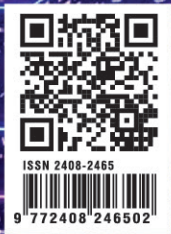


Trade Policy and Strategy Office

Journal
TPSO | YEAR 13
ISSUE 137
DECEMBER 2022

TPSO Journal



NEXT MOVE

แนวโน้มการเดินทาง
ท่องเที่ยวใหม่ ๆ
ในปี 2565

แม้ปัจจุบันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังคงส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั่วโลก หากแต่แนวโน้มประเทศต่างเร่งพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจให้มีความยั่งยืนในทุกมิติเตรียมพร้อมสำหรับเศรษฐกิจหลังวิกฤตโควิด (Post-COVID)

วารสารฉบับนี้ สนค. ได้เปิดบริการ Dashboard ข้อมูลธุรกิจบริการสุขภาพ Wellness Dashboard บนเว็บไซต์ “คิดค่า.com” พร้อมนำเสนอบทความเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจในยุคโควิด เรื่อง “สิ่งแวดล้อมเงินการค่าในตลาดโลก” ตลอดจน “แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในปี 2565” และอีกเช่นเคยที่ท่านจะได้อัปเดตข้อมูลเศรษฐกิจการค้าในคอลัมน์ต่าง ๆ ที่กอง บก. ได้มีดสรุปประเด็นมาให้ติดตามกัน

ช่วงเทศกาลปีใหม่นี้ กอง บก. ขออำนาจคุณพระรัตนตรัย ตลอดจนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายในสากลโลก จงดลบันดาลพรให้ทุกท่านมีความสุข แข็งแรง มั่งคั่ง มีความสุข เดินทางกลับบ้านหรือท่องเที่ยวด้วยความปลอดภัยทุกเส้นทาง “สวัสดิ์ปีใหม่นี้ค่ะ”

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 I GOT IT**
คิดค่า.com เปิดบริการ Dashboard ข้อมูลธุรกิจบริการสุขภาพ (Wellness Dashboard)
- 04 ALL ROUND**
สิ่งแวดล้อมเงินการค่าในตลาดโลก
- 06 NEXT MOVE**
แนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในปี 2565
- 08 ECONOMIC INDICATORS**
ภาพรวมเศรษฐกิจ : พฤศจิกายน 2565
- 10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS**
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : ตุลาคม 2565
- 12 TRADE ALERT**
เดือนธันวาคม 2565

GETTING AROUND
WITH TPSO
ฉบับที่ 137



96 DIGITAL GOVERNMENT AWARDS 2022

สนค. ได้รับรางวัล

“หน่วยงานคุณภาพด้านการเปิดเผยข้อมูลผ่านศูนย์กลางข้อมูลเปิดภาครัฐ (data.go.th)”

เมื่อวันพุธที่ 30 พฤศจิกายน 2565 นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เข้าร่วมงานมอบรางวัลรัฐบาลดิจิทัล ประจำปี 2565 “DG Awards 2022” ซึ่ง สนค. ได้รับรางวัล “หน่วยงานคุณภาพด้านการเปิดเผยข้อมูลผ่านศูนย์กลางข้อมูลเปิดภาครัฐ (data.go.th)” โดยเข้ารับมอบจาก พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล



พอ. สนค. พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ในสังกัด ร่วมกิจกรรมโครงการจิตอาสา

“ทำความดี ด้วยหัวใจ ร่วมทำความสะอาดวัด”

เมื่อวันศุกร์ที่ 2 ธันวาคม 2565 นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ในสังกัด ร่วมกิจกรรมโครงการจิตอาสา “ทำความดี ด้วยหัวใจ ร่วมทำความสะอาดวัด” ณ วัดตำหนักใต้ จังหวัดนนทบุรี โดยกิจกรรมดังกล่าวผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สนค. จำนวน 60 คน ได้ร่วมกันเก็บกวาดใบไม้ ขยะมูลฝอย ทำความสะอาดวัด ปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบวัด ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงามสะอาดตา มอบเงินบริจาค และมอบอุปกรณ์ทำความสะอาดให้วัด พร้อมกันนี้ได้รับฟังการบรรยายจากผู้จบหลักสูตรจิตอาสา 904 กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งได้ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับฟังเป็นอย่างมาก



คิดค่า.com

คิดค่า.com เปิดบริการ Dashboard ข้อมูลธุรกิจบริการสุขภาพ Wellness Dashboard

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้เผยแพร่ระบบข้อมูลสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า (Trade Intelligence System : TIS) ในส่วนของระบบข้อมูลเชิงลึกด้านธุรกิจบริการสุขภาพ (Wellness Dashboard) บนเว็บไซต์ “คิดค่า.com” เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ประเมินโอกาสและความเสี่ยง รวมถึงวางแผนการทำธุรกิจ มุ่งหวังช่วยยกระดับการค้าส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ผลักดันให้เกิดการขยายมูลค่าการค้าอย่างต่อเนื่อง ระบบข้อมูลเชิงลึกด้านธุรกิจบริการสุขภาพ (Wellness Dashboard) ได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการด้านสุขภาพของไทย ทั้งภาพรวมธุรกิจบริการสุขภาพของไทยและโอกาสการขยายตลาดสินค้าด้านสุขภาพของไทย เช่น จำนวนและรายได้ของธุรกิจสุขภาพของไทย แรงงานด้านธุรกิจสุขภาพของไทย ธุรกิจด้านสุขภาพรายจังหวัด การส่งออกและนำเข้าสินค้าสุขภาพของไทย ประเทศคู่แข่งการส่งออกสินค้าสุขภาพของไทย เป็นต้น นอกจากนี้ในเว็บไซต์ “คิดค่า.com” มีบทวิเคราะห์ทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจใช้ควบคู่กับ Dashboard เพื่อความครอบคลุมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ

Feature การใช้งาน Dashboard ธุรกิจบริการสุขภาพ

Wellness Dashboard

Domestic Environment

ติดตามสถานการณ์ธุรกิจ Wellness ในประเทศ จากข้อมูลการเปิด/ปิดธุรกิจ รายได้ อัตรากำไร แรงงาน ความหนาแน่นของธุรกิจรายจังหวัด

International Opportunities

ก้าวทันความต้องการผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ ในแต่ละประเทศเพื่อวิเคราะห์โอกาสในการค้า และสภาพการแข่งขัน เพื่อดูภาพรวมการส่งออกและนำเข้าสินค้าด้านสุขภาพ

Wellness Trade Insights

ก้าวทันการค้าจากข้อมูลและบทวิเคราะห์ เกี่ยวกับธุรกิจ Wellness ผ่าน www.คิดค่า.com

Dashboard ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

- 🏠 เกษตร
- 🏥 ธุรกิจบริการ 1
- 🏢 เศรษฐกิจจังหวัด
- 🌐 เศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ

ธุรกิจโลจิสติกส์

HEALTH AND WELLNESS
ธุรกิจสุขภาพ

สถานการณ์ภาพรวมธุรกิจด้านสุขภาพ (Health and Wellness) ของไทย



เลือกปี : 2022 | เดือน : All | จังหวัด : All

ประเภทธุรกิจสุขภาพ : All

มูลค่าของธุรกิจด้านสุขภาพของไทย

จำนวนธุรกิจด้านสุขภาพ (ราย)

28,313

▲ 3,889

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ข้อมูล ณ ปี 2019

จำนวนธุรกิจที่จดทะเบียนใหม่ (ราย)

6,057

▲ 149

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ข้อมูล ณ Oct-2022

จำนวนธุรกิจที่เลิกกิจการ (ราย)

997

▲ 173

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ข้อมูล ณ Oct-2022

รายได้รวมธุรกิจด้านสุขภาพ (บาท)

1,933,353M

▲ 2.73%

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ข้อมูล ณ ปี 2019

ทุนจดทะเบียนธุรกิจด้านสุขภาพ (บาท)

10,599,946M

▲ 228.02%

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ข้อมูล ณ ปี 2019

อัตรากำไรสุทธิเฉลี่ย Avg.Margin (%)

6.77%

คำนวณ (กำไรสุทธิ/รายได้)x100
ข้อมูล ณ ปี 2019

แรงงานของธุรกิจด้านสุขภาพของไทย

ปริมาณแรงงานภาคเอกชน (คน)

431,171

▲ 0.66%

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ข้อมูล ณ ปี 2022

สัดส่วนแรงงานในภาคเอกชน

- การแพทย์และสุขภาพ
- การผลิตและอุตสาหกรรม
- การค้าปลีกและค้าปลีก
- การค้าปลีก การส่งออก
- การบริการแบบทาง...

แรงงานและอัตรการเปลี่ยนแปลงตามประเภทธุรกิจสุขภาพ

ประเภทธุรกิจสุขภาพ	การแพทย์และสุขภาพ	การผลิตและอุตสาหกรรม	การค้าปลีกและค้าปลีก	การค้าปลีก การส่งออก	การบริการแบบทาง...
ปริมาณแรงงาน	386,631	428,330	431,171	220,472	225,494
อัตรการเปลี่ยนแปลง	0.8%	0.66%	0.6%		

ความสามารถในการสร้างรายได้ ธุรกิจต่อแรงงาน 1 คน (บาท)

4,513,699.26

Microsoft Power BI

Dashboard ธุรกิจสุขภาพ คลิก → 3

สิ่งแวดล้อม เงื่อนไขการค้าในตลาดโลก



สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั่วโลก ประกอบกับที่ผ่านมา การเร่งพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ได้ส่งผลเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้หลายประเทศต่างหาแนวทางการฟื้นฟูเศรษฐกิจและพัฒนาประเทศที่มีความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งได้มีการจัดประชุมหารือในวงประชุมระดับนานาชาติต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางและความร่วมมือกันในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปีที่ผ่านมา มีการจัดการประชุมที่สำคัญ อาทิ

การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

United Nations Framework Convention on Climate Change Conference of the Parties: UNFCCC COP

- การประชุมรัฐภาคีกรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change Conference of the Parties: UNFCCC COP) ครั้งที่ 27 (COP27) จัดขึ้น ณ เมืองชาร์มเอลซีค ประเทศอียิปต์ ระหว่างวันที่ 6-18 พฤศจิกายน 2565 มีสาระสำคัญ เช่น
 - การคงอุณหภูมิเฉลี่ยโลกไม่ให้เพิ่มขึ้นมากไปกว่า 1.5 °c
 - การรับมือและการปรับตัวต่อวิกฤตสภาพภูมิอากาศ
 - การตั้งกองทุนชดเชยความสูญเสียและเสียหาย (Loss and Damage Finance Fund) เป็นต้น



COP27
SHARM EL-SHEIKH
EGYPT 2022

ในการประชุม COP27 ไทยได้แถลงจุดยืนของประเทศที่จะมีส่วนร่วมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก



การปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่ากับ **0** ภายในปี ค.ศ. 2065

ลดคาร์บอน **เป็นกลาง** ภายในปี ค.ศ. 2050



เพิ่มเป้าหมายการมีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด (Nationally Determined Contributions: NDC)

ลดก๊าซเรือนกระจกเป็นร้อยละ **40** ภายในปี ค.ศ. 2030

การประชุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก Asia-Pacific Economic Cooperation: APEC

- เป็นเวทีระดับพหุภาคี (21 เขตเศรษฐกิจ) ด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาด้านอื่น ๆ อาทิ ความร่วมมือด้านเกษตร การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ และการพัฒนาด้านสาธารณสุข โดยในปี 2565 ไทยรับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเอเปค ภายใต้แนวคิด



“เปิดกว้างสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน สู่สมดุล”
หรือ “Open. Connect. Balance.”





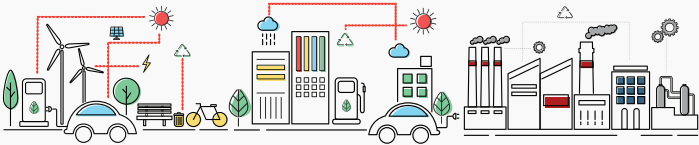
วันที่ 17 พฤศจิกายน 2565
ไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมรัฐมนตรีเอเปค
(APEC Ministerial Meeting: AMM)



วันที่ 18-19 พฤศจิกายน 2565
เป็นการประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค
(APEC Economic Leaders' Meeting: AELM)

ที่ประชุมสนับสนุนการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เน้นการใช้ BCG โมเดล ในการวางแผนให้สมาชิกเขตเศรษฐกิจร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน ควบคู่กับการเยียวยารักษาธรรมชาติ สร้างความสมดุล ที่เรียกว่า

“เป้าหมายกรุงเทพฯด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว”



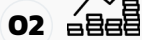
รวมทั้งส่งเสริมความมั่นคงด้านอาหารและด้านพลังงาน
มุ่งสู่สังคมเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน โดยมี 4 เป้าหมายสำคัญ



01 การจัดการปัญหาสภาพภูมิอากาศ
ซึ่งรวมถึงการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์



03 การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน
และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ



02 การค้าและการลงทุนที่ยั่งยืน



04 การลดและบริหารจัดการของเสีย
เพื่อเร่งการดำเนินงานของเอเปค
ในด้านการส่งเสริมการเจริญเติบโต
อย่างยั่งยืนให้เป็นรูปธรรม

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือ ในการกีดกันทางการค้า

- ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นประเด็นที่หลายประเทศให้ความสำคัญ และมีการนำมาใช้เป็นเครื่องมือ ในการกีดกันทางการค้า การที่ไทยจะรักษาความสามารถทางการแข่งขัน ในตลาดโลกได้นั้น จะต้องเร่งผลักดันให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการไทย ตระหนักว่า การพัฒนาที่มุ่งเน้นผลกำไร โดยมองข้ามสิ่งแวดล้อมนั้น ไม่เพียงพอต่อการค้าและการแข่งขันในโลกปัจจุบันอีกต่อไป ฉะนั้น ผู้ผลิต และผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิด โมเดลธุรกิจ และรูปแบบ การผลิตให้สอดคล้องกับกระแสโลก เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการ สร้างผลกำไร และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นควบคู่กันไป



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เล็งเห็นถึงความสำคัญของมาตรการทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถทางการแข่งขันของไทย รวมถึงการปรับตัวของภาคธุรกิจให้พร้อมรับกับมาตรการดังกล่าว ในปีงบประมาณ 2566 สนค. ได้ดำเนินโครงการศึกษาแนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจไทย เพื่อเตรียมพร้อมต่อมาตรการทางการค้าด้านสิ่งแวดล้อม: กรณีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยจะศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการรับฟัง/แลกเปลี่ยนความเห็นจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และจัดทำรายงานสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

นอกจากนี้ หน่วยงานภายในสังกัดกระทรวงพาณิชย์มีการดำเนินงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น การลงนามข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยความร่วมมือในการส่งเสริมผู้ประกอบการในด้านการบริหาร ก๊าซเรือนกระจก โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และองค์การบริหาร จัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) และการผลักดันแผนธุรกิจ โรงไฟฟ้าทางเลือก รองรับการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นต้น

แนวโน้มการเดินทาง

ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในปี 2566

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นอย่างมากภายหลังจากที่สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่ดำเนินมาเป็นระยะเวลาเกือบ 3 ปี ได้คลี่คลายลง โดย Economist Intelligence Unit (EIU) คาดการณ์ว่า ในปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จะสูงถึง 1.6 พันล้านคน หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปี 2565 ประกอบกับรายงานแนวโน้มการท่องเที่ยวประจำปีของ Amadeus บริษัทชั้นนำด้านเทคโนโลยีการเดินทางสัญชาติสเปน ได้ระบุว่าในปี 2566 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น ดังนี้

01 การเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบ เมตาเวิร์ส (Metaverse)

เมตาเวิร์ส (Metaverse) เป็นแนวคิดของเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานระหว่างโลกทางกายภาพและโลกดิจิทัล ที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกันได้อย่างเสมือนจริงผ่านการใช้แว่นตา VR (Virtual Reality Headset) และอุปกรณ์อื่น ๆ รวมไปถึงสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต การนำเสนอสถานที่และการท่องเที่ยวผ่านเมตาเวิร์สเป็นวิธีหนึ่งที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีนี้



01 การท่องเที่ยวรอบโลกแบบสมจริง ที่ใช้รูปแบบการท่องเที่ยว Live Virtual Tours



ซึ่งล่าสุด เกาหลีใต้ มีแผนการสร้างเมือง Metaverse Seoul เมืองเสมือนจริงแห่งแรกของโลกขึ้นมา ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2566 เทศกาลยอดนิยมของเกาหลีใต้ เช่น เทศกาลโคมไฟโซล ก็จะถูกจัดขึ้นบนโลกเสมือนใน Metaverse Seoul และเปิดโอกาสให้ผู้คนจากทั่วโลกเข้าร่วมได้ด้วย

02 การจองที่นั่งในเครื่องบินแบบ Virtual



03 การสร้างเมืองเมตาเวิร์สท่องเที่ยว



สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เปิดตัวโครงการ “Amazing Thailand Metaverse : Amazing Durian” เพื่อเตรียมความพร้อมผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีโอกาสศึกษา เรียนรู้ ทดลองทำจริงไปพร้อมกัน และสร้างประสบการณ์รูปแบบใหม่ให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยมี “สวนทุเรียน” เป็นธุรกิจนำร่องในการเชื่อมโยงจากโลกเสมือนสู่โลกจริงเข้ามากระตุ้นการท่องเที่ยว

02

การชำระเงิน แบบไร้รอยต่อ ด้วยรูปแบบไบโอเมตริกซ์ (Biometric Payment)



ไบโอเมตริกซ์ (Biometric) หรือ ข้อมูลอัตลักษณ์บุคคล คือ ลักษณะทางกายภาพและลักษณะทางพฤติกรรม การใช้ไบโอเมตริกซ์ในการยืนยันตัวตนของคุณ จึงเป็นการช่วยเพิ่มความรวดเร็วและปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องพกบัตรและไม่ต้องจำรหัสผ่าน อีกทั้งยังเป็นการช่วยเพิ่มความปลอดภัย เพราะไบโอเมตริกซ์ยากต่อการปลอมแปลงและการถูกลักลอบนำไปใช้

ในสนามบินหลายแห่ง ได้ใช้ไบโอเมตริกซ์ในการตรวจสอบเอกสารการเดินทางและการเช็คอิน แต่ในอนาคตจะมีการนำไปใช้ในเรื่องการชำระเงินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวด้วย โดยปัจจุบันมีผู้ประกอบการได้นำการยืนยันตัวตนไปการทดลองใช้แล้ว เช่น ร้าน Hudson Nonstop ร้านค้าในสนามบินในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ใช้ระบบการชำระเงินแบบไบโอเมตริกซ์ ผ่านระบบการชำระเงินของ Amazon One โดยลูกค้าสามารถสแกนฝ่ามือเพื่อเข้าร้านและเดินออกจากร้านพร้อมสินค้า ก็ถือเป็นการชำระเงินเรียบร้อยแล้ว กระบวนการชำระเงินดังกล่าวช่วยให้ลูกค้าสามารถจับจ่ายและชำระเงินได้อย่างรวดเร็วลดต้นทุนของผู้ประกอบการร้านค้า และป้องกันการลักขโมยสินค้าในร้านด้วย

ผลการศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคของชาวไทย ปี 2564 โดยบริษัทวิจัยพบว่า



61% ↓

ของผู้บริโภคชาวไทยถือเงินสดน้อยลง



77% ↑

ชำระเงินแบบดิจิทัลมากขึ้น



54%

ความกังวลเรื่องการติดของโรคร้ายผ่านการถือเงินสด



45% ↑

จำนวนร้านค้าที่รับชำระเงินแบบดิจิทัลมีเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าประเทศไทยกำลังจะก้าวสู่ยุคสังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ การชำระเงินในรูปแบบไบโอเมตริกซ์ ผลการศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคชาวไทยปี 2564 จึงมีความเป็นไปได้ที่จะถูกใช้งานแพร่หลายมากขึ้น

03

การเดินทางด้วยสัมภาระที่เบาขึ้น (Traveling light)



ความตระหนักของผู้เดินทาง เรื่องความคล่องตัวและน้ำหนักและขนาดของสัมภาระที่อาจสร้างค่าใช้จ่ายในการโดยสารเครื่องบินที่สูง ตลอดจนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เครื่องบินอาจมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้นเนื่องจากน้ำหนักของสัมภาระในเครื่องบินที่มาก ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวได้มีบริการให้เช่า/ยืมอุปกรณ์ขนาดใหญ่ เช่น โรงแรมในเครือ Hilton มีบริการให้เช่าอุปกรณ์ออกกำลังกาย โรงแรมในเครือ Westin Hotels & Resorts มีบริการให้เช่าเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับสภาพอากาศในพื้นที่

04

ทำงานที่ไหนก็ได้ (Work from anywhere)



การพัฒนาของโลกดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน โดยบริษัทต่างๆ เริ่มให้อิสระพนักงานในการทำงานจากสถานที่อื่น ๆ มากขึ้น เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ มือถือ และอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดบริษัทเทคโนโลยีพัฒนาแพลตฟอร์มที่เป็นตัวช่วยตัดสินใจในเรื่องการทำงานจากสถานที่ต่าง ๆ อาทิ แพลตฟอร์มชื่อ Nomadlist ซึ่งแสดงข้อมูลและ

ความเห็นต่อสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำงานและสามารถพักผ่อนท่องเที่ยวได้ในเวลาเดียวกัน อาทิ ความแรงของอินเทอร์เน็ต สภาพอากาศ ความปลอดภัย และค่าครองชีพ เป็นต้น นอกจากนี้ แพลตฟอร์มดังกล่าวยังได้แนะนำให้ กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่เหมาะสมสำหรับการทำงานแบบทางไกลอันดับที่ 5 จากเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ค่าครองชีพไม่สูงและมีสิ่งอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับข้อมูลของบริษัท Amadeus พบว่า การค้นหาเที่ยวบินจากชิตินี้ไปกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 165 ในช่วงเดือนกันยายน 2565 เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2562

โอกาสต่อการค้าและธุรกิจของไทย

- 1 กระแสเมตาเวิร์ส** เป็นโอกาสที่จะช่วยให้ภาคธุรกิจไทยมีการต่อยอดสินค้าและบริการด้วยการใช้นวัตกรรม อาทิ โอกาสต่อยอดธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาและผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (อุปกรณ์แว่นตา VR (Virtual Reality) จอภาพและเลนส์พิเศษ และอุปกรณ์จับความเคลื่อนไหว) รวมไปถึงการพัฒนาซอฟต์แวร์หรือสร้างแพลตฟอร์ม และธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ที่สามารถรองรับการใช้งานเทคโนโลยีเมตาเวิร์ส การขยายตลาดผ่านการนำเสนอในเมตาเวิร์สของภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทย อาทิ ที่พักโรงแรม การขนส่ง การจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก อาหารและเครื่องดื่ม และการนำเที่ยว รวมไปถึงสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชน
- 2 การใช้ไบโอเมตริกซ์** นอกจากการใช้ในภาคธุรกิจการเงินการธนาคารแล้ว ภาคธุรกิจทั้งผู้ประกอบการและร้านค้าควรวางแผนและเตรียมพร้อมในการปรับเปลี่ยนกระบวนการชำระเงินให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มความรวดเร็วในขั้นตอนการชำระเงิน และลดต้นทุน ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้มีบทบาทในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs และ MSMEs ให้มีองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจเปิดโอกาสสู่การสร้างธุรกิจใหม่ ๆ และสร้างโอกาสทางการตลาด
- 3 การเดินทางด้วยสัมภาระที่เบาลง** เป็นการเปิดโอกาสให้เกิดธุรกิจที่สร้างกิจกรรมและการอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เช่น กิจกรรมให้นักท่องเที่ยว ยืมเสื้อผ้าจากศิลปินและเส้นใยธรรมชาติ และบริการให้เช่าเสื้อผ้าจากชุมชน เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าของสินค้าชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนผลักดันสินค้าและบริการของไทยผ่าน Soft Power เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ
- 4 รูปแบบการทำงานที่หนักก็ได้** เป็นแนวโน้มที่จะส่งผลดีให้กับธุรกิจท่องเที่ยวไทย ภาคธุรกิจไทยจึงควรใช้โอกาสนี้ในการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวโน้มผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เช่น การให้เช่าที่พักในระยะยาว และการให้บริการที่เหมาะสมต่อการทำงานและพักผ่อนไปพร้อมกัน

ภาพรวมเศรษฐกิจ เดือนพฤศจิกายน 2565

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน พฤศจิกายน 2565

		ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA		
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline Inflation CPI	พ.ย.65	107.92	-0.13	5.55	6.10	
		ต.ค.65	108.06	0.33	5.98	6.15	
เงินเฟ้อพื้นฐาน ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน	Core Inflation Core CPI	พ.ย.65	103.92	0.13	3.22	2.44	
		ต.ค.65	103.78	0.05	3.17	2.35	
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	CCI	อยู่ที่ระดับ	พ.ย.65	49.9		ต.ค.65	47.7

เศรษฐกิจไทยยังมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์ในประเทศที่เพิ่มขึ้นจากภาคการท่องเที่ยว ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปของไทยยังคงขยายตัว ที่ร้อยละ 5.55 (YoY) เป็นการสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 (จากร้อยละ 6.41 และ 5.98 ในเดือนกันยายน และตุลาคม 2565 ตามลำดับ) ตามการชะลอตัวของราคาสินค้าในกลุ่มอาหารเป็นสำคัญ ขณะที่ราคาสินค้าในกลุ่มพลังงานยังคงสูง เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับเงินเฟ้อของต่างประเทศ (ข้อมูลล่าสุดเดือนตุลาคม 2565) พบว่า อัตราเงินเฟ้อของไทยอยู่ในระดับดีกว่าหลายประเทศ ทั้งสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร อิตาลี เม็กซิโก อินเดีย รวมถึงประเทศในอาเซียน ทั้งลาว ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์

ดัชนีราคาผู้บริโภค

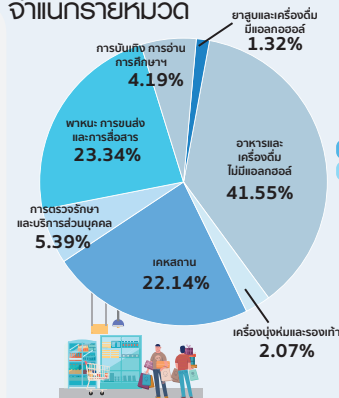
เดือนพฤศจิกายน 2565 อยู่ที่ร้อยละ 5.55 (YoY)

ดัชนีราคาผู้บริโภค (อัตราเงินเฟ้อทั่วไป) เดือนพฤศจิกายน 2565 สูงขึ้นร้อยละ 5.55 (YoY) ตามการชะลอตัวของราคาสินค้าในกลุ่มอาหาร โดยเฉพาะผักสด ผลไม้สด เนื้อสัตว์ และเครื่องประกอบอาหาร เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่มีมากกว่าช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ขณะที่สินค้ากลุ่มพลังงาน (น้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม) ค่าโดยสารสาธารณะ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสะอาด และของใช้ส่วนบุคคลราคาสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าหลายรายการที่ราคาลดลง อาทิ ผลิตภัณฑ์ป้องกันและบำรุงผิว แป้งผัดหน้า เครื่องปรับอากาศ และเครื่องรับโทรทัศน์ สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว) อยู่ที่ร้อยละ 3.22

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา ลดลงร้อยละ 0.13 (MoM) และเฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค. - พ.ย.) ปี 2565 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 6.10 (AoA)

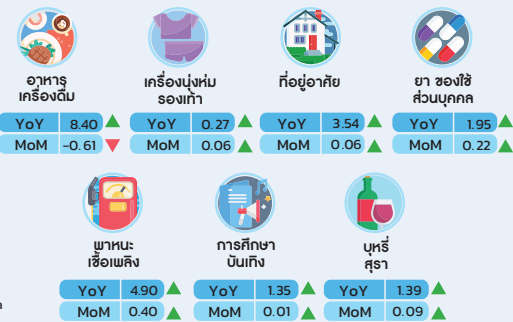
สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง

จำแนกรายหมวด



แนวโน้มเงินเฟ้อ เดือนธันวาคม 2565

คาดว่าจะยังขยายตัวในระดับที่ใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากราคาพลังงาน (น้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม) สินค้ากลุ่มอาหาร (อาทิ เนื้อสัตว์ ไข่และผลิตภัณฑ์นม และอาหารสำเร็จรูป) และค่าโดยสารสาธารณะ: ยังสูงกว่าเดือนเดียวกันของปีก่อน รวมทั้ง อุปสงค์ในประเทศที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรบางชนิดที่มีมากกว่าปีที่ผ่านมา มาตรการดูแลค่าครองชีพของภาครัฐ แนวโน้มการแข็งค่าของเงินบาท และการแพร่ระบาดของโควิด-19 สายพันธุ์ใหม่จะเป็นปัจจัยที่อาจลดทอนอัตราเงินเฟ้อในช่วงที่เหลือได้ ซึ่งจะต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดต่อไป

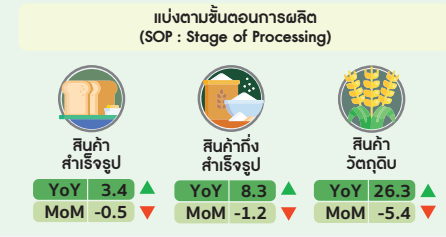
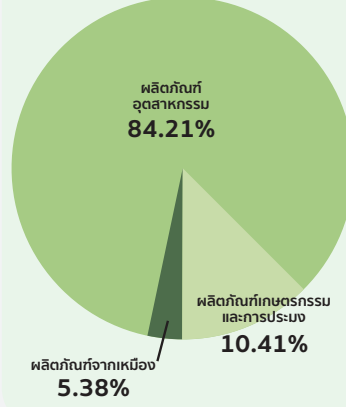


ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนพฤศจิกายน 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 7.2** (YoY)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนพฤศจิกายน 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 7.2** (YoY) จาก ร้อยละ 9.9 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวในทุกหมวดสินค้า โดยเฉพาะหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมืองที่ราคาปีโตรเลียมดิบและก๊าซธรรมชาติชะลอตัวลงค่อนข้างมาก จากความต้องการของโลกที่ลดลงตามภาวะเศรษฐกิจประเทศสำคัญ ขณะที่ต้นทุนการผลิต อาทิ พลังงาน ค่าขนส่ง ค่าแรง และค่าวัตถุดิบ ยังสูงกว่าปีก่อน รวมทั้ง อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น และเงินบาทที่อ่อนค่า ส่งผลให้ดัชนีราคาผู้ผลิตยังคงขยายตัวเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดย**หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** **สูงขึ้นร้อยละ 49.7** สินค้าที่ราคาปรับสูงขึ้น ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันปีโตรเลียมดิบ หินก่อสร้าง และทราย **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** **สูงขึ้นร้อยละ 5.4** สินค้าสำคัญที่ราคาปรับสูงขึ้น ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม (น้ำมันดีเซล น้ำมันเครื่องบิน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91, 95) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (เนื้อมูสกร ไก่สด มันเส้น) กลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ (อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล (ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์)) กลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อื่น ๆ (ทองคำ) กลุ่มเครื่องจักรและเครื่องมือ (เครื่องสูบน้ำ เครื่องเก็บเกี่ยว) กลุ่มยานยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ (รถยนต์นั่ง รถบรรทุกขนาดเล็ก/ขนาดใหญ่ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับรถยนต์) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแร่โลหะ (กระเบื้องปูพื้น-บุผนัง โลหะผสม เสาเข็มคอนกรีต) กลุ่มกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ (เยื่อกระดาษ กอถ่วงกระดาษ กระดาษสากระดาษ) กลุ่มสิ่งทอ (ผ้าดิบ ผ้าฝ้าย สิ่งทอจากใยสังเคราะห์ (เส้นใย/ผ้า/ด้าย)) และ

สัดส่วนน้ำหนัก จำแนกรายหมวด



หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง **สูงขึ้นร้อยละ 6.0** โดยสินค้าที่มีราคาสูงขึ้น คือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ กลุ่มพืชล้มลุก (ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว หัวมันสำปะหลังสด) กลุ่มสัตว์ (สุกรมีชีวิต ไก่มีชีวิต ไข่ไก่) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากการประมง (ปลาหมึกกล้วย ปลานิล ปูม้า) สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง ได้แก่ กลุ่มพืชผัก (มะนาว ผักคะน้า ผักชี) และกลุ่มไม้ยืนต้น (ผลปาล์มสด ยางพารา)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2565 **ลดร้อยละ 1.3** และเฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค. - พ.ย.) ปี 2565 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน **สูงขึ้นร้อยละ 10.9** (AoA)

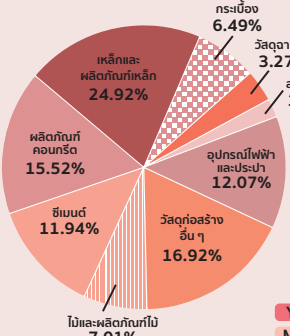


ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนพฤศจิกายน 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 3.1** (YoY)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนพฤศจิกายน 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 3.1** (YoY) ชะลอตัวลงจากร้อยละ 5.2 และ 3.6 ในเดือนกันยายน และตุลาคม 2565 ตามลำดับ โดยมีสาเหตุจากต้นทุนที่สูงขึ้นตามราคาวัตถุดิบและพลังงาน ขณะที่ราคาเหล็กโลกในประเทศเริ่มชะลอตัวลง ตามราคาเหล็กในตลาดโลกที่ปรับลดลงตามความต้องการใช้ในต่างประเทศ โดยเฉพาะจีน โดย**หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** **สูงขึ้นร้อยละ 8.1** (ไม้แปบ ไม้คาน และแผ่นไม้อัด) **หมวดซีเมนต์** **สูงขึ้นร้อยละ 4.9** (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม และปูนฉาบสำเร็จรูป) **หมวดกระเบื้อง** **สูงขึ้นร้อยละ 4.1** (กระเบื้องลอนคู่ กระเบื้องแกรนิต และกระเบื้องยาง PVC ปูพื้น) **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** **สูงขึ้นร้อยละ 4.0** (วัสดุธรรมชาติ (หิน ดิน ทราย) อลูมิเนียมแผ่นเรียบ และฉนวนกันความร้อน) **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** **สูงขึ้นร้อยละ 3.1** (เสาเข็มคอนกรีตอัดแรง พื้นคอนกรีตสำเร็จรูปอัดแรง และคานคอนกรีตสำเร็จรูป) **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** **สูงขึ้นร้อยละ 3.1** (สายไฟฟ้า หลอดไฟฟ้า ฟลูออเรสเซนต์ และท่อร้อยสายไฟ) **หมวดวัสดุฉนวน** **สูงขึ้นร้อยละ 2.5** (สีเคลือบน้ำมัน สีรองพื้นปูน และสีรองพื้นโลหะ) **หมวดสุขภัณฑ์** **สูงขึ้นร้อยละ 0.4**

สัดส่วนน้ำหนัก จำแนกรายหมวด



(อ่างล้างหน้าเซรามิก กระจกเงา และที่ใส่สบู่) และ**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** **สูงขึ้นร้อยละ 0.3** (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ผิวข้ออ้อย ลวดผูกเหล็ก และท่อเหล็กร้อยสายไฟ)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง **ดัชนีไม่เปลี่ยนแปลง (MoM)** และเฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค.- พ.ย.) ปี 2565 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน **สูงขึ้นร้อยละ 6.0** (AoA)

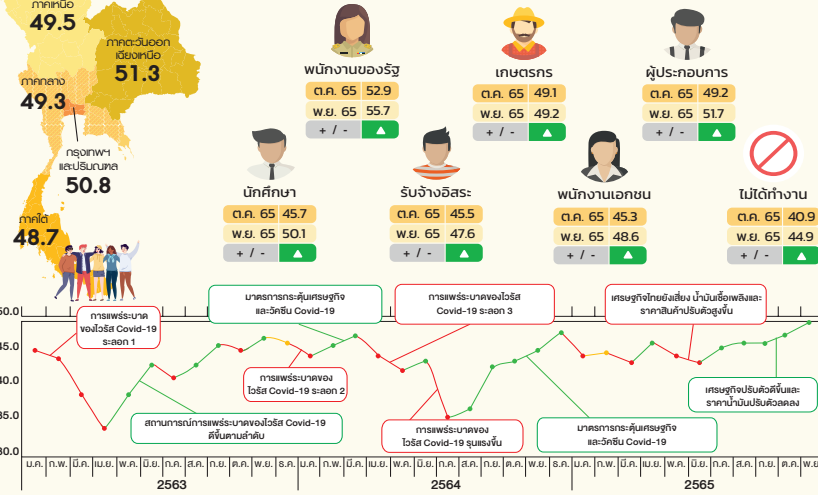


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนพฤศจิกายน 2565 **เท่ากับ 49.9** (YoY)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนพฤศจิกายน 2565 **ปรับเพิ่มขึ้น** ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 มาอยู่ที่ระดับ 49.9 จากระดับ 47.7 ในเดือนก่อนหน้า ซึ่งใกล้จะเข้าสู่ช่วงความเชื่อมั่น โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับเพิ่มขึ้นจากระดับ 38.7 มาอยู่ที่ระดับ 40.4 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับเพิ่มขึ้นจากระดับ 53.7 มาอยู่ที่ระดับ 56.3 อยู่ระดับที่มีความเชื่อมั่นมีติดต่อกันเป็นเดือนที่ 13 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ มาตรการช่วยเหลือและกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่มีต่อเนื่อง รวมทั้งราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเศรษฐกิจของไทยจะปรับตัวดีขึ้น แต่มีปัจจัยเสี่ยงจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญ และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในต่างประเทศ รวมถึงราคาสินค้าและบริการในประเทศที่ยังอยู่ในระดับสูง จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในระยะต่อไป

อัตราการเปลี่ยนแปลง จำแนกรายหมวด



การค้าระหว่างประเทศไทย

เดือนตุลาคม 2565

การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2565

มีมูลค่า **21,772.4** ล้านเหรียญสหรัฐ
(801,273 ล้านบาท)

↓ หดตัว **4.4%**
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ
และยุทธปัจจัย หดตัว **2.8%**



อุปสงค์ของประเทศคู่ค้าชะลอลงจากการใช้นโยบายการเงินที่ตึงตัวเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อทั่วโลกที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค ภาคการผลิตของโลกชะลอลงต่อเนื่องสะท้อนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของโลกที่ต่ำกว่าระดับ 50 โดยเฉพาะตลาดสหภาพยุโรปที่ขาดแคลนพลังงานอย่างรุนแรง และตลาดจีนที่ยังคงใช้มาตรการโควิดเป็นศูนย์กลาง เพื่อควบคุมการระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้การส่งออกสินค้าในหลายหมวดชะลอตัวลง อย่างไรก็ตามการส่งออกยังมีปัจจัยบวกจากภาวะเงินบาทอ่อนค่า และค่าระวางเรือที่เริ่มปรับเข้าสู่สมดุล ทั้งนี้ การส่งออกไทย 10 เดือนแรก ยังขยายตัวได้ดีร้อยละ 9.1 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 7.4

● ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

1 ตลาดหลัก **↗** หดตัวร้อยละ 4.5

โดยหดตัวในตลาดสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 0.9 จีนร้อยละ 8.5 ญี่ปุ่น ร้อยละ 3.1 อาเซียน (5) ร้อยละ 13.1 สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 9.8 ขณะที่ CLMV ขยายตัวร้อยละ 10.6

2 ตลาดรอง **↗** หดตัวร้อยละ 5.7

โดยหดตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 21.8 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 22.5 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 5.0 รัสเซียและกลุ่ม CIS ร้อยละ 62.9 ขณะที่ทวีปออสเตรเลียและตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 18.8 และร้อยละ 22.4 ตามลำดับ

3 ตลาดอื่นๆ **↗** ขยายตัวร้อยละ 51.7

อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ ขยายตัวร้อยละ 103.5

- **การนำเข้า** เดือนตุลาคม 2565 มีมูลค่า 22,368.8 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัวร้อยละ 2.1 สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์
- **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ สหรัฐฯ และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์
- **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย
- **ดุลการค้า** เดือนตุลาคม 2565 การค้าขาดดุล 853.2 ล้านเหรียญสหรัฐ
- **ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า**

ดัชนีราคาส่งออก เดือนตุลาคม 2565 เท่ากับ 107.9 สูงขึ้นร้อยละ 3.2 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาส่งออกปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง หมวดสินค้าอุตสาหกรรม การเกษตร หมวดสินค้าเกษตรกรรม และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม

ดัชนีราคานำเข้า เดือนตุลาคม 2565 เท่ากับ 112.2 สูงขึ้นร้อยละ 7.3 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วยหมวดสินค้าเชื้อเพลิง หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดสินค้าทุน และหมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ขณะที่หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งปรับตัวลดลง



การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	ต.ค. 2565 Oct 2022	ม.ค. - ต.ค. 2565 Jan-Oct 2022
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	21,772.4 -4.4%	243,138.5 +9.1%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	22,368.8 -2.1%	258,719.8 +18.3%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-596.4	-15,581.3

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ต.ค. 65

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(%)	(ล้าน USD)	
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,412.1	5.1	11.1	สหรัฐฯ	3,506.4	-0.9	16.1
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,283.7	-25.5	5.9	จีน	2,515.5	-8.5	11.6
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,207.3	22.7	5.6	ญี่ปุ่น	2,004.4	-3.1	9.2
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,040.9	-6.2	4.8	เวียดนาม	1,092.4	13.3	5.0
แผงวงจรไฟฟ้า	770.1	0.4	3.5	ออสเตรเลีย	989.4	22.1	4.5

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ต.ค. 65

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(%)	(ล้าน USD)	
น้ำมันดิบ	2,323.8	5.2	10.4	จีน	5,320.1	-5.3	23.8
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,723.9	8.2	7.7	ญี่ปุ่น	2,686.8	-8.5	12.0
แผงวงจรไฟฟ้า	1,646.0	17.5	7.4	สหรัฐฯ	1,645.9	41.8	7.4
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,558.5	-1.8	7.0	สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก	1,227.7	35.2	5.5
เคมีภัณฑ์	1,489.6	-6.0	6.7	มาเลเซีย	1,155.4	-6.4	5.2

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า เดือน ต.ค.65

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ส.ค. 65	ก.ย. 65	ต.ค. 65	ต.ค. 65	ต.ค. 65
ส่งออก	-0.1	-0.3	0.0	3.2	107.9
นำเข้า	-0.6	-0.9	0.2	7.3	112.2

● การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุกและลึก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวกการส่งออก โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา อาทิ (1) การผลักดันไทยให้เป็นแหล่งผลิตและแปรรูปข้าวเพื่อส่งออก ในการประชุมข้าวโลก ครั้งที่ 14 ที่จัดขึ้น ณ จังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์ สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย และผู้ประกอบการค้าข้าวทั้งในและต่างประเทศ โดยยืนยันคุณภาพข้าวไทยและพร้อมสนับสนุนนโยบายการค้าข้าวเสรีและปราศจากการแทรกแซง เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับประเทศคู่ค้า ว่าราคาข้าวของไทยเป็นไปตามกลไกตลาดโลกอย่างแท้จริง (2) การหารือทวิภาคีกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น เพื่อจับคู่เครือข่ายภาครัฐและเอกชนตามแนวคิด Co-create Vision เพื่อลงทุนซื้อขายสินค้าและบริการ การบริหารซัพพลายเชนร่วมกัน รวมไปถึงการส่งเสริมแนวทางเศรษฐกิจ BCG หรือ Green Economy นอกจากนี้ไทยยังได้ขอให้ญี่ปุ่นเข้ามามีบทบาทให้ความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์กติกาในการส่งออกสินค้าเกษตรแก่ไทยด้วย เนื่องจากปัจจุบันไทยยังส่งออกสินค้าเกษตรต่ำกว่าโควตาที่รัฐบาลญี่ปุ่นมอบให้อยู่มาก (3) มาตรการส่งเสริมการส่งออกปาล์มน้ำมันของไทย เพื่อรักษาสถิตในด้านราคาหลังอินโดนีเซียและมาเลเซีย เร่งส่งออกน้ำมันปาล์มสู่ตลาดโลก ส่งผลให้ราคาปาล์มเริ่มปรับลดลง โดยเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายปาล์มแห่งชาติ (กนป.) มีมาตรการช่วยเหลือเพิ่มเติม และสนับสนุนการส่งออกกิโลกรัมละ 2 บาท เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

● แนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่าการส่งออกของไทยยังสามารถบรรลุรอบเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีปัจจัยหนุนจากต้นทุนด้านพลังงานที่เริ่มลดลง ค่าระวางเรือขนส่งสินค้าที่เข้าสู่สมดุล อุปทานชิปประมวลผลที่มีมากขึ้น เพียงพอต่อการผลิตสินค้าเทคโนโลยีเพื่อการส่งออก การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในไทยที่ส่งผลดีต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเงินบาทที่ยังอ่อนค่าเมื่อเทียบกับคู่ค้าหลักของไทย อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยเสี่ยงจากการหดตัวของอุปสงค์ในคู่ค้าสำคัญ ความไม่แน่นอนที่เกิดจากนโยบายการค้าของสหรัฐฯ และจีน รวมไปถึงความไม่สงบในยูเครนที่ยังคงอยู่ เป็นปัจจัยเฝ้าระวังที่กระทรวงพาณิชย์ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดต่อไป



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
การค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนตุลาคม 2565
ผ่าน QR Code นี้

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



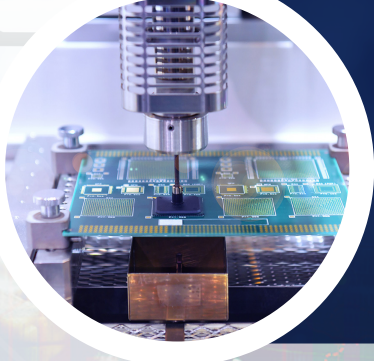


**สหรัฐฯ และ
สหราชอาณาจักร
ร่วมมือส่งออก
LNG อย่างยั่งยืน**



ประกาศความร่วมมือด้านพลังงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายการส่งออก ก๊าซธรรมชาติเหลว (LNG) จากสหรัฐฯ ไปยังสหราชอาณาจักรอย่างยั่งยืน มุ่งผลักดันการลงทุนด้านพลังงานสะอาด และแลกเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้พลังงานและการลดความต้องการใช้ก๊าซ คาดว่าจะทำให้ราคาพลังงานในสหราชอาณาจักรลดลง และช่วยยุติการพึ่งพาพลังงานจากรัสเซียของยุโรป ทั้งนี้ ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 65 สหราชอาณาจักรนำเข้าก๊าซจากสหรัฐฯ ประมาณ 1.1 หมื่นล้านลูกบาศก์เมตร เพิ่มขึ้นมาจากปี 64 ที่นำเข้าจากสหรัฐฯ ประมาณ 4 พันล้านลูกบาศก์เมตร

บริษัทผลิตเซมิคอนดักเตอร์ไต้หวัน (TSMC) ผู้ผลิตเซมิคอนดักเตอร์ รายใหญ่ที่สุดของโลก วางแผนที่จะสร้างโรงงานผลิตแห่งที่สองในรัฐ แอริโซนาของสหรัฐฯ และเพิ่มการลงทุนเป็น 4 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นหนึ่งในการลงทุนที่มูลค่าสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ของสหรัฐฯ เพื่อผลิตเวเฟอร์ เซมิคอนดักเตอร์ ขนาด 3 นาโนเมตร คาดว่าการสร้าง โรงงานดังกล่าวจะทำให้เกิดการจ้างงานด้านเทคโนโลยีระดับสูงมากกว่า 13,000 ตำแหน่ง



**ไต้หวัน
ตั้งเป้าหมายการผลิต
เซมิคอนดักเตอร์**



**เวียดนาม
ร่างกฎหมาย ป้องกัน
นำเข้าข้าวคุณภาพต่ำ**



กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าเวียดนาม ร่างกฎหมายการค้าข้าวฉบับใหม่ เพื่อจำกัดการนำเข้าข้าวคุณภาพต่ำ หลังตรวจพบการนำเข้าข้าวเกรดต่ำ จากอินเดียที่นำเข้ามาภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย โดยจากสถิติการนำเข้าในปี 64 พบว่า เวียดนามนำเข้าข้าวจากอินเดียถึง 72% ของการนำเข้าข้าวรวม โดยเฉพาะข้าวหักที่ถูกใช้ในการผลิตเบียร์ สุรา อาหารสัตว์ เค้ก และเส้นก๋วยเตี๋ยว เป็นต้น



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



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