

วารสาร
สนค. ปีที่ 11 ฉบับที่ 121
สิงหาคม 2564

Trade Policy and Strategy Office

TPSO Journal

APEC THAILAND 2022



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

SPECIAL TALK
APEC กับโจทย์ใหญ่
ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ



พลิกผันการพลิกฟื้น เศรษฐกิจด้วย

การอำนวยความสะดวก
ทางการค้า



ภาวะการค้า

ระหว่างประเทศของไทย :
มิถุนายน 2564



พาณิชย์ติดปีก MSMEs

ผู้ค้าออนไลน์ยกระดับการค้าไทย
และอาเซียน

แม้สถานการณ์ในประเทศไทยและเศรษฐกิจการค้าจะยังไม่กลับสู่ภาวะปกติ แต่การจัดประชุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรือที่เราคุ้นเคยกันในชื่อเรียก “เอเปค” ยังคงต้องเดินทางต่อไป โดยประเทศไทยได้มีโอกาสเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมที่จะเกิดขึ้นในปี 2565 นี้

การจัดการประชุมเอเปคมีหลายโจทย์ที่จะต้องขับเคลื่อนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมไปถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงถือได้ว่าเป็นความท้าทายอย่างมากในการขับเคลื่อนและผลักดันเศรษฐกิจการค้า และใน TPSO Journal ฉบับนี้จึงได้มีเตรียมประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับ APEC มาฝากท่านผู้อ่านอย่างจุใจในคอลัมน์ Special Talk และ Special Report

นอกจากนั้น...กองบรรณาธิการฯ ขอให้ท่านดูแลสุขภาพตัวท่านเองภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยังคงน่าเป็นห่วงและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจชะลอตัว ขอให้ท่านผ่านพ้นอุปสรรคนี้ไปได้ เราจะสู้ไปด้วยกันนะค่ะ “No-one is safe until everyone is safe”

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 SPECIAL TALK**
APEC กับโจทย์ใหญ่ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ
- 04 SPECIAL REPORT**
 - พลิกผันการพลิกฟื้นเศรษฐกิจด้วย “การอำนวยความสะดวกทางการค้า”
 - MSMEs กับผู้ประกอบการสตรี กุญแจสำคัญสู่ความเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทั่วถึงและยั่งยืน
- 08 ECONOMIC INDICATORS**
ภาพรวมเศรษฐกิจ : กรกฎาคม 2564
- 10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS**
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : มิถุนายน 2564
- 11 COMMODITIES & FX**
สถานการณ์ราคากองค้า ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : กรกฎาคม 2564
- 12 GLOBAL NEWS**
พาณิชย์ติดปีก MSMEs สู่ค้าออนไลน์ ยกระดับการค้าไทยและอาเซียน



GETTING AROUND

WITH TPSO

ฉบับที่ 121

สนค.

เสริมแกร่งวิสาหกิจและเดินหน้าจัดงาน

CLMVT+ Forum2021

เมื่อช่วงต้นเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้เป็นประธานการอบรมออนไลน์เชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนน่านมอส์” จังหวัดน่าน ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพการค้าและบริการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก การอบรมครั้งนี้มีข้อสรุปว่า การพัฒนาแบรนด์ถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจชุมชน ควรสื่อสารอย่างมีสไตล์ สิ่งมีชีวิตเอกลักษณ์ของชุมชน มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และต้องวางแผนการตลาดให้ครอบคลุมทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์



CLMVT+ Forum2021

ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน CLMVT



นอกจากนี้ สนค. ขอเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมงานสัมมนาระดมความเห็นและสร้างเครือข่าย (รูปแบบออนไลน์) ในหัวข้อ “CLMVT+ Forum 2021: Accelerating a Resilient Recovery” ระหว่างวันที่ 24 - 26 สิงหาคม 2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการกลุ่ม CLMVT ให้สามารถปรับการค้าเนินธุรกิจเข้าสู่วิถี New Normal ได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น ทั้งนี้ สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ผ่าน QR Code หรือ โทรศัพท์ 092-520-9121 หรือ bowornluk.t@boliger-company.com

APEC

Asia-Pacific Economic Cooperation

★ ภารกิจใหญ่ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ★



ในปี 2565 ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพการประชุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ครั้งแรกในรอบ 20 ปี ซึ่งไทยมี 3 ภารกิจใหญ่ในการขับเคลื่อนเอเปคคืออยู่ ได้แก่ 1) การฟื้นฟูความเชื่อมโยง โดยเฉพาะการเดินทางและการท่องเที่ยว 2) การอำนวยความสะดวกการค้าและการลงทุน และ 3) การส่งเสริมการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนและครอบคลุม อันเป็นประเด็นที่มีความท้าทายต่อทั้งไทยและสมาชิกเอเปคทุกเขตเศรษฐกิจ เป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลก และวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 2019 (COVID-19)

การฟื้นฟูความเชื่อมโยงการเดินทางและการท่องเที่ยว จึงนับเป็นภารกิจใหญ่สำหรับเศรษฐกิจของไทย และอีกหลายเขตเศรษฐกิจในเอเปค ซึ่งข้อมูลของ OECD ระบุว่า การเดินทางของผู้โดยสารระหว่างประเทศลดลงถึงประมาณร้อยละ 75 ในปี 2563 ในขณะที่การท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงราวร้อยละ 80

การฟื้นฟูความเชื่อมโยงการเดินทางและท่องเที่ยวภายในภูมิภาค จึงต้องอาศัยความร่วมมือในทุกรูปแบบ ตั้งแต่ระดับนโยบาย อันเห็นได้จากแถลงการณ์รัฐมนตรีการค้าเอเปค ที่ให้ความสำคัญกับการเปิดพรมแดนประเทศอย่างปลอดภัย ซึ่งมีการดำเนินการผ่านคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของเอเปค โดยมียุทธศาสตร์ 5 ปี (2563-2567) ครอบคลุมประเด็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มขีดความสามารถในธุรกิจท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ เอเปคได้สนับสนุนนวัตกรรมการฟื้นฟูการเชื่อมโยงการเดินทางและการท่องเที่ยว ผ่านการประกวด “APEC App Challenge 2021” โดยโจทย์การแข่งขันครั้งนี้ได้ให้นักพัฒนาออกแบบซอฟต์แวร์จากทั่วทั้งภูมิภาคสร้างเครื่องมือที่สามารถฟื้นฟูการท่องเที่ยวและส่งเสริมสภาพแวดล้อมการเดินทางที่ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการกลับมาเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง ภายใต้หัวข้อ “Pursuing Innovation and a Digitally Enabled Recovery”

การดำเนินงานทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งในความพยายามของเอเปคที่จะฟื้นฟูความเชื่อมโยงการท่องเที่ยว โดยไทยในฐานะผู้จัดการประชุมเอเปคปี 2565 จึงต้องพิจารณาถึงแนวทางการดำเนินการต่อไป โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ของภูมิภาคให้เป็นประโยชน์

3 ภารกิจใหญ่ในการขับเคลื่อนเอเปค



1 การฟื้นฟูความเชื่อมโยง โดยเฉพาะการเดินทางและการท่องเที่ยว



2 การอำนวยความสะดวกการค้าและการลงทุน



3 การส่งเสริมการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนและครอบคลุม



“ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจจะต้องใช้เวลา และความพยายามอีกมาก แต่เทคโนโลยี การเรียนรู้ที่จะเปลี่ยนแปลง และความร่วมมือกัน จะสามารถช่วยให้เศรษฐกิจของเอเปคกลับมาเข้มแข็งได้อีกครั้ง ”



ผลักดันการพลิกฟื้นเศรษฐกิจด้วย “การอำนวยความสะดวกทางการค้า”

ในวาระที่ไทยจะเป็นเจ้าภาพการประชุมเอเปค ในปี 2565 ซึ่งจะต้องผลักดันประเด็นต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคและเศรษฐกิจโลก ตลอดจนส่งเสริมให้สมาชิกสามารถรับมือกับความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งประเด็นหนึ่งที่เป็นหัวใจของการช่วยฟื้นฟูและขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภูมิภาคให้ขยายตัวได้นั้น คือ การอำนวยความสะดวกทางการค้า ซึ่งหมายถึงการลดขั้นตอนในการนำเข้าและส่งออก เพื่อให้สามารถส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด

เอเปคและการอำนวยความสะดวกทางการค้า



ข้อริเริ่มเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกทางการค้าของเอเปคเริ่มต้นในปี 2537 เมื่อเอเปคได้ออกแถลงการณ์เกี่ยวกับเป้าหมายโบกอร์ (Bogor Goals) กำหนดเป้าหมายให้เอเปคเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในภูมิภาคภายในปี 2553 สำหรับสมาชิกที่พัฒนาแล้ว และ 2563 สำหรับสมาชิกกำลังพัฒนา ได้จัดทำ **Trade Facilitation Action Plan (TFAP)** เพื่อตั้งเป้าในการลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการค้าร้อยละ 5 ระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2549

☆ หลักการอำนวยความสะดวกทางการค้า 5 ข้อ

1



ความโปร่งใส และการร่วมมือกันในการลดขั้นตอนทางการค้า

2



การปรับขั้นตอนและกฎระเบียบทางการค้าที่ปฏิบัติได้ และมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการลดต้นทุนในการทำธุรกรรม SMEs

3



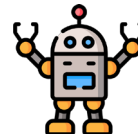
การไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ และในแต่ละสินค้าและบริการ

4



การจัดทำและปรับประสานมาตรฐานและการยอมรับ

5



การปรับแนวทางการค้าให้ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีใหม่

ในปี 2548 ได้ปรับปรุงการจัดทำ TFAP II เพื่อลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการค้า ต่อมาได้จัดทำ Supply Chain Connectivity Framework Action Plan (SCFAP) เพื่อแก้ไขอุปสรรคสำคัญทางการค้าเพิ่มเติม และในปัจจุบันการส่งเสริมการอำนวยความสะดวกทางการค้าของเอเปคมีความคืบหน้าไปมาก โดยลดการใช้ภาษีจากร้อยละ 17 เหลือเพียงร้อยละ 5 ทั้งนี้สมาชิกเอเปคทั้งหมดได้รับรอง WTO Trade Facilitation Agreement รวมทั้งสามารถลดต้นทุนในการนำเข้าและส่งออกได้ผ่านระบบ Single Window (SW) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข้ามพรมแดน

การสิ้นสุดลงของเป้าหมายโบกอร์ในปี 2563 ทำให้เอเปคต้องนำ "วิสัยทัศน์ปุตราจาયાของเอเปค ค.ศ. 2040" (Putrajaya Vision 2040) ซึ่งผู้นำเอเปคได้รับรองเมื่อปี 2563 ที่ประเทศมาเลเซีย มาใช้ขับเคลื่อนทิศทางการร่วมมือต่อไป โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกคนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น เพื่อความมั่นคงของประชาชนรุ่นต่อไป ตลอดจนยกระดับมาตรฐานการค้าและการลงทุน สนับสนุนความเชื่อมโยงแบบไร้รอยต่อเกิดห่วงโซ่คุณค่าที่มีความยืดหยุ่นในภูมิภาค และการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ



ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทของไทยในการส่งเสริมการอำนวยความสะดวกทางการค้าในกรอบเอเปค

ไทยควรสานต่อการเป็นเจ้าภาพเอเปคด้วยการให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกทางการค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการ

อำนวยความสะดวกทางการค้าให้มากขึ้น และขับเคลื่อนการค้าไปสู่การค้าดิจิทัล เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ลดต้นทุนในการค้า เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและเอกสารทางการค้าต่าง ๆ ที่สะดวกรวดเร็ว เกิดความโปร่งใสและมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ SMEs ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งไทยอาจผลักดันให้สมาชิกเอเปคมีส่วนร่วมในข้อตกลงในการอำนวยความสะดวกการค้า เช่น [Framework Agreement on Facilitation of Cross-Border Paperless Trade in Asia and the Pacific](#)

นอกจากนี้ ไทยควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกเขตเศรษฐกิจในระบบการค้าพหุภาคี ผลักดันการลดการใช้มาตรการทางภาษีในสินค้าที่ยังมีอัตราภาษีสูง แสวงหาแนวทางรับมือกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีภาษีที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และสนับสนุนการดำเนินการอย่างเหมาะสมของสมาชิกไปสู่ FTAAP เพื่อให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ปุตราจายาในปี พ.ศ. 2583



MSMEs และผู้ประกอบการสตรี

กุญแจสำคัญสู่ความเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทั่วถึงและยั่งยืน



ในปี 2562 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (Micro, Small and Medium Enterprises: MSMEs) รวมกันทั้งสิ้นมากกว่า 3 ล้านราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.53 ของวิสาหกิจทั้งหมด และก่อให้เกิดการจ้างงานมากถึงร้อยละ 69.48 ของการจ้างงานในประเทศ โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยส่วนมากเป็นผู้ประกอบการสตรี

MSMEs ประเทศไทย ปี 2562

มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (Micro, Small and Medium Enterprises: MSMEs)

> 3,000,000 ราย

คิดเป็นสัดส่วน

99.53% ของวิสาหกิจทั้งหมด

การจ้างงานของวิสาหกิจทั่วประเทศ

69.48%

วิสาหกิจรายย่อย ส่วนมากเป็น ผู้ประกอบการสตรี



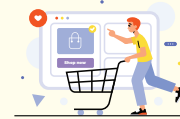
อย่างไรก็ตามพบว่า การส่งออกโดยตรงจากกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวกลับมีไม่ถึงร้อยละ 35 ซึ่งอาจตีความได้ว่า MSMEs ยังไม่ได้รับประโยชน์จากความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่และไม่สามารถเข้าถึงห่วงโซ่มูลค่าโลกได้ นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยังส่งผลกระทบต่ออย่างหนักต่อทั้งผู้ประกอบการ MSMEs และสตรีทั่วโลก ต้องหยุดกิจการ สร้างผลกระทบโดยเฉพาะด้านเงินทุนและผลประกอบการ ตลอดจนสูญเสียรายได้มากกว่า 8 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งทั้งหมดนี้นับเป็นความท้าทายเพิ่มเติมของนานาประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ที่จำเป็นต้องช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการดังกล่าว ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญในการพลิกฟื้นและขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้โลกการค้าปัจจุบัน

เอเปคจึงก่อตั้งคณะทำงานด้านวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEWG) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาและสร้างขีดความสามารถของ MSMEs ในการค้าระหว่างประเทศ และกลไกหุ้นส่วนเชิงนโยบายภาครัฐและภาคเอกชนด้านการมีส่วนร่วมของสตรีในระบบเศรษฐกิจ (PPWE) เพื่อส่งเสริมการบูรณาการและเสริมพลังทางเศรษฐกิจให้กับสตรีในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้น 5 เสาหลักสำคัญ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าถึงตลาด การเสริมสร้างทักษะและศักยภาพ การส่งเสริมภาวะผู้นำของสตรี และการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

5 เสาหลักสำคัญของการส่งเสริมการบูรณาการเสริมพลังทางเศรษฐกิจให้กับสตรีในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



การเข้าถึงแหล่งเงินทุน



การเข้าถึงตลาด



การเสริมสร้างทักษะและศักยภาพ



การส่งเสริมภาวะผู้นำของสตรี



การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีด้าน SMEs ของเอเปค ครั้งที่ 26 เมื่อเดือนตุลาคม 2563 ได้ออกแถลงการณ์ร่วมเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกให้ความสำคัญกับการออกนโยบายและมาตรการเพื่อ MSMEs และสตรี โดยเน้นย้ำการช่วยเหลือ สนับสนุนการปรับตัว และฟื้นฟู MSMEs เพื่อก้าวเข้าสู่ยุค New normal ผ่านการใช้เครื่องมือทางดิจิทัล นวัตกรรม และเทคโนโลยี ตลอดจนการขับเคลื่อนและสนับสนุน การดำเนินการตามแผนงานลาเซเรนาสำหรับสตรีและการเติบโตอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ รัฐมนตรีด้าน SMEs ของเอเปคยังได้รับรอง แผนยุทธศาสตร์ระยะ 4 ปี (2564-2567) ที่มีแผนงานซึ่งมุ่งแก้ไขปัญหา และประเด็นที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของ MSMEs ในภูมิภาคอีกด้วย



MSMEs



ประเทศไทยในฐานะที่มี MSMEs และผู้ประกอบการสตรีเป็นหนึ่งในพลังขับเคลื่อน ความเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่สำคัญ ควรแสดงบทบาทผู้นำในฐานะเจ้าภาพจัดการ ประชุมเอเปคในปี 2565 ที่กำลังจะมาถึง โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางของประเทศที่มี ความสอดคล้องกับวาระการพัฒนาของเอเปค ตลอดจนแผนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรต่าง ๆ นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นและเร่งรัดการดำเนินการในประเด็น ดังนี้



1

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านข้อมูล และการเข้าถึง ฐานข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการ ใช้วางแผนธุรกิจและบริหาร ความเสี่ยง

● ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○



2

การพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานทางดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ทางการแข่งขันทางการค้า

○ ● ○ ○ ○ ○ ○ ○



3

การปรับปรุงกฎระเบียบและ หลักเกณฑ์ของภาครัฐ เพื่ออำนวยความสะดวกและ เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนเพื่อรองรับเศรษฐกิจ รูปแบบใหม่ในยุคดิจิทัล

○ ○ ● ○ ○ ○ ○ ○



4

การออกมาตรการช่วยเหลือ ทางการเงินและภาษี เพื่อเพิ่มการเข้าถึง แหล่งเงินทุนและลดต้นทุน

○ ○ ○ ● ○ ○ ○ ○



5

การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและ แนวทางการเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าโลก ตามกฎระเบียบการค้าระหว่าง ประเทศและทิศทางการค้าโลก ที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

○ ○ ○ ○ ● ○ ○ ○



6

การจัดให้มีระบบพี่เลี้ยงและ การสอนงาน ตลอดจนระบบ การติดตาม ต่อยอดจากการ ฝึกอบรมและ/หรือภายหลัง การรับความช่วยเหลือ

○ ○ ○ ○ ○ ● ○ ○



7

การส่งเสริมและกระตุ้น การอุปโภคบริโภคสินค้า และบริการ ของ MSMEs และผู้ประกอบการสตรี

○ ○ ○ ○ ○ ○ ●



8

การส่งเสริมการขายและ การตลาดดิจิทัลของ MSMEs และผู้ประกอบการสตรี

○ ○ ○ ○ ○ ○ ●

ภาพรวมเศรษฐกิจ เดือนกรกฎาคม 2564

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน กรกฎาคม 2564

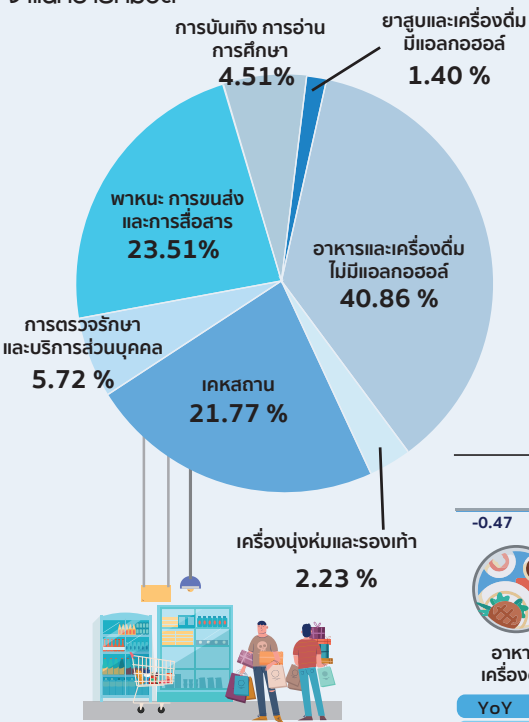
		%MoM	%YoY	%AoA
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline CPI	-0.12	0.45	0.83
เงินเฟ้อพื้นฐาน	Core CPI	0.03	0.14	0.26
ดัชนีราคาผู้ผลิต	PPI	0.1	5.0	3.3
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	CMI	-1.5	7.8	7.2

สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยมีสัญญาณชะลอตัว แต่การส่งออกเป็น New High สะท้อนได้จากเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง แม้จะขยายตัว แต่เป็นในอัตราที่ชะลอตัว อาทิ ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการนำเข้า ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์และรถจักรยานยนต์ รวมถึงรายได้เกษตรกรที่อัตราขยายตัวชะลอตัวลง นอกจากนี้ ดัชนีราคาผู้ผลิต และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง แม้จะยังคงขยายตัว แต่ในอัตราที่ชะลอลงเช่นกัน

การชะลอตัวลงดังกล่าวสอดคล้องกับอัตราการใช้กำลังการผลิตที่แม้จะยังอยู่ในเกณฑ์ที่สูง แต่ชะลอตัวลงเล็กน้อย และดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ดัชนีการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในประเทศ และปริมาณการจำหน่ายเหล็กก็ชะลอตัวลงเช่นกัน อย่างไรก็ตาม นับเป็นข่าวดีที่ว่า แม้เศรษฐกิจของไทยกำลังเผชิญกับวิกฤติโควิด-19 แต่การส่งออกสินค้าของไทยกลับมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ โดยตัวเลขล่าสุดการส่งออกในเดือนมิถุนายน 2564 มีการส่งออกสูงถึง 23,669 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวสูงสุดในรอบ 11 ปี จากสถานการณ์เศรษฐกิจดังกล่าว แม้จะส่งผลให้เงินเฟ้อในเดือนกรกฎาคม 2564 ขยายตัวร้อยละ 0.45 (YoY) ชะลอตัวจากร้อยละ 1.25 ในเดือนก่อนหน้า โดยมาตรการลดภาระค่าครองชีพของรัฐบาล และการลดลงของราคาอาหารสดบางประเภทยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เงินเฟ้อชะลอตัว ขณะที่ราคาสินค้ากลุ่มพลังงานยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่การส่งออกจะเป็นกลไกสำคัญอันหนึ่งในการฟื้นตัวของไทย

ดัชนีราคาผู้บริโภค

สัดส่วนน้ำหนัก จำแนกรายหมวด

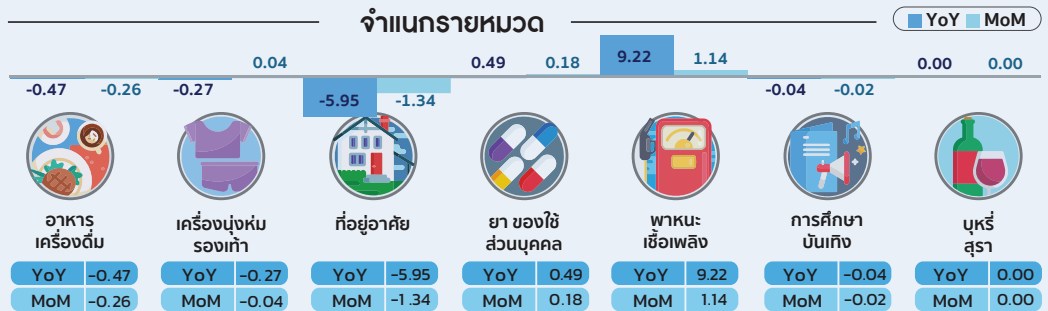


เดือนกรกฎาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 0.45 (YoY)

ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนกรกฎาคม 2564 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.45 (YoY) ชะลอตัวจากร้อยละ 1.25 ในเดือนก่อนหน้า เป็นผลจากการขยายตัวต่อเนื่องของสินค้าในกลุ่มพลังงานที่ร้อยละ 6.30 และการสูงขึ้นของอาหารสดบางประเภท อาทิ เนื้อสุกร ไช้ไก่และผลไม้สด ตามความต้องการในช่วงล็อกดาวน์ขณะที่มาตรการลดค่าไฟฟ้า น้ำประปา ในรอบเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2564 และการลดค่าเล่าเรียน-ค่าธรรมเนียมการศึกษา รวมทั้งการลดลงของอาหารสดบางประเภท (ข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว ผักสด) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่ม เป็นปัจจัยที่ทำให้เงินเฟ้อในเดือนนี้ชะลอตัว สำหรับสินค้าในหมวดอื่นๆ ยังเคลื่อนไหวในทิศทางปกติ สอดคล้องกับปริมาณผลผลิตและความต้องการในช่วงการระบาดของโควิด-19

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว) ขยายตัวร้อยละ 0.14 (YoY) ชะลอตัวเล็กน้อยจากเดือนก่อนที่ขยายตัวร้อยละ 0.52 สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภค เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2564 ลดลงร้อยละ 0.12 (MoM) และเฉลี่ย 7 เดือน (ม.ค. - ก.ค.) ปี 2564 สูงขึ้นร้อยละ 0.83 (AoA)

อัตราการเปลี่ยนแปลง จำแนกรายหมวด



แนวโน้มเงินเฟ้อ ในเดือนสิงหาคม 2564

แนวโน้มเงินเฟ้อ ในเดือนสิงหาคม 2564 มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในระดับที่ไม่สูงมากนัก โดยมีปัจจัยสำคัญจากมาตรการลดค่าครองชีพผู้บริโภคของภาครัฐ ทั้งการลดค่ากระแสไฟฟ้าและค่าน้ำประปา (ก.ค.-ส.ค. 64) อีกทั้งราคาลงจูงในต่างประเทศเศรษฐกิจหลัก แต่มีแนวโน้มชะลอตัว เนื่องจากฐานราคาของปีก่อนเริ่มสูงกว่าช่วงที่ผ่านมาส่งผลให้เงินเฟ้อขยายตัวน้อยลงสำหรับสินค้าในหมวดอื่น ๆ น่าจะยังคงเคลื่อนไหวในทิศทางปกติ ตามปริมาณผลผลิตและความต้องการ ขณะที่ราคาสินค้าเกษตรยังมีโอกาสผันผวนตามสภาพอากาศ ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและการใช้จ่ายของประชาชน ซึ่งเป็นแรงกดดันสำคัญต่ออัตราเงินเฟ้อของประเทศ อย่างไรก็ตาม แผนการจัดหาและการกระจายวัคซีนที่มีประสิทธิภาพและมีความชัดเจน รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ทยอยออกมาเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง น่าจะสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อเคลื่อนไหวในกรอบเป้าหมายของธนาคารแห่งประเทศไทยที่กำหนดไว้ คือที่ร้อยละ 1.0 - 3.0 ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าเงินเฟ้อเฉลี่ยในปี 2564 จะอยู่ระหว่างร้อยละ 0.7 - 1.7 (ค่ากลางอยู่ที่ร้อยละ 1.2) ซึ่งเป็นอัตราที่น่าจะช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง หากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จะมีการทบทวนอีกครั้ง

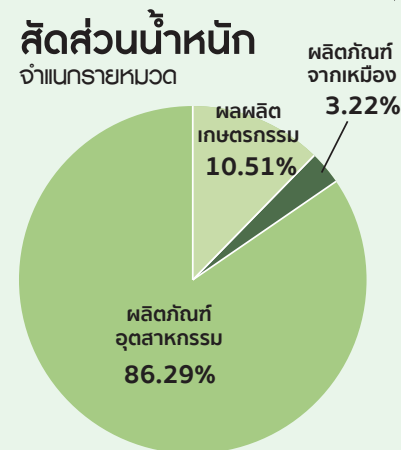


ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนกรกฎาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 5.0 (YoY)

แบ่งงานกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity) | แบ่งงานขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนกรกฎาคม 2564 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 5.0 (YoY) ชะลอตัวลงเล็กน้อยจากเดือนก่อนหน้าที่สูงขึ้นร้อยละ 5.5 สอดคล้องกับอัตราการใช้จ่ายกำลังการผลิต (Cap-U) ที่ลดลงเล็กน้อยแต่ยังอยู่ในระดับสูง ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมที่ยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** สูงขึ้นร้อยละ 5.6 จากราคารับดูดิบและราคาตลาดโลกสูงขึ้น ประกอบกับค่าเงินบาทที่อ่อนค่า ขณะที่ความต้องการยังมีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตลาดส่งออกหลัก จากจำนวนผู้ได้รับวัคซีนป้องกันโควิด-19 เพิ่มขึ้นและการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจในหลายประเทศเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ สินค้าสำคัญที่ราคาสูงขึ้นในหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ อาทิ น้ำมันดีเซล น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 95 เม็ดพลาสติก โกลด์ กุ้งแช่แข็ง ยางแผ่นรมควัน เหล็กแผ่น เส้นใยสังเคราะห์ ไม้ยางพารา เยื่อกระดาษ อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล ทองคำ ท่อคอนกรีต **หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** สูงขึ้นร้อยละ 10.7 (น้ำมันปิโตรเลียมดิบ ก๊าซธรรมชาติเหลว และกลุ่มแร่ (สังกะสี ดีบุก เหล็ก วุลแฟรม)) ขณะที่ **หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง** ลดลงร้อยละ 0.4 ตามปริมาณผลผลิตที่มีจำนวนมาก สะท้อนจากดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรที่ขยายตัวค่อนข้างมาก โดยสินค้าสำคัญที่มีราคาลดลงคือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ กลุ่มพืชล้มลุก (ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) กลุ่มไม้ผล (สับปะรด ทุเรียน มะม่วง มังคุด และเงาะ) กลุ่มไม้ยืนต้น (มะพร้าวผล) สำหรับสินค้าที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ พืชผัก (มะนาว ถั่วฝักยาว บวบ) หัวมันสำปะหลังสด ผลปาล์มสด ยางพารา สุกรมีชีวิต ไก่ไป่ ปลาทุสสด ปลาทรายแดง และปลาสิğun



ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม YoY -0.4 ▼ MoM -3.6 ▼	สินค้าสำเร็จรูป YoY 1.3 ▲ MoM 0.2 ▲
ผลิตภัณฑ์จากเหมือง YoY 10.7 ▲ MoM 3.1 ▲	สินค้ากึ่งสำเร็จรูป YoY 11.8 ▲ MoM 0.2 ▲
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม YoY 5.6 ▲ MoM 0.5 ▲	สินค้าวัตถุดิบ YoY 4.7 ▲ MoM -1.0 ▼

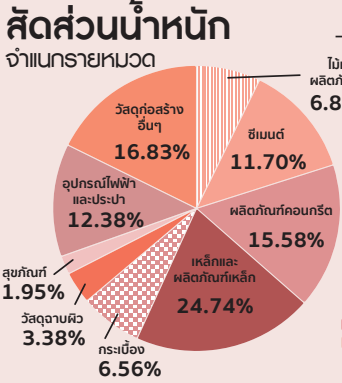
ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2564 สูงขึ้นร้อยละ 0.1 (MoM) และเฉลี่ย 7 เดือน (ม.ค. - ก.ค.) ปี 2564 สูงขึ้นร้อยละ 3.3 (AoA)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนกรกฎาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 7.8 (YoY)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนกรกฎาคม 2564 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 7.8 (YoY) ชะลอตัวลงเล็กน้อยจากเดือนก่อนหน้าที่สูงขึ้นร้อยละ 10.1 เป็นการสูงขึ้นเกือบทุกหมวดสินค้า (ยกเว้นหมวดซีเมนต์ และวัสดุฉนวนผิวปรับลดลง) ตามความต้องการและราคาในตลาดโลก แต่ก็เริ่มมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากการผลิตที่เพิ่มขึ้นในหลายประเทศ สอดคล้องกับดัชนีการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในประเทศ ปริมาณการจำหน่ายเหล็ก และยอดการจดทะเบียนธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่ปรับตัวสูงขึ้น **หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** สูงขึ้นถึงร้อยละ 34.6 ตามราคาเหล็กในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ช่วงกลางปีที่ผ่านมา จากการลดกำลังการผลิตในประเทศจีน ประกอบกับความต้องการการบริโภคที่สูงขึ้น **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** สูงขึ้นร้อยละ 4.1 ตามราคาต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น จากการปรับราคาสูงขึ้นของสินค้าในกลุ่มโลหะ ได้แก่ เหล็กและทองแดง **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** สูงขึ้นร้อยละ 2.7 ตามราคาต้นทุนสูงขึ้นจากวัตถุดิบ คือ เหล็ก ประกอบกับฐานต่ำในปีที่ผ่านมา **หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** สูงขึ้นร้อยละ 2.0 จากการปรับราคาเมื่อตอนต้นปี เนื่องจากต้นทุนสูงขึ้น **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** สูงขึ้นร้อยละ 1.3 จากต้นทุนสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา **หมวดกระเบื้อง** สูงขึ้นร้อยละ 0.3 ตามราคาตามต้นทุนที่สูงขึ้น **หมวดซีเมนต์** ลดลงร้อยละ 2.7 เนื่องจาก



ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ YoY 2.0 ▲ MoM 0.0	ซีเมนต์ YoY -2.7 ▼ MoM 0.1	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต YoY 2.7 ▲ MoM 0.3	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก YoY 34.6 ▲ MoM -5.6 ▼
กระเบื้อง YoY 0.3 ▲ MoM 0.0	วัสดุฉนวนผิวปรับ YoY -0.1 ▼ MoM 0.0	อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา YoY 4.1 ▲ MoM -0.4	วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ YoY 1.3 ▲ MoM 0.2

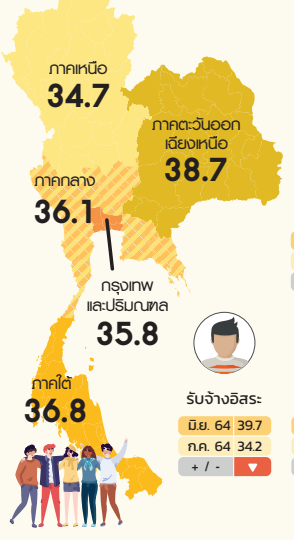
มีการแข่งขันสูงจากโครงการก่อสร้างภาครัฐ ในขณะที่การก่อสร้างภาคเอกชนยังคงซบเซาต่อเนื่อง จากผลกระทบการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 **หมวดวัสดุฉนวนผิว** ลดลงร้อยละ 0.1 และ**หมวดสุขภัณฑ์** ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2564 ลดลงร้อยละ 1.5 (MoM) และเฉลี่ย 7 เดือน (ม.ค. - ก.ค.) ปี 2564 สูงขึ้นร้อยละ 7.2 (AoA)

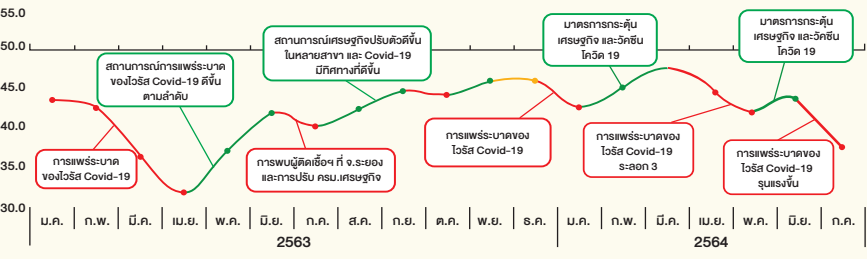
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนกรกฎาคม 2564 เท่ากับ 36.7 (YoY)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนกรกฎาคม 2564 ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 36.7 เทียบกับระดับ 42.7 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวลดลงทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวลดลงจากระดับ 34.4 มาอยู่ที่ระดับ 29.8 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต พบว่า ปรับลดลงจากระดับ 48.1 มาอยู่ที่ระดับ 41.3 ทั้งนี้เป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ยังมีความรุนแรง มียอดผู้ติดเชื้อรายวันสูงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับภาครัฐได้มีมาตรการระดับความเข้มข้นของมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดในพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด (พื้นที่สีแดง) งดออกจากบ้านในเวลา 21.00-04.00 น. และขอให้งดภารกิจที่ต้องออกเดินทางนอกเคหสถานหรือที่พำนักโดยไม่จำเป็นในเวลากลางวัน ยกเว้นเพื่อจัดหาอาหาร ยา พบแพทย์ รับวัคซีน และอาชีพจำเป็น ผู้ประกอบการและธุรกิจหลายประเภทไม่สามารถดำเนินการได้ตามปกติ ประกอบกับการจำกัดการเดินทางเข้า-ออกพื้นที่สีแดงเข้ม 13 จังหวัด อีกทั้งประชาชนยังคงได้รับวัคซีนไม่ทั่วถึงในขณะที่การแพร่ระบาดมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ



เกษตรกร ม.ย. 64 43.7 ก.ค. 64 38.1 + / - ▼	พนักงานเอกชน ม.ย. 64 41.9 ก.ค. 64 35.2 + / - ▼	ผู้ประกอบการ ม.ย. 64 41.9 ก.ค. 64 36.3 + / - ▼
รับจ้างอิสระ ม.ย. 64 39.7 ก.ค. 64 34.2 + / - ▼	พนักงานของรัฐ ม.ย. 64 48.6 ก.ค. 64 42.8 + / - ▼	นักศึกษา ม.ย. 64 43.0 ก.ค. 64 33.1 + / - ▼
ไม่ได้ทำงาน ม.ย. 64 36.6 ก.ค. 64 32.2 + / - ▼		



การค้าระหว่างประเทศของไทย มิถุนายน 2564

การส่งออก

การส่งออกของไทยเดือนมิถุนายน 2564 มีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 43.82 เป็นอัตราการขยายตัวสูงสุดในรอบ 11 ปี ด้วยมูลค่า 23,699.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 41.56 เป็นผลจากการดำเนินการตามแผนการส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้รับแรงหนุนจากการขยายตัวของภาคการผลิตทั่วโลก สะท้อนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) อยู่เหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 โดยผลผลิต คำสั่งซื้อสินค้าใหม่ และการจ้างงานในหลายประเทศล้วนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ และยุโรป นอกจากนี้ ปัจจัยเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าอย่างต่อเนื่อง กลายเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมภาคการส่งออกของไทย ทั้งนี้ การส่งออกครึ่งแรกของปี 2564 ขยายตัวที่ร้อยละ 15.53 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 20.84 สะท้อนภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) ที่เติบโตอย่างชัดเจน

ด้านสินค้าส่งออก มีการขยายตัวในหลายกลุ่มสินค้า ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะผักและผลไม้ ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย โกสลดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ขยายตัวเกือบทุกหมวดสินค้า เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ เพอร์ซิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศฯ เต้าอบไมโครเวฟ ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้า และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และถุงมือยาง 4) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นตัวของภาคการผลิต เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) มีการขยายตัวในระดับสูง สะท้อนถึงการฟื้นตัวของกำลังซื้อในประเทศคู่ค้า

ด้านตลาดส่งออก ขยายตัวเกือบทุกตลาด ตลาดสำคัญ อาทิ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง หากมองเฉพาะการเติบโตในอาเซียน ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวในระดับสูง โดยเฉพาะอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ที่ฟื้นตัวดีขึ้นมากเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ขณะที่ ตลาด CLMV มีศักยภาพการเติบโตในระดับที่น่าพอใจ โดยเฉพาะตลาดเมียนมาร์ที่ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 เช่นเดียวกับตลาดอื่นๆ อาทิ ออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง แอฟริกา ลาตินอเมริกา และรัสเซียและ CIS ล้วนมีอัตราการขยายตัวในระดับสูงแทบทั้งสิ้น

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

1. ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 41.2 โดยการส่งออกไปตลาดจีน และญี่ปุ่น ขยายตัวเร่งขึ้นที่ร้อยละ 42.0 และร้อยละ 32.3 ตามลำดับ ตลาดสหรัฐฯ สหภาพยุโรป (27) และ CLMV ขยายตัวดีต่อเนื่องร้อยละ 41.2 ร้อยละ 46.5 และร้อยละ 36.3 ตามลำดับ ส่วนตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนก่อน ร้อยละ 48.7
2. ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 49.5 ขยายตัวทุกกลุ่มตลาด ประกอบด้วย เอเชียใต้ ร้อยละ 125.7 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 39.2 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 26.1 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 40.8 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 102.0 และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ร้อยละ 37.2
3. ตลาดอื่นๆ ขยายตัวร้อยละ 81.6

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	ปี.ย. 2564 Jun 2021	ม.ค. - มิ.ย. 2564 Jan-Jun 2021
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	23,699.43 +43.82 %	132,334.65 +15.53 %
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	22,754.37 +53.75 %	129,895.50 +26.15 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+945.06	+2,439.15

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 64

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
รถยนต์ และส่วนประกอบฯ	2,468.7	78.5	10.4	สหรัฐอเมริกา	3,952.9	41.2	16.7
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,976.4	21.6	8.3	จีน	3,371.1	42.0	14.2
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,307.7	38.1	5.5	ญี่ปุ่น	2,168.7	32.3	9.2
อัญมณีและเครื่องประดับ	947.6	90.5	4.0	เวียดนาม	1,164.2	42.1	4.9
เม็ดพลาสติก	944.0	50.0	4.0	ฮ่องกง	1,125.0	36.6	4.8

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 64

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
น้ำมันดิบ	2,030.9	98.6	8.9	จีน	5,539.7	37.0	24.35
เคมีภัณฑ์	1,831.4	75.1	8.1	ญี่ปุ่น	3,108.4	72.1	13.66
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,783.0	37.9	7.8	สหรัฐอเมริกา	1,277.8	34.4	5.62
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,611.2	152.0	7.1	มาเลเซีย	1,104.7	23.4	4.85
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,601.6	23.4	7.0	ไต้หวัน	900.0	63.9	3.96

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.พ. 64	มี.ค. 64	เม.ย. 64	เม.ย. 64	คิมิ มี.ย. 64
ส่งออก	-0.2	0.4	0.2	3.8	103.4
นำเข้า	-0.4	1.3	1.4	11.6	101.0

การนำเข้า

เดือนมิถุนายน 2564 มีมูลค่า 23,699.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 43.82 สินค้านำเข้า 10 อันดับแรก ขยายตัวทุกรายการ ได้แก่ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรไฟฟ้า แผงวงจรไฟฟ้า สินแร่โลหะฯ ส่วนประกอบรถยนต์ เครื่องเพชรพลอย และผลิตภัณฑ์จากพืช เป็นต้น แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และมาเลเซีย และไต้หวัน

ดุลการค้า

เดือนมิถุนายน 2563 การค้า เกินดุล 945.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาส่งออก เดือนมิถุนายน 2564 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ขยายตัวร้อยละ 3.8 (YoY) ปรับตัวสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า โดยเฉพาะหมวดสินค้าแร่ และเชื้อเพลิง หมวดสินค้าเกษตรกรรม หมวดสินค้าอุตสาหกรรมและการเกษตร และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม

ดัชนีราคานำเข้า เดือนมิถุนายน 2564 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 11.6 (YoY) ปรับตัวสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า โดยเฉพาะหมวดสินค้าเชื้อเพลิง หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดสินค้าทุน และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง

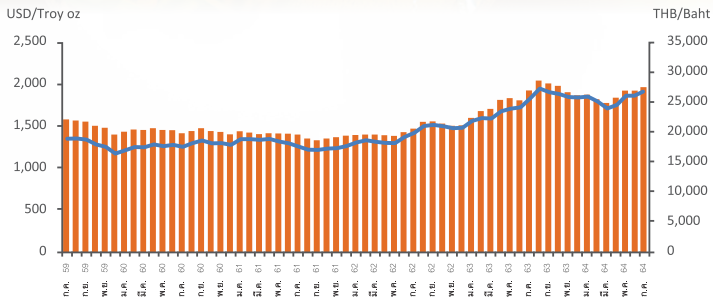
ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนมิถุนายน 2564
ผ่าน QR Code นี้



สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมันอัตรแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

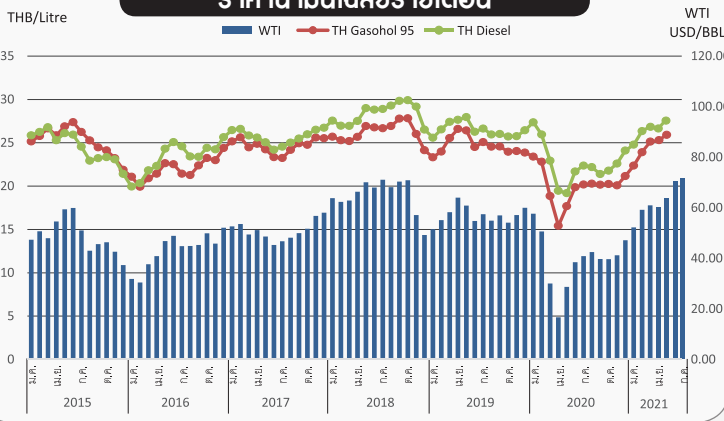
กรกฎาคม 2564

ราคาทองคำเฉลี่ยรายเดือน



แหล่งที่มา : CEIC

ราคาน้ำมันเฉลี่ยรายเดือน



แหล่งที่มา : CEIC

อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือน



แหล่งที่มา : CEIC

ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	Jun-64	Jul-64	%Δ(MOM)	Jul-63	Jul-64	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,299.29	1,215.50	-6.45	1,385.00	1,215.50	-12.24
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,149.76	1,995.00	-7.20	3,015.00	1,995.00	-33.83
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แป้นบรันชิน ชั้น 3 (f.o.b)		67.19	59.48	-11.47	48.07	59.48	23.74
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		51.50	52.25	1.46	39.96	52.25	30.76
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,834.57	1,807.09	-1.50	1,843.31	1,807.09	-1.96
ไทย (THB/Baht)		27,231.82	27,790.91	2.05	27,245.65	27,790.91	2.00
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		71.38	72.46	1.51	40.75	72.46	77.82
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		31.44	32.61	3.73	31.41	32.61	3.80

แหล่งที่มา : CEIC

ราคาทองคำ

ในเดือนกรกฎาคม 2564 ราคาทองคำในประเทศเฉลี่ยอยู่ที่ 27,790.91 บาท ขายตัวร้อยละ 2.05 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ในขณะที่ราคาทองคำในตลาดโลกเฉลี่ยอยู่ที่ 1,807.09 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROY ออนซ์หดตัวร้อยละ 1.50 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า จากความวิตกเกี่ยวกับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 สายพันธุ์เดลต้าที่มีความรุนแรงกระจายไปทั่วโลก ทำให้หลายประเทศกลับมาล็อกดาวน์อีกครั้ง และยังคงนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายและคงดอกเบี้ยระดับต่ำ เนื่องจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังไม่แน่นอน รวมถึงความเข้มข้นด้านภูมิรัฐศาสตร์ของสหรัฐฯ-จีน กดดันราคาทองคำ ในขณะที่ค่าเงินบาทอ่อนค่า ผลักดันราคาทองคำในประเทศ คาดการณ์ว่าราคาทองคำในตลาดโลกของไตรมาสสี่ของปี 2564 จะอยู่ที่ 1,770 - 1,860 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROY ออนซ์

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบ (WTI) เดือนกรกฎาคม 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 72.46 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) เพิ่มขึ้นร้อยละ 77.82 เนื่องจากฐานในปีที่ผ่านมาต่ำ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.51 โดยราคาน้ำมันดิบเฉลี่ยรายเดือนสูงกว่าระดับ 70 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ติดต่อกันเป็นเดือนที่ 2 เป็นผลจากความต้องการใช้น้ำมันเพิ่มขึ้น จากเศรษฐกิจในหลายประเทศที่เริ่มฟื้นตัว คาดว่าความต้องการใช้น้ำมันจะสูงขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี สอดคล้องกับรายงานของสำนักงานสารสนเทศด้านพลังงานสหรัฐฯ (EIA) ปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ที่เมืองคูซซิงโกลาโฮมา ลดลง 1.27 ล้านบาร์เรล อยู่ที่ระดับ 35.4 ล้านบาร์เรล ซึ่งเป็นระดับต่ำสุดนับตั้งแต่ ม.ค. 63 สะท้อนถึงความต้องการใช้น้ำมันในสหรัฐฯ ที่อยู่ในระดับสูง แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 สายพันธุ์เดลต้า ยังคงรุนแรง สำหรับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 เดือนนี้อยู่ที่ 27.90 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.88 จากเดือนก่อนหน้าราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 28.96 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.62 จากเดือนก่อนหน้า

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนกรกฎาคม 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 32.61 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) อ่อนค่าลงร้อยละ 3.80 และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM) อ่อนค่าร้อยละ 3.73 โดยอ่อนค่าค่อนข้างรวดเร็ว และระดับ 32 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ ในรอบ 13 เดือน ซึ่งสอดคล้องกับเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวและมีความไม่แน่นอน จากตัวเลขผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 สายพันธุ์เดลต้าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาครัฐใช้มาตรการที่เข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะการขยายระยะเวลาปิดเมืองและจำกัดการเดินทาง ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ประกอบกับเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีแนวโน้มฟื้นตัวดี ส่งผลให้เงินดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่า

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) 1,215.50 บาท/100 กิโลกรัม ลดลงจากเดือนกรกฎาคม ร้อยละ 6.45 เช่นเดียวกับราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) 1,995.00 บาท/100 กิโลกรัม ลดลงร้อยละ 7.20 ราคาข้าวปรับตัวลดลงต่อเนื่อง โดยได้รับผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ระลอกใหม่ ประกอบกับได้รับปัจจัยกดดันจากการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งส่งผลต่อค่าขนส่งสินค้าและค่าระวางเรือที่สูงขึ้น

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 59.48 บาท ลดลงจากเดือนก่อนร้อยละ 11.47 ขณะที่ราคายางแท่ง STR 20 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 52.25 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.46 ราคายางในภาพรวมปรับตัวลดลงตามราคาตลาดล่วงหน้า ที่ปรับตัวลดลง ประกอบกับผลกระทบจากการประกาศล็อกดาวน์ การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และการขาดแคลนแรงงานกรีดยาง รวมถึงมีฝนตกชุกในพื้นที่ปลูกยางทำให้ไม่เอื้อต่อการกรีดยาง



พาณิชย์ติดปีก MSMEs สู้ค้าออนไลน์ ยกระดับการค้าไทยและอาเซียน



BUY

MSMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย เป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคอาเซียนและไทย เนื่องจากอัตราการจ้างงานรวมทั้งประเทศไทยของกลุ่ม MSMEs ในปี 2561 มีมากถึง 85% หากแต่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เพียง 43% เท่านั้น กระทรวงพาณิชย์ จึงได้ปรับกลยุทธ์การค้า และผลักดันกลุ่ม MSMEs ให้เข้าสู่การค้าออนไลน์มากยิ่งขึ้นเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจยุคใหม่ รวมถึงรองรับวิกฤติโควิด-19 และเสริมสร้างความเข้มแข็งด้วยมาตรการ ดังนี้



สร้างความเข้มแข็ง ให้ผู้ประกอบการ

โดยการอบรมให้ความรู้ด้านการค้าออนไลน์ เตรียมความพร้อมให้คนรุ่นใหม่ให้เป็นนักธุรกิจยุค New Normal ผ่านโครงการ “From Gen Z to be CEO” ส่งผลให้มูลค่าการค้าออนไลน์ไทยในไตรมาสแรกของปี 2564 พุ่งสูงขึ้น จากที่เคยสำรวจในเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึงร้อยละ 45.05 หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 75,000 ล้านบาทต่อเดือน



การซื้อขายออนไลน์เพิ่มขึ้น
45.05%
มูลค่ากว่า
75,000
ล้านบาท/เดือน



ขยายช่องทางการค้า

โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้เข้าสู่ระบบออนไลน์ ให้มากยิ่งขึ้น เชื่อมโยงกับนักธุรกิจในประเทศ ภายใต้อชื้อ “Online Business Matching” ผ่านโครงการ “อีพืวออนไลน์ คอนเนค” “บางกอกเจมส์ออนไลน์” และกิจกรรม “MOVE” เป็นต้น

Online Business Matching



อีพืวออนไลน์
คอนเนค

บางกอกเจมส์
ออนไลน์

กิจกรรม
MOVE

การปรับยุทธศาสตร์การค้าในวิกฤติโควิดครั้งนี้ จะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้กับนักธุรกิจไทย และส่งเสริมให้ธุรกิจของประเทศสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคงและเกิดการขยายตัวต่อไป

แหล่งที่มาข้อมูล: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สแกน QR Code ตอบแบบสำรวจ
ความพึงพอใจ เพื่อพัฒนาคุณภาพ
การให้บริการของ สนค.

การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ประจำปีงบประมาณ 2564

แบบสำรวจ
ความพึงพอใจ

