



## SPECIAL REPORT

- ▶ ใช้แล้ว - ใช้อีก เปลี่ยนเศรษฐกิจไทย ด้วยการลดใช้ถุงพลาสติก
- ▶ ชูสินค้าท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม ยกกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

## SPECIAL TALK

ประเทศไทย  
ในเส้นทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

พบกับวารสาร TPSO Journal ฉบับที่ 103 เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เดือนนี้กองบรรณาธิการขอนำเสนอประเด็นที่ทุกภาคส่วนกำลังให้ความสำคัญ เรื่องแรก คือ Special Talk “ประเทศไทยในเส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” ตามมาด้วย Special Report ซึ่งมีหัวข้อที่น่าสนใจ หัวข้อ “ใช้แล้ว - ใช้อีก เปลี่ยนเศรษฐกิจไทยด้วยการลดใช้ถุงพลาสติก” ชวนคิดกับนโยบายลดการใช้ถุงพลาสติกที่มีมาตรการอย่างไรจริงจัง ช่วงเดือนมกราคมที่ผ่านมา นโยบายนี้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในปัจจุบันอย่างไร? และในอนาคตจะมีแนวทางการดำเนินต่อไปอย่างไร? ต่อด้วยหัวข้อ “ชูลินค้าท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม ยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์” เสนอแนวทางการผลักดันการค้าท้องถิ่นหรือเศรษฐกิจฐานรากด้วยผลิตภัณฑ์จากงานจากกระจูด

ก่อนจากกัน...ผู้อ่านทุกท่านอย่าลืมรักษาสภาพ ป้องกันตนเองและคนรอบข้างจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ระลอกนี้ เพราะทุกท่านล้วนเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน แล้วพบกันฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สผศ.

วารสาร สผศ.

ปีที่ 10 ฉบับที่ 103 กุมภาพันธ์ 2563  
www.tpsoc.moc.go.th

## Contents

### 03 Special Talk

ประเทศไทยในเส้นทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

### 04 Special Report

ใช้แล้ว - ใช้อีก เปลี่ยนเศรษฐกิจไทยด้วยการลดใช้ถุงพลาสติก

### 06 Special Report

ชูลินค้าท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม ยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### 08 Economic Indicators

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย มกราคม 2563

### 10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : ธันวาคม 2562

### 11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ, ราคาน้ำมัน, อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : มกราคม 2563

### 12 Global News

ไทยแลนด์: ขวัญใจเชียงใหม่

## GETTING AROUND WITH TPSO

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) นำคณะผู้บริหาร ข้าราชการ และบุคลากร สนค. เข้าสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำกระทรวงพาณิชย์ และร่วมพิธีมงคลทางศาสนาเนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนาสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ปีที่ 5

ตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา สนค. ได้ร่วมกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ รวมถึงการศึกษาทิศทางการค้าเพื่อรองรับเศรษฐกิจใหม่ ตลอดจนมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่



ได้อย่างมั่นคง ทั้งการพัฒนาเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าให้สอดคล้องตามพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ สนค. ได้ยกระดับการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจการค้าภายใต้แนวคิด Big Data ของกระทรวงพาณิชย์ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยได้พัฒนาระบบสารสนเทศเชิงลึกด้านเศรษฐกิจการค้า (Trade Intelligence System: TIS) ขึ้นมาสำหรับใช้วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงนโยบายและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจการค้าได้อย่างทันทั่วทั้ง

สนค. จะยังคงมุ่งมั่นพัฒนาการทำงาน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทยร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อให้ภาคการผลิตและการค้าไทยผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าโลก สร้างมูลค่าการค้าให้แก่ภาคธุรกิจและประชาชน ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันให้เศรษฐกิจการค้าไทยเติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืนต่อไป

# ประเทศไทย ในเส้นทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน



หลังจาก 4 ปีที่ผ่านมาที่ประเทศไทยได้อนุมัติตามมติที่ประชุม สมัชชาสหประชาชาติสมัยสามัญ ครั้งที่ 70 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558 ณ สำนักงานใหญ่ สหประชาชาติ นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ได้รับรองวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals ; SDGs) เพื่อให้ประเทศต่าง ๆ นำไปปฏิบัติให้บรรลุ

ผลสำเร็จเกิดการพัฒนายั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้น สำนักงานสภาพัฒนาการสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ (สศช.) ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการการพัฒนาที่ยั่งยืน (กพย.) ได้จัดประชุม กพย. ครั้งที่ 1/2562 ไปเมื่อเดือนธันวาคม 2562 โดยมี พล.อ.ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานประชุม เพื่อหารือถึงแนวทางการดำเนินการขับเคลื่อน SDGs และการขับเคลื่อน SDGs ร่วมกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

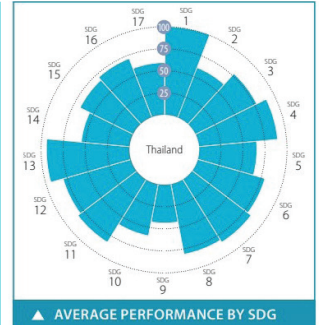
ทั้งนี้ กพย. มีมติเห็นชอบร่างแผนการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับประเทศไทย (Thailand's SDGs Roadmap) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและ

- 1) การสร้างการตระหนักรู้
- 2) การบูรณาการเชื่อมโยงเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับที่ 2 และแผนระดับที่ 3
- 3) กลไกการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศที่เป็นระบบ

แผนที่ SDGs ประเทศไทย  
ที่มา : สถิติทางการของประเทศไทย  
osthailand.nic.go.th

- 4) การจัดทำโครงการ/การดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บท
  - 5) ภาคการพัฒนา
  - 6) การติดตามประเมินผลผ่านระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ หรือ eMENSRCR เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงลึกของ SDGs กับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บท
- นอกจากนี้ มีการกำหนดพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ชัดเจนในระดับพื้นที่ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย **กลุ่มที่ 1** พื้นที่/จังหวัดที่มีความเหลื่อมล้ำสูง ยังขาดความพร้อมและศักยภาพ **กลุ่มที่ 2** พื้นที่/จังหวัดที่มีศักยภาพของตนเองและมีความพร้อมที่จะพัฒนาต่อยอดศักยภาพนั้น และ**กลุ่มที่ 3** พื้นที่/จังหวัดที่มีความเข้มแข็งแล้วและพร้อมจะขยายศักยภาพไปสู่ภายนอก โดยมีการมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยประสานและสั่งการให้ 8 จังหวัดนำร่องใน 6 ภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ (ลำพูน แม่ฮ่องสอน) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น นครพนม) ภาคกลาง (สุพรรณบุรี) ภาคตะวันออก (ปราจีนบุรี) ภาคใต้ (ตรัง ปัตตานี) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 1 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลเกาะคา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ร่วมดำเนินการกับ สศช. สนับสนุนการดำเนินงานในพื้นที่ เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการดำเนินการขับเคลื่อน SDGs ระดับพื้นที่ต่อไป

ความคืบหน้าการดำเนินการขับเคลื่อน SDGs ของประเทศไทยที่ผ่านมา มีรายงานการศึกษา SDGs Development Report ของมูลนิธิแบร์เทลส์มันน์ (Bertelsmann Stiftung) ร่วมกับเครือข่ายการแก้ปัญหาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Solutions Network (SDSN) ที่รายงานผลการตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals ; SDGs) ของแต่ละประเทศ ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 40 จาก 162 ประเทศทั่วโลก ปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน 19 อันดับ (โดยในปี พ.ศ. 2561 ไทยอยู่ในอันดับที่ 59 จาก 156 ประเทศ) และประเทศไทยอยู่ในอันดับหนึ่งของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป้าหมายที่ 1 การขจัดความยากจน ประเทศไทยสามารถบรรลุเป้าหมายแล้ว



ภาพรวมผลสำเร็จ SDGs ของประเทศไทย

ค่าเฉลี่ยผลสำเร็จของ SDGs แต่ละเป้าหมายของประเทศไทย

ที่มา : Sustainable Development Report 2019. Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network

ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลักร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศรับผิดชอบเป้าหมายที่ 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งตามรายงาน SDGs Development Report พบว่าเป้าหมายที่ 17 ยังมีความท้าทายและมีโอกาสที่จะขับเคลื่อนให้บรรลุผลสำเร็จ ดังนั้น การดำเนินการต่อไป กระทรวงพาณิชย์ จะบูรณาการงานร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ และมีข้อมูลผลการดำเนินการปรากฏอยู่ในรายงานฉบับดังกล่าวต่อไป โดยจะสนับสนุนการทำงานผ่านกลไกของคณะอนุกรรมการชุดใหม่ 4 คณะ ภายใต้ กพย. เพื่อเป็นกลไกหลักในการแปลงนโยบายที่เกี่ยวกับการขับเคลื่อน SDGs ไปสู่การปฏิบัติอย่างบูรณาการ ได้แก่

- 1) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน มีอำนาจหน้าที่วางแนวทางการดำเนินงาน และบูรณาการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในแต่ละด้าน รวมทั้งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยและแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยกระทรวงพาณิชย์ มีปลัดกระทรวงพาณิชย์หรือผู้แทนเป็นอนุกรรมการ
- 2) คณะอนุกรรมการส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ มีอำนาจหน้าที่ศึกษา สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” กับ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” และเผยแพร่องค์ความรู้แก่สาธารณชนและกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ รวมทั้งในเวทีประชาคมโลก
- 3) คณะอนุกรรมการติดตามและประเมินผลการพัฒนาที่ยั่งยืน มีอำนาจหน้าที่ติดตามข้อมูลและสถานการณ์การพัฒนาตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนของคณะกรรมการด้านสถิติของสหประชาชาติ โดยกระทรวงพาณิชย์ มีปลัดกระทรวงพาณิชย์หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
- 4) คณะอนุกรรมการการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ มีอำนาจหน้าที่เสนอแนะกลไกกระบวนการ ขั้นตอน หลักเกณฑ์ และวิธีการในการจัดทำการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ให้ชัดเจน เพื่อผลักดันให้มีการขับเคลื่อนและนำการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์มาใช้กับการวางแผนพัฒนาประเทศ

เอกสารอ้างอิง : 1. สำนักงานสภาพัฒนาการสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ (สศช.). 2562.เอกสารระเบียบวาระการประชุม คณะกรรมการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. 19 ธันวาคม 2562.  
2. Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network. 2019. Sustainable Development Report 2019. June 2019.



## ใช้แล้ว - ใช้อีก เปลี่ยนเศรษฐกิจไทย ด้วยการลดใช้ ถุงพลาสติก



ประเทศไทยในปี 2563 เริ่มต้นศักราชใหม่ด้วยนโยบายลดการใช้ถุงพลาสติกที่มีมาตรการอย่างจริงจัง ทำให้ห้างร้านใหญ่ๆ และร้านค้าต่างๆ ขานรับมาตรการนี้ด้วยการงดแจกถุงพลาสติกกันอย่างถ้วนหน้า ไม่ว่าจะเป็น Tops, Tesco Lotus, Big C รวมถึงร้านค้าปลีกที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศอย่าง 7-11 ก็ตอบรับต่อมาตรการนี้อย่างดีเช่นกัน การตื่นตัวที่ปรากฏเป็นวงกว้างทำให้เราต้องหันมามองว่า ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยได้ประสบปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง และการลดการใช้ถุงพลาสติกนี้จะส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบันอย่างไร ตลอดจนสถานการณ์เช่นนี้จะดำเนินต่อไปในอนาคตอย่างไร

ถุงพลาสติกเป็นสิ่งที่ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อทดแทนการใช้ถุงกระดาษตั้งแต่ปี 1959 โดยนายสตีเวน กุสตาฟ ทูลิน ชาวสวีเดน ซึ่งมีความตั้งใจหลักที่จะช่วยลดการตัดไม้ทำลายป่า เนื่องจากในเวลานั้นมีการตัดไม้มาทำถุงกระดาษกันอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้ปัจจุบันถุงพลาสติกกลายเป็นที่นิยม และใช้กันอย่างกว้างขวางทั่วโลก ซึ่งรวมถึงประเทศไทยเช่นกัน



ประเทศไทยมีขยะพลาสติกมากกว่า 2 ล้านตัน มีขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ประมาณ 5 แสนตัน ที่เหลืออีก 1.5 ล้านตันจะกลายเป็นขยะ และในจำนวนนี้กว่า 1.2 ล้านตันจะเป็นขยะที่เกิดจากถุงพลาสติก<sup>1</sup> การจัดการขยะเหล่านี้สามารถทำได้โดยการฝังกลบหรือการเผาทำลาย ซึ่งทั้ง 2 วิธีนี้ต่างสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยกันทั้งนั้น เพราะการฝังกลบทำให้ไม่สามารถใช้ที่ดินได้อีก ทำให้ดินเสื่อมจนไม่สามารถใช้ทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การเกษตร หรือการผลิตอื่น ๆ ได้ อีกทั้งการเผาทำลายขยะยังก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming)

<sup>1</sup>ข้อมูลจากกรมควบคุมมลพิษ ปี 2561

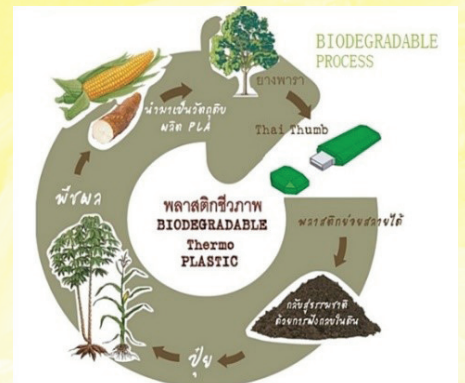
ตัวอย่างสำคัญของถุงพลาสติกที่ใช้กันอยู่ทุกวันนี้ คือ ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (single use plastic bag) ที่ห้างร้านและร้านสะดวกซื้อใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อใส่สินค้าให้กับผู้บริโภค สามารถใช้ใส่ของได้เพียงครั้งเดียว ถุงพลาสติกชนิดนี้จึงเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาขยะจากถุงพลาสติกที่เราเผชิญอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม มาตรการที่กำลังรณรงค์อยู่ในขณะนี้ให้คนเลิกใช้ถุงพลาสติก ก็อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมได้เช่นกัน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตถุงพลาสติก และการจ้างงาน เพราะเมื่อการใช้ถุงพลาสติกลดลง กำลังการผลิตก็จำเป็นต้องลดลงตาม ส่งผลให้บริษัทต้องลดจำนวนแรงงานลง เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ เพราะฉะนั้นแล้วถึงแม้ว่าสิ่งแวดล้อมจะดีขึ้น แต่ถ้าเศรษฐกิจต้องแย่ลงก็อาจจะเป็นหนทางในการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนนัก

เมื่อปัญหาเก่าไปปัญหาใหม่ก็เข้ามา จึงได้มีหลายคนคิดหาทางออกจากรื่องนี้โดยการเสนอแนวความคิดเรื่อง “เศรษฐกิจหมุนเวียน” หรือ “Circular Economy” ที่เห็นว่าการจะทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งต่อระบบเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมนั้นจะต้องเริ่มต้นที่การหมุนเวียนทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ให้นำกลับมาใช้ซ้ำ ใช้อีก ใช้ประโยชน์ได้เรื่อย ๆ เพื่อลดการทิ้งของเสียออกไปสู่ธรรมชาติ ไปพร้อมกับการจัดการของ “เหลือทิ้ง” อย่างเป็นระบบ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

ตัวอย่างหนึ่งที่เริ่มขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาขยะจากถุงพลาสติก คือ ถุงพลาสติกย่อยสลายได้ (Biodegradable Plastic Bags) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้ในการผลิตถุงพลาสติก โดยวัตถุดิบสำคัญในการผลิตจะมาจากพืช เช่น มันสำปะหลัง อ้อย หรือข้าวโพด ที่นำมาผ่านกระบวนการสลายกลายเป็นผงแป้ง และนำมาอัดเป็นเม็ดพลาสติก ก่อนที่จะนำมาขึ้นรูปเป็นฟิล์มบางและผลิตเป็นถุงพลาสติกออกมา ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ในเวลา 3 - 4 เดือน การนำพืชผลทางการเกษตรมาต่อยอดให้กลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างมูลค่าได้ เป็นการตอบสนองต่อ



ถุงพลาสติกย่อยสลายได้



วัฏจักรถุงพลาสติกย่อยสลายได้



“เศรษฐกิจชีวภาพ” (Bio-economy) ที่เป็นการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมมาใช้ เพื่อยกระดับสินค้าเกษตร ตลอดจนสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร อีกทั้งยังช่วย รักษาระบบนิเวศไม่ให้ถูกรบกวนจากขยะพลาสติกได้อีกด้วย ถุงพลาสติกย่อยสลาย ได้จึงนับเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ให้ผู้บริโภคเลือกใช้เพื่อลดผลกระทบที่จะเกิด กับสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการพัฒนาภาคการเกษตรและอุตสาหกรรม เพื่อให้ เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และด้วยการสลายตัวในธรรมชาติของ ถุงพลาสติกที่ย่อยสลาย จะกลายเป็นปุ๋ยซึ่งสามารถนำเอามาใส่ต้นไม้ให้เจริญ เติบโต และทำให้เกิดพืชรุ่นใหม่ที่สามารถนำผลิตเป็นถุงพลาสติกได้อีก



กระเป๋าผ้า



กระเป๋า tote

หากว่าการเลือกใช้ถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ยังทำให้รู้สึกกังวลใจในการใช้ ก็ยังมีอีกทางเลือกที่นิยมกันในขณะนี้ นั่นคือ การหันมาใช้ถุงผ้า ซึ่งไม่ว่าจะหันไปทางไหน ต่างมีห้างร้าน ร้านค้า ร้านอาหาร คาเฟ่ ออกมา เชิญชวนให้ผู้บริโภคนั้นหันมาใช้ถุงผ้า ใส่ของ หรือการใช้ภาชนะที่ไม่ได้ทำจาก พลาสติกมาใช้ซื้อสินค้า เช่น แก้วน้ำ จาน ชาม กล่องใส่ข้าว เป็นต้น ซึ่งการเชิญชวน เหล่านี้ ได้มีขึ้นมาพร้อมกับการเริ่มการใช้ ถุงผ้านั่นเอง ซึ่งจุดประสงค์ที่สำคัญของ การปรับเปลี่ยนนั้นก็เพื่อลดปริมาณขยะที่ เกิดจากพลาสติก โดยเฉพาะถุงพลาสติก แบบใช้ครั้งเดียวให้น้อยลง และหลงเหลือ ไปสู่ธรรมชาติในที่สุด

ถุงผ้าที่เราใช้กันทุกวันนี้ส่วนใหญ่ทำมาจากผ้าแคนวาส (Canvas) ซึ่งเป็นผ้าฝ้ายดิบ ที่มีความแข็งแรงทนทาน สามารถนำมาใช้ ด้วยสีตามธรรมชาติ คือ สีขาวครีม หรือจะ ย้อมสีให้เป็นสีต่าง ๆ ก็ได้ ซึ่งจะนำเอามา ตัดเย็บให้เป็นกระเป๋าทรงต่าง ๆ ที่นิยม กันคือ กระเป๋าทรงโทต (Tote Bag) โดย เอาไว้ใส่ของได้ตั้งแต่ของใช้ส่วนตัว ไปจนถึง ของใช้เพื่อการอุปโภคบริโภค มีหลายขนาด สามารถเลือกใช้ได้ตามการใช้งาน นับได้ว่า กระเป๋าทรงโทตได้รับความนิยมมาก และ เหมาะที่จะเป็นกระเป๋าสำหรับไปจ่ายตลาด ได้เลยทีเดียว นอกจากนี้ผ้าฝ้ายดิบที่นำมาใช้

ทำกระเป๋าผ้าแล้ว ผ้าชนิดอื่นๆ ก็ยังสามารถนำมาทำกระเป๋าได้ เช่น ผ้ากระสอบ ผ้าป่าน เป็นต้น ประเทศไทยมีชุมชนที่ผลิตผ้าพื้นเมืองอยู่มากมายใน หลายพื้นที่ ทั้งผ้าไหม ผ้าฝ้ายมัดย้อม ผ้าขาวม้า และผ้าอื่น ๆ ที่ผ่านการรังสรรค์ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน ให้กลายเป็นงาน อันทรงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งยังช่วยหล่อเลี้ยง ชีวิตของผู้คนในชุมชน การเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าพื้นเมืองเหล่านี้ โดยการนำเอามาต่อยอด ใส่ไอเดียสร้างสรรค์ ออกแบบและ ตัดเย็บออกมาเป็นกระเป๋าผ้าที่สวยงาม จะเป็นการช่วยให้ ผู้ผลิตตั้งแต่ในระดับฐานรากได้มีรายได้เพิ่มขึ้น การสะท้อน เอกลักษณ์ของผ้าพื้นเมืองแต่ละแบบออกมา จะช่วยสร้าง มูลค่าและเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ผ้าพื้นเมืองเหล่านี้ ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้รายได้ที่ผู้ผลิตจะได้แล้ว ยังทำให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่ พาแรงงานที่ออกไปข้างนอก ให้กลับมาสู่ชุมชน ช่วยให้เกิดการพัฒนาในพื้นที่ต่างๆ ได้อย่าง ทั่วถึง และแน่นอนว่าการใช้ถุงหรือกระเป๋าผ้าเหล่านี้ก็เป็น การช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อีกทางหนึ่ง และ ด้วยการสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเศรษฐกิจขึ้นแก่ชุมชนนี้

ได้เกิดเป็นเศรษฐกิจในรูปแบบ ของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) ที่เน้น ไอเดียเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ผู้คน และชุมชน



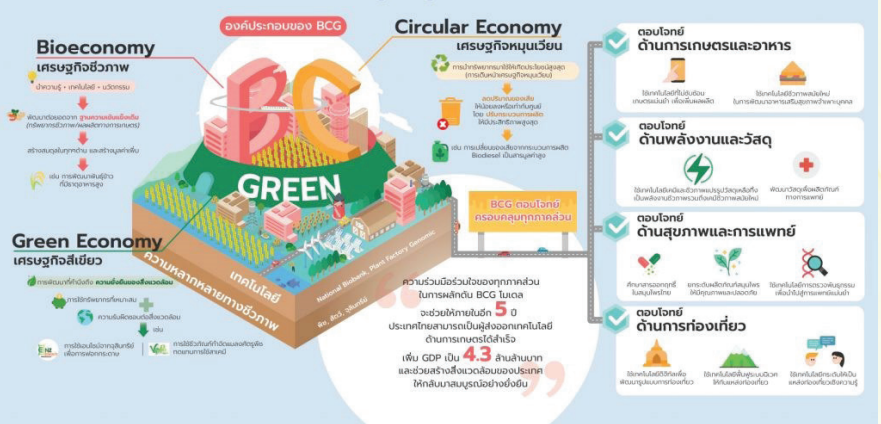
กระเป๋าจากผ้าขาวม้า

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการ ใช้ชีวิตประจำวัน จากแต่เดิมที่ใช้ ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง หรือการใช้พลาสติกในการทำ บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เป็นการใชถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ ทั้งถุงที่ทำจากผ้า หรือพลาสติกที่ใช้ได้หลายครั้ง ตลอดจนการลดการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจาก พลาสติกก็เป็นแนวทางในการลดผลกระทบที่จะเกิดกับระบบนิเวศน์ได้ นอกจากนี้ ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต และภาคการเกษตรก็สามารถมีส่วนร่วมในการช่วยกัน ลดผลเสียที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อม ได้โดยการหันมาใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ที่ช่วยลดการปล่อยมลพิษ การใช้พลังงานสะอาด ซึ่งเป็นการเสริมสร้างให้เกิด “เศรษฐกิจสีเขียว” (Green Economy) ที่การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จะเป็นไปอย่างคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีผลกระทบต่อให้น้อยที่สุด และสร้างให้เกิด ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากรลดใช้ถุงพลาสติกและเปลี่ยนมาใช้ถุงผ้าจะส่งผลดี ต่อทั้งระบบเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม แต่สิ่งหนึ่งเกิดขึ้นแน่ๆ คือ ต้นทุนใน การผลิตที่เป็นทั้งแรงงาน ทรัพยากร และพลังงานนั้นจะถูกใช้ไป และในแง่ของ การใช้พลังงานนั้นย่อมมีผลต่อสภาพแวดล้อมด้วยเช่นกัน ฉะนั้นแล้วสิ่งที่สำคัญ ที่สุดของการใช้ถุงทดแทนพลาสติกเหล่านี้ คือ การนำมาใช้ซ้ำ ใช้อีกครั้งจนกว่า ถุงจะเสื่อมสภาพ เพื่อให้สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติโดยไม่ส่งผลเสียใดๆ ต่อระบบนิเวศน์ ซึ่งสามารถช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ที่มาจากการผลิตถุงผ้า และเป็นการช่วยลดมลภาวะโลกร้อนได้อีกเช่นกัน

เมื่อเรากำลังอยู่ในยุคที่ทรัพยากรกำลังขาดแคลนแต่เต็มไปด้วยขยะที่เรา ไม่สามารถนำมันกลับมาใช้ได้ใหม่ในชีวิตประจำวัน สิ่งที่เราอาจเริ่มเปลี่ยนแปลง และลงมือทำได้อย่างแรก คือ การตระหนักถึงปัญหที่เกิดขึ้น และปรับตัว ให้ใช้ชีวิตแบบใหม่ที่ลด(ไว้)ขยะ ขณะเดียวกันสังคมโลกเองก็ต้องนำเสนอและ ยึดหลักในแนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ที่สามารถแก้ปัญหาเหล่านี้ โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่ถือเป็นต้นทางให้เกิดระบบเศรษฐกิจ ย่อยๆ อีกตามมา ทั้งเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ เศรษฐกิจ สีเขียว ซึ่งไม่ว่าจะออกมาในรูปแบบใด ก็ล้วนมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของมนุษย์ให้เจริญก้าวหน้า ไปพร้อมๆ กับ การดำรงอยู่ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนา ที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

## BCG ตบโจทย์ครอบคลุมทุกภาคส่วน



ที่มา : กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม



# ชุมชนค้าท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

**“หัตถกรรม”** หรืองานฝีมือเป็นศิลปะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสะท้อนให้เห็นศิลปวัฒนธรรมไทยที่แตกต่างกันไปตามถิ่นกำเนิด รูปแบบ และวัสดุที่ใช้ เอกลักษณ์ที่สำคัญของงานหัตถกรรมคือ เป็นการสร้างขึ้นมาจากแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น สภาพธรรมชาติ ความเป็นอยู่ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของศิลปะ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนที่สะท้อนความนึกคิดและค่านิยมของคนในแต่ละยุคสมัยและแต่ละพื้นที่ เพื่อสื่อออกมาในรูปแบบความงามผ่านทางลวดลายและสามารถนำมาทำเป็นเครื่องใช้สอย ออกมาขายในรูปแบบสินค้าท้องถิ่น เป็นการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

**“สินค้าท้องถิ่น”** คือ สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ โดยเริ่มต้นจากภูมิปัญญา วิถีชีวิต ประเพณี และได้รับการพัฒนาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานที่มีความประณีตสะท้อนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ผสมผสานกับงานที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นจนกลายเป็นความสร้างสรรค์อย่างลงตัว กล่าวได้ว่าสินค้าท้องถิ่นเป็นสินค้าที่แสดงถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านที่พัฒนาช่วยเศรษฐกิจฐานรากควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

สินค้าที่แสดงถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านส่วนใหญ่จะเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติหรือแม้แต่พืชที่หลายคนอาจมองเป็นสิ่งที่ไร้ค่า แต่ด้วยภูมิปัญญาของช่างพื้นบ้านที่นำเอาวัสดุที่อยู่ในท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ ผักตบชวา กาบบัว ย่านลิเภา และกระจูด มาปรับเปลี่ยนยกระดับด้วยฝีมือที่สั่งสมมาให้เกิดเป็นหัตถกรรมจักสานเสริมสร้างความสวยงามด้วยลวดลายต่างๆ พัฒนาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีมรดกทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่จะนิยมเป็นของประดับตกแต่ง เช่น กระจเป่า ตะกร้า เสื่อ และเครื่องใช้ต่างๆ ดังนั้น **ภูมิปัญญาที่เด่นชัดของประเทศไทย คือ การเลือกวัสดุจากธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตได้อย่างกลมกลืนผสมผสานความคิดความเชื่อกับแนวความคิด สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ได้อย่างชัดเจน**

หัตถกรรมจักสาน เป็นงานศิลปะประเภททัศนศิลป์ที่นำวัสดุมา ชัดหรือสาน จนเป็นชิ้นงาน นิยมทำกันทุกภาคของไทย สมัยก่อนจะทำเมื่อมีเวลาว่างจากการทำนา ทำสวนหรือทำไร่ ซึ่งเป็นอาชีพหลัก โดยใช้วัสดุที่หาง่ายในท้องถิ่น หากทำได้มากพอ จะนำไปแลกเปลี่ยนหรือขายกันในหมู่บ้านหรือต่างหมู่บ้าน ปัจจุบันงานหัตถกรรมเริ่มเป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างกว้างขวางจากกระแสนิยมอนุรักษ์ธรรมชาติจนเริ่มมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ความสนใจจับตลาดของสินค้าหัตถกรรมจักสานหนึ่งในเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยม นั่นคือ กระจเป่าสานที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติที่กำลังมาแรงอย่าง “กระจเป่าสานกระจูด” ที่สามารถเอามาจับคู่ให้เข้ากับกระเป๋าสตางค์ได้หลากหลายสไตล์ นอกจากนี้สามารถเพิ่มมูลค่าหรือปักลายชื่อเจ้าของลงกระจเป่าเพิ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพิ่มคุณค่าทางจิตใจ อีกทั้งยังมีความสวย ทนสมัย คุ้มค่า และคุ้มค่า ทนทานไม่แพ้กระจเป่าแบรนด์เนม



ภาพที่ 1 หัตถกรรมที่ทำจากวัสดุธรรมชาติท้องถิ่น



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์กระจเป่าสานจากกระจูด

**กระจูด** เป็นพืชตระกูลเดียวกับ กก เป็นวัชพืชที่เจริญเติบโตง่ายและแพร่พันธุ์ได้รวดเร็ว พบมากแถบภาคตะวันออกและภาคใต้ของประเทศไทย ลำต้นของกระจูดมีลักษณะกลมกลวง มีข้อปล้องภายในคล้ายลำไผ่ ชอบขึ้นในที่ที่น้ำขังอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะบริเวณริมทะเลสาบที่มีโคลน ซึ่งเรียกว่า พรุ หรือภาคใต้เรียกว่า โพร๊ะ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553) พบกระจูดมากที่สุดในจังหวัดนครศรีธรรมราช รองลงมาคือ ชุมพร สุราษฎร์ธานี พัทลุง นราธิวาส และพังงา กระจูดสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลากหลายโดยนำ

ต้นกระจูดมาตากแห้งเพื่อใช้จักสานเป็นเสื่อ และผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ สำหรับใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น เสื่อ ใบเรือ เข็มผูกมัด และกระจูดสานเป็นต้น โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัดมีลักษณะเด่นที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ค่านิยม และวัตถุประสงค์การใช้สอย

**จุดเด่นของงานหัตถกรรมนอกจากจะนำภูมิปัญญาพื้นบ้าน** มาผลิตสิ่งของต่างๆ จากวัสดุธรรมชาติและวัชพืช เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันแล้ว ยังเป็นสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ลดโลกร้อน และลดขยะวัชพืช เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผลิตด้วยมือไม่ใช่เครื่องจักร ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสิ่งปลอมปนที่เป็นพิษ มีรูปทรง สีสัน และลวดลายที่สวยงามมีเอกลักษณ์ โดยเน้นการออกแบบที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการตกแต่งแบบธรรมชาติ งานหัตถกรรมจักสานจากกระจูดจึงมีคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจุบันสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จักสานจากกระจูดได้รับการส่งเสริมและพัฒนาในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดี สวยงาม ทนสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ จึงมีการผลักดันผลิตภัณฑ์จากกระจูดเป็นสินค้า OTOP ที่สำคัญของชุมชน นอกจากนี้ยังได้รับความสนใจจากชาวต่างประเทศ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น และฝั่งยุโรป ทำให้สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไปตลาดต่างประเทศได้จำนวนมาก ทั้งนี้ หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกตาม

พิกัดศุลกากร 14049099 รายการอื่นๆ ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์จักสานจากกระจูด พบว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์จักสาน มีอัตราการขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2561 มีมูลค่าการส่งออก 138,262,953 บาท มีการส่งออกหลักไปยังประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย เกาหลีใต้ และจีน ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 จากปี 2560 ที่มีมูลค่าการส่งออก 110,843,183 บาท ในขณะที่ปัจจุบันการส่งออกผลิตภัณฑ์จักสาน (มกราคม-พฤศจิกายน 2562) สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้มากถึง 136,512,285 บาท (กระทรวงพาณิชย์, 2563) เนื่องจากผู้บริโภคนิยมการอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเพิ่มขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานกระจูดจึงได้รับความสนใจอย่างมาก ผู้ประกอบการต่างๆ จึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่หลากหลายและทันสมัยเพิ่มขึ้น โดยเน้นตรงตามความต้องการของตลาดเป็นหลัก (Demand Driven) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

กระทรวงพาณิชย์มีภารกิจหลักในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งช่วยผลักดันการค้าท้องถิ่นหรือเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตและสามารถขยายตลาดให้ส่งออกผลิตภัณฑ์จักสานกระจูดไปต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น จึงมีขั้นตอนรองรับการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากกระจูดให้ผู้ประกอบการไทยมีมาตรฐานในการส่งออกและเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ โดยกำหนดขั้นตอนไว้ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560) ดังนี้

## ขั้นตอนการส่งออก ผลิตภัณฑ์จักสานจากกระจูด พิกัด 14049099

ผู้ส่งออก

1. ตรวจสอบสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อขอหนังสือรับรองกำเนิดสินค้า เช่น Form A, Form D ตามที่ผู้นำเข้าต้องการกับกรมการค้าต่างประเทศ

2. ตรวจสอบและขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรจากกรมศุลกากร เช่น การขอคืนเงินชดเชยค่าภาษีอากร, ขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ (เลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง)

3. ตรวจสอบกฎระเบียบของประเทศผู้นำเข้า และขอใบอนุญาต/ใบรับรอง จากหน่วยงานที่ควบคุมหรือที่เกี่ยวข้อง ตามที่ประเทศผู้นำเข้าต้องการ

4. ผ่านพิธีการศุลกากร (e-Customs)

4.1 ลงทะเบียนเป็นผู้ผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ (paperless)

4.2 ส่งข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร (e-Export)

5. ส่งออกทางบก ทางน้ำ หรือ ทางอากาศ

6. ขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า จากกรมการค้าต่างประเทศ เช่น Form A, Form D และขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form C/O) จากหอการค้าไทย หรือสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

7. ส่งเอกสารทางการค้าที่เกี่ยวข้อง (Shipping Documents) ไปยังผู้นำเข้าในต่างประเทศ

8. บริหารสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ตามที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ (จากข้อ 2)

ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกผลิตภัณฑ์จักสานจากกระจูดทำตามขั้นตอนข้างต้นแล้ว หากต้องการประสบความสำเร็จ จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้าน (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2562) คือ

1. **เอกลักษณ์ (Identity)** ที่ไม่มีใครเหมือน ทำให้เป็นจุดเด่น เป็นที่จดจำ และบ่งชี้สินค้าท้องถิ่นได้
2. **ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Wisdom)** ที่สั่งสมมายาวนานจากรุ่นสู่รุ่น จนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
3. **ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)** ที่มาจากการพัฒนา ดัดแปลง ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อสินค้าไทย ประกอบด้วย **คุณภาพ** ถือเป็นหัวใจหลัก ต้องดีจริงตามโฆษณา **ราคา** ต้องมีความเหมาะสมไม่แพงกว่าแบรนด์ต่างประเทศ **แบรนด์** ต้องมีการสื่อสารไปยังผู้บริโภค ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ **สินค้าเอกลักษณ์** จะต้องเป็นแบรนด์ไม่เหมือนใคร มีความทันสมัยและน่าเชื่อถือ

หากผู้ประกอบการสามารถดึงดูดใจจุดเด่นของสินค้า มองหาโอกาสและภูมิปัญญาพื้นบ้านต่อยอดในการใส่แนวคิดและความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพที่เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อ จะทำให้สามารถขูสินค้าท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จ เพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ชุมชน ช่วยเศรษฐกิจจากรฐาน ยกระดับสินค้าท้องถิ่นด้วยการสร้างสรรค์สินค้าทางวัฒนธรรมให้มีคุณค่าทางมรดกของความเป็นไทย 🇹🇻

อ้างอิง

กรมวิทยาศาสตร์บริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 2560 “เรื่อง หัตถกรรมจักสานจากกระจูด”

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2560 “ขั้นตอนการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน”





มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. “หัตถกรรมจักสาน : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิตโดยการมีส่วนร่วมชุมชน”

มหาวิทยาลัยมหิดล . <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/decoding-the-success-of-thai-local-brand/>

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2563 “สถิติการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน”

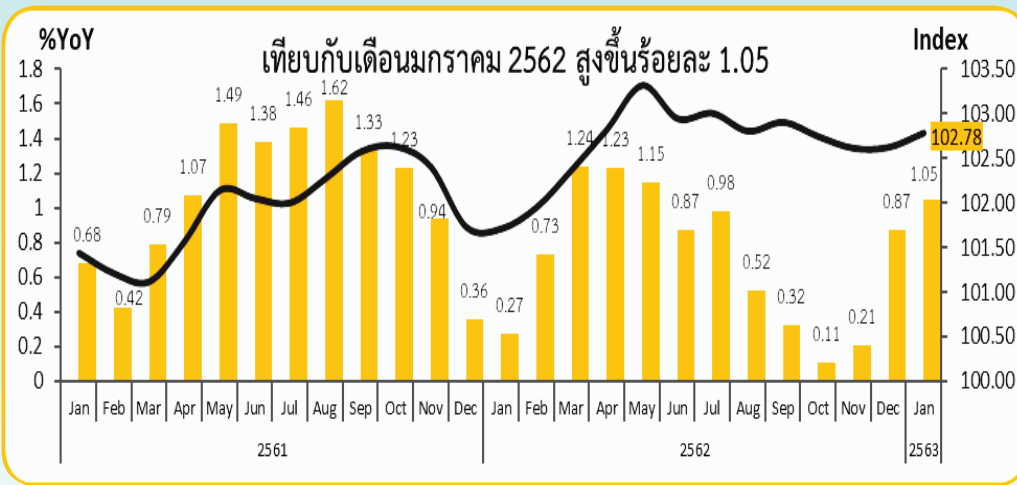
## ภาพรวมเศรษฐกิจเดือนมกราคม 2563

### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนมกราคม 2563

		%MoM	%YoY	%AoA
	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline CPI	0.16	1.05	1.05
	เงินเฟ้อพื้นฐาน Core CPI	0.02	0.47	0.47
	ดัชนีราคาผู้ผลิต PPI	0.9	0.8	0.8
	ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง CMI	0.4	-1.7	-1.7

**ภาพรวม** เศรษฐกิจโลกยังคงชะลอตัวและมีความผันผวน ประกอบกับสถานการณ์โรคระบาดไวรัสสายพันธุ์ใหม่ น่าจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ด้านการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการชะลอตัวการลงทุนภาคเอกชนในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน แต่คาดว่าปัจจัยเหล่านี้จะปรับตัวดีขึ้นในระยะต่อไป โดยภาครัฐน่าจะจะสามารถลงทุนและเบิกจ่ายงบประมาณได้อย่างเต็มที่ตามแผน และหากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกมีเสถียรภาพมากขึ้นก็น่าจะสนับสนุนให้การลงทุนของภาคเอกชนขยายตัวได้ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มอุปสงค์และกำลังซื้อในประเทศ ทำให้เงินเฟ้ออยู่ในระดับที่เอื้อต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง

หากพิจารณาเงินเฟ้อในเดือนนี้ จะเห็นว่าปรับตัวเพิ่มขึ้นติดต่อกันในอัตราสูงที่สุดในรอบ 8 เดือน และกลับเข้าสู่กรอบเป้าหมายเงินเฟ้อของประเทศอีกครั้ง โดยมีสาเหตุสำคัญจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของหมวดอาหารสดและการกลับมาขยายตัวอีกครั้งในรอบ 9 เดือนของหมวดพลังงาน ในขณะที่หมวดอื่นๆ ยังเคลื่อนไหวในทิศทางปกติ เงินเฟ้อพื้นฐาน (ไม่รวมอาหารสดและพลังงาน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.47 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 0.49 ในเดือนก่อน



### ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป)

เดือนมกราคม 2563 เท่ากับ 102.78 เทียบกับเดือนมกราคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 1.05 (YoY) ตามการสูงขึ้นของ **หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 1.82** จากข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง ร้อยละ 8.31 โดยเฉพาะข้าวสารเหนียวที่มีปริมาณผลผลิตน้อย ขณะที่ความต้องการยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่และสัตว์น้ำ สูงขึ้นร้อยละ 3.53 ผลไม้ (ส้มเขียวหวาน ฝรั่ง กล้วยน้ำว้า) สูงขึ้นร้อยละ 3.50 จากความต้องการที่มีมากในช่วงเทศกาลตรุษจีน ไข่และผลิตภัณฑ์นม (ไข่ไก่ นมสด ไข่เป็ด) สูงขึ้นร้อยละ 1.52 เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (น้ำอัดลม น้ำหวาน เครื่องดื่มรสช็อกโกแลต) สูงขึ้นร้อยละ 1.95 จากการปรับภาษีในกลุ่มเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลผสมเมื่อตุลาคมที่ผ่านมา เครื่องประกอบอาหาร (มะพร้าว (ผลแห้ง/ชุด) น้ำปลาเกลือป่น) สูงขึ้นร้อยละ 0.80 อาหารบริโภคในบ้านและนอกบ้าน สูงขึ้นร้อยละ 0.65 และ 0.24 ตามลำดับ ขณะที่ผักสด (ผักกาดขาว ผักชี มะนาว มะเขือเทศ พริกสด) ลดลงร้อยละ 5.42 เนื่องจากผลผลิตมากขึ้นตามสภาพอากาศที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก

**หมวดอื่นๆ** **ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม** สูงขึ้นร้อยละ 0.62 ตามการสูงขึ้นของ **หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร ร้อยละ 1.26** จากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง สูงขึ้นร้อยละ 2.37 และค่าโดยสารสาธารณะ สูงขึ้นร้อยละ 5.89 รวมทั้งค่าบริการบำรุงรักษายานยนต์ สูงขึ้นร้อยละ 1.01 **หมวดเครื่องดื่มและรองเท้า** (กางเกงขายาวสตรี เสื้อเชิ้ต รองเท้า หุ้มสันหนังบุรุษ) สูงขึ้นร้อยละ 0.16 **หมวดเคสสถาน** (ค่าเข้าบ้านไม้กวาด น้ำยาล้างจาน) สูงขึ้นร้อยละ 0.15 **หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล** (ไฟมัลลิ่งหน้า ค่าแต่งผมชาย น้ำยาระงับกลิ่นกาย) สูงขึ้นร้อยละ 0.21 **หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา** (ค่าเดินทางไปเยี่ยมญาติและทำบุญ ค่าเล่าเรียน-ค่าธรรมเนียมการศึกษา) สูงขึ้นร้อยละ 0.76 ขณะที่**หมวดการสื่อสาร** (เครื่องรับโทรศัพท์มือถือ) ลดลงร้อยละ 0.05 **หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์** (เบียร์ ไวน์) ลดลงร้อยละ 0.02

**ดัชนีราคาผู้บริโภค** เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.16 (MoM)

### อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

เทียบกับเดือน ม.ค. 62 (%YoY)		
1.82	1.82	หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
8.31	8.31	ข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง
3.53	3.53	เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่ และสัตว์น้ำ
1.52	1.52	ไข่และผลิตภัณฑ์นม
0.60	0.60	ผักและผลไม้
-5.42	-5.42	- ผักสด
3.50	3.50	- ผลไม้สด
0.80	0.80	เครื่องประกอบอาหาร
1.95	1.95	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
0.65	0.65	อาหารบริโภค-ในบ้าน
0.24	0.24	อาหารบริโภค-นอกบ้าน

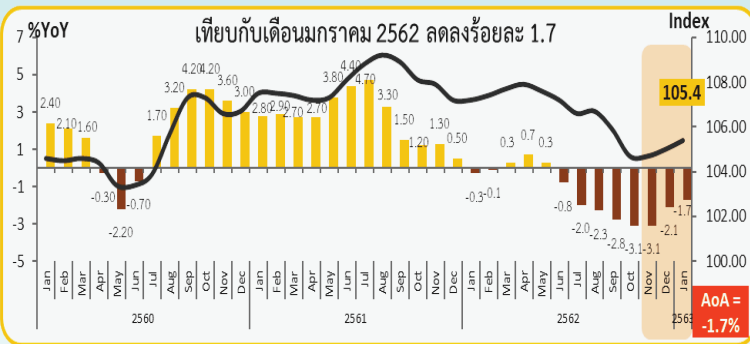
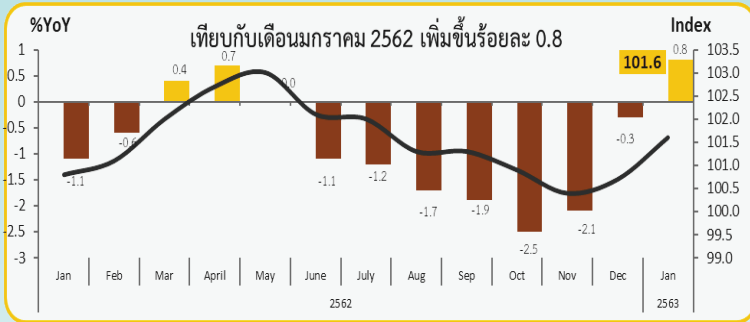
### อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม

เทียบกับเดือน ม.ค. 62 (%YoY)		
0.62	0.62	หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม
0.16	0.16	หมวดเครื่องดื่มและรองเท้า
0.15	0.15	หมวดเคสสถาน
0.21	0.21	หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล
1.26	1.26	หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร
5.89	5.89	- ค่าโดยสารสาธารณะ
2.37	2.37	- น้ำมันเชื้อเพลิง
-0.05	-0.05	- การสื่อสาร
0.76	0.76	หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา
-0.02	-0.02	หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์



## แนวโน้มปี 2563

สถานการณ์ด้านราคาในปีนี้น่าจะเคลื่อนไหวในทิศทางที่สูงกว่าปีก่อน โดยอาหารสดและน้ำมันจะยังเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดเงินเฟ้อ โดยราคาน้ำมันมีแนวโน้มทรงตัวในระดับนี้ตลอดทั้งปี ทำให้มีอิทธิพลเชิงบวกในช่วงไตรมาสแรกของปี และจะมีอิทธิพลเชิงลบมากขึ้นในช่วงไตรมาสที่เหลือ โดยเฉพาะไตรมาสที่ 2 และ 3 ในขณะที่ราคาอาหารสดน่าจะยังขยายตัวได้ต่อเนื่องตามแนวโน้มสภาพอากาศที่กระทบต่อผลผลิต สำหรับราคาสินค้าและบริการในหมวดอื่นๆ น่าจะยังคงเคลื่อนไหวในระดับปกติ และมีโอกาสปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยตามปัจจัยด้านการลงทุนภาคเอกชน การส่งออก และการใช้จ่ายภาครัฐที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น นอกจากนี้ คาดว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ มาตรการช่วยเหลือ และโครงการลงทุนต่างๆ ที่ภาครัฐได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง น่าจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้อุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง คาดว่าเงินเฟ้อทั้งปีจะเคลื่อนไหวที่ร้อยละ 0.4 - 1.2



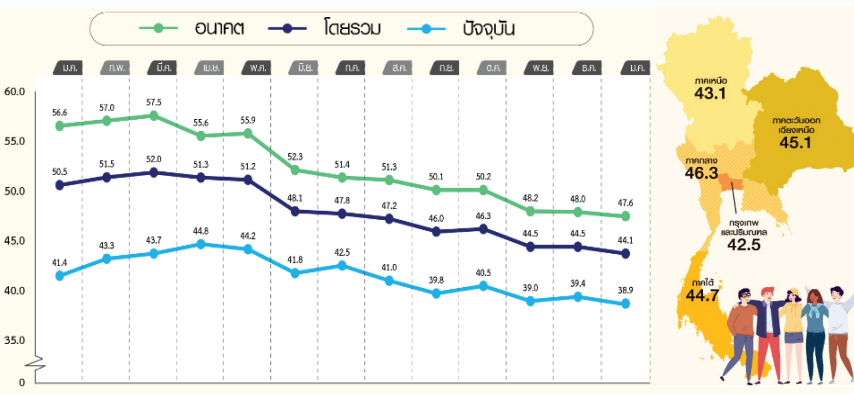
**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เดือนมกราคม 2563 เท่ากับ 101.6 เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.8 (YoY) กลับมาขยายตัวเป็นบวกครั้งแรกในรอบ 8 เดือน ตามการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของหมวดผลผลิตเกษตรกรรม สูงขึ้นร้อยละ 7.2 โดยสินค้าในหมวดผลผลิตเกษตรกรรมที่ปรับตัวดีขึ้น ได้แก่ ผลผลิตเกษตรกรรม (ข้าวเปลือกเหนียว อ้อย ปาล์ม ฯลฯ) สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ (สุกรมีชีวิต ไก่มีชีวิต ไข่ไก่ ฯลฯ) ปลาและสัตว์น้ำ (ปลาดุก ปลานิล ปูม้า ปูทะเล ฯลฯ) ขณะที่หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ลดลงร้อยละ 0.4 โดยเฉพาะก๊าซธรรมชาติ และแร่ (ตะกั่ว สังกะสี ดีบุก วุลแฟรม) โดยมีเหตุผลสำคัญจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว สำหรับหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดัชนีราคาเฉลี่ยไม่มีการเปลี่ยนแปลง หลังจากติดลบต่อเนื่อง 13 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่มีราคาสูงขึ้น ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และทองคำ ราคาเคลื่อนไหวตามตลาดโลก น้ำมันปาล์มดิบ ข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว ราคาสูงขึ้นตามวัตถุดิบ ขณะที่สินค้าสำคัญที่ราคาลดลง ได้แก่ ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ (ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์) ปรับราคาลดลงเพื่อระบายสินค้า รุ่นเดิม สายไฟ สายเคเบิล และแบตเตอรี่ จากราคาวัตถุดิบลดลง เม็ดพลาสติกจากอุปทานที่มีอยู่มากและความต้องการชะลอตัว เหล็กแท่ง เหล็กแผ่น เหล็กเส้นและเหล็กฉาก ลดลงตามราคาตลาดโลก

**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 (MoM)

**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เดือนมกราคม 2563 เท่ากับ 105.4 เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2562 ลดลงร้อยละ 1.7 (YoY) จากการลดลงของหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ร้อยละ 8.5 ที่ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 โดยเฉพาะเหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ผิวขี้อ้อย เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ลวดผูกเหล็ก เหล็กแผ่นเรียบดำ ปรับลดลงตามราคาวัตถุดิบ (เศษเหล็ก) ประกอบกับการนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศ มาจำหน่ายปริมาณมาก หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ลดลงร้อยละ 0.7 ได้แก่ เสาเข็มคอนกรีตอัดแรง คอนกรีตบล็อกปูพื้น และซีทีไฟคอนกรีต เนื่องจากภาวะการค่าชะลอตัว ประกอบกับการแข็งค่าของเงินบาท ส่งผลให้ต้นทุนในการนำเข้าวัตถุดิบมีราคาลดลง หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ ลดลงร้อยละ 0.3 จากการลดลงของยางมะตอย หมวดซีเมนต์ ลดลงร้อยละ 0.1 ตามการลดลงของปูนซีเมนต์ผสม ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์ในประเทศที่ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือน 11 หมวดวัสดุฉนวนผิว สูงขึ้นร้อยละ 0.4 จากการสูงขึ้นของสีเคลือบน้ำมัน สีรองพื้นปูนและสีรองพื้นโลหะ หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา สูงขึ้นร้อยละ 0.4 ได้แก่ ท่อร้อยสายไฟและสายโทรศัพท์พีวีซี และถังเก็บน้ำสแตนเลส

**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เดือนมกราคม 2563 เท่ากับ 105.4 เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 (MoM) เนื่องจากราคาสแตนเลสปรับราคาสูงขึ้น หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ สูงขึ้นร้อยละ 4.3 ได้แก่ ไม้พื้น ไม้ฝา ไม้คาน ไม้โครงคร่าว ไม้แบบ วงกบประตู-หน้าต่าง บานประตู

**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 (MoM)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค  
จำแนกรายอาชีพ

อาชีพ	ม.ค. 62	ม.ค. 63
เกษตรกร	45.5	44.2
พนักงานเอกชน	42.6	43.6
ผู้ประกอบการ	45.9	45.1
รับจ้างอิสระ	42.8	44.2
พนักงานของรัฐ	49.0	47.8
นักศึกษา	42.2	41.9
ไม่ได้ทำงาน	42.4	40.1

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค** เดือนมกราคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวม ลดลงเล็กน้อย อยู่ที่ 44.1 (เทียบกับ 44.5 ในเดือนก่อน) ดัชนีความเชื่อมั่นในปัจจุบัน ลดลงอยู่ที่ 38.9 (เทียบกับ 39.4 ในเดือนก่อน) และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต ลดลงเล็กน้อย อยู่ที่ 47.6 (เทียบกับ 48.0 ในเดือนก่อน) เป็นที่น่าสังเกตว่า ความเชื่อมั่นโดยรวมใน กทม.และปริมณฑล ปรับตัวดีขึ้น ในขณะที่ภาคอื่นลดลง อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นในรายกลุ่มอาชีพและภาคอยู่ในระดับต่ำกว่า 50 ในทุกภาค/อาชีพ คาดว่าสาเหตุหลักน่าจะมาจากความกังวลต่อสถานการณ์ไวรัสสายพันธุ์ใหม่และสถานการณ์โลกที่ค่อนข้างผันผวนในช่วงที่ผ่านมา

## การค้าระหว่างประเทศของไทย : ธันวาคม 2562

**การส่งออก** การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2562 มีมูลค่า 19,154 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวที่ร้อยละ 1.3 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน โดยผลกระทบของสงครามการค้าต่อการส่งออกไทยเริ่มลดลงอย่างชัดเจน สะท้อนจากการส่งออกสินค้าภายใต้มาตรการมีทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งจากอันสงส์ในการทดแทนสินค้าในตลาดสหรัฐฯ และจีน และความสามารถในการปรับตัวของห่วงโซ่อุปทาน การส่งออกสินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์กลับมาขยายตัวในรอบ 16 เดือน และเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ กลับมาเป็นบวกในหลายตลาด นอกจากนี้ การลงนามข้อตกลงทางการค้าระยะแรก (Phase-1 Deal) ระหว่างจีนและสหรัฐฯ เมื่อ 15 มกราคม 2563 และความชัดเจนของการออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) จะช่วยให้บรรยากาศการค้าดีขึ้นและคลายความกังวลในระยะข้างหน้า โดยการส่งออกเดือนธันวาคม 2562 หดตัวร้อยละ 1.3 แต่เมื่อหักทองคำและน้ำมันออกจะขยายตัวร้อยละ 1.2

ในรายสินค้า ความสำเร็จจากแรงงาน MOU โครงการนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) เมื่อปลายปี 2562 ช่วยกระตุ้นยอดส่งออกอาหารผลิตภัณฑ์ยาง ข้าว และอาหารสำเร็จรูป ในตลาดตุรกี และผลิตภัณฑ์ยาง และไม้ผลัดถิ่นที่ไม่ใช่ในตลาดอินเดีย นอกจากนี้ สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรอื่นๆ ยังขยายตัวแข็งแกร่ง และทำสถิติมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์ อาทิ ผักผลไม้สด แช่แข็งและแปรรูป ไก่สดแช่แข็ง และแปรรูป เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป และสิ่งปรุงรสอาหาร ท่ามกลางความท้าทายค่าเงินบาทที่แข็งค่า สินค้าอุตสาหกรรมดาวรุ่งที่ยังคงเติบโตต่อเนื่อง อาทิ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน และเครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว

การส่งออกไปตลาดสำคัญ มีสัญญาณการฟื้นตัวชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไป 2 ประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดของโลกอย่างสหรัฐฯ และจีน ขยายตัวร้อยละ 15.6 และ 7.3 ตามลำดับ และเป็นอัตราการขยายตัวสูงสุดในรอบ 10 เดือน และ 18 เดือน ตามลำดับ ประกอบกับการส่งออกไปตลาดตะวันออกกลาง ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวร้อยละ 11.4 และ 8.0 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวสูงสุดในรอบ 23 เดือน และ 16 เดือน ตามลำดับ นอกจากนี้ การส่งออกไปตลาด CLMV กลับมาขยายตัวครั้งแรกในรอบ 8 เดือนที่ร้อยละ 1.1

### สรุปภาพรวมการส่งออกปี 2562

การส่งออกไทยปี 2562 หดตัวที่ร้อยละ 2.7 โดยปัจจัยสำคัญที่กดดันการส่งออกไทย ได้แก่ 1) การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์การค้า โดยมีประเด็นสงครามการค้าเป็นตัวแปรหลัก ทำให้กิจกรรมการผลิตชะลอตัวในหลายประเทศคู่ค้าของไทย ปัญหาเสถียรภาพทางการเงินยุโรป รวมถึงความไม่แน่นอนของการออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร 2) ราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับต่ำกดดันการส่งออกน้ำมันและสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมันตลอดปี 2562 3) สินค้าอุตสาหกรรมหลัก อาทิ รถยนต์และส่วนประกอบ ชะลอตัวจากการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดหลัก ความท้าทายในการปรับตัวของเทคโนโลยี และการควบคุมมาตรฐานการผลิต/การส่งออก และ 4) สินค้าเกษตรสำคัญ ได้รับผลกระทบจากราคาในตลาดโลก และอุปทานขาดแคลนในบางสินค้า อย่างไรก็ตาม ในเดือนธันวาคม 2562 การส่งออกภาค real sector ไทย (หักน้ำมันและทองคำ) ขยายตัว 1.2 สะท้อนว่าการส่งออกไทยเริ่มฟื้นตัว และจะมีทิศทางที่ดีในปี 2563 เมื่อพิจารณาในรายตลาด พบว่า การส่งออกไทยยังขยายตัวได้ดีในหลายตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ แคนาดา เบลเยียม และบราซิล ที่ขยายตัวต่อเนื่องมากกว่า 3 ปี อีกทั้งตลาดไต้หวัน และเม็กซิโก ที่การส่งออกกลับมาเป็นบวกในรอบ 3 ปี

### แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี 2563

การส่งออกเริ่มมีเสถียรภาพจากความผันผวนของปัจจัยภายนอก และมีแนวโน้มว่าจะปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปในระยะข้างหน้า สะท้อนจากอัตราการหดตัวที่ลดลง การปรับตัวของกลุ่มสินค้าสำคัญภายใต้สงครามการค้า รวมถึงการกระจายตัวของตลาดส่งออก อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายจากปัจจัยชั่วคราว โดยเฉพาะการปิดซ่อมบำรุงโรงงานในประเทศ และราคาน้ำมันในระดับต่ำ ปัจจัยเฉพาะอุตสาหกรรม ในสินค้ากลุ่มรถยนต์และส่วนประกอบ และสินค้าเกษตรโภคภัณฑ์ โดยในปี 2563 หากไม่มีสถานการณ์หรือความผันผวนมากนัก และสามารถส่งออกเฉลี่ยได้ประมาณ 21,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ การส่งออกจะขยายตัวอย่างร้อยละ 2.0 ประเด็นว่าการค้าและการลงทุนจะมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน นโยบายการสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลรวมถึง EEC จะมีส่วนสำคัญในการผลักดันการส่งออก โดยจากสถิติปี 2562 พบว่า การลงทุนจากหลายประเทศมีแนวโน้มย้ายมาประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมเบา ซึ่งคาดว่า ไทยจะส่งออกสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มขึ้นในปี 2563

นอกจากนี้ การลงนามข้อตกลงทางการค้าระยะแรก (Phase-1 Deal) ระหว่างจีนและสหรัฐฯ เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2563 และความชัดเจนของการออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) จะช่วยให้บรรยากาศการค้าดีขึ้นและคลายความกังวลได้ในระยะสั้น นอกจากนี้ แม้ในปี 2563 ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าสำคัญ อาทิ จีน สหภาพยุโรป ยังมีทิศทางชะลอตัว แต่สัญญาณความพร้อมการใช้นโยบายการคลังแบบผ่อนคลายของธนาคารกลางในหลายประเทศ อาทิ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น และการบริโภคที่ยังแข็งแกร่งจะเป็นโอกาสสินค้าส่งออกไทย โดยเฉพาะสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์และบริโภค ที่มีแต้มต่อในการตลาดตัวควบคุมภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก นอกจากนี้ การส่งออกไทยไปตลาดญี่ปุ่น อาจได้อานิสงส์จากการเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกในปี 2563 และข้อตกลงการค้าสหรัฐฯ-ญี่ปุ่น ที่เริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2563

กลุ่มสินค้าเป้าหมายที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง เพื่อผลักดันการส่งออกในปี 2563 ได้แก่ สินค้าเกษตรและเกษตรอาหาร เช่น ผัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง และไก่สดแช่แข็งแช่แข็ง และสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์ยาง รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว เครื่องนุ่งห่ม และเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน อย่างไรก็ตาม ในประเด็นความท้าทายเรื่องสินค้าเกษตรโภคภัณฑ์ และมาตรการกีดกันทางการค้า ภาครัฐจะจำเป็นต้องบูรณาการ

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ธ.ค. 2562 Dec 2019	ม.ค. - ธ.ค. 2562 Jan-Dec 2019
มูลค่าการส่งออก (Export value)	19,154.2 -1.28 %	246,244.5 -2.65 %
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	18,558.5 +2.54 %	236,639.9 -4.66 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+595.7	+9,604.6

### สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ธ.ค. 62

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,885.88	-14.58	9.85	จีน	2,616.91	7.27	13.66
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,569.54	12.15	8.19	สหรัฐฯ	2,560.06	15.61	13.37
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,016.96	5.85	5.31	ญี่ปุ่น	1,781.68	-4.43	9.3
อัญมณีและเครื่องประดับ	721.21	-17.53	3.77	เวียดนาม	944.92	-18.56	4.93
เม็ดพลาสติก	702.29	-8.91	3.67	ฮ่องกง	884.47	-2.72	4.62

### สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ธ.ค. 62

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,048.06	-7.96	11.04	จีน	4,370.39	14.51	23.55
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,711.57	4.27	9.22	ญี่ปุ่น	2,599.03	-4.68	14.00
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,394.83	-3.92	7.52	สหรัฐฯ	1,411.99	23.11	7.61
เคมีภัณฑ์	1,117.49	-6.77	6.02	มาเลเซีย	1,114.75	11.10	6.01
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	860.54	-12.63	4.64	เกาหลีใต้	599.2	-2.31	3.23

### ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ต.ค. 62	พ.ย. 62	ธ.ค. 62	ธ.ค. 62	ดัชนี ธ.ค. 62
ส่งออก	+0.2	-0.4	+0.4	+1.1	101.1
นำเข้า	+0.2	-0.3	+0.1	+2.5	93.6

ร่วมกันโดยจะต้องเฝ้าระวังและติดตามการใช้มาตรการของคู่ค้าที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าศักยภาพ นอกจากนี้ การเร่งกระบวนการขึ้นบัญชีและจัดกิจกรรมรุกตลาดในประเทศคู่ค้าที่การส่งออกเริ่มกลับมาขยายตัว ตลาดตะวันออกกลาง ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย ตลาดยุโรป ได้แก่ ตุรกี เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ ตลาดเอเชีย ได้แก่ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ศรีลังกา และเมียนมา ตลาดอเมริกาใต้ ได้แก่ อาร์เจนตินา จะช่วยให้รักษาฐานการกระจายตัวของตลาดส่งออก เพื่อรองรับความผันผวนจากปัจจัยภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การส่งเสริมการค้าตามแนวนโยบายของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ที่มีแผนจัดกิจกรรมนำคณะภาครัฐและเอกชนบุกตลาดเป้าหมาย 18 ประเทศ ในปี 2563 เช่นเดียวกับการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) ที่กระทรวงพาณิชย์กำลังเร่งดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว เพื่อสร้างแต้มต่อและขยายฐานตลาดส่งออกให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นในอนาคต

**การนำเข้า** เดือนธันวาคม 2562 การนำเข้า มีมูลค่า 18,559 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการหดตัวของ น้ำมันดิบ (-8.0%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (-3.9%) เคมีภัณฑ์ (-6.8%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (-12.6%) สินค้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (+4.3%) โดยแหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+14.5%) ญี่ปุ่น (-4.7%) สหรัฐฯ (+23.1%) มาเลเซีย (+11.1%) และเกาหลีใต้ (-2.3%)

**ดุลการค้า** เดือนธันวาคม 2562 เกินดุลการค้ามูลค่า 595.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

### ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

**ดัชนีราคาส่งออก** เดือนธันวาคม 2562 เท่ากับ 100.1 สูงขึ้นร้อยละ 1.1 (YoY) ปรับตัวสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า โดยเฉพาะหมวดสินค้าเกษตรกรรม และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิงสูงขึ้นร้อยละ 6.3 และ 8.7 ตามลำดับ ได้แก่ ยางพารา ข้าว ไก่สดแช่เย็น แช่แข็งและแปรรูป ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแช่แข็ง น้ำมันสำเร็จรูป และน้ำมันดิบ นอกจากนี้ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม และหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน ร้อยละ 0.1 และ 0.6 ตามลำดับ จากการสูงขึ้นของราคาทองคำ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เป็นผลจากการสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนเริ่มคลี่คลาย และความต้องการสินค้าจากตลาดต่างประเทศ มีทิศทางดีขึ้นเพื่อทดแทนสินค้าในตลาดสหรัฐฯ และจีน

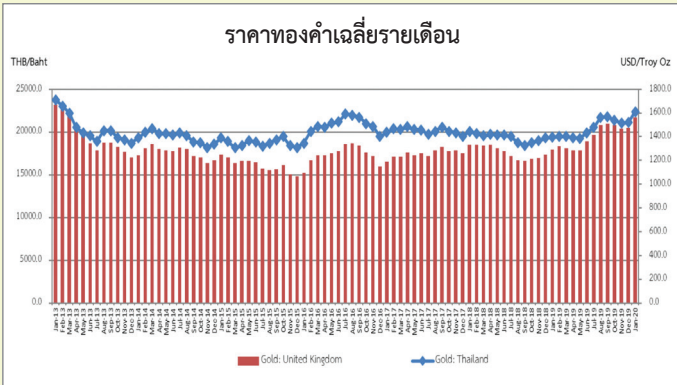
**ดัชนีราคานำเข้า** เดือนธันวาคม 2562 เท่ากับ 93.6 สูงขึ้นร้อยละ 2.5 (YoY) ปรับตัวสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า โดยเฉพาะหมวดสินค้าเชื้อเพลิง สูงขึ้นร้อยละ 6.9 ได้แก่ น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป เนื่องจากการเจรจาการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนมีทิศทางที่ดีขึ้น หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง สูงขึ้นร้อยละ 2.7 ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ รถยนต์นั่ง รถยนต์โดยสารและรถบรรทุก หมวดสินค้าทุน สูงขึ้นร้อยละ 2.1 ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค สูงขึ้นร้อยละ 2.0 ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน สบู่ ผงซักฟอกและเครื่องสำอาง ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ และหมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป สูงขึ้นร้อยละ 1.5 ได้แก่ ทองคำ แฉงวงรีไฟฟ้า เคมีภัณฑ์อื่นๆ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืชอื่นๆ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก



สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

มกราคม 2563

ราคาทองคำเฉลี่ยรายเดือน



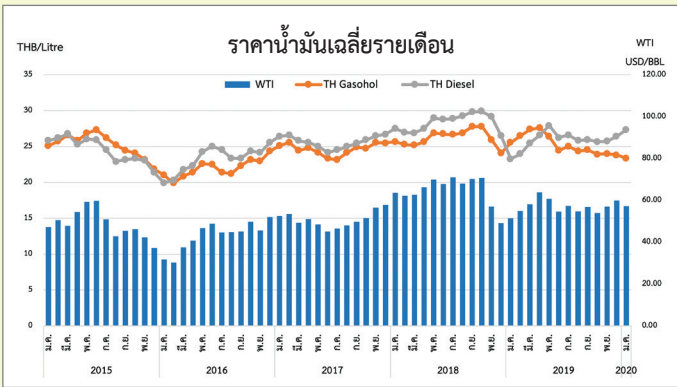
ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนมกราคม 2563 เฉลี่ยอยู่ที่ 22,397.73 บาท เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.13 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า สูงที่สุดในรอบ 7 ปี สอดคล้องกับการปรับเพิ่มขึ้นของราคาทองคำในตลาดโลก มาอยู่ที่ 1,560.67 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทรอยออนซ์ เพิ่มจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 5.73 ปัจจัยหลักมาจากการโจมตีระหว่างสหรัฐฯ และอิหร่าน และความกังวลการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ รวมถึงเศรษฐกิจสหรัฐฯ ในปีที่ผ่านมา ขยายตัวต่ำสุดในรอบสามปี คาดการณ์ว่าราคาทองคำในไตรมาสแรกของปี 2563 จะปรับตัวอยู่ที่ 1,540 - 1,590 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทรอยออนซ์

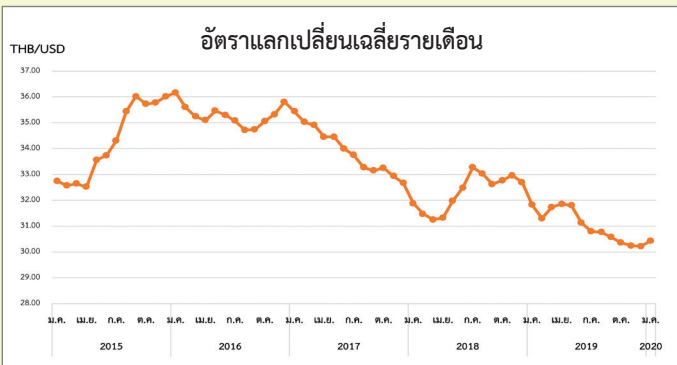
ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนมกราคม 2563 ปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 57.24 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ลดลงร้อยละ 4.41 จากเดือนก่อนหน้า แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.36 โดยราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวลงในเดือนนี้เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา แม้จะได้รับแรงหนุนจากกลุ่มโอเปคและประเทศพันธมิตร ที่มีแผนจะปรับระยะเวลาการลดกำลังการผลิตเข้ามาให้เร็วขึ้น จากเดิมในเดือนมีนาคม 2563 เข้ามาเป็นในช่วงต้นเดือน กุมภาพันธ์ 2563 แต่ตลาดยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับการควบคุมการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนาของนานาประเทศ สำหรับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในเดือนนี้อยู่ที่ 23.37 บาท/ลิตร ลดลงร้อยละ 1.97 จากเดือนก่อนหน้า ในขณะที่ราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 27.33 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.52 จากเดือนก่อนหน้า โดยราคาน้ำมันดีเซลที่ปรับเพิ่มขึ้นในเดือนนี้เนื่องจากได้รับแรงหนุนจากปริมาณน้ำมันดีเซลที่ลดลงจากช่วงปิดซ่อมบำรุงโรงกลั่น

ราคาน้ำมันเฉลี่ยรายเดือน



อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือน



อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนมกราคม 2563 เฉลี่ยอยู่ที่ 30.44 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ อ่อนค่าลงร้อยละ 0.72 จากเดือนก่อนหน้า แต่เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแข็งค่าขึ้นร้อยละ 4.32 การอ่อนค่าของเงินบาทในเดือนนี้เป็นผลมาจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่าจากตัวเลขดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของสหรัฐฯ โดย Conference Board ในเดือนนี้อยู่ที่ 131.6 ซึ่งสูงกว่าที่ตลาดคาดการณ์ไว้ และผลจากการลงนามข้อตกลงการค้าสหรัฐฯ-จีนระยะที่ 1 รวมทั้งผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา นอกจากนี้ยังคาดว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา จะส่งผลต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยในช่วง 2 ไตรมาสแรก แต่คาดว่าป็นปัจจัยระยะสั้นและสามารถปรับตัวได้ดีขึ้นในระยะต่อไป

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) เดือนมกราคม 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2562 จากราคา 1,151.67 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,221.36 บาท/100 กิโลกรัม ขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ทรงตัวที่ราคา 3,055.00 บาท/100 กิโลกรัม ราคาข้าวโดยรวมปรับตัวสูงขึ้นตามความต้องการใช้ในช่วงเทศกาล ประกอบกับภาวะภัยแล้งทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดลดลง

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนมกราคม 2563 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 48.76 บาท และ 44.66 บาท ตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2562 คิดเป็นร้อยละ 1.22 และ 0.61 ราคายางปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลผลิตลดลง จากภาวะสภาพอากาศแห้งแล้ง เข้าสู่ช่วงฤดูการปิดกรีดและการแพร่ระบาดของโรคใบยางร่วง และได้รับปัจจัยสนับสนุนจากผู้ประกอบการภายในประเทศมีความต้องการยางในการส่งมอบ นอกจากนี้จากปัญหาเรื่องโรคระบาดไวรัสโคโรนา ส่งผลให้เงินมีความต้องการใช้สูงมียางมากขึ้น

ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	Dec-62	Jan-63	%Δ(MOM)	Jan-62	Jan-63	%Δ(YOY)
สินค้า						
ข้าว : (Baht/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,151.67	1,221.36	6.05	1,161.82	1,221.36	5.13
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,055.00	3,055.00	0.00	3,322.27	3,055.00	-8.04
ยางพารา : (Baht/Kg)						
แผ่นรมควัน ชั้น3 (f.o.b)	48.17	48.76	1.22	50.34	48.76	-3.14
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)	44.39	44.66	0.61	44.43	44.66	0.52
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,476.04	1,560.67	5.73	1,291.75	1,560.67	20.82
ไทย (THB/Baht)	21,104.55	22,397.73	6.13	19,389.13	22,397.73	15.52
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
WTI	59.88	57.24	-4.41	51.40	58.24	11.36
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	30.22	30.44	0.72	31.81	30.44	-4.32

# ไทยแลนด์: ขวัญใจขิงแก่

Internationalliving (Cr. Internationalliving.com) เปิดเผยว่า ไทยติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศที่เหมาะสมแก่การอยู่อาศัยหลังการเกษียณมากที่สุดประจำปี 2562 ทั้งนี้ สถิติดังกล่าวได้รับการยอมรับในระดับเวทีโลกรวมทั้ง World Economic Forum จึงนับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับการท่องเที่ยวและสินค้ารวมทั้งบริการที่เกี่ยวข้องของไทย

สำหรับอันดับ 1 คือ ปานามา รองลงมาเป็น คอสตาริกา เม็กซิโก เอกวาดอร์ มาเลเซีย โคลอมเบีย โปรตุเกส เปรู ไทย และสเปน ตามลำดับ ทั้งนี้การจัดอันดับได้ดำเนินการผ่านดัชนี Annual Global retirement Index ที่แตกต่างกันของประเทศต่างๆ ในตัวแปรของการดำเนินชีวิตหลังเกษียณว่าน่าจะอยู่เพียงใด อาทิเช่น ระบบการดูแลสุขภาพ วิธีชีวิตคนท้องถิ่น ค่าครองชีพ การขอวีซ่า การอนุญาตให้อยู่อาศัย และการยอมรับคนต่างชาติมากเพียงใด

WHO รายงานว่า ปัจจุบันทั่วโลกมีคนอายุเกิน 60 ปี ประมาณ 963 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13 ของประชากรทั่วโลก โดยในปี พ.ศ. 2573 คาดว่าจะมีจำนวนประชากรสูงอายุมากถึงประมาณ 1.4 พันล้านคน และจะเพิ่มขึ้นถึง 2 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2593 สำหรับประเทศไทย สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดการณ์ว่า ปี 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์มากเป็นอันดับสามของเอเชีย รองจากญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

## Silver Economy: ขิงแก่ข้อประจาย

การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจใหม่ซึ่งเรียกกันว่าเศรษฐกิจผู้สูงอายุ หรือ Silver Economy ซึ่งถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุเป็นหลัก Silver Economy ถือเป็นตลาดใหม่ที่จะนำมาซึ่งรายได้มหาศาลต่อเศรษฐกิจโลกในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อยู่ในวัยเกษียณ ซึ่งมีกำลังซื้อสูงและมักจะมองหากิจกรรมหรืองานอดิเรกทำ เช่น การท่องเที่ยว สังสรรค์ ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยินดีและพร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหรือนวัตกรรมที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้ โดยปกติแล้วกลุ่มผู้สูงอายุจะมีสถานะทางการเงินที่ดีกว่ากลุ่มอายุน้อย เนื่องจากปกติแล้วในวัยก่อนการเกษียณหรือผู้ที่มีอายุระหว่าง 50 ถึง 59 ปี ส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งที่สูงและได้ผลตอบแทนมาก ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่าประชากรกลุ่มนี้อาจมีเงินออมมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ และมักถูกมองว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพื่อการพักผ่อน ดูแลความงาม บริการด้านการรักษาพยาบาล รวมถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการระดับพรีเมียม (Cr. intelligence.businesseventsthailand.com)

## มาดูกันว่าทำไมผู้อาวุโสถึงติดใจประเทศไทย

- ธรรมชาติงดงามและหลากหลาย (เช่น พัทยา มีทั้ง ภูเขา ทะเล และตลาคน้ำ 4 ภาค จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งอากาศเย็น และชาวปารี)
- ไม่มีช่วงหนาวจัด หรือหนาวจัดรุนแรง
- มั่งคั่งวัฒนธรรม
- เดินทางต่อไปประเทศเพื่อบ้านสะดวก ใช้เวลาน้อย (1 ชั่วโมงเศษก็ถึงเมืองหลวงของหลายประเทศในอาเซียนได้)
- สื่อสารภาษาอังกฤษได้
- ค่าครองชีพถูก (ไทยได้คะแนน 94 สูงสุดใน top 10 ประเทศน่าใช้ชีวิตในวัยเกษียณ)
- ปรับตัวเข้ากับคนต่างชาติง่าย (ไทยได้คะแนนสูงสุดเช่นกัน)
- การรักษาพยาบาลถูกและประทับใจ
- บ้านได้มาตรฐาน คุณภาพดี เลิศหรูดูดีและราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับในสหรัฐฯ และยุโรปในราคาเดียวกัน
- ชื่อของ-อาหารออนไลน์แสนถูก ค่าส่งฟรี (ไม่ต้องออกจากบ้านแล้ว เหมาะกับขิงแก่ติดทีวีหรือติดเตียง)
- การเดินทางสะดวก ประหยัด ขอวีซ่าค่อนข้างง่าย



- มีกิจกรรมสำหรับขิงแก่มากมาย ไม่เหงา (ประเทศไทยได้คะแนนความบันเทิงหรือสันทนาการ 97คะแนน สูงสุดใน top 10)
- การประชาสัมพันธ์ถึงโอกาสที่จะได้รับของคนวัยเกษียณในไทยอยู่ในเกณฑ์ดี (Cr. Dr. Sitthipon Wiboonatanukul)

## ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มผู้เกษียณอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวที่น่าจับตามอง เนื่องจากมีกำลังซื้อส่งผลต่อการสร้างรายได้เข้าประเทศรวมทั้งการกระจายความมั่งคั่งสู่ท้องถิ่นที่ห่างไกล นอกจากนี้ การพักผ่อนระยะยาวของชาวต่างชาติยังก่อให้เกิดการใช้จ่ายที่สม่ำเสมอ แน่นนอน และไม่ผันผวนเหมือนนักท่องเที่ยวระยะสั้น ดังนั้นแล้วหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรบูรณาการพัฒนาค่าและบริการแบบใหม่ๆ ที่มุ่งเน้นไปที่ความต้องการของผู้สูงอายุเป็นหลัก โดยผสมผสานนวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และความรู้ความเข้าใจที่ตอบสนองกลุ่มประชากรอาวุโสซึ่งจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพอันดับต้นๆ ในตลาดโลก
2. ควรมีการปรับปรุงด้านที่ไทยยังมีคะแนนน้อยกว่าคู่แข่ง เช่น การอำนวยความสะดวกด้านวีซ่า และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกลุ่มวัยเกษียณที่ยังไม่ทั่วถึง
3. กระทรวงพาณิชย์อาจทำงานร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยว ในการพัฒนาธุรกิจสนับสนุนและต่อเนื่องของกลุ่มวัยเกษียณ เช่น การทำ MOU ในด้านสวัสดิการด้านการรักษาพยาบาลกับประเทศเป้าหมายให้สามารถโอนสิทธิมาใช้ในไทยได้ การพัฒนา App เพื่อให้กลุ่มวัยเกษียณเข้าถึงสินค้าและบริการต่างๆ ได้ง่าย
4. กลุ่มเป้าหมายควรเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพ ไม่สร้างปัญหา เป็นแรงงานที่ขาดแคลน และมีความต้องการสูงในไทย เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการแย่งงานคนไทย เช่น สาขาเทคโนโลยีชีวภาพ (ด้านยาและอาหาร) นิวเคลียร์ฟิสิกส์ และสาขาแพทย์เฉพาะทาง (ด้านสุขภาพและความงาม) ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ไทยพัฒนาอุตสาหกรรม/การบริการให้เป็นผู้ผู้นำในอนาคต
5. ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในกลุ่มเป้าหมาย เช่น ควรประชาสัมพันธ์ในกลุ่มที่อายุ 54-58 ปี เพราะหลังช่วงนี้ไปแล้ว ส่วนใหญ่ตัดสินใจแล้วว่าจะไปอยู่ประเทศใดหรือในกรณีของญี่ปุ่น ก็ควรเจาะกลุ่มบริษัทที่มีสาขาในไทย ด้วยกลุ่มนี้มักจะนำพอมมาอยู่ด้วย เพื่อจะได้ดูแลได้ใกล้ชิด
6. ในฐานะที่ไทยเป็น “Kitchen of the world” ควรมุ่งเน้นการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพของคนสูงวัย อาทิเช่น ผลจากการวิจัยของ Akita International University พบว่ากลุ่มคนสูงวัยเชื่อว่ารักษาสุขภาพและบริโภคอาหารสุขภาพจะเปิดโอกาสให้ตนได้รู้สึกถึงความสุขขดเขยสิ่งทีขาดหายไปในช่วงต้นของวัยทำงาน อีกทั้งมีความเชื่อว่าปัจจัยที่ช่วยให้อายุยืนเกิดจากวิถีชีวิตและการรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ (Cr. Dr.Paisan Maraprygsavan) ซึ่งประเทศไทยมีความโดดเด่นในเรื่องวิถีชีวิตที่งดงามและอาหารอยู่แล้ว
7. เป็นโอกาสใหม่ๆ สำหรับธุรกิจเช่น การเดินทางท่องเที่ยวระดับพรีเมียมโดยเรือสำราญ เรือยอร์ช และรถไฟเหาะขบวน เป็นต้น
8. อาจเป็นการช่วยแก้ปัญหาอสังหาริมทรัพย์ล้นตลาด เช่น โครงการบ้านหลังที่สองของมาเลเซียที่จูงใจให้ต่างชาติซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยระยะยาวได้



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

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

