

SPECIAL TALK

Soft Power พลังเปลี่ยนโลก



SPECIAL REPORT

- ▶ เติบโตถ่วงหน้าด้วยการค้าระหว่างประเทศ
- ▶ ขับเคลื่อนธุรกิจให้ยืนนาน ด้วยห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

จากสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้พลวัตทางเศรษฐกิจทั่วโลกต้องเปลี่ยนแปลงไปทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและความมั่นคง แม้ว่า GDP เป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่ยังไม่สามารถสะท้อนการใช้ชีวิตผู้คนในสังคมได้อย่างแท้จริงในทุกมิติ ห้วงเวลายามวิกฤตินี้ นับเป็นโอกาสแห่งการเปลี่ยนแปลงที่จะก้าวไปข้างหน้ามากกว่า GDP

ฉบับนี้ จะนำท่านผู้อ่านมารู้จักกับ **Beyond GDP** การเติบโตทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ไม่ได้ใช้เพียง GDP เป็นเครื่องมือในการวัดการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ยังนำประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมาพิจารณา เพื่อให้เกิดความสมดุลทางเศรษฐกิจและเกิดการพัฒนาของโลกอย่างยั่งยืน เริ่มต้นจาก **"Soft Power พลังเปลี่ยนโลก"** ทรนดการใช้อำนาจนิมนนำวจิตใจ เพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ต่อด้วย **"เติบโตก้าวหน้าด้วยการค้าระหว่างประเทศ"** ซึ่งการค้าในยุคปัจจุบันไม่สามารถมุ่งเน้นแต่เพียงตัวเลข หากยังต้องคำนึงถึงการกระจายรายได้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้วย และ **"ขับเคลื่อนธุรกิจให้ยืนนานด้วยห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน"** นำเสนอแนวคิดการทำธุรกิจที่คำนึงถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกมิติ เพื่อพัฒนาระบบการค้าและขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

หวังว่าคุณผู้อ่านทุกท่านจะได้รับทั้งความรู้ และความเพลิดเพลินจาก TPSO Journal แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

วารสาร สนค.

ปีที่ 10 ฉบับที่ 109 สิงหาคม 2563

www.tpsoc.moc.go.th

Contents

03 Special Talk

Soft Power พลังเปลี่ยนโลก

04 Special Report

เติบโตก้าวหน้าด้วยการค้าระหว่างประเทศ

06 Special Report

ขับเคลื่อนธุรกิจให้ยืนนาน ด้วยห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

08 Economic Indicators

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย กรกฎาคม 2563

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : มิถุนายน 2563

11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : กรกฎาคม 2563

12 Global news

ดาราสาคร : คู่แข่งหรือพันธมิตร

GETTING AROUND WITH TPSO



นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) นำทีมงานร่วมลงพื้นที่เพื่อประชุมหารือกับสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมเกษตร เมื่อวันที่ 13-14 สิงหาคม 2563 ณ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมเกษตรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตพืชทางการเกษตรและสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีศักยภาพ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และปรับใช้ประกอบการจัดทำนโยบายการส่งเสริมสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ตลอดจนจัดทำยุทธศาสตร์การค้า ที่จะช่วยส่งเสริมทั้งเศรษฐกิจและสร้าง ความมั่นคงทางอาหารของประเทศ เพื่อให้ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกได้อย่างทันท่วงที



Soft Power พลังเปลี่ยนโลก

ศาสตราจารย์ Joseph Nye นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์จาก Kennedy School of Government มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดระบุว่า “อำนาจ” ที่คนปกติทั่วไปมักเข้าใจ คือ การใช้อำนาจทางทหาร การเมืองหรือเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศอื่นปรับเปลี่ยนท่าทีที่มีต่อประเทศตน แต่ยังมีอำนาจอีกรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คือ Soft Power หรือ อำนาจเชิงโน้มน้าว ซึ่งเป็นอำนาจที่ต้องการให้ประเทศอื่นปฏิบัติตาม โดยไม่ต้องบังคับ ทั้งนี้ Joseph Nye ได้นิยามไว้ว่า 3 สิ่งสำคัญที่ทำให้ Soft Power ทำงาน ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) (Joseph Nye, 2533)

Brand Finance ซึ่งเป็นบริษัทสำรวจและจัดอันดับความนิยมในตราสินค้า รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ตีพิมพ์รายงาน Global Soft Power Index 2020 ที่นำเสนอผลการสำรวจความคิดเห็นจากประชากรช่วงอายุ 18-75 ปี จำนวน 55,000 คน จากกว่า 100 ประเทศทั่วโลก และจัดอันดับประเทศที่มี Soft Power สูงสุด 60 อันดับ ในปี 2563 ซึ่งไทยได้รับการจัดอันดับอยู่ที่ 32 ของโลก โดยไทยมี Soft Power ที่โดดเด่นในหมวดศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งมีความโดดเด่นที่สุดในด้านการท่องเที่ยวที่นำมาซึ่งชื่อเสียง และสร้างความคุ้นเคยต่อผู้ที่ได้เดินทางมาสัมผัสประเทศไทย ในขณะที่ประเทศที่มี Soft Power สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อังกฤษ ญี่ปุ่น และจีน ตามลำดับ

โดย Brand Finance ได้จำแนกกิจกรรมหรือแหล่งกำเนิด Soft Power ให้ละเอียดขึ้นตามสภาวะสังคมในปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น 7 หมวด และนำเสนอกรณีศึกษาการใช้ Soft Power ดังนี้ 1) ธุรกิจและการค้า (Business & Trade) จีนมี Soft Power ในหมวดนี้อย่างชัดเจน จากโครงการ Belt and Road Initiative ซึ่งเป็นโครงการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและการขนส่งที่ครอบคลุมไปทั่วโลก 2) การบริหารจัดการ (Governance) สวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศที่ได้รับคะแนนสูงสุดในหมวดนี้ จากการรักษาสีทธิส่วนบุคคล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งเป็นที่ทำการของหน่วยงานความร่วมมือระดับโลกจำนวนมาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Relations) เดิม Soft Power หมวดนี้เน้นความสัมพันธ์ทางการทูตเป็นหลัก แต่ปัจจุบันมีการพัฒนาจนครอบคลุมความสัมพันธ์ในหลายมิติ รวมถึงการรวมกลุ่มเป็นองค์กรระหว่างประเทศ ทั้งเพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในโลกร่วมกัน เช่น ปัญหาสภาพภูมิอากาศ ปัญหาขยะพลาสติก หรือปัญหาการย้ายถิ่นของประชากรทั่วโลก 4) ศิลปะและวัฒนธรรม (Culture & Heritage) Soft Power หมวดนี้มีการใช้อย่างแพร่หลายและยาวนาน เช่น การท่องเที่ยว อาหาร กีฬา ศิลปะ วรรณกรรม เพลง ภาพยนตร์ ตั้งแต่อดีตสหัสวรรษภาพยนตร์ Hollywood และ Bollywood



ไปจนถึงอิทธิพลของศิลปิน K-POP นอกจากนี้ ในปัจจุบันเกมเริ่มเป็น Soft Power สำคัญ เนื่องจากมีอิทธิพลต่อเยาวชนที่จะเป็นกำลังสำคัญในอนาคต ตัวอย่างเช่น เกมออนไลน์ Fortnite ที่กลายเป็น E-Sport สามารถดึงดูดผู้ชมจากทั่วโลกเข้าร่วมได้ถึง 2,200 ล้านคน 5) สื่อและการสื่อสาร (Media & Communication) อังกฤษบริหาร Soft Power ในด้านนี้อย่างชัดเจน โดยมี BBC เป็นกระบอกเสียงไปทั่วโลก นำเสนอผ่าน 42 ภาษา เข้าถึงประชากรโลกสัปดาห์ละกว่า 400 ล้านคน ซึ่งนานาประเทศก็เห็นความสำคัญในจุดนี้ และใช้ BBC เป็นแบบอย่าง 6) การศึกษาและวิทยาศาสตร์ (Education & Science) ได้แก่ การศึกษาขั้นสูง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประเทศตะวันตกใช้การศึกษาในการดึงดูดเยาวชนของประเทศเป้าหมายให้เดินทางมาศึกษาในประเทศของตน เพื่อให้ความรู้และปลูกฝังความเชื่อที่เยาวชนเหล่านั้นจะนำไปใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในประเทศบ้านเกิดภายหลังสำเร็จการศึกษา 7) บุคคลและการสร้างคุณค่า (People & Value) เช่น คุณค่า บุคลิก และความเชื่อ ตัวอย่างเช่น Taylor Swift ซึ่งเป็นบุคคลที่มีผู้ติดตามใน Twitter กว่า 86 ล้านคนต่อต้านการเลือกตั้งสมัยต่อไปของ Donald Trump เป็นการโน้มน้าวผู้มีสิทธิเลือกตั้งโดยไม่ต้องมีอำนาจในการบัญชาของกำลังทหาร

ประเทศไทยเองก็มี Soft Power ที่สำคัญ คือ ศิลปะและวัฒนธรรม อันสะท้อนมาสู่การท่องเที่ยวซึ่งเป็นเครื่องยนต์หลักตัวหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ ตัวอย่างจากกรณีภาพยนตร์จีน 人再囧途之泰囧 (Lost in Thailand) ที่ถ่ายทำในกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ปลูกกระแสให้คนจีนมาเที่ยวประเทศไทยอย่างคึกคัก ซึ่งรัฐบาลก็เล็งเห็นถึงจุดนี้และพยายามส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้าง Soft Power ให้แก่ประเทศไทย ขณะที่การควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศไทยก่อให้เกิดเป็น Soft Power ด้านการบริหารจัดการ ซึ่งไทยสามารถใช้สร้างความมั่นใจแก่ชาวต่างชาติต่อสินค้าส่งออกของไทย การเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศ ตลอดจนการเข้ามาประกอบธุรกิจและลงทุนในระยะต่อไป

ทั้งนี้ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า มุ่งสร้างความร่วมมือในกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และไทย (CLMVT) อย่างเข้มแข็ง จึงร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน จัดงาน CLMVT Forum เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ในการก้าวสู่ตลาดโลกและการเจริญเติบโตไปด้วยกันอย่างทั่วถึง และยังยื่น รวมทั้งเป็นเวทีหลักเพื่อสร้างความร่วมมือในภูมิภาค เสริมสร้างบทบาทของ CLMV และไทย ในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของอาเซียนและสร้าง Soft Power ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ที่สำคัญของไทยต่อไป

เติบโตก้าวหน้า ด้วยการก้าวกระหว่งประเทศ

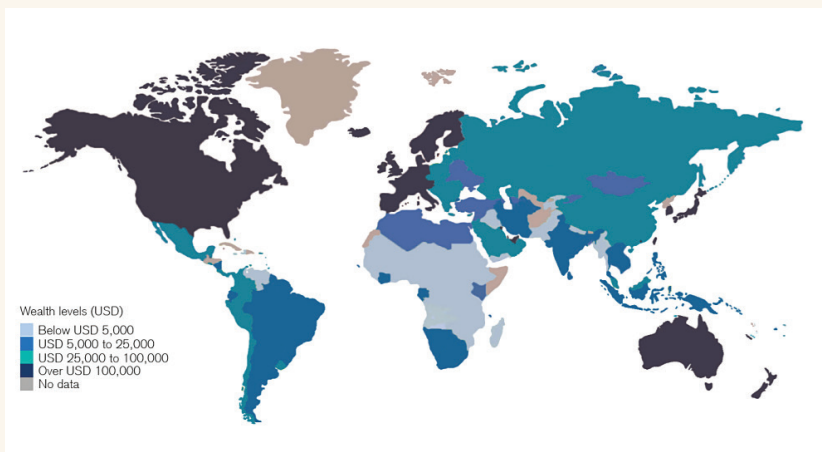
การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาทั่วโลกทำให้เห็นปัญหาความเหลื่อมล้ำและการพัฒนาอย่างไม่ทั่วถึงอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยในด้านสาธารณสุข ประชาชนทุกคนประสบปัญหาไม่ต่างกัน แต่ในแง่เศรษฐกิจนั้นผลกระทบที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกัน กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดการณ์ว่า เมื่อสิ้นสุดการเกิดโรคระบาด ความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้จะเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะจากการว่างงานและการขาดรายได้ โดยบุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะได้รับผลกระทบน้อยกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า ซึ่งได้รับผลกระทบต่อเนื่องด้านอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากการขาดรายได้

ก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความเหลื่อมล้ำมากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการกระจายรายได้ (Gini Coefficient) ในปี 2560 อยู่ที่ 0.45 และจากรายงาน Global Wealth Report ปี 2562 โดย Credit Suisse's รายงานว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูงสุด (ร้อยละ 1) ของประเทศ ครอบครองทรัพย์สินถึงร้อยละ 50.4 ขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุด (ร้อยละ 10) ไม่ได้มีส่วนแบ่งของทรัพย์สินประเทศเลย การเติบโตอย่างทั่วถึง (Inclusive Growth) จึงอาจเป็นแนวคิดที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำได้ เนื่องจากแนวคิดนี้มีจุดมุ่งเน้นในเรื่องของการกระจาย การจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจและการพัฒนาศักยภาพชีวิตความเป็นอยู่ของทรัพยากรมนุษย์ ทั้งทางด้านสาธารณสุข การศึกษา และสิ่งแวดล้อมของทุกกลุ่มประชาชนในสังคม

ธนาคารโลกให้คำจำกัดความการพัฒนาอย่างทั่วถึง (Inclusive Growth) ว่าเป็นการเติบโตทั้งอัตรา (Pace) และการกระจายการพัฒนา (Distribution) ในการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน การสร้างโอกาสอย่างเสมอภาคแก่ทุกคน เป็นการพัฒนาในระยะยาวเพื่อให้เกิดความร่วมมือของคนในสังคม โดยไม่ต้องเลือกระหว่างความเสมอภาคและประสิทธิภาพ²

การพัฒนาอย่างทั่วถึงของไทยและประเทศต่าง ๆ

จากรายงาน Global Wealth Databook 2562 ให้นิยามความมั่งคั่งว่าคือ การถือครองทรัพย์สิน โดยพบว่า ความมั่งคั่งทั่วโลกเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับปี 2561 ขณะที่ค่าเฉลี่ยความมั่งคั่งเพิ่มขึ้นเป็น 70,850 เหรียญสหรัฐ จาก 70,460 เหรียญสหรัฐ ต่อคน ซึ่งมากกว่าสถิติกลางปี 2562 ที่ร้อยละ 1.2 อย่างไรก็ตาม แม้ความมั่งคั่งในโลกจะเพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงพบว่ามีมากกว่าครึ่งของประชากรโลกยังมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 เหรียญสหรัฐ ต่อปี และประชากรร้อยละ 1 ของโลกเป็นเจ้าของความมั่งคั่งถึงร้อยละ 44



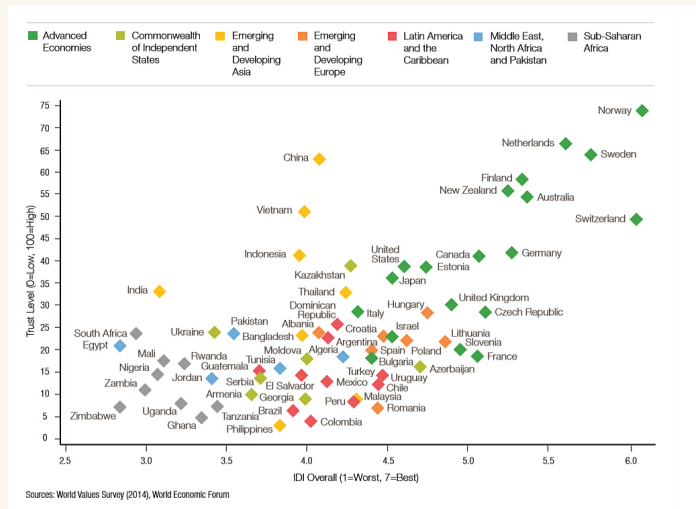
รูปภาพที่ 1 : แผนที่แสดงความมั่งคั่งของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ปี 2562

ระดับและแนวโน้มความไม่เท่าเทียมของรายได้เป็นตัวชี้วัดที่ชี้ให้เห็นการพัฒนาที่ไม่ทั่วถึง ซึ่งระดับความไม่เท่าเทียมยังอยู่ในระดับที่สูงทั้งภายในและระหว่างประเทศ รูปภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างและความไม่เท่าเทียมของการกระจายรายได้ระหว่างประเทศ โดยประเทศที่ประชากรมีรายได้มากกว่า 100,000 เหรียญสหรัฐ ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคอเมริกาเหนือและยุโรปตะวันตก ขณะที่ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศมั่งคั่งระดับกลาง (Frontier Wealth) คือ ประชากรโดยเฉลี่ยมีระดับความร่ำรวยอยู่ระหว่าง 5,000-25,000 เหรียญสหรัฐ ร่วมกับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ เช่น อินเดีย บราซิล และอินโดนีเซีย เป็นต้น



นอกจากนี้ จากรายงานการเติบโตและการพัฒนาอย่างทั่วถึง (Inclusive Growth and Development Report) ที่สภาเศรษฐกิจโลก หรือ WEF ได้นำเสนอและจัดลำดับดัชนีการพัฒนาอย่างทั่วถึงเพื่อใช้วัดระดับการพัฒนาเศรษฐกิจแบบกระจายความมั่งคั่งของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ประชากรมากกว่าการอ้างอิงรายได้ต่อหัว (GDP per capita) เพียงอย่างเดียว ดัชนีนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเติบโตและการพัฒนา (Growth and Development) ด้านความทั่วถึง (Inclusion) และด้านความเป็นธรรมข้ามรุ่นและความยั่งยืน (Intergenerational Equity and Sustainability) ในรายงานฯ ฉบับปี 2561 นอร์เวย์เป็นประเทศที่ได้รับคะแนนการพัฒนาอย่างทั่วถึงสูงที่สุด (6.08) จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน รองลงมาคือ ไต้หวัน (6.07) และลักเซมเบิร์ก (6.07) ตามลำดับ ขณะที่ประเทศกลุ่มตลาดใหม่ (Emerging Countries) ที่ได้คะแนนสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ลิทัวเนีย (4.86) ฮังการี (4.74) และอาเซอร์ไบจาน (4.69) โดยประเทศไทยนั้นได้รับคะแนนการพัฒนาอย่างทั่วถึง 4.24 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 17 จาก 74 ประเทศในกลุ่มนี้ อันดับสองในกลุ่มประเทศอาเซียน รองจากมาเลเซีย (4.30) ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 13 หากพิจารณาแยกตามกลุ่มตัวชี้วัดไทยยังต้องปรับปรุงในด้านความร่วมมือ โดยเฉพาะดัชนีชี้วัดด้านการกระจายทรัพย์สิน ซึ่งระบุว่าไทยมีความเหลื่อมล้ำใน

การกระจายความมั่งคั่งมาก นอกจากนี้ ยังพบว่าแนวโน้มในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ไทยยังต้องพัฒนาในค่าจ้างแรงงาน เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น



รูปภาพที่ 2 : แสดงผลการพัฒนาอย่างทั่วถึงรายประเทศ

การมีส่วนร่วมทางการค้าและบทบาทของการค้าต่อการพัฒนาอย่างทั่วถึง

การมีส่วนร่วมทางการค้า (Inclusive Trade) คือ การพัฒนาระบบการค้า เพื่อให้ประชาชนทุกระดับได้รับประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ (1) ระดับระหว่างประเทศ คือ การที่ทุกประเทศได้รับผลประโยชน์จากการค้า และการพัฒนาร่วมกันทั่วโลก (2) ภายในประเทศ คือ การที่ประชากรทุกกลุ่มในประเทศได้รับประโยชน์จากการค้าอย่างเป็นธรรม มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ โดยหัวใจหลักของการพัฒนาการค้าที่ครอบคลุมมากขึ้นนั้น คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทั้งการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มผู้ขาดโอกาส การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง (Connectivity) และการมีส่วนร่วมในการค้าดิจิทัล ทั้งระดับโลก ภูมิภาค และประเทศ รวมทั้งการสร้างระบบการค้าที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศและประชากรของตนได้

การค้าสามารถส่งผลต่อการพัฒนาอย่างทั่วถึงได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) ส่งผลกระทบทางอ้อม ผ่านการเติบโตของการค้าซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีการเติบโตสูงขึ้น และทำให้เกิดการพัฒนาอย่างทั่วถึง ผ่านทางการจ้างงานและการบริโภคที่เพิ่มขึ้น (Consumption Multipliers) เป็นต้น และ 2) ความเกี่ยวข้องทางตรง คือ การสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มยากจนโดยตรง ได้แก่ การจ้างงานโดยตรงหรือบริษัทจ้างงานจากคนในพื้นที่ นอกจากนี้ การนำเข้าอาจช่วยทำให้เกิดการพัฒนาอย่างทั่วถึงได้หากราคาของสินค้าถูกลง ซึ่งช่วยลดภาระการบริโภคของกลุ่มคนยากจนได้

ข้อพิจารณาสำคัญเพื่อส่งเสริมให้การค้าระหว่างประเทศ นำไปสู่การพัฒนาอย่างทั่วถึง


จากรายงาน Trade and Development Board/B/66/4 ของ UNCTAD ระบุว่า ความท้าทายของการค้าระหว่างประเทศที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียม และการพัฒนาอย่างไม่ทั่วถึงนั้นเป็นปัญหาที่มีความซับซ้อน อาทิ (1) การย้ายฐานการผลิตออกนอกประเทศ (Offshoring Model) อาจทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมในประเทศมากขึ้น แต่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำระหว่างประเทศได้

โดยผ่านการจ้างงานและเพิ่มมาตรฐานการครองชีพในประเทศกำลังพัฒนา แต่เมื่อเกิดสงครามการค้าและการแพร่กระจายของโรค COVID-19 ทำให้แนวคิดการดึงการผลิตกลับประเทศและสร้างงานให้คนในชาติ (Reshoring Model) ได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น (2) ความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมืองและชนบท ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการแข่งขันระดับโลกได้ อาทิ ชุมชนท้องถิ่นบางแห่งไม่สามารถเข้าถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทำให้เกิดการพัฒนา พื้นที่บางพื้นที่ได้รับประโยชน์จากการค้าระดับโลก สิทธิพิเศษทางการค้า และการลงทุนมากกว่าพื้นที่อื่นๆ (3) ความแตกต่างของขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในการค้าระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการรายย่อย เช่น สตรี และเกษตรกรในท้องถิ่น มีข้อจำกัดด้านข้อมูล การเงิน และไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในนโยบายทางการค้าต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทต่างชาติขนาดใหญ่ได้ (4) เงื่อนไขการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมในการค้าโลกทั้งในระดับภายในและระหว่างประเทศ การใช้มาตรการที่มีภาษี (Non-Tariff Measures) มาตรฐานสินค้า ล้วนเป็นข้อจำกัดในการส่งออกของประเทศที่ขาดแคลนมาตรฐานผลิตภัณฑ์หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในระดับสากล (5) การพัฒนาเฉพาะในภาคส่วนที่มีความสามารถในการผลิต (Specialization) เพียงอย่างเดียว อาจทำให้เกิดการพัฒนาอย่างไม่ทั่วถึง หรือขาดความร่วมมือในการผลิตสินค้าจำเป็นเมื่อเกิดวิกฤติ นอกจากนี้ ประเทศที่มีความสามารถในการผลิตสินค้าคุณภาพต่ำที่ไม่ใช้เทคโนโลยีและความชำนาญ แม้มีผลบวกในด้านการจ้างงาน แต่ในระยะยาวก็อาจจะทำให้เกิดการพัฒนาที่ทักษะแรงงานไปสู่แรงงานทักษะสูง ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาสูงได้ ส่งผลให้เสียเปรียบดุลการค้าและเกิดความเหลื่อมล้ำในการพัฒนาระหว่างประเทศ

ข้อเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อผลักดันการพัฒนาอย่างทั่วถึง

การพัฒนาในปัจจุบันไม่สามารถมุ่งเน้นเพียงการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่เพียงอย่างเดียวแต่ต้องคำนึงถึงความทั่วถึงในการพัฒนาร่วมด้วย โดยการค้าระหว่างประเทศนั้นสามารถเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างทั่วถึงได้ หากมีแนวนโยบายที่มีคุณภาพร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนเป็นตัวนำและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง

กระทรวงพาณิชย์ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญด้านการค้าของไทย จึงอาจพิจารณาดำเนินการตามข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้ เพื่อผลักดันให้การค้าของไทยนำไปสู่การพัฒนาอย่างทั่วถึงในอนาคต โดย

- ผลักดันการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง
- ให้ความสำคัญกับแนวคิดการค้าที่ให้ความสำคัญกับทุกภาคส่วน ทั้งธุรกิจขนาดเล็กและใหญ่ ผู้ประกอบการสตรี ซึ่งควรเข้ามามีบทบาทสำคัญในการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น
- พัฒนาและศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของไทยอย่างต่อเนื่อง
- ศึกษาและผลักดันให้เกิดเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพิ่มเติมในพื้นที่ศักยภาพหรือพื้นที่ที่มีปัญหาความยากจนเรื้อรัง
- จัดทำฐานข้อมูลการค้าที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ ณ จุดเดียว เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้า
- ผลักดันให้เกิดความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Agreement: FTA) ที่ผู้ประกอบการรายเล็กได้ประโยชน์โดยเน้นข้อตกลงในเรื่องการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) 

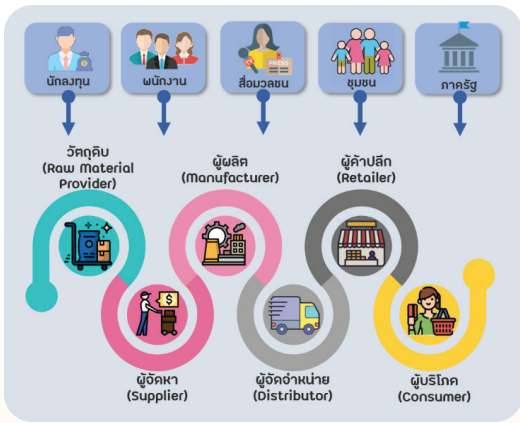


¹The Diplomat. 2020. Why COVID-19 Will Worsen Inequality in Thailand. เข้าถึงได้จาก <https://thedi diplomat.com/2020/04/why-covid-19-will-worsen-inequality-in-thailand/>
²The World Bank. 2009. Inclusive growth analytics The World Bank Economic Policy and Debt Department Economic Policy Division March 2009 เข้าถึงได้จาก <http://documents.worldbank.org/curated/en/771771468180864543/pdf/WPS4851.pdf>

ขับเคลื่อนธุรกิจให้ยั่งยืน ด้วยห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

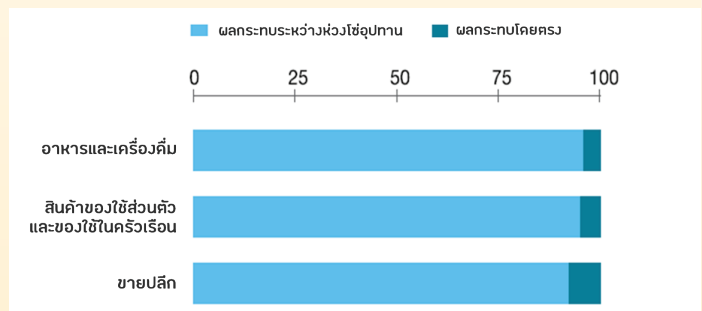


การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อน เนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนมาก โดยนอกจากผู้ที่อยู่ในกระบวนการหลักของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ผู้จัดหา ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ยังประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการประกอบกิจการดังกล่าว อาทิ นักลงทุน พนักงาน สื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม และชุมชน รวมถึงมิติสังคมและสิ่งแวดล้อมในวงกว้างอีกด้วย (รูปภาพที่ 1)



รูปภาพที่ 1 ตัวอย่างผู้เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน

กิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานจึงก่อให้เกิดผลกระทบในหลายมิติ โดยงานวิจัยของ McKinsey & Company ในปี 2559 พบว่า ตลอดวัฏจักรของสินค้าและบริการนั้น การปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาจากกระบวนการระหว่างห่วงโซ่อุปทานมากกว่าร้อยละ 80 และส่งผลกระทบต่ออากาศ ดิน น้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรทางธรณีวิทยา (แผนภาพที่ 1) ซึ่งมากกว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการโดยตรงกว่า 9 เท่าตัว ตัวอย่างเช่น กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ฝ้าน้ำดื่มชนิดหนึ่งระบุว่า มีสัดส่วนปริมาณก๊าซเรือนกระจกถูกปล่อยออกมาระหว่างกระบวนการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการผลิต (อาทิ การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่งเพื่อการผลิต) อยู่ที่กว่าร้อยละ 94 ในขณะที่สัดส่วนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิตมีเพียงร้อยละ 5



แผนภาพที่ 1 ผลกระทบต่ออากาศ ดิน น้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ และทรัพยากรทางธรณีวิทยา ของการดำเนินธุรกิจ

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว องค์กรต่าง ๆ ได้นำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล ซึ่งไม่ใช่การคำนึงถึงเพียงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี สร้างผลกระทบเชิงบวก และส่งมอบคุณค่าต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างให้เกิด “ห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน (Sustainable Supply Chain)” ในธุรกิจ

ความหมายและความสำคัญของห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ความหมายของ “ห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน” ว่า “การจัดการผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดวัฏจักรชีวิตของสินค้าและบริการ” การบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม จริยธรรม และสิ่งแวดล้อม ลดความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ อาทิ การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งช่วยให้องค์กรเพิ่มมูลค่าในระยะยาวทั้งกับองค์กรเองและกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องตลอดกระบวนการนำสินค้าและบริการเข้าสู่ตลาด ตลอดจนเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรมั่นใจได้ว่าทุกการดำเนินงานจะมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นไปตามหลักการการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของสากล และยิ่งช่วยรักษาไว้ซึ่งการยอมรับของชุมชนและสังคม

กรอบและแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ปัจจุบัน กรอบความร่วมมือการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) ได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน 6 ขั้นตอน (รูปภาพที่ 2) ดังนี้



รูปภาพที่ 2 กรอบแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน โดย UN Global Compact

- 1. แสดงความมุ่งมั่น** – ทำความเข้าใจภูมิทัศน์ทางธุรกิจและปัจจัยในการขับเคลื่อนธุรกิจ และกำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน
- 2. ประเมินประเด็นสำคัญ** – ประเมินโอกาส ผลกระทบ และความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ และจัดลำดับความสำคัญ
- 3. กำหนดกลยุทธ์/คู่ค้า** – กำหนดนโยบายและเป้าหมายที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ
- 4. ดำเนินการ** – นำนโยบายและแผนการดำเนินงานไปสู่การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กรและโดยตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- 5. ติดตาม/วัดผล** – ติดตามและวัดผลการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
- 6. สื่อสารข้อมูล** – เปิดเผยและสื่อสารแนวทาง ตลอดจนข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่อสาธารณชนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ UN Global Compact ยังได้เสนอแนะให้ธุรกิจบูรณาการหลักสากล 10 ประการ (Ten Principles of the United Nations Global Compact) เข้าไปในกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนครอบคลุมประเด็นสำคัญ 4 เรื่อง ได้แก่ สิทธิมนุษยชน แรงงาน สิ่งแวดล้อม และการต่อต้านการทุจริต (รูปภาพที่ 3)



รูปภาพที่ 3 หลักสากล 10 ประการแห่งสหประชาชาติ

ในขณะเดียวกัน บริษัท McKinsey & Company ได้เสนอ 3 แนวทางเพื่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานขององค์กร ได้แก่ 1) ค้นหาและระบุประเด็นสำคัญโดยตลอดห่วงโซ่อุปทาน 2) เชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานเข้ากับวาระการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก และ 3) ช่วยเหลือและกำกับดูแลการบริหารจัดการผลกระทบของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน

ตัวอย่างบริษัทที่มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เพื่อตอบสนองต่อข้อเรียกร้องจากผู้บริโภคในประเด็นความยั่งยืน สิทธิมนุษยชนและจริยธรรม ตลอดจนมิติด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมในภาพรวม ในประเทศไทย บริษัท **เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)** หรือ **ซีพีเอฟ** ซึ่งเคยถูกกล่าวหาว่าซื้อเนื้อปลาปนจากบริษัทที่เป็นเจ้าของเรือประมงที่มีการใช้แรงงานบังคับ จนทำให้ถูกผู้ค้าปลีกรายใหญ่ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา เช่น คาร์ฟูร์ และวอลมาร์ท ออกมาแถลงการณ์ประณามและระงับการซื้อ

สินค้าประเภทกุ้ง จากประเด็นดังกล่าวนี้เอง ทำให้ซีพีเอฟต้องเร่งตรวจสอบและดำเนินมาตรการเพื่อปรับปรุงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิแรงงาน การสรรหาแรงงาน และธรรมาภิบาล ตลอดจนให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยงและการบริหารจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานมากยิ่งขึ้น และอีกหนึ่งตัวอย่างคือ **บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)** ที่เน้นการกำกับดูแลและสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งในกลุ่มคู่ธุรกิจ พนักงาน หน่วยงานภายนอก และประชาชน สำหรับคู่ธุรกิจหลักนั้น ทุกรายได้ผ่านการประเมินความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล นอกจากนี้ บริษัทยังได้นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่าด้วย





บริษัทต่าง ๆ ทั่วโลกต่างก็ให้ความสำคัญและมุ่งมั่นดำเนินกิจการด้วยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนด้วยเช่นกัน อาทิ **บริษัท แมคโดนัลด์** มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า ผ่านวิสัยทัศน์ที่ว่า “องค์กรจะจัดหาอาหารและบรรจุภัณฑ์จากแหล่งการผลิตอย่างยั่งยืน” โดยให้ความสำคัญกับการคัดสรรหาแหล่งวัตถุดิบ การส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมกับเกษตรกรและไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้เปลี่ยนโลโก้ร้านจากพื้นสีแดงมาเป็นสีเขียวเข้ม เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการส่งเสริมโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างการรับรู้เชิงบวกของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศยุโรปอีกด้วย ทางด้าน **บริษัท ยูนิลีเวอร์** ก็ได้นำกลยุทธ์ความยั่งยืนเข้ามาใช้ในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานเช่นกัน โดยขับเคลื่อนภายใต้ 5 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ ส่งเสริมการจัดหาอย่างยั่งยืน ขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาอย่างต่อเนื่องร่วมกับคู่ค้า สร้างความตระหนักเรื่องการจัดหาอย่างยั่งยืนในกลุ่มผู้บริโภค เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงภาคการเกษตรสู่ความยั่งยืน และปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ

ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรปรับตัวเข้าสู่การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานให้เกิดความยั่งยืนอย่างจริงจังและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากแรงกระตุ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังถดถอยและผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานอันเกิดจากวิกฤตการณ์ COVID-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการยุคใหม่และกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดกลาง (SMEs) ที่นอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ปรับตัว เข้าถึงเทคโนโลยี และสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้วนั้น ยังควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการผลกระทบอื่น ๆ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม สิทธิมนุษยชน สุขอนามัย ความปลอดภัย และธรรมาภิบาล ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถศึกษาแนวทางการดำเนินงานและติดตามข้อมูลการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงองค์กรให้แข็งแกร่งและยั่งยืน ได้ที่เว็บไซต์ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (<https://www.setsustainability.com/>) และมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (<http://www.tei.or.th/th/about.php>)

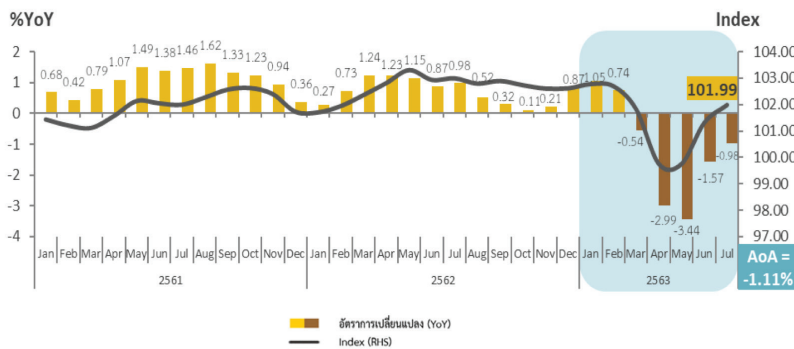
นอกจากนี้ เพื่อสนับสนุนและผลักดันให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญ และสามารถขับเคลื่อนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ภาครัฐเองจึงควรดำเนินนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง โดยอาจดำเนินการผ่านการปรับปรุงกฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายด้านสิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และบรรษัทภิบาล ที่ครอบคลุมผู้ประกอบการทุกระดับ ส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกับพื้นที่ในระดับท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรและผลกระทบเชิงพื้นที่ และร่วมกับภาคประชาสังคมในการสร้างกระบวนการกำกับสินค้าและบริการที่สร้างความไม่ยั่งยืนออกจากตลาด เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงระบบห่วงโซ่อุปทานของประเทศ โดยอาจให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีหรือการลดหย่อนสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจหลัง COVID-19 ตลอดจนเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าของสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกอีกด้วย

ภาพรวมเศรษฐกิจเดือนกรกฎาคม 2563

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนกรกฎาคม 2563

		%MoM	%YoY	%AoA
 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline CPI	0.66	-0.98	-1.11
 เวินเฟ้อพื้นฐาน	Core CPI	0.41	0.39	0.34
 ดัชนีราคาผู้ผลิต	PPI	0.6	-2.5	-2.3
 ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	CMI	0.6	-1.8	-2.8

ดัชนีราคาผู้บริโภค เทียบกับเดือนกรกฎาคม 2562 ลดลงร้อยละ 0.98



อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม

เทียบกับเดือน ก.ค. 62 (%YoY)	2563	2562	หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม
-1.87	-1.87	-1.87	หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า
-0.04	-0.04	-0.04	หมวดเคสสถาน
-0.06	-0.06	-0.06	หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล
1.17	1.17	1.17	หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร
-5.12	-5.12	-5.12	- ค่าโดยสารสาธารณะ
0.32	0.32	0.32	- น้ำมันเชื้อเพลิง
-16.09	-16.09	-16.09	- การสื่อสาร
-0.04	-0.04	-0.04	หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา
-0.21	-0.21	-0.21	หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์
-0.02	-0.02	-0.02	

อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

เทียบกับเดือน ก.ค. 62 (%YoY)	2563	2562	หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
0.55	0.55	0.55	ข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง
5.17	5.17	5.17	เนื้อสัตว์ เป็ดไก่ และสัตว์น้ำ
1.50	1.50	1.50	ไข่และผลิตภัณฑ์นม
-0.54	-0.54	-0.54	ผักและผลไม้
-5.06	-5.06	-5.06	- ผักสด
-3.91	-3.91	-3.91	- ผลไม้สด
-7.56	-7.56	-7.56	เครื่องประกอบอาหาร
3.43	3.43	3.43	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
1.63	1.63	1.63	เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์
0.57	0.57	0.57	อาหารบริโภค-ในบ้าน
0.71	0.71	0.71	อาหารบริโภค-นอกบ้าน

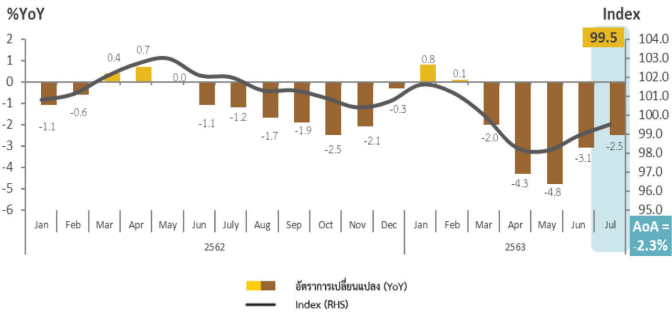
ภาพรวม สถานการณ์เศรษฐกิจเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัว หลังจากมีการทยอยผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ในหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะภาคการผลิตและบริการเริ่มดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการปรับตัวดีขึ้นของเครื่องชี้วัดด้านอุปสงค์ในประเทศ ทั้งการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการใช้จ่ายภายในประเทศ ปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์ ดัชนีราคาผู้ผลิต ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ปริมาณการจำหน่ายรถจักรยานยนต์และรถยนต์เชิงพาณิชย์ ซึ่งปัจจัยด้านอุปสงค์ในประเทศดังกล่าวส่งผลให้เงินเฟ้อในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเงินเฟ้อทั่วไปในเดือนนี้เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ลดลงร้อยละ 0.98 (YoY) (เมื่อหักอาหารสดและพลังงาน เงินเฟ้อพื้นฐานสูงขึ้นร้อยละ 0.39 (YoY)) ปรับตัวดีขึ้นเนื่องจากเดือนก่อนหน้าโดยมีสาเหตุสำคัญจาก 1) ราคาพลังงานที่เริ่มทรงตัว ส่งผลให้อัตราการหดตัวของราคาพลังงานในเดือนนี้ลดลง 2) อาหารสดกลับมาขยายตัวอีกครั้งในรอบ 3 เดือน ตามความต้องการอาหารที่เพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุน ทั้งการเปิดภาคเรียนใหม่ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่กลับมาดำเนินการได้ตามปกติ รวมทั้งการเกิดโรคระบาดสุกรในประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลให้ความต้องการสุกรในประเทศเพิ่มขึ้น 3) มาตรการลดค่าครองชีพของภาครัฐ โดยเฉพาะการลดค่าไฟฟ้า ประปา ได้สิ้นสุดลง และ 4) การจัดโปรโมชั่นด้านราคาสินค้าและบริการของผู้ประกอบการเริ่มลดน้อยลง โดยเฉพาะในหมวดอาหารบริโภคนอกบ้าน

ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนกรกฎาคม 2563 เท่ากับ 101.99 เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2562 ลดลงร้อยละ 0.98 (YoY) ตามการลดลงของสินค้าอื่น ๆ **ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม** ร้อยละ 1.87 ได้แก่ หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร ลดลงร้อยละ 5.12 จากการงดเก็บค่าผ่านทางพิเศษช่วงปลายเดือนกรกฎาคม 2563 และการปรับลดลงของราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงทุกชนิด ส่งผลให้น้ำมันเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 16.09 รวมทั้งการสื่อสาร ลดลงร้อยละ 0.04 (เครื่องรับโทรศัพท์มือถือ) หมวดเคสสถาน ลดลงร้อยละ 0.06 (ก๊าซหุงต้ม) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ลดลงร้อยละ 0.04 (เสื้อยืด/เสื้อเชิ้ตบุรุษ กางเกงขายาวเด็ก) หมวดการบันเทิงการอ่าน การศึกษา และหมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ลดลงเล็กน้อย ร้อยละ 0.21 และ 0.02 ตามลำดับ ขณะที่หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 1.17 (โพลีแลมพลา ยาสีฟัน แชมพูสระผม) และค่าโดยสารสาธารณะ สูงขึ้นร้อยละ 0.32 (ค่าโดยสารรถตู้วิ่งระหว่างจังหวัด ค่าโดยสารเครื่องบิน)

สำหรับ **หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** สูงขึ้นร้อยละ 0.55 จากการสูงขึ้นของ ข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง ร้อยละ 5.17 (ข้าวสารเหนียว) เนื้อสัตว์ เป็ดไก่ และสัตว์น้ำ ร้อยละ 1.50 (เนื้อสุกร ปลาหมึกกล้วย) เครื่องประกอบอาหาร ร้อยละ 3.43 (น้ำมันพืช มะพร้าว (ผลแห้ง/ขูด) ซอสหอยนางรม) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 1.63 (น้ำอัดลม น้ำหวาน เครื่องดื่มรสช็อกโกแลต) อาหารบริโภคในบ้านและนอกบ้าน ร้อยละ 0.57 และ ร้อยละ 0.71 ตามลำดับ (กับข้าวสำเร็จรูป ข้าวแกง/ข้าวกล่อง อาหารเข้าอาหารตะวันตก (ไก่ทอด พิซซ่า)) ขณะที่ไข่และผลิตภัณฑ์นม (ไข่ไก่ นมถั่วเหลือง) ผักและผลไม้ (พริกสด มะนาว มะเขือเทศ ส้มเขียวหวาน เงาะ มะม่วง) ราคาปรับลดลง

ดัชนีราคาผู้บริโภค เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2563 สูงขึ้นร้อยละ 0.66 (MoM) และเฉลี่ย 7 เดือน (ม.ค.- ก.ค.) ปี 2563 ลดลงร้อยละ 1.11 (AoA)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เทียบกับเดือนกรกฎาคม 2562 ลดลงร้อยละ 2.5



ลดลงจากภัยแล้ง ผลปาล์ม ความต้องการใช้เพิ่มขึ้นตามมาตรการสนับสนุนการใช้ น้ำมันไบโอดีเซล B10 สุกหร/ไม้มิซิวิต ปลาตะเพียน ปลานิล ปลาทุสดี ปลาลัง ปลาหมึกกล้วย และกุ้งแวนนาไม สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง ได้แก่ หัวมันสำปะหลังสด ยางพารา พืชผัก (มะนาว มะเขือเทศ กะหล่ำปลี) และผลไม้ (มะม่วง มังคุด ส้มเขียวหวาน)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2563 สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (MoM) และเฉลี่ย 7 เดือน (ม.ค.- ก.ค.) ปี 2563 ลดลงร้อยละ 2.3 (AoA)

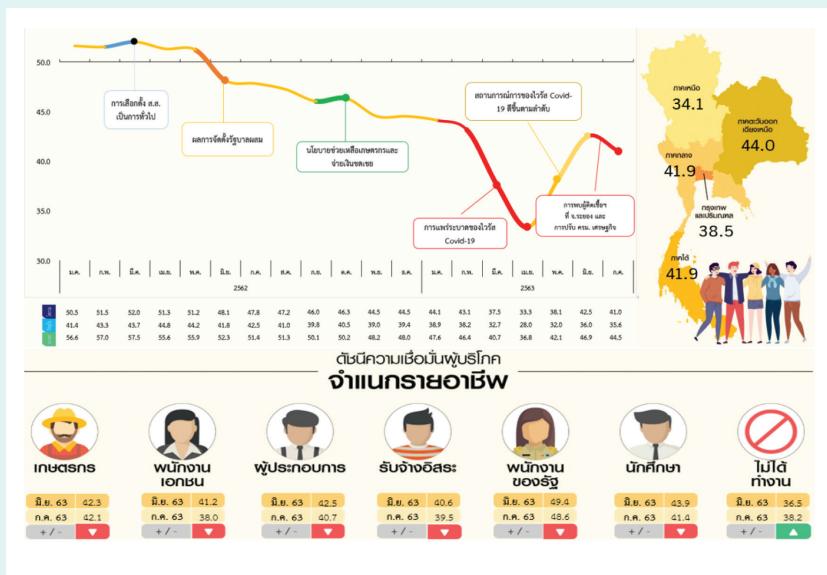
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เทียบกับเดือนกรกฎาคม 2562 ลดลงร้อยละ 1.8



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนกรกฎาคม 2563 เท่ากับ 104.7 เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2562 ลดลงร้อยละ 1.8 (YoY) ติดลบ ในอัตราที่น้อยลงต่อเนื่อง เป็นเดือนที่ 3 สอดคล้องกับการลงทุนในหมวดก่อสร้างที่ปรับตัวดีขึ้น สะท้อนได้จากปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์ที่กลับมาขยายตัวอีกครั้ง โดยหมวดเหล็ก และผลิตภัณฑ์เหล็ก ลดลงร้อยละ 8.6 (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ผิวข้ออ้อย เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ลวดเหล็ก) หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ลดลงร้อยละ 1.9 (เสาเข็มคอนกรีตอัดแรง พื้นคอนกรีตสำเร็จรูป-อัดแรง คานคอนกรีตสำเร็จรูป) ผู้ประกอบการต่างเร่งระบายสินค้าเนื่องจากสต็อกมีจำนวนมาก ขณะที่หมวดซีเมนต์ สูงขึ้นร้อยละ 0.8 (ปูนซีเมนต์ผสมและปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์) การก่อสร้างเริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ ส่งผลให้มีความต้องการใช้ปูนซีเมนต์เพิ่มขึ้น หมวดกระเบื้อง สูงขึ้นร้อยละ 1.7 (กระเบื้องแกรนิต) ปรับสูงขึ้นตามต้นทุน หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ สูงขึ้นร้อยละ 0.8 (ยางมะตอย) เนื่องจากโรงกลั่นในสิงคโปร์หยุดการผลิตในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 หมวดวัสดุฉนวนผิว สูงขึ้นร้อยละ 0.5

(สี่เกลือบน้ำมัน สีรองพื้นโลหะ และซิลิโคน) หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (ถังเก็บน้ำสแตนเลส ท่อร้อยสายไฟและสายโทรศัพท์พีวีซี) ราคาสูงขึ้นตามต้นทุน หมวดสุขภัณฑ์ สูงขึ้นร้อยละ 0.2 (โถส้วมชักโครก ที่ปัสสาวะเซรามิก) สำหรับหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2563 สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (MoM) และเฉลี่ย 7 เดือน (ม.ค.- ก.ค.) ปี 2563 ลดลงร้อยละ 2.8 (AoA)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนกรกฎาคม 2563 ปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 41.0 จากระดับ 42.5 ในเดือนก่อน จากการลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 36.0 มาอยู่ที่ระดับ 35.6 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต ลดลงจากระดับ 46.9 มาอยู่ที่ระดับ 44.5 และเป็นการลดลงในทุกภูมิภาค ซึ่งการปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนนี้ คาดว่ามีสาเหตุสำคัญจากความกังวลของประชาชนต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่อาจเกิดขึ้นอีกครั้ง แม้ประเทศไทยจะสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ดี แต่ในหลาย ๆ ประเทศยังประสบปัญหาการระบอบระลอกที่ 2 และความผันผวนทางการเมืองในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ ถึงแม้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ จะเริ่มเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว แต่ยังคงได้รับผลกระทบจากมาตรการล็อกดาวน์ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ยังคงต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม คาดว่ามาตรการต่าง ๆ ที่ภาครัฐออกมาเพื่อดูแลประชาชนและภาคธุรกิจ รวมทั้งมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว น่าจะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ในระยะต่อไป

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไป เดือนสิงหาคม 2563

จากสถานการณ์ไวรัส COVID-19 ในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น มาตรการรัฐที่เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ และราคาพลังงานที่เริ่มทรงตัว ทำให้เงินเฟ้อเดือนสิงหาคม 2563 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การระบาดระลอกใหม่ของไวรัส COVID-19 ความผันผวนของราคาพลังงานโลก และสถานการณ์เศรษฐกิจโลก ยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ไม่อาจไว้วางใจได้และยังต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ ยังคงคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อทั้งปี 2563 ที่ร้อยละ -1.5 ถึง -0.7 (ค่ากลางอยู่ที่ -1.1)

การค้าระหว่างประเทศของไทย : มิถุนายน 2563

การส่งออก

สรุปภาพรวมการส่งออกไทยในเดือนมิถุนายน 2563 มีมูลค่า 16,444.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 23.2 ขณะที่การส่งออกครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ของไทยหดตัวร้อยละ 7.1 การส่งออกไปตลาดสำคัญส่วนใหญ่ปรับตัวลดลง สอดคล้องกับแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อันเนื่องมาจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศคู่ค้าลดลง อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตลาดจีนขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ หลังสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ เช่นเดียวกับตลาดสหรัฐฯ ที่กลับมาขยายตัวตามการเร่งเปิดเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีทวีปยุโรป (ไอร์แลนด์ โปแลนด์ เดนมาร์ก) และตะวันออกกลาง (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์)

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรของไทย โดยเฉพาะสินค้าอาหารรักษาอัตราการขยายตัวได้ดี เป็นที่ต้องการของตลาดโลกในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ยังไม่คลี่คลายในหลายประเทศ เนื่องจากสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และปลอดภัย โดยสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวดีอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ไก่สดแช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ อาหารสัตว์เลี้ยง ผักและผลไม้สดแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ยังหดตัว ได้แก่ น้ำตาลทราย และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง โดยมีสาเหตุมาจากปัญหาด้านอุปทานที่ได้รับผลกระทบจากภัยแล้งและโรคใบด่างมันสำปะหลัง ทำให้ไทยมีปริมาณการส่งออกลดลง

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ที่ขยายตัวดียังคงเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work-From-Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เตาอบไมโครเวฟ ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ อุปกรณ์กีฬา ทรานซิสเตอร์ และไดโอด (โซลาร์เซลล์) และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์และถุงมือยางที่ขยายตัวอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมหลักยังคงหดตัวตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าในหลายประเทศ ซึ่งมีกำลังซื้อลดลง ได้แก่ รถยนต์ อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ที่มีการหดตัวต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคในต่างประเทศยังคงมุ่งเน้นการบริโภคสินค้าจำเป็นมากกว่าสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง ในขณะที่ความต้องการใช้น้ำมันสำเร็จรูปยังคงหดตัวตามความต้องการใช้น้ำมันที่ยังฟื้นตัวได้อย่างจำกัด และราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวต่ำกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้การส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน ได้แก่ เม็ดพลาสติก ยังคงหดตัวตามทิศทางน้ำมันและภาวะเศรษฐกิจโลก

แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี 2563

การส่งออกของไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 ยังคงมีความท้าทาย โดยมีปัจจัยกดดันการส่งออก ได้แก่ การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลต่อกำลังซื้อที่ลดลงของประชาชนอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าหลายประเทศในเอเชียจะเริ่มฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดแล้วก็ตาม แต่ยังคงมีความเสี่ยงที่จะเกิดการล็อกดาวน์จากการแพร่ระบาดรอบสอง ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ สหรัฐฯ-จีน และจีน-อินเดีย สร้างความไม่แน่นอนต่อนโยบายการค้าและเศรษฐกิจโลก และการแข็งค่าของเงินบาท ส่งผลต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านราคา

ในขณะที่ปัจจัยสนับสนุนการส่งออก ได้แก่ การขนส่งสินค้าได้หลายช่องทางมากขึ้น โดยเฉพาะการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน โดยไทยและประเทศเพื่อนบ้านต่างเริ่มผ่อนคลายเปิดจุดผ่านแดนสำคัญ ๆ ให้สามารถทำการขนส่งสินค้าได้หลายช่องทางมากขึ้น ซึ่งขณะนี้อาจขนส่งสินค้าชายแดนผ่านจุดผ่านแดนถาวรระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านกลับมาดำเนินการได้เกือบทั้งหมดแล้ว และ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ภาครัฐออกอย่างต่อเนื่อง จะช่วยกระตุ้นให้การใช้จ่ายของประชาชนฟื้นตัว ทั้งนี้ คาดว่าการส่งออกไปจีนจะยังคงสามารถขยายตัวได้ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ และการควบคุมการแพร่ระบาดได้ดี ในขณะที่เดียวกันตลาดสหรัฐฯ กลับมาขยายตัวตามการเร่งเปิดเศรษฐกิจ

สำหรับการส่งเสริมการส่งออกในช่วงครึ่งหลังของปี 2563 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ได้สั่งการให้เร่งช่วยเหลือผู้ประกอบการเอสเอ็มอี (SMEs) โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs (SMEs PRO-ACTIVE PROGRAM) เพื่อสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและบริการในต่างประเทศ รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายทางธุรกิจ ในต่างประเทศ ซึ่งโครงการฯ ยังเปิดรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการจนถึงเดือนเมษายน 2564 คาดว่าจะสามารถช่วยเหลือและสร้างความเข้มแข็งในด้านการส่งออกให้กับผู้ประกอบการ SMEs ที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ได้อีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากมาตรการส่งเสริมปกติของกระทรวงพาณิชย์

สินค้าส่งออกที่ยังขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (+4.6%) ผลิตภัณฑ์ยาง (+10.5%) และแผงวงจรไฟฟ้า (+7.3%) **สินค้าส่งออก**

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	มิ.ย. 2563 Jun 2020	ม.ค. - มิ.ย. 2563 Jan-Jun 2020
มูลค่าการส่งออก (Export value)	16,444.3 -23.2 %	114,343.0 -7.1 %
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	14,833.9 -18.1 %	103,642.0 -12.6 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+1,610.4	+10,701.0

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 63

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
					(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,625.4	4.6	9.9	สหรัฐฯ	2,798.3	14.5	17.0
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,364.0	-43.2	8.3	จีน	2,374.7	12.0	14.4
ผลิตภัณฑ์ยาง	946.9	10.5	5.7	ญี่ปุ่น	1,639.0	-21.6	10.0
เม็ดพลาสติก	630.0	-15.0	3.8	ฮ่องกง	823.7	-32.3	5.0
แผงวงจรไฟฟ้า	580.3	7.3	3.5	เวียดนาม	319.3	-15.1	5.0

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 63

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
					(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,297.7	-2.5	8.8	จีน	4,042.9	0.0	27.3
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,292.4	-19.7	8.7	ญี่ปุ่น	1,805.5	-33.3	12.2
น้ำมันดิบ	1,072.4	-20.8	8.7	สหรัฐฯ	960.2	-8.1	6.5
เคมีภัณฑ์	1,049.3	-15.3	7.1	มาเลเซีย	894.3	-10.9	6.0
แผงวงจรไฟฟ้า	884.7	4.3	6.0	ไต้หวัน	545.6	-11.0	3.7

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	เม.ย. 63	พ.ค. 63	มิ.ย. 63	มิ.ย. 63	ดัชนี มิ.ย. 63
ส่งออก	-0.6	0.0	0.7	-1.5	99.6
นำเข้า	-2.6	+2.1	2.0	-2.8	90.5

ที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (-43.2%) เม็ดพลาสติก (-15.0%) ตลาดส่งออกที่ยังขยายตัว คือ ตลาดสหรัฐฯ (+14.5%) จีน (+12.0%) ตลาดส่งออกที่หดตัว ได้แก่ ญี่ปุ่น (-21.6%) ฮ่องกง (-32.3%) และเวียดนาม (-15.1%)

การนำเข้า เดือนมิถุนายน 2563 การนำเข้า มีมูลค่า 14,833.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 18.1 สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (-2.5%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-19.7%) น้ำมันดิบ (-20.8%) และเคมีภัณฑ์ (-15.3%) สินค้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า (+4.3%) แหล่งนำเข้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ญี่ปุ่น (-33.3%) สหรัฐฯ (-8.1%) มาเลเซีย (-10.9%) และไต้หวัน (-11.0%) ในขณะที่จีนมีการนำเข้าทรงตัว

ดุลการค้า

เดือนมิถุนายน 2563 ดุลการค้าเกินดุล มูลค่า 1,610.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

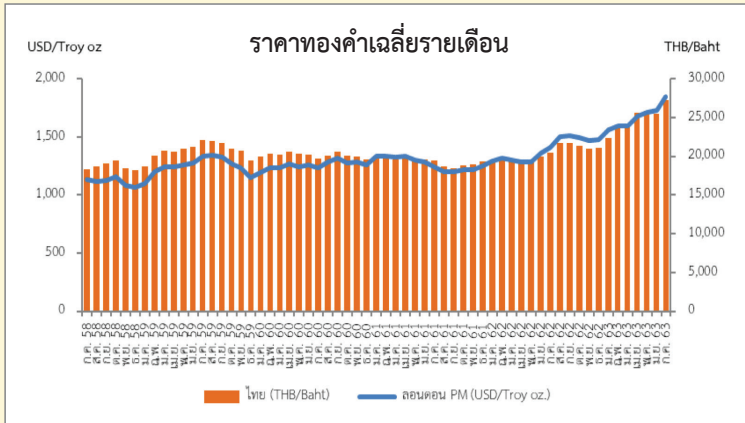
ดัชนีราคาสินค้าส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคาส่งออก เดือนมิถุนายน 2563 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ลดลงร้อยละ 1.5 (YoY) หดตัวน้อยลงเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน สะท้อนถึงการหดตัวผ่านจุดต่ำสุดแล้วและเริ่มมีการฟื้นตัวต่อเนื่อง ปัจจัยหลักเป็นผลจากราคาน้ำมันดิบโลกทยอยปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนก่อนหน้า ตามการปรับลดกำลังการผลิต รวมถึงความต้องการใช้น้ำมันมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น หลังจากที่หลายประเทศเริ่มผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ลง ส่งผลให้หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 29.0 และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 0.8 ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำมันดิบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเม็ดพลาสติก ขณะที่หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร และหมวดสินค้าเกษตรกรรม ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 1.7 และ 0.6 ตามลำดับ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย ข้าว และไก่สด แช่เย็นแช่แข็ง และแปรรูป ซึ่งเป็นไปตามความต้องการบริโภคสินค้าประเภทอาหารและต้นทุนราคาวัตถุดิบทางการเกษตรเพิ่มขึ้น รวมถึงผลของต้นทุนค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าปรับตัวสูงขึ้นมาก

ดัชนีราคานำเข้า เดือนมิถุนายน 2563 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ลดลงร้อยละ 2.8 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าลดลง ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิงเป็นหลัก ลดลงร้อยละ 24.2 แต่ยังคงหดตัวน้อยกว่าเดือนก่อน ได้แก่ น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป และก๊าซธรรมชาติปิโตรเลียม หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ลดลงร้อยละ 0.1 ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ และรถจักรยานยนต์ ขณะที่หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค สูงขึ้นร้อยละ 1.9 ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เครื่องประดับ อัญมณี ผัก ผลไม้ และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป สูงขึ้นร้อยละ 1.4 ได้แก่ ทองคำ อุปกรณ์ส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และหมวดสินค้าทุน สูงขึ้นร้อยละ 0.9 ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องมือ เครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ฯ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

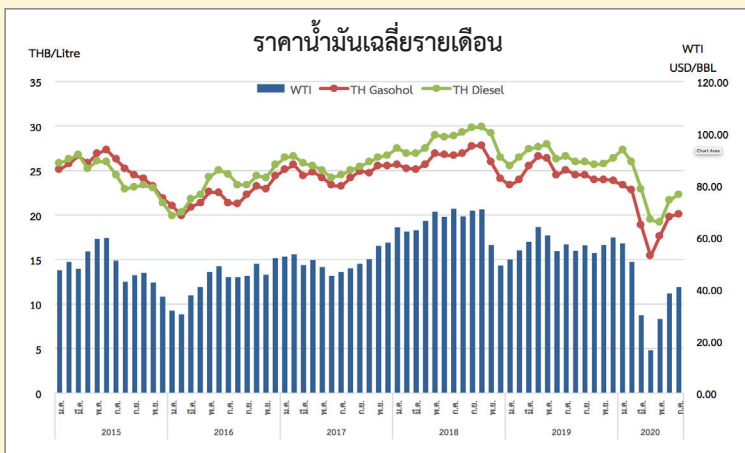
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

กรกฎาคม 2563



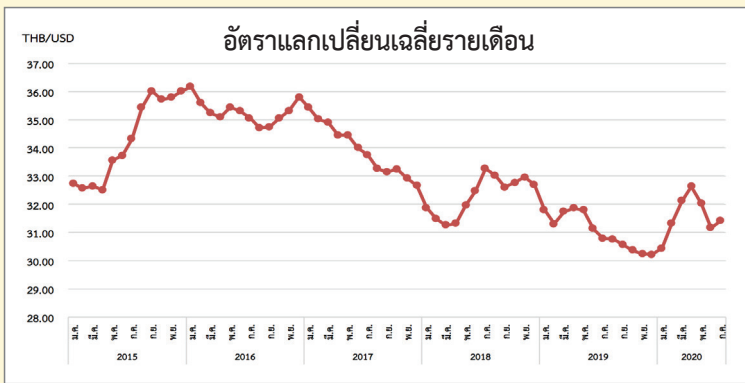
ราคาทองคำ

ราคาทองคำทำสถิติใหม่สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ราคาทองคำในประเทศเดือนกรกฎาคม เฉลี่ยอยู่ที่ 27,245.65 บาท ขยายตัวร้อยละ 6.80 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ขณะที่ราคาทองคำในตลาดโลก เฉลี่ยอยู่ที่ 1,843.31 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทรอยออนซ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.41 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน ปัจจัยหลักมาจากยอดผู้ติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หลายประเทศยังไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ ปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ของสหรัฐ-จีน ที่ส่งสัญญาณตึงเครียดรอบใหม่ ดอกเบี้ยทั่วโลกอยู่ในระดับต่ำ บ้านทองเศรษฐกิจโลกที่ต้องใช้เวลายาวนานในการฟื้นตัว คาดการณ์ว่าราคาทองคำในตลาดโลกในไตรมาสสามของปี 2563 จะปรับตัวอยู่ที่ 1,780 - 1,990 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทรอยออนซ์



ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนกรกฎาคม 2563 ปรับตัวสูงขึ้น โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 40.75 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล สูงขึ้นร้อยละ 6.40 จากเดือนก่อนหน้า แต่เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนลดลงร้อยละ 28.96 โดยราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้นจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะภาคการผลิตและบริการ เริ่มดำเนินการได้ต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ประกอบกับการลดกำลังการผลิตของกลุ่มโอเปกและประเทศพันธมิตร ส่งผลให้ปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ และทั่วโลกปรับลดลง จากการรายงานปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ของสำนักงานสารสนเทศด้านพลังงานสหรัฐฯ (EIA) ที่ปรับลดลง 10.6 ล้านบาร์เรล ซึ่งลดลงมากกว่าที่นักวิเคราะห์คาดการณ์ว่าจะลดลงเพียง 1.2 ล้านบาร์เรล สำหรับราคาน้ำมันแก๊สโซลลินเดือนนี้ อยู่ที่ 20.14 บาท/ลิตร สูงขึ้นร้อยละ 1.51 จากเดือนก่อนหน้า ราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 22.32 บาท/ลิตร สูงขึ้นร้อยละ 3.09 จากเดือนก่อนหน้า



อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนกรกฎาคม 2563 เฉลี่ยอยู่ที่ 31.42 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนอ่อนค่าลงร้อยละ 2.03 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า อ่อนค่าลงร้อยละ 0.84 โดยสาเหตุการอ่อนค่าของเงินบาทในเดือนนี้ มาจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ ความผันผวนทางการเมืองและความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 ระลอกสองในประเทศ รวมถึงความกังวลต่อจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ยังมีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และความไม่แน่นอนของความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ และจีน ทำให้นักลงทุนซื้อเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ในฐานะสกุลเงินปลอดภัย ส่งผลให้ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯแข็งค่า

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) เดือนกรกฎาคม 2563 ปรับตัวลดลงจากเดือนมิถุนายน 2563 จากราคา 1,490.71 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,385.00 บาท/100 กิโลกรัม และจาก 3,207.86 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 3,015.00 บาท/100 กิโลกรัม ตามลำดับ ราคาข้าวปรับตัวลดลงเป็นผลจากการที่ประเทศคู่แข่งกลับมาส่งออกได้ตามปกติหลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มคลี่คลาย และราคาข้าวของคู่แข่งที่ต่ำกว่า ส่งผลกระทบต่อความต้องการข้าวไทย

ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	มิ.ย. 63	ก.ค. 63	%Δ(MOM)	ก.ค. 62	ก.ค. 63	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,490.71	1,385.00	-7.09	1,131.00	1,385.00	22.46
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,207.86	3,015.00	-6.01	3,233.00	3,015.00	-6.74
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		46.98	48.07	2.32	56.02	48.07	-14.19
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		39.15	39.96	2.07	46.29	39.96	-13.67
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,732.22	1,843.31	6.41	1,412.98	1,843.31	30.46
ไทย (THB/Baht)		25,511.36	27,245.65	6.80	20,514.29	27,245.65	32.81
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		38.30	40.75	6.40	57.36	40.75	-28.96
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		31.16	31.42	0.84	30.79	31.42	2.03

ยางพารา

ราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 และราคาขายยางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนกรกฎาคม 2563 เฉลี่ยอยู่ที่ กิโลกรัมละ 48.07 บาท และ 39.96 บาท ตามลำดับ ราคาขายปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าคิดเป็นร้อยละ 2.32 และ 2.07 ตามลำดับ ราคาขายปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากได้รับปัจจัยหนุนจากความต้องการผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปริมาณยางเข้าสู่ตลาดลดลงเนื่องจากมีฝนตกในบริเวณพื้นที่เพาะปลูกยางพาราหลายพื้นที่ 📈

ดาราสาคอร์ : คู่แข่งหรือพันธมิตร

จีนมุ่งมั่นผลักดันเขตเศรษฐกิจพิเศษและเมืองท่า “ดาราสาคอร์” เป็นเมืองท่าใหญ่ที่สุดของกัมพูชาและเขตแดนสู่ท่าเรือใหญ่ที่สุดในอาเซียน ความเคลื่อนไหวดังกล่าวจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคตหรือไม่ เป็นสิ่งที่นักวิชาการหลายฝ่ายตั้งข้อสงสัย

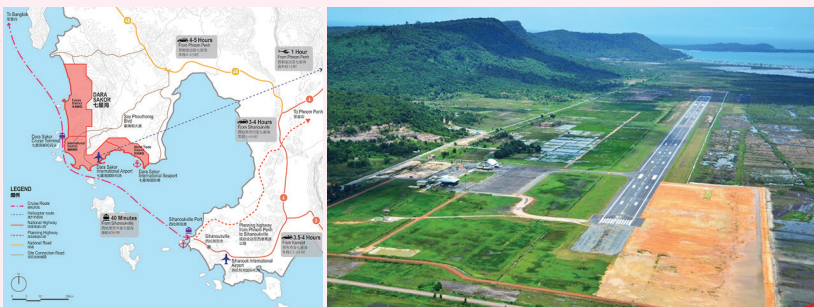
โครงการดาราสาคอร์ (Dara Sakor) ตั้งอยู่ในจังหวัดเกาะกงบนเส้นทางเลียบชายฝั่งทะเลของกัมพูชาระหว่างชายแดนไทย-กัมพูชาและสิหนิวิลล์ (เมืองท่าหลักดั้งเดิมของกัมพูชา) โดยห่างจากชายแดนไทยและสิหนิวิลล์ประมาณ 150 กม. ทั้งนี้ รัฐบาลกัมพูชาได้ลงนามในข้อตกลงการพัฒนากับ Union Development Group (UDG) ของจีน เมื่อปี 2551 เพื่อสร้างโครงการเขตทดลองการพัฒนาแบบบูรณาการระหว่างจีนกับกัมพูชา (Cambodia – China Comprehensive Investment and Development Pilot Zone) (Cr. สศต. พนมเปญ)

โครงการนี้เงินได้รับสัมปทานจากรัฐบาลกัมพูชาเป็นเวลา 99 ปี บนพื้นที่ 270,000 ไร่ มีแนวชายฝั่งทะเลคิดเป็นร้อยละ 20 ของแนวชายฝั่งทะเลทั้งหมดของกัมพูชา โดยมีแผนการพัฒนาพื้นที่ในระยะยาว 25-30 ปี หากแล้วเสร็จภายในโครงการจะประกอบด้วย สาธารณูปโภคครบครัน ทั้งโครงข่ายถนน สนามบินขนาดใหญ่ที่รองรับเครื่องบินขนาด A380 ท่าเรือน้ำลึกสำหรับจอดเรือสำราญ โรงแรม โรงพยาบาล สนามกอล์ฟ และคาสิโน โดยมุ่งให้เป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์และการขนส่งหลายมิติที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกโครงการที่น่าสนใจ คือ **โครงการเมืองอุตสาหกรรม Intelligent Industrial Park และ Commercial Area และ Future District**

ล่าสุด เมื่อเดือนกรกฎาคม 2563 ทั้งสองฝ่ายได้เตรียมลงนามข้อตกลงเขตการค้าเสรีกัมพูชา-จีน (Cambodia-China FTA) เพื่อขยายการค้า การลงทุน และธุรกิจบริการระหว่างกัน ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนดาราสาคอร์ให้เติบโตเร็วขึ้น โดยประโยชน์ที่ทั้งสองฝ่ายจะได้รับ เช่น

1. Hot spot การท่องเที่ยว โครงการ Dara Sakor เป็นโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนฮ่องกงแห่งที่ 2 โดย UDG ได้วางยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้ Dara Sakor เป็น 1) ศูนย์กลางการท่องเที่ยว 2) ศูนย์ Medical Centre รองรับกลุ่มคนรักสุขภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเศรษฐกิจจีน 3) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 4) ศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก

2. ด้านความมั่นคง แม้ว่าโครงการ Dara Sakor จะเน้นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลขนาดใหญ่แห่งแรกของกัมพูชา แต่หลายหน่วยงานกลับมองว่าจำนวนประมาณการผู้ค้าในโครงการและนักท่องเที่ยวมีไม่มากพอเมื่อเทียบกับขนาดโครงการ ขณะที่สนามบินและท่าเรือภายใต้โครงการมีวาระซ่อนเร้นในการเป็นฐานทัพแห่งใหม่ของจีน ซึ่งหากมองในมุมของความมั่นคงและทางการทหารแล้วเป็นเรื่องที่ยังต้องจับตามองอย่างใกล้ชิด



ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

• **โครงการ Dara Sakor เป็นคู่แข่งหรือพันธมิตร** โครงการนี้อาจถือได้ว่าเป็นคู่แข่งในการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของไทย แต่หากมองในอีกแง่หนึ่งจะเป็นการพัฒนาร่วมกัน ใช้ประโยชน์และจุดเด่นของแต่ละโครงการมีอยู่เพื่อดึงดูดให้เข้ามาลงทุนในภูมิภาคร่วมกัน ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสที่ดีและถือเป็น win-win situation ต่อทั้งสองฝ่ายได้ สำหรับผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะในภาคการก่อสร้าง ธุรกิจท่องเที่ยว การแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหาร โรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจด้านโลจิสติกส์ที่ต้องการจะขยายธุรกิจเข้าไปในโครงการ Dara Sakor เชื่อมต่อไปยังเขตอุตสาหกรรมในฝั่งอันของเวียดนามเพื่อเชื่อมต่อระบบ Supply Chain เข้าด้วยกัน ถือว่าเป็นโอกาสมากกว่าการเป็นคู่แข่ง และอาจจะส่งผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจของกัมพูชาและประเทศในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างมากในอนาคต

• **โอกาสของ Supply Chain ไทย** แม้ว่ากัมพูชาจะมีความพร้อมในด้านแรงงานราคาถูก แต่ห่วงโซ่อุปทานก็ยังมีน้อย ทำให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบและกึ่งวัตถุดิบจากต่างประเทศรวมทั้งไทย



อาทิเช่น ผ้าฝ้าย ยางแผ่น และหนังสัตว์ ส่วนอาหารเพื่อการท่องเที่ยวที่ต้องการอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหารยังขาดแคลน ในกัมพูชา ขณะที่เมืองคู่แข่งของดาราสาคอร์ มีความเป็นไปได้สูงที่หัวเหวจะใช้เมืองนี้เป็นฐานกระจายตลาดอาเซียนซึ่งก็จะเป็นโอกาสของ Supply Chain ไทยเช่นกัน

• **เชื่อมโยงท่องเที่ยวไทย-กัมพูชา** การที่ UDG มีแผนให้ Dara Sakor เป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกนั้น ทำให้จังหวัดเกาะกงที่มีชายแดนติดกับไทยและเป็นที่ตั้งของดาราสาคอร์ สามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ ถึงชายแดนเพียง 6 ชั่วโมงเท่านั้น ซึ่งถือเป็นโอกาสของนักลงทุนไทยที่จะเข้ามาลงทุนขยายกิจการทั้งธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจทัวร์ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

• **บูรณาการท่องเที่ยวทางทะเล** ผู้ประกอบการไทยในจังหวัดใกล้เคียง เช่น ตราด ระยอง และจันทบุรี อาจจะใช้โอกาสนี้ในการเข้ามาลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาและส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกันให้เป็นในรูปแบบของ Two/Three Countries One Destination เพื่อเชื่อมสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลและวัฒนธรรมของไทย กัมพูชาและอาจรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเลในฝั่งตะวันออกของไทยได้ในอนาคต

• **บทเรียนจากศรีลังกา** การพึ่งพาเงินมากเกินไปอาจก่อให้เกิดปัญหาภัยคุกคามมา ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นกับประเทศศรีลังกาที่กำลังต้องการยกเลิกสัญญาที่รัฐบาลชุดก่อนทำร่วมกับจีนในการเช่าท่าเรือแฮมบันโตตาทางใต้ของประเทศเป็นเวลา 99 ปี ด้วยเหตุผลที่ต้องการรักษาผลประโยชน์ของชาติ

• **FTA จีน-กัมพูชามีความไม่สมดุลในหลายด้าน** โดยจะเห็นได้ว่าสินค้าหลักของกัมพูชาเป็นสินค้าเกษตรพื้นฐาน ขณะที่จีนมีความเข้มแข็งทั้งด้านสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรแปรรูป “ดาราสาคอร์” น่าจะเป็นประโยชน์กับจีนมากกว่ากัมพูชา เนื่องจากความพร้อมในการรับการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีซึ่งมีจำกัด อีกทั้งอุตสาหกรรมก็ยังเป็นขั้นพื้นฐาน เช่น เสื้อผ้า และรองเท้า ขณะที่ทักษะแรงงานและแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญสูงมีจำกัด การเข้าไปลงทุนของต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นจีน อย่างไรก็ตาม FTA นี้ น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปลงทุนในกัมพูชาเพื่อใช้กัมพูชาเป็นประตูสู่ตลาดจีน

• **ไทยจะเป็นจุดเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญในภูมิภาค** การที่สหรัฐฯ กำลังผลักดันอินเดียเป็นโรงงานของโลกแห่งใหม่แทนที่จีน การเคลื่อนย้ายการลงทุนของจีนสู่อาเซียนโดยเฉพาะจีน รวมทั้งการย้ายฐานการลงทุนของญี่ปุ่นจากจีนมาอาเซียนจะเป็นโอกาสดีสำหรับไทยในการเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาค

• **การพัฒนาเมืองใหม่ขนาดใหญ่ต้องการ supply ปัจจัยหลายอย่าง** จะเป็นโอกาสให้สินค้าและบริการของไทยหลายด้าน เช่น การก่อสร้าง/วัสดุก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์/ของตกแต่งบ้าน ยานยนต์ โรงพยาบาล สนามกอล์ฟ เนื่องจากกัมพูชายังขาดแคลนสิ่งเหล่านี้

ภาพประกอบ : www.mcc.sg, <https://construction-property.com>



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

☎ 02-507-7890, 02-507-7895 | www.tpsoc.go.th

