 (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ผิวขรุขระ เหล็กตัวซี เหล็กฉาก เหล็กตัว เหล็กตัว H เหล็กทรงน้ำ ลวดเหล็กเสริม คอนกรีตอัดแรง ลวดผูกเหล็ก ท่อเหล็กเคลือบสังกะสี ท่อเหล็กกลวงเคลือบสังกะสี ท่อเหล็กดำ เหล็กแผ่นรีบบด เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี ตะปู) ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้นหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต สูงขึ้นร้อยละ 2.1 (เสาเข็มคอนกรีตอัดแรง พื้น-คานคอนกรีตสำเร็จรูปอัดแรง คอนกรีตผสมเสร็จ คอนกรีตหยาบ ถังซีเมนต์สำเร็จรูปซีพีไฟร์คอนกรีต)

ตามราคาปูนซีเมนต์และลวดเหล็กอัดแรง หมวดซีเมนต์ สูงขึ้นร้อยละ 2.1 (ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม ปูนซีเมนต์ขาว) ความต้องการใช้เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของการก่อสร้าง และเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (MoM)

**เฉลี่ย 8 เดือน (ม.ค.-ส.ค.)** ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น ร้อยละ 3.5 (AoA)

### แนวโน้มเงินเฟ้อ

การเพิ่มขึ้นของเงินเฟ้อที่เข้าสู่กรอบคาดการณ์เงินเฟ้อเป็นเดือนที่ 6 แม้ว่าส่วนหนึ่งจะมีปัจจัยจากการเพิ่มขึ้นของราคาพลังงาน และการปรับตัวของราคาสินค้าเกษตรบางชนิด แต่เครื่องชี้วัดต่างๆ โดยรวมสะท้อนว่า การบริโภคและการใช้จ่ายของทั้งภาครัฐและเอกชนยังอยู่ในระดับที่ดี ประกอบกับการจ้างงาน การจัดเก็บรายได้ การผลิตภาคอุตสาหกรรม และการหมุนเวียนของปริมาณเงินในระบบยังอยู่ในระดับที่เอื้อต่อการบริโภค สอดคล้องกับผลการสำรวจความเชื่อมั่นผู้บริโภคล่าสุดที่ปรับตัวดีขึ้นเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน

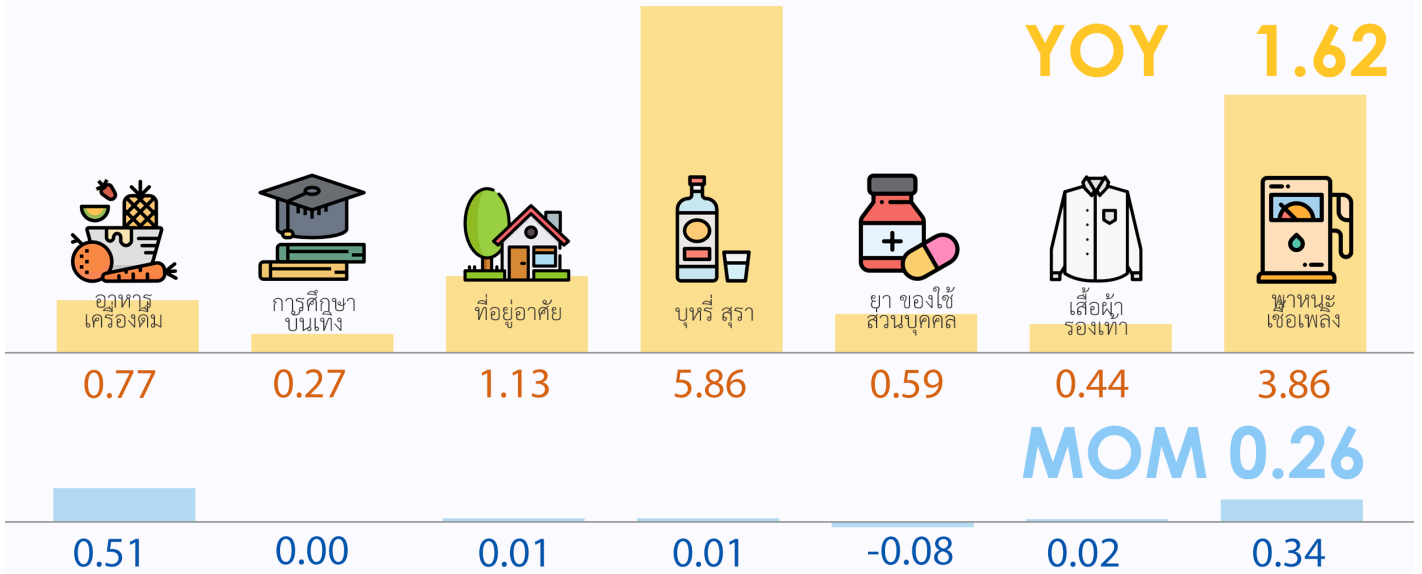
เป็นที่น่าสังเกตว่า ต้นทุนการผลิตของสินค้าบางชนิด เริ่มได้รับผลกระทบจากอิทธิพลของราคาพลังงาน (โดยเฉพาะการผลิตต้นน้ำและกลางน้ำ ในขณะที่ปลายน้ำยังไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก) รวมทั้งค่าเงินบาทยังมีโอกาสผันผวน ประกอบกับอัตราค่าจ้างเฉลี่ยเริ่มมีสัญญาณขยายตัวได้ในอัตราที่ช้ากว่าเงินเฟ้อ ทำให้เงินเฟ้อในระยะต่อไปจะค่อยๆ ปรับตัวสูงขึ้น แต่องค์ประกอบของเงินเฟ้อจะมีปัจจัยด้านต้นทุนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มาตรการกระตุ้นการลงทุนและการใช้จ่ายของภาครัฐในโครงการสำคัญที่ต้องเร่งรัดการเบิกจ่าย ในช่วงที่เหลือของปี รวมทั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั้งในประเทศและโลก น่าจะทำให้ความต้องการภาคเอกชนยังอยู่ในระดับที่มีเสถียรภาพ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยน่าจะเคลื่อนไหวในกรอบคาดการณ์ของกระทรวงพาณิชย์ที่ร้อยละ 0.8 – 1.6 และเข้าสู่เป้าหมายนโยบายการเงินระยะปานกลางที่รัฐบาลกำหนดไว้ที่ร้อยละ 2.5±1.5 ได้



# ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนสิงหาคม 2561

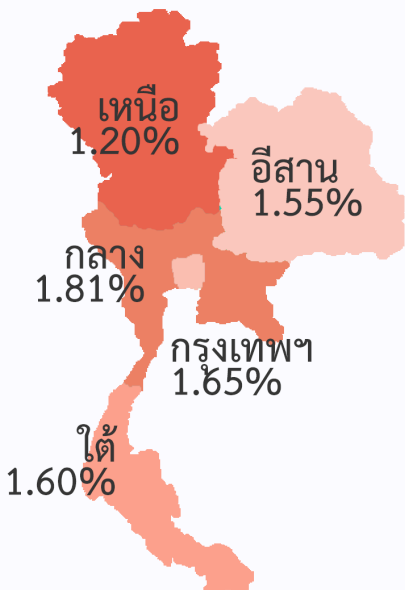


อัตราเงินเฟ้อ เดือนสิงหาคม 2561 สูงขึ้นร้อยละ 1.62 (YoY) เป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ติดต่อกันโดยมีสาเหตุสำคัญจากการปรับเพิ่มขึ้นของหมวดพลังงาน ยาสูบ และเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ และเคหะสถาน ขณะที่ผักแปรรูปและผลไม้สด เนื้อสัตว์ ยังลดลง

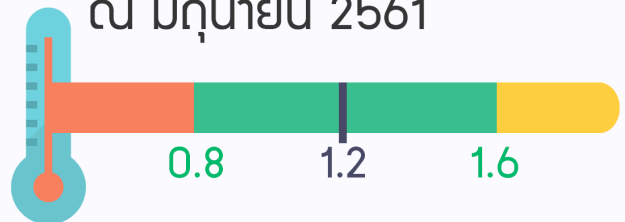


อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเทียบกับอัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน  
ข้อมูลตั้งแต่ปี 2560

อัตราเงินเฟ้อทั่วไปตามภูมิภาค (YoY)



คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2561 ณ มิถุนายน 2561



อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP)  
4.2 - 4.7%  
ข้อมูลจากสศช.



ราคาน้ำมันดิบดูไบ  
60 - 70 เหรียญสหรัฐ/บาร์เรล



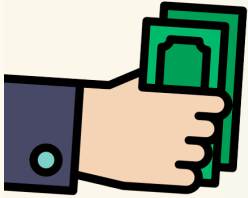
อัตราแลกเปลี่ยน  
32.0 - 34.0 บาท/เหรียญสหรัฐ



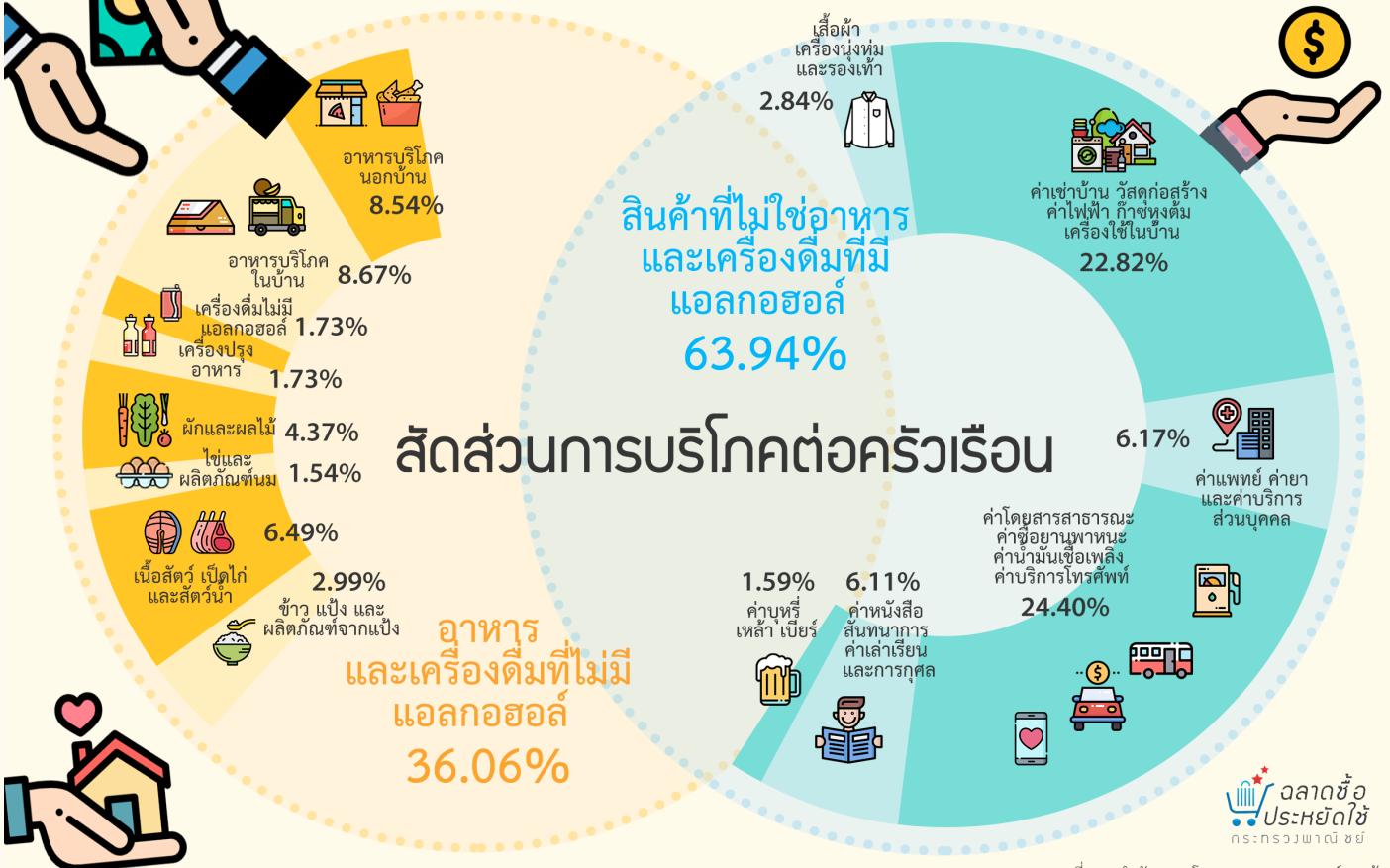
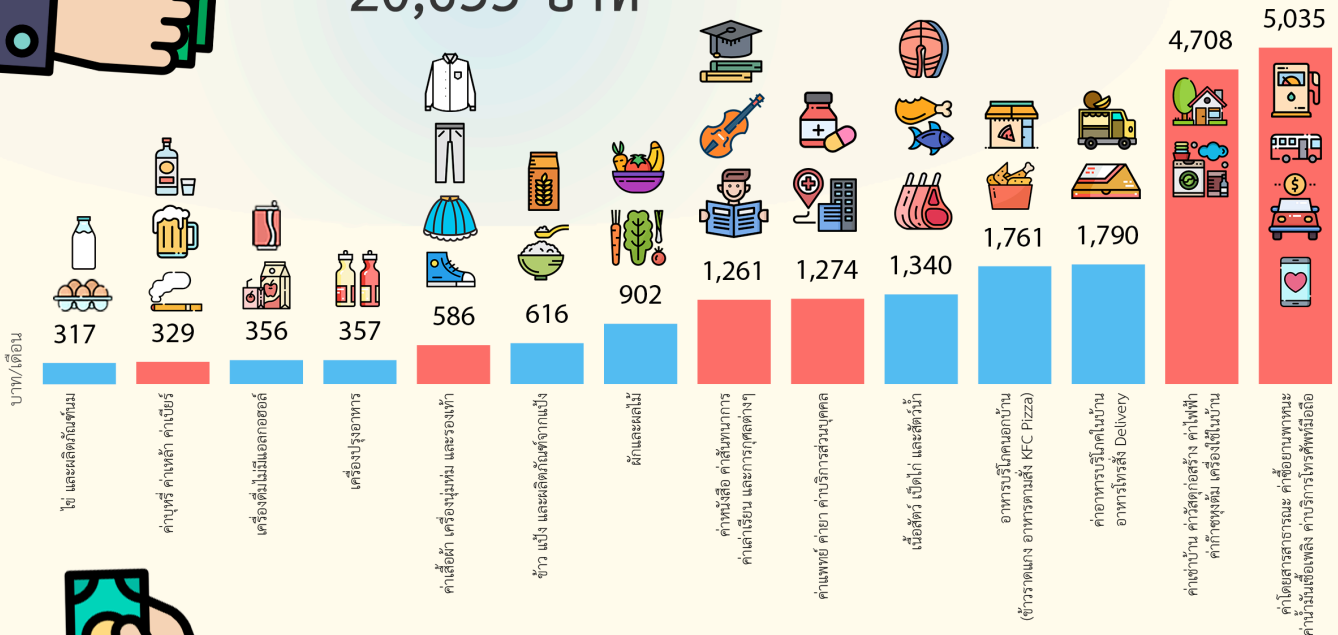
3 กันยายน 2561  
ที่มา : กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



# ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน เดือนสิงหาคม 2561



รวมค่าใช้จ่ายรายเดือน  
20,633 บาท



# Construction Materials Price Index August 2018

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนสิงหาคม 2561 สูงขึ้นร้อยละ 3.3 (YoY)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเดือนสิงหาคม 2561 เท่ากับ 109.2 เทียบกับเดือนสิงหาคม 2560 สูงขึ้นร้อยละ 3.3 (YoY)

จากการสูงขึ้นของดัชนีหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก หมวดวัสดุก่อสร้าง หมวดกระเบื้อง หมวดซีเมนต์

หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต และหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2561 สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (MoM)

จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดกระเบื้อง หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก หมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ หมวดวัสดุฉนวน และหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต

YoY  
3.3%



เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก + 9.1



วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ + 2.9



กระเบื้อง + 2.8



ซีเมนต์ + 2.1



ผลิตภัณฑ์คอนกรีต + 2.1



ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ + 0.2



วัสดุฉนวน + - 0.1



สุขภัณฑ์ -0.6



อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา - 0.8

MoM  
0.4%



กระเบื้อง + 1.4



เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก + 0.8



วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ + 0.4



วัสดุฉนวน + 0.2



สุขภัณฑ์ -0.1

TPSO



2 กันยายน 2562

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



# โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายภาคบริการ

## โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ (Healthcare and Wellness)

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อลดปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดด้านกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางพัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ หรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ ให้มีความทันสมัย เอื้อต่อการยกระดับ พัฒนา เสริมสร้างศักยภาพแก่ผู้ประกอบการ เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนนโยบายการสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) และสามารถนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ต่อไป

### ผลสำเร็จของโครงการ/ผลงาน

1. ประเด็นปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดด้านกฎหมาย  
คณะที่ปรึกษา ได้จำแนกปัญหา/อุปสรรคจากที่ประชุมและแบบสอบถาม พบว่าปัญหาควรได้รับการแก้ไขในลำดับแรก คือ
  - 1) การบริหารจัดการและควบคุมและกำกับดูแลของภาครัฐ เช่น กฎหมาย/กฎระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมกำกับดูแลที่ล่าสมัย การกำหนดมาตรฐานและการรับรองการให้บริการที่ไม่ชัดเจน และการควบคุมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เคร่งครัด
  - 2) ความยุ่งยากและซับซ้อนในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการขออนุญาตหรือขึ้นทะเบียน

3) กฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย อาทิ การตีความกฎหมายอย่างเคร่งครัดโดยไม่คำนึงถึงรูปแบบของการให้บริการ และการบังคับใช้กฎหมายไม่จริงจังและไม่มีประสิทธิภาพ

4) กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้า ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญที่ต้องเร่งแก้ไข เนื่องจากมีผลกระทบต่อกลุ่มภาคบริการสุขภาพหลายกลุ่ม อาทิ การรักษาพยาบาล และเวชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์

## 2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพที่จำเป็นต้องปรับปรุง

ธุรกิจบริการดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติจำนวน 13 ฉบับ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงสาธารณสุขที่อาจต้องมีการพิจารณากรอบการกำกับดูแล หรือปรับแก้ให้มีความเหมาะสมกับสภาพธุรกิจและไม่เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการ อาทิ

2.1 พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ควรแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อเปิดช่องให้สามารถใช้บริการแพทย์ทางไกลได้ หรือสามารถนำหุ่นยนต์มาใช้ในการรักษาพยาบาลได้ และมีข้อกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจน

2.2 พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.2551 ควรมีการแก้ไขกฎหมายโดยการผ่อนปรนให้โฆษณาได้มากขึ้นแต่ยังคงสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและยังคงคุ้มครองผู้บริโภคได้ และควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้ประกอบการทราบว่ากรณีใดสามารถโฆษณาได้ และกรณีใดโฆษณาไม่ได้



### 2.3 พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

พ.ศ. 2559 ควรมีการแก้ไขเพิ่มเติม พ.ร.บ.สถานพยาบาลฯ และ พ.ร.บ.สถานประกอบการเพื่อสุขภาพฯ ให้ครอบคลุมถึงการประกอบธุรกิจการดูแลผู้สูงอายุโดยต้องพิจารณาว่าธุรกิจดูแลผู้สูงอายุมีลักษณะเป็นการรักษาพยาบาลหรือการบริการเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ ต้องกำหนดหลักเกณฑ์เฉพาะที่สอดคล้องกับการประกอบ การดูแลผู้สูงอายุด้วย

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พบว่าปัญหาที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพื่อรองรับการให้บริการในรูปแบบใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่มในทางธุรกิจ รวมถึงการยกระดับและพัฒนาธุรกิจบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพที่ส่งผลต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ มีดังนี้

4.1 การปรับปรุงพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ให้ทันสมัย ควรมีกำหนดกฎเกณฑ์บนหลักการที่แตกต่างออกไป โดยกำหนดหลักการใหม่บนพื้นฐานของลักษณะของการให้บริการ หรือ service-based licensing ทำให้เกิดผลที่สำคัญคือ ไม่ว่าเทคโนโลยีจะพัฒนาไปจนทำให้เกิดบริการทางการแพทย์ใหม่ๆ อย่างไร กฎหมายก็สามารถปรับตัวให้ยืดหยุ่นกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ โดยเปิดช่องให้หน่วยงานของรัฐสามารถออกกฎเกณฑ์เพื่อกำกับดูแลรูปแบบการให้บริการใหม่ๆ ได้

4.2 การปรับปรุงกฎหมายเพื่อรองรับการให้บริการ การแพทย์ทางไกล ควรมีการปรับปรุงพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ในเรื่องของสถานที่ในการให้บริการเป็นกิจการควบคุม โดยรัฐ โดยผู้ที่ประกอบกิจการสถานพยาบาลต้องได้รับอนุญาตก่อน ดังนั้น หากรัฐต้องการส่งเสริมระบบ Telemedicine องค์กรกำกับดูแลหรือสภาวิชาชีพ อาทิ แพทยสภาควรกำหนดมาตรฐานในการใช้ระบบการแพทย์ทางไกลที่เหมาะสมด้วย

4.3 การตรากฎหมายใหม่เพื่อสร้างระบบข้อมูลสุขภาพ อิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National Electronic Health Record) ควรกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะต้องส่งข้อมูลเข้าสู่ระบบ และกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลให้ชัดเจนว่าต้องเป็นไปเพื่อการดูแลคนไข้เท่านั้น รวมถึง มาตรการการคุ้มครองข้อมูลของคนไข้เพื่อรองรับระบบการแพทย์ทางไกลต่อไปในอนาคตได้

4.4 การจัดตั้งหน่วยส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพขึ้นภายใต้การดูแลของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนภาคเอกชนให้สามารถปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงในเรื่องกฎระเบียบ และการเข้าถึงแหล่งทุน รวมถึงช่วยพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถต่อยอดธุรกิจต่อไปได้



## โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล

### วัตถุประสงค์

เสนอแนะการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัลให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีส่วนสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและธุรกิจยุคใหม่

### ผลสำเร็จของโครงการ/ผลงาน

ได้ขอเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดิจิทัล เป็นกฎหมายดิจิทัลโดยตรง 1 ฉบับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการค้า 13 ฉบับ (กฎหมายของกระทรวงพาณิชย์ 6 ฉบับ ได้แก่ กรมการค้าภายใน (คน.) 1 ฉบับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (พค.) 2 ฉบับ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา (ทป.) 3 ฉบับ) รวมทั้งสิ้น 14 ฉบับ ดังนี้

1. พ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุ กระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) “Luong Ching Tea” (เป็นธุรกิจใหม่เพิ่งเริ่มต้นจึงมีปริมาณการสั่งซื้อน้อยเพียง 300 - 400 กก. ต่อเดือน

- พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 โดย พค.
- พ.ร.บ. หลักประกันทางธุรกิจ พ.ศ. 2558 โดย พค.
- พ.ร.บ. สิทธิบัตร พ.ศ. 2522 โดย ทป.
- พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 โดย ทป.
- พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดย ทป.
- พ.ร.บ. ว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 โดย คน.
- พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

9. พ.ร.บ. ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

10. พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดย สคบ.

11. ประมวลรัษฎากรกฎกระทรวงฉบับที่ 337 (พ.ศ. 2561) ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร โดย กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง

12. พ.ร.บ. การเดินอากาศ พ.ศ. 2479 โดยสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย กระทรวงคมนาคม

13. พ.ร.บ. รถยนต์ พ.ศ. 2522 โดยกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

14. พ.ร.บ. โรงแรมไทย พ.ศ. 2547 โดยกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

นอกจากข้อเสนอด้านการปรับปรุงกฎหมายแล้ว มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดมาตรการเพิ่มเติม โดยให้มีการจัดตั้ง Digital Community/Ecosystem ภายใต้การดูแลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการด้วยแนวคิดภาคเอกชนเป็นผู้นำ (Private-Led) และภาครัฐสนับสนุน (Government Support) โดยคณะกรรมการและผู้ที่มีส่วนในการกำหนดนโยบาย มาตรการ กฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ต้องเป็นผู้ที่เหมาะสม มีความเข้าใจธุรกิจดิจิทัลอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว และจัดทำบันทึกสรุปผลการศึกษานำเรียนปลัดกระทรวงพาณิชย์พิจารณาลงนามเรียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมอบหมายกรมในกระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องพิจารณา เพื่อให้การพัฒนาธุรกิจดิจิทัลของประเทศมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศไทย



# ภาพกิจกรรมปี พ.ศ. 2561



# กิจกรรมสำคัญ ปี 2561

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

การประชุมเกี่ยวกับธุรกิจบริการ



การจัดอบรม  
บุคลากร CLMVT



การจัดสัมมนา  
4IR การเจรจาการค้า



Workshop on  
Competitiveness and  
Inclusive Growth



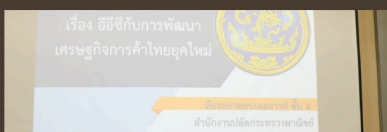
เสวนาภายใต้หัวข้อ  
เบื่องลึก เบื่องหน้า เศรษฐกิจจีน



การเสวนาเศรษฐกิจ โดย  
ผู้ว่าธนาคารแห่งประเทศไทย



การเสวนาบรรยายพิเศษ  
EEC กับการพัฒนาเศรษฐกิจ  
การค้าไทยยุคใหม่



การจัดงาน  
CLMVT Forum 2018  
Taking-off Through Technology



การสัมมนา  
เชิงปฏิบัติการ



การจัดงาน  
CLMVT CETI 2018



โครงการ  
ฐานข้อมูลบริการศัลยกรรมไทย



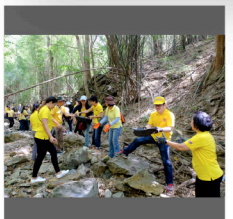
การประชุม  
Trade War



การสัมมนา  
Blockchain



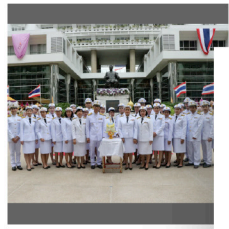
การประชุม  
Trade War



# สนค. ร่วมสร้าง ร่วมสรรค์ ปันรอยยิ้มสู่สังคม



สนค. ร่วมใจ มอบของขวัญ  
เนื่องในโอกาสวันเด็ก



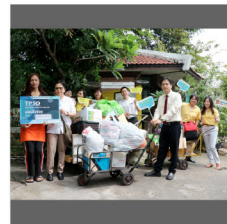
ร่วมวางพวงมาลา  
ในวันกิติยาคาร



ทำบุญตักบาตร  
เนื่องในโอกาส  
วันพ่อแห่งชาติ

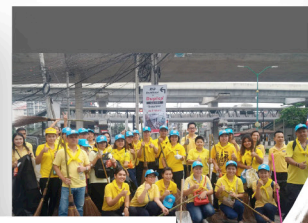
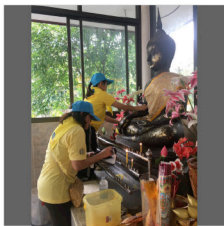


กิจกรรมจิตอาสา  
ทำความสะอาดวัดบัวขวัญ

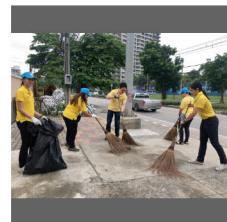


ร่วมบริจาคเงินและสิ่งของ  
ให้แก่มูลนิธิกระจกเงา

โครงการจิตอาสาสร้างฝายชะลอน้ำ  
จ.กาญจนบุรี



โครงการพาณิश्य์ จิตอาสา  
เราทำดีด้วยหัวใจ  
ร่วมทำความสะอาดถนนสนามบินน้ำ  
วัดชมภูเวกและวัดไทรมา้าใต้



# รายงานงบการเงิน





# งบแสดงฐานะการเงิน

## สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

หมายเหตุ	2561	2560	
<strong>สินทรัพย์</strong>			
<strong>สินทรัพย์หมุนเวียน</strong>			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	1,721,167.05	1,257,933.50
ลูกหนี้ระยะสั้น	6	1,530,174.61	2,105,978.33
วัสดุคงเหลือ		286,082.19	300,607.30
<strong>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</strong>		<strong>3,537,423.85</strong>	<strong>3,664,519.13</strong>
<strong>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</strong>			
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	7	38,161,664.40	88,331,645.52
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	8	73,737,936.91	8,587,652.88
<strong>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</strong>		<strong>111,899,601.31</strong>	<strong>96,919,298.40</strong>
<strong>รวมสินทรัพย์</strong>		<strong>115,437,025.16</strong>	<strong>100,583,817.53</strong>
<strong>หนี้สิน</strong>			
<strong>หนี้สินหมุนเวียน</strong>			
เจ้าหนี้ระยะสั้น	9	17,991,655.37	8,192,585.28
เงินรับฝากระยะสั้น	10	2,471,547.05	3,451,391.50
<strong>รวมหนี้สินหมุนเวียน</strong>		<strong>20,463,202.42</strong>	<strong>11,643,976.78</strong>
<strong>หนี้สินไม่หมุนเวียน</strong>			
เงินอุดหนุนราชการรับจากคลังระยะยาว		600,000.00	600,000.00
เจ้าหนี้เงินโอนและรายการอุดหนุนระยะยาว		158,526.00	-
<strong>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</strong>		<strong>758,526.00</strong>	<strong>600,000.00</strong>
<strong>รวมหนี้สิน</strong>		<strong>21,221,728.42</strong>	<strong>12,243,976.78</strong>
สินทรัพย์สุทธิ / ส่วนของทุน		94,215,296.74	88,339,840.75
<strong>สินทรัพย์สุทธิ / ส่วนของทุน</strong>			
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสมยกมา		87,362,522.66	47,880,467.90
รายได้สูง/(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสะสม		6,852,774.08	40,459,372.85
<strong>รวมสินทรัพย์สุทธิ/ส่วนทุน</strong>		<strong>94,215,296.74</strong>	<strong>88,339,840.75</strong>

หมายเหตุ ประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้

# งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน

## สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

	หมายเหตุ	2561	2560
<strong>รายได้</strong>			
รายได้จากงบประมาณ	11	189,758,741.17	195,184,020.47
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ		43,093.00	-
รายได้จากการอุดหนุนและบริจาค		39,753.53	3,104,433.17
รายได้อื่น		646,820.00	-
<strong>รวมรายได้</strong>		<strong>190,488,407.70</strong>	<strong>198,288,453.64</strong>
<strong>ค่าใช้จ่าย</strong>			
ค่าใช้จ่ายบุคลากร	12	55,540,432.39	50,424,420.81
ค่าบำเหน็จบำนาญ	13	6,159,707.50	4,381,729.78
ค่าตอบแทน	14	120,093.00	125,100.00
ค่าใช้สอย	15	88,676,196.80	90,616,125.34
ค่าวัสดุ		691,044.35	1,218,442.02
ค่าสาธารณูปโภค	16	2,024,404.69	1,898,467.42
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	17	30,423,754.89	9,046,130.68
ค่าใช้จ่ายอื่น		-	118,664.74
<strong>รวมค่าใช้จ่าย</strong>		<strong>183,635,633.62</strong>	<strong>157,829,080.79</strong>
<strong>รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ</strong>		<strong>6,852,774.08</strong>	<strong>40,459,372.85</strong>

หมายเหตุ ประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้

# รายงานรายได้แผ่นดิน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2561

หน่วย : บาท

หมายเหตุ	2561	2560
<b>รายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ</b>		
รายได้แผ่นดิน - ภาษี	-	-
รายได้แผ่นดิน - นอกจากภาษี	1,448,856.60	959,935.50
<b>รวมรายได้แผ่นดินที่จัดเก็บ</b>	<b>18</b> 1,448,856.60	959,935.50
หัก รายได้แผ่นดินถอนคืนคลัง	-	-
รายได้แผ่นดินจัดสรรตามกฎหมาย	-	-
<b>รายได้แผ่นดินจัดเก็บสุทธิ</b>	1,448,856.60	959,935.50
รายได้แผ่นดินนำส่งคลัง	(1,448,856.60)	(959,935.50)
<b>รายได้แผ่นดินรอนำส่งคลัง</b>	-	-
ค่าวัสดุ	-	-
<b>รายการรายได้แผ่นดินสุทธิ</b>	-	-

หมายเหตุ ประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของรายงานการเงินนี้

# ช่องทางเผยแพร่ข่าวสาร

## 01 Facebook Fanpage

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



## 02 Official LINE Account

TPSO.Tradeinsights



## 03 TPSO WEBSITE

www.tpsoc.moc.go.th



## 04 TPSO ETID Economic and Trade Indices Database

www.price.moc.go.th



## 05 TPSO Journal





**TPSO**

Trade Policy and Strategy Office



**สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า**  
กระทรวงพาณิชย์



563 ถนนสนามบินน้ำ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จ.นนทบุรี 11000



0 2507 7895



[www.tpsoc.moc.go.th](http://www.tpsoc.moc.go.th)