

Trade Policy and Strategy Office

วารสาร
สนค.
ปีที่ 12
ฉบับที่ 127
กุมภาพันธ์ 2565

TPSO Journal



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

สวัสดีผู้อ่านทุกท่าน วารสารฉบับนี้เดินทางมาสู่เดือนที่ 2 ของปี 2565 สถานการณ์โควิด-19 ได้เบาบางลงบ้างแล้ว การดำเนินชีวิตกำลังกลับมาเป็นปกติ

TPSO Journal ฉบับนี้ขอเสนอเรื่องราว Special Talk เรื่อง "การค้ากับแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว (BCG) Special Report เรื่อง "อภิศาสตร์ภูมิคุ้มกันเสริมแกร่งให้เศรษฐกิจฐานราก"

ก่อนจากกัน...กองบรรณาธิการฯ หวังว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้และความเข้าใจที่ทางกองบรรณาธิการวารสาร สนค. นำเสนอ และหวังว่าทุกท่านจะดูแลสุขภาพและยังคงต้องป้องกันเชื้อโรคโควิด-19 ล้างมือและใส่หน้ากากอนามัยอยู่เสมอ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

03 SPECIAL TALK
การค้ากับแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG)

04 SPECIAL REPORT
อภิศาสตร์ภูมิคุ้มกันเสริมแกร่งให้เศรษฐกิจฐานราก

06 LOGISTICS INSIGHTS
» จับชีพจรโลจิสติกส์
» Highlight Us-เด็นสำคัญ

08 ECONOMIC INDICATORS
ภาพรวมเศรษฐกิจ : มกราคม 2565

10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : ธันวาคม 2564

11 COMMODITIES & FX
สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : มกราคม 2565

12 TRADE ALERT
เดือนกุมภาพันธ์ 2565

GETTING AROUND
WITH TPSO
ฉบับที่ 127



ผ. สนค. นำทีมสำรวจตลาด-เก็บข้อมูลเชิงลึก
พัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยดัชนีเศรษฐกิจการค้า



การจัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้า เป็นภารกิจสำคัญที่ดำเนินการต่อเนื่องเรื่อยมา เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสดงสถานะ แนวโน้มและทิศทาง ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าในปัจจุบันและอนาคต นายณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) จึงได้นำทีมบุคลากรของ สนค. ลงพื้นที่ปฏิบัติราชการ เพื่อติดตามภาวะสินค้าและบริการ ตลอดจนหารือและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานในส่วนภูมิภาคเกี่ยวกับสถานการณ์การค้าในแต่ละจังหวัด รวมทั้งกำกับกำกับการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่สำรวจจัดเก็บข้อมูล เมื่อช่วงต้นเดือนมกราคมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ อุดรธานี หนองคาย ขอนแก่น และนครราชสีมา และช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ในพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่แพร่ อุตรดิตถ์ พิษณุโลก และนครสวรรค์

ดัชนีเศรษฐกิจการค้ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเชิงนโยบายของประเทศไทย ดังนั้น ในกระบวนการสำรวจจัดเก็บข้อมูล และนำมาประมวลผลดัชนี จึงต้องดำเนินการด้วยความถูกต้องแม่นยำ ตามมาตรฐานสากลด้านสถิติ เพื่อให้ดัชนีเศรษฐกิจการค้าสามารถสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของภาคการผลิต การค้า และการบริโภคได้อย่างแท้จริง



ในปัจจุบัน สนค. ได้จัดเก็บข้อมูลปีละกว่า 4 ล้านข้อมูล และนำมาประมวลผลเป็นเครื่องชี้วัดสำคัญ 8 รายการ เพื่อเผยแพร่ให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน วิชาการ รวมทั้งผู้สนใจนำไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายมิติ ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ดัชนีราคาผู้ผลิต (PPI) ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (CMI) ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า (EXIs) ดัชนีค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนน (RFTI) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ดัชนีราคาที่ใช้คำนวณค่า K และราคาวัสดุก่อสร้าง (CMP) ซึ่ง สนค. จะเผยแพร่ให้สาธารณชนรับทราบเป็นประจำทุกเดือน (ประมาณวันที่ 5 ของเดือน) ผู้สนใจสามารถติดตามข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้า ได้ที่เว็บไซต์ www.tpsococ.go.th และเฟสบุ๊ก www.facebook.com/TPSO.MOC

การกำกับแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG)



BCG เป็นแนวคิดเศรษฐกิจใหม่ของไทย มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่

- **เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy)** เน้นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า
- **เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)** เน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า ให้เกิดของเสียน้อยที่สุดด้วยการลดการใช้ (reduce) นำกลับมาใช้ซ้ำ (reuse) และนำกลับมาใหม่ (recycle)
- **เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)** มุ่งเน้นการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม



คณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG เป็นวาระแห่งชาติ เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2564 เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโตแข่งขันได้ในระดับโลก สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) ของสหประชาชาติ และไทยได้นำเสนอโมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นแนวคิดสำคัญในการประชุมเอเปคที่ไทยเป็นเจ้าภาพในปี 2565 นี้



BCG มุ่งตอบโจทย์การพัฒนาประเทศไทย 5 ประเด็นสำคัญ

- **เพิ่มรายได้ให้ประเทศ** โดยขายสินค้าที่มีมูลค่าสูง
- **เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน** โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า สินค้าและบริการมีอัตลักษณ์ด้วยความหลากหลายทางภูมิปัญญา และวัฒนธรรม
- **กระจายรายได้สู่ฐานราก** ยกระดับเกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ โดยเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและระบบเศรษฐกิจ และเพิ่มโอกาสเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการ
- **เพิ่มสัดส่วนวัตถุดิบการผลิต (Local Content)** จากภาคเกษตร ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในประเทศให้มากที่สุดและคุ้มค่า เพื่อให้รายได้ตกอยู่กับคนไทยมากที่สุด

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เล็งเห็นว่าแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจไทย ประเทศไทยมีทรัพยากรภายในประเทศ และผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย สามารถนำมาเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้ให้กับคนไทยอย่างทั่วถึงมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเตรียมพร้อมรองรับปรับตัว ดังนี้

- 1 การส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้ส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าสูง อาทิ สินค้าอาหารแห่งอนาคต อาหารสัตว์เลี้ยง บรรจุกัญธิ โลฟส์โตล์ และเครื่องสำอางสมุนไพร ซึ่งเป็นสินค้าที่มีศักยภาพและแนวโน้มเติบโตในอนาคต และนำแนวคิด BCG มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการค้าโลก ที่ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- 2 การเตรียมพร้อมผู้ประกอบการไทยในการรับมือกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และเป้าหมายของไทยที่มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2593 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net Zero Emission) ภายในปี 2608 โดย สนค. มีการติดตามมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศคู่ค้า อาทิ สหภาพยุโรป ซึ่งอยู่ระหว่างเตรียมใช้มาตรการปรับคาร์บอนก่อนเข้าพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) สำหรับผู้นำเข้าสินค้า 5 กลุ่ม ได้แก่ ซีเมนต์ ไฟฟ้า ปูน เหล็กและเหล็กกล้า และอะลูมิเนียม คาดว่าจะเริ่มบังคับใช้ปี 2566 และบังคับใช้เต็มรูปแบบปี 2569 และสหรัฐฯ อยู่ระหว่างเสนอร่างกฎหมาย FAIR Transition and Competition Act (FTCA) เพื่อกำหนดค่าธรรมเนียมคาร์บอนข้ามพรมแดนกับสินค้านำเข้า อาทิ ปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน และสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่ปล่อยคาร์บอนสูง เช่น อะลูมิเนียม เหล็ก และซีเมนต์ เป็นต้น ซึ่งมาตรการเหล่านี้อาจกลายเป็นอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTB) ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทย ที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตโลกในอนาคต

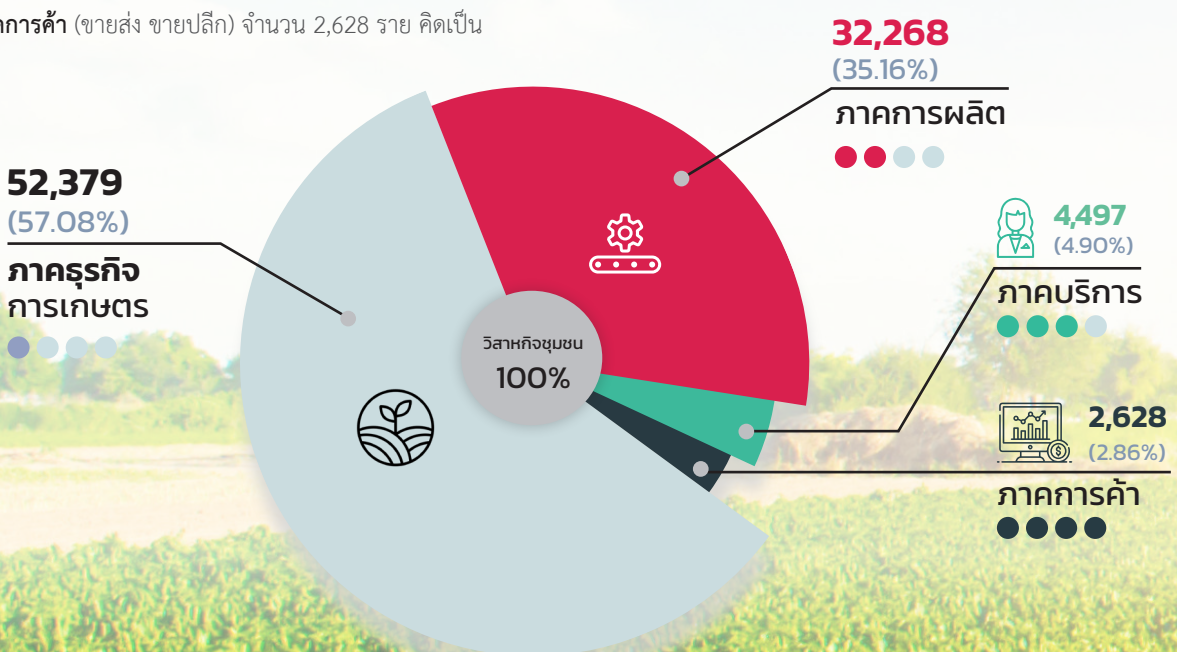


อัพเกรดวิสาหกิจชุมชน เสริมแกร่งให้เศรษฐกิจฐานราก

เศรษฐกิจไทยอยู่ในช่วงเวลาที่กำลังเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จากหลายปัจจัย อาทิ **ด้านภูมิรัฐศาสตร์ และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ** การเปลี่ยนขั้วอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก การรวมกลุ่มของประเทศต่าง ๆ เพื่อสร้างอำนาจต่อรอง **ด้านเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน** มีแนวโน้มกลับเข้าสู่ภูมิภาคและพึ่งพากันในภูมิภาคมากขึ้น **ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม** การเข้าสู่สังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเกิดโรคอุบัติใหม่ **รวมถึงด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม** ที่เข้ามามีบทบาททางธุรกิจมากขึ้น

เศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็ง จะทำให้เศรษฐกิจภาพรวมทั้งประเทศมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในบริบทโลกใหม่ได้ดีขึ้น กระทรวงพาณิชย์ได้ทำงานเชิงรุกอย่างต่อเนื่องในการช่วยเหลือและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ตั้งแต่การดูแลราคาสินค้าเกษตรและรายได้เกษตรกร ช่วยเหลือสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย ดูแลค่าครองชีพให้ประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของชุมชนท้องถิ่นให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีช่องทางการจำหน่าย รวมทั้งส่งเสริมให้ส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ **ตามหลักยุทธศาสตร์ “การตลาดนำการผลิต”** เร่งรัดการนำรายได้เข้าประเทศ รวมทั้งมุ่งเน้นการทำงานกับทุกภาคส่วน

วิสาหกิจชุมชนเป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย จากข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าในปี 2563 ประเทศไทยมีวิสาหกิจชุมชน 91,772 ราย **อยู่ในภาคธุรกิจการเกษตร** (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ป่าไม้ ประมง และเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ) มากที่สุด เป็นจำนวน 52,379 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.08 รองลงมา คือ **ภาคการผลิต** (ผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม สิ่งทอ เครื่องหนัง เฟอร์นิเจอร์) จำนวน 32,268 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.16 **ภาคบริการ** (ขนส่ง ที่พักแรม บริการอาหาร และเครื่องดื่ม บริการทางการเงิน) จำนวน 4,497 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.90 และ**ภาคการค้า** (ขายส่ง ขายปลีก) จำนวน 2,628 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86



ท่ามกลางการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และคน มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มีการลดขั้นตอนการทำงาน และมีการเว้นระยะห่างทางสังคม ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนอาชีพ สถานที่ และมีวิธีการทำงานแบบใหม่ จึงเห็นว่ามีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวไปทำงานต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น และนิยมประกอบธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น ทำให้เริ่มเห็นชุมชนต่าง ๆ มีคนรุ่นใหม่เข้าไปต่อยอดทำธุรกิจครอบครัว นำทรัพยากรในท้องถิ่น มาผ่านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ แปรรูปให้เกิดมูลค่า และสร้างรูปแบบการตลาดใหม่ พร้อมทั้ง สร้างเครือข่ายให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม เกิดเป็นธุรกิจของชุมชน จนไปสู่การจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดการกระจายตัวของเศรษฐกิจในระดับพื้นที่เพิ่มขึ้น



การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยุคใหม่ จำเป็นต้องให้ความสำคัญและเตรียมความพร้อม ในการพัฒนาธุรกิจการค้า รูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการพัฒนาหรืออัปเดตสิ่งที่มีอยู่เดิมให้มีพื้นฐานที่มั่นคง และคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้ และเสริมแกร่งให้เศรษฐกิจฐานรากหรือชุมชน ด้วย 3 สิ่งสำคัญ ดังนี้

1 วางพื้นฐานให้มั่นคงและมีความชัดเจน โดยใช้แนวคิด 3L 3M 3P ครอบคลุมได้ด้วย

- **3L: Leader (ผู้นำ)** มีวิสัยทัศน์ที่ก้าวหน้า กว้างไกล และสร้างสรรค์ Labor (แรงงาน) พัฒนาความรู้ เพิ่มพูนทักษะฝีมืออยู่เสมอ Link (เครือข่าย) เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ ตลอดจนสร้างเครือข่ายเสริมสร้างความรู้ แลกเปลี่ยน และแบ่งปันประสบการณ์
- **3M: Money (การเงิน)** การรวมกลุ่มเพื่อระดมเงินทุนและประกอบธุรกิจ จะสร้างโอกาส ในการเติบโตของธุรกิจได้ดีกว่าการกู้ยืม Marketing (การตลาด) มีตลาดและแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์และชัดเจน Management (การบริหารจัดการ) มีการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้คนในองค์กรเห็นเป้าหมายร่วมกัน
- **3P: Production (การผลิต)** การผลิต แปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า ให้ได้มาตรฐานสากล Principle (กฎระเบียบ) มีหลักการและกฎระเบียบเป็นที่ยอมรับ สามารถปฏิบัติได้จริง Participation (การมีส่วนร่วม) ทำให้ร่วมกันคิดตัดสินใจ มีแนวทางแก้ปัญหาที่หลากหลาย ถี่ถ้วน รอบคอบ และสร้างอำนาจต่อรองทางธุรกิจ

2 พัฒนาและคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ กระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในบริบทปัจจุบันทำให้ธุรกิจ ร้านค้า และผู้ประกอบการ ไม่สามารถทำธุรกิจในรูปแบบเดิม เนื่องจากผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม จึงต้อง หาตัวช่วยมาพัฒนา เพื่อทำให้ธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนมีความน่าสนใจ สามารถประหยัดเวลาและ ต้นทุนได้ โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในธุรกิจเพิ่มขึ้น เพิ่มช่องทางซื้อขายให้หลากหลาย ทั้งออฟไลน์ และออนไลน์ผ่านระบบแพลตฟอร์ม (Platform) E-marketplace และสื่อออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook Line YouTube Twitter และ Instagram เป็นต้น การนำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต ทำให้ มีมาตรฐาน ทันสมัย และสามารถลดต้นทุน และการจับกระแสธุรกิจใหม่ เช่น BCG Model และสินค้า ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ (Organic) จะทำให้สินค้าและธุรกิจมีความน่าสนใจ และเป็นที่ต้องการ ของตลาดใหม่ ๆ

3 การสร้างแบรนด์ชุมชน เพื่อส่งเสริมภาคการค้าและภาคบริการในพื้นที่อย่างครบวงจร จากสถิติวิสาหกิจชุมชนของไทย ในปี 2563 พบว่าภาคการค้าและภาคบริการ ยังมีสัดส่วน ของการประกอบธุรกิจไม่มาก เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ผลิตสินค้าเกษตรขึ้นต้นเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีแนวโน้มที่คนรุ่นใหม่กลับคืนท้องถิ่นเพื่อไปทำธุรกิจมากขึ้น และได้้นำแนวทาง ในการส่งเสริมการค้าและบริการเข้าไปพัฒนาพื้นที่ เช่น ชุมชนที่มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เปิดพื้นที่ให้ นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรม สร้างหรือประดิษฐ์สินค้าได้เอง หรือ Do it yourself (DIY) สัมผัสกับธรรมชาติความเป็นอยู่ของชุมชน ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสินค้า สร้างความประทับใจและเห็นคุณค่าของสินค้า ส่งผลให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในชุมชน สามารถจำหน่ายสินค้า และสร้างรายได้เพิ่มขึ้น



จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้ วิสาหกิจชุมชน หรือชุมชน จึงจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการติดอาวุธความรู้ให้แก่คน (ผู้นำ แรงงาน เครือข่าย) ในชุมชน ให้ผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของตลาด คิดค้นต่อยอดแนวทางใหม่ ๆ รวมถึงนำเทคโนโลยี นวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มขึ้น เพื่อให้มีรายได้เข้าชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเสริมแกร่งให้เศรษฐกิจ ฐานราก และยกระดับเศรษฐกิจฐานของไทยให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

จับชีพจรโลจิสติกส์

การเปิดปิดกิจการโลจิสติกส์ (ม.ค. - ร.ค. 2564)

ภาพรวมการเปิดปิดธุรกิจ

จำนวนนิติบุคคลสะสม*	36,733
จำนวน	การเติบโต
เปิดกิจการใหม่	4,411 ▲ 34.1%
ปิดกิจการ	791 ▼ -5.7%

*หมายเหตุ : ครอบคลุมประเภทธุรกิจ (TSIC) ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
หมวดกรรมการขนส่งและจัดเก็บสินค้าทั้งหมด

ธุรกิจที่น่าจับตามอง (TSIC)

	สัดส่วน*	การเติบโต
การขนส่งและขนถ่ายสินค้า (49323)	(51.2%) ▲ 26.4%	
การขนส่งสินค้าอื่น ๆ ทางถนน (49339)	(13.9%) ▲ 25.8%	
กิจกรรมการรับส่งเอกสาร/สิ่งของ (53200)	(12.7%) ▲ 201.1%	

*หมายเหตุ : สัดส่วนจากธุรกิจโลจิสติกส์เปิดใหม่ทั้งหมดปี 2564

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ธุรกิจที่ต่างชาติเข้ามาลงทุน (TSIC)

	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน*
การอำนวยความสะดวกของท่าเรือ (52221)	6,929.33	(14.2%)
การขนส่งทางระบบท่อลำเลียง (49400)	5,693.56	(11.7%)
ตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร (52291)	5,573.66	(11.4%)

*หมายเหตุ : สัดส่วนจากเงินลงทุนจากต่างชาติทั้งหมด

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- **ธุรกิจโลจิสติกส์มีจำนวนรวม 36,733 ราย** โดยเปิดกิจการเพิ่มขึ้น 4,411 ราย เพิ่มขึ้น 34.1% และปิดกิจการ 791 ราย ลดลง -5.7% เมื่อเทียบกับปีก่อน
- **ธุรกิจโลจิสติกส์ที่น่าจับตามอง** คือ การขนส่งและขนถ่ายสินค้า ซึ่งเปิดกิจการเพิ่มขึ้น จำนวน 2,260 ราย คิดเป็น 51.2% ของกิจการเปิดใหม่ทั้งหมด และเพิ่มขึ้น 26.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน
- **มีการลงทุนในธุรกิจโลจิสติกส์จากต่างประเทศมูลค่า 48,743.73 ล้านบาท** คิดเป็น 10.2% ของการลงทุนทั้งหมด โดย 14.2% เป็นธุรกิจการอำนวยความสะดวกของท่าเรือ

มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ตามประเภทการขนส่ง (ม.ค. - ร.ค. 2564)

การขนส่งทางเรือ

มูลค่าการค้ารวม (ล้านล้านบาท)	11.49
สัดส่วน	67.2%
การเติบโต	▲ 28.8%

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
จีน	(19.8%) ▲ 30.1%	
ญี่ปุ่น	(12.8%) ▲ 21.6%	
สหรัฐฯ	(9.8%) ▲ 9.1%	

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
ท่าเรือฮักซัน แหลมฉบัง (10.1%)	▲ 16.1%	
ด่านศุลกากรมาบตาพุด (ปีเตอร์เสียม) (8.0%)	▲ 65.3%	
ท่าเรือกลุ่ม TIPS (สท.) (5.6%)	▲ 36.3%	

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
น้ำมันปิโตรเลียมดิบ (2709) (6.9%)	▲ 52.7%	
ชิ้นส่วนรถยนต์ (8708) (3.9%)	▲ 33.2%	
น้ำมันปิโตรเลียมอื่น ๆ (2710) (3.4%)	▲ 73.4%	

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณจากกรมศุลกากร

การขนส่งทางอากาศ

มูลค่าการค้ารวม (ล้านล้านบาท)	3.72
สัดส่วน	21.7%
การเติบโต	▲ 13.3%

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
จีน	(17.4%) ▲ 30.1%	
สหรัฐฯ	(16.4%) ▲ 29.7%	
ญี่ปุ่น	(11.6%) ▲ 22.3%	

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
คลังสินค้า การบินไทย (51.5%)	▲ 13.3%	
คลังฯ ดับบลิวเอฟเอซี การ์โก้ (26.0%)	▲ 11.0%	
คลังฯ ดับบลิวเอฟเอซี (EXPRESS) (17.6%)	▲ 33.3%	

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
วงจรรีเลย์ทรานซิสเตอร์ (8542) (18.6%)	▲ 25.4%	
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (8471) (9.2%)	▲ 32.8%	
อุปกรณ์สื่อสาร (8517) (8.7%)	▲ 18.9%	

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณจากกรมศุลกากร

การขนส่งทางถนน

มูลค่าการค้ารวม (ล้านล้านบาท)	1.86
สัดส่วน	10.9%
การเติบโต	▲ 32.7%

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
จีน	(19.6%) ▲ 55.5%	
มาเลเซีย	(18.4%) ▲ 34.9%	
ลาว	(11.6%) ▲ 13.6%	

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
ด่านศุลกากรสะเดา (24.0%)	▲ 31.0%	
ด่านศุลกากรมุกดาหาร (18.9%)	▲ 35.1%	
เขตปลอดอากร (ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ) (9.1%)	▲ 70.9%	

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (8471) (10.6%)	▲ 23.4%	
อุปกรณ์บันทึกเทป (8523) (5.8%)	▲ 28.6%	
ยางธรรมชาติ (4001) (4.6%)	▲ 45.4%	

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณจากกรมศุลกากร

การขนส่งทางราง

มูลค่าการค้ารวม (ล้านล้านบาท)	0.02
สัดส่วน	0.1%
การเติบโต	▲ 34.8%

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
จีน	(82.6%) ▲ 26.4%	
เกาหลีใต้	(5.1%) ▲ 262.8%	
มาเลเซีย	(2.6%) ▲ 191.3%	

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
ด่านศุลกากรปางดงเบขาร์ (98.4%)	▲ 36.2%	
ท่าเรือกลุ่ม GREEN SIAM (0.3%)	▲ 2,033.0%	
ท่าเรือแหลมฉบังอินเตอร์ (0.3%)	▲ 4,843.3%	

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต
ยางสังเคราะห์ (4002) (52.3%)	▲ 4.5%	
ยางธรรมชาติ (4001) (42.6%)	▲ 106.0%	
แผ่นไม้อัด (4410) (2.8%)	▲ 169.3%	

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณจากกรมศุลกากร

ประเด็นโอกาส

จีน: การขยายตัวของส่งออกสินค้าเกษตร



10.0% ของมูลค่าการส่งออกสินค้าโดยรวมทุกประเภทการขนส่งจากไทยไปจีน มาจากการส่งออกสินค้าเกษตรจำพวกผลไม้สด (พิกัด 0810) โดยเฉพาะทุเรียนสด และลำไยสด โดยที่ผ่านมามีมูลค่าการส่งออกผลไม้สดเติบโต 92.0% โดยปัจจัยหลัก มาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ความต้องการบริโภคสูงขึ้น ประกอบกับความนิยมในการบริโภคผลไม้ไทย และนโยบายกระตุ้นการส่งออกผลไม้เชิงบวกต่อผู้ให้บริการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain Logistics) เพื่อสามารถคงคุณภาพของสินค้าเกษตร

สหรัฐฯ: การฟื้นตัวของตลาดส่งออก



ปัจจุบันการค้ารวมของไทยกับสหรัฐฯเติบโต 16.0% ซึ่งฟื้นตัวจากปี 2563 ที่เติบโตเพียง 1.0% โดยสินค้าหลักที่ไทยส่งออก คือ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบที่มีการเติบโตกว่า 17.4% โดยปัจจัยหลักคาดว่ามาจากพฤติกรรมที่ทำงานที่บ้าน หรือ WFH (Work from Home) ที่ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้น ถึงแม้วิกฤตตู้คอนเทนเนอร์ขาดแคลนจะมีแนวโน้มคลี่คลายตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2563* ทั้งนี้ ยังคงต้องติดตามดูต่อว่าสถานการณ์ดังกล่าวจะส่งผลต่อการฟื้นตัวของตลาดสหรัฐฯในระยะถัดไปอย่างไร (*ที่มา: Container Exchange)

ประเด็นความท้าทาย

รถไฟจีน-ลาว: ควรเร่งผลักดันการใช้ประโยชน์



การเปิดใช้รถไฟจีน-ลาว เมื่อเดือนธันวาคม 2564 แม้ว่าจะมีประเด็นที่ต้องเฝ้าระวังจากผลกระทบเข้ามาของสินค้าจีน แต่ก็ถือเป็นอีกทางเลือกในการส่งออกพืช ผัก และผลไม้ของไทยที่สามารถกระจายสินค้าไปยังจีนได้เร็วขึ้น จากเดิม 2 วันทางรถ เหลือ 10 ชั่วโมง ด้วยรถไฟความเร็วสูง ทั้งนี้ ปัจจุบันความพร้อมของรถไฟจีน-ลาว ยังจำกัดอยู่เพียงสินค้าเทกอง และมีการพัฒนาโครงข่ายการขนส่ง (Missing Link) ตั้งเขตสถานีเวียงจันทน์ใต้ ผ่านสถานีท่านาแล้ง (ลาว) มายังสถานีนาทา (ไทย) ซึ่งรัฐต้องเร่งผลักดันการใช้ประโยชน์ต่อสินค้าเกษตรออกสู่ตลาดในปีต่อไป

ต้นทุนสูงขึ้น: ราคาน้ำมันเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

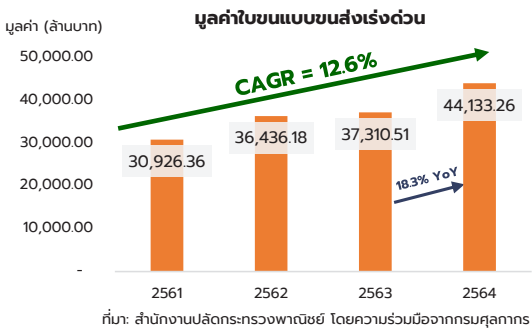


การขนส่งทางถนนเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2564 (ม.ค.-ร.ค.) มีมูลค่าการค้ารวม 1.86 ล้านล้านบาท หรือ 10.9% จากมูลค่าการค้าทั้งหมด และเพิ่มขึ้น 32.7% ซึ่งสูงที่สุดในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนส่งทางถนนยังต้องเผชิญกับความท้าทายจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 ราคาของน้ำมันเบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 95 และดีเซล สูงขึ้นเฉลี่ย 2.4%, 3.0% และ 1.7% ต่อเดือนตามลำดับ เป็นผลจากราคาน้ำมันโลกที่เพิ่มขึ้น ตามความต้องการใช้น้ำมันที่เติบโตเร็วกว่าอัตราการผลิต โดยคาดว่าจะมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นอีกในปี 2565



Highlight ประเด็นสำคัญ

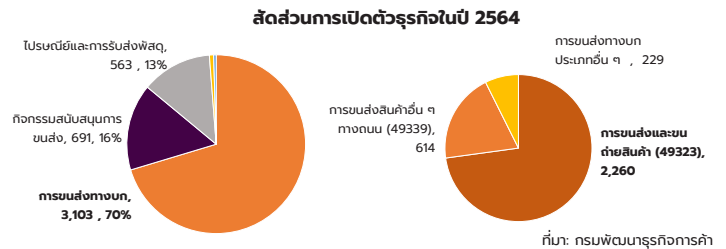
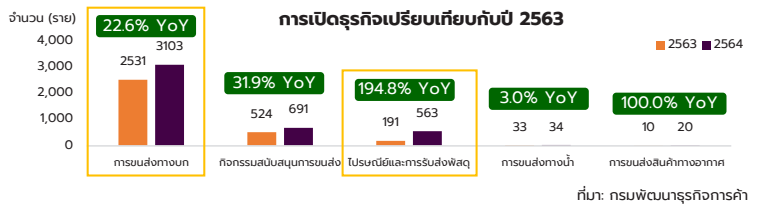
1 การขนส่งแบบเร่งด่วนมีความต้องการเพิ่มขึ้น



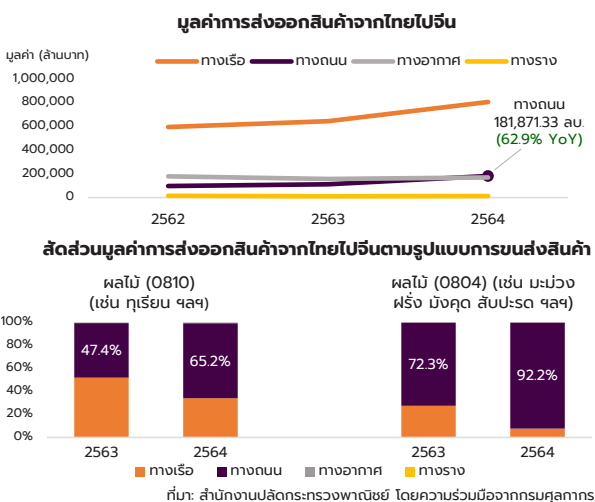
- มูลค่าการค้ารวมของใบขนส่งค่าประเภทขนส่งเร่งด่วนปี 2564 โตขึ้น 18.3% จากปีก่อน และมีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ปี 2561 - 2564 12.6% คาดว่าเป็นผลจากการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ทั้งส่วนในประเทศและระหว่างประเทศ
- โดยมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross Border e-Commerce) คิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่าการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ทั้งหมดในไทย (ที่มา: 2020 e-Commerce Payments Trends Report: Thailand, J.P. Morgan)
- การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ส่งผลเชิงบวกต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้าขั้นสุดท้าย (Last-Mile Delivery) โดยแนวโน้มสำคัญที่จะเปลี่ยนไป คือ การเปลี่ยนผ่านจากเดิมที่ผู้เล่นมุ่งเน้นปริมาณสินค้าเพื่อลดต้นทุน (Volume-Based and Efficiency-Driven) สู่การมุ่งเน้นสินค้ามูลค่าสูงและการยกระดับบริการด้วยเทคโนโลยี (Value-Based and Technology-Driven)
- ตัวอย่าง: แนวคิดการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่เน้นความยืดหยุ่น (Elastic Logistics) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการซื้อ-ขายที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การใช้ AI คาดการณ์ความต้องการผู้บริโภค (Demand Forecasting) ฯลฯ

2 ธุรกิจการขนส่งทางบก และธุรกิจรับส่งพัสดุ เติบโตสูง

- ในปี 2564 ธุรกิจการขนส่งที่มีการเปิดตัวใหม่ กว่า 70.4% คือ ธุรกิจการขนส่งทางบก (TSIC : 49) เพิ่มขึ้น 22.6% จากปีที่แล้ว เมื่อพิจารณาในประเภทธุรกิจย่อยพบว่า 51.2% เป็นธุรกิจจำพวก การขนส่งและการขนถ่ายสินค้าและเติบโตขึ้น 26.4% รองลงมา 13.9% เป็นการขนส่งสินค้าอื่นๆ ทางถนน ซึ่งรวมการขนส่งพัสดุทางถนน การขนส่งเฟอร์นิเจอร์ การขนส่งสินค้าแห้ง เป็นต้น และเติบโตขึ้นถึง 25.8%
- อีกธุรกิจที่มีการเติบโตสูง คือ ธุรกิจประเภทไปรษณีย์และการรับส่งพัสดุภัณฑ์ (TSIC : 53) ที่ถึงแม้จะมีสัดส่วนเป็นอันดับ 3 แต่มีการเปิดกิจการเพิ่มขึ้น 194.8% โดยประเภทธุรกิจย่อยที่เติบโต คือ ธุรกิจรับส่งเอกสาร/สิ่งของ ที่มีการเติบโตสูงขึ้นถึง 201.1%
- โดยปัจจัยน่าจะมาจากพฤติกรรมผู้บริโภค ระยะห่างในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งลดการเคลื่อนที่ของผู้ซื้อ จึงผลักดันให้เกิดการเคลื่อนที่ของสินค้า ทั้งห่วงโซ่เพิ่มขึ้น ส่งผลได้จากการเพิ่มขึ้นของธุรกิจในการขนส่งทางบกที่ส่วนใหญ่เป็นการขนส่งสินค้าระหว่างหน่วยธุรกิจกับหน่วยธุรกิจ (Business-to-Business: B2B) และธุรกิจประเภทไปรษณีย์และการรับส่งพัสดุภัณฑ์ที่เป็นการขนส่งสินค้าระหว่างผู้ค้ากับผู้บริโภค (Business-to-Customer: B2C) รวมถึงธุรกิจขนส่งสินค้าขั้นสุดท้าย (Last-Mile Delivery) ที่มีสัดส่วนและการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ



3 ค่ายวางเรือที่สูงขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา ด้านการขนส่งทางถนนเติบโตขึ้น








- ในช่วงปี 2564 (ม.ค.-ธ.ค.) มูลค่าการส่งออกรวมจากไทยไปจีน มีอัตราการเติบโต 26.5% (YoY) ซึ่งส่งออกทางเรือเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนเฉลี่ย 68.2% ต่อปี (ปี 2562-2564) อย่างไรก็ดี พบว่ามูลค่าการส่งออกรวมจากไทยไปจีนทางถนนเติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 62.9%
- คาดว่าค่าระวางเรือที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลักดันให้การส่งออกผลไม้ และพัสดุ มีการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งสินค้า (Shift Mode) มาใช้ทางถนนผ่านแดนมากขึ้น ด้วยระยะเวลาในการขนส่งที่สั้นกว่า และอัตราค่าบริการที่มีความคุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับการขนส่งรูปแบบอื่น โดยในกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกจากไทยไปจีนทางถนนสูง 10 อันดับแรก (คิดเป็นสัดส่วน 94.3%) พบว่า พักัด 0810 สินค้าผลไม้สดอื่นๆ (เช่น ทุเรียน ฯลฯ) และ พักัด 0804 สินค้าผลไม้สดหรือแห้ง (เช่น มะม่วง ฝรั่ง มังคุด สับปะรด ฯลฯ) มีมูลค่าการส่งออกทางถนนเพิ่มสูงขึ้นในอัตรา 164.3% และ 73.6% ตามลำดับ สาเหตุจากความต้องการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งทางเรือมาใช้งานถนนมากขึ้น คิดเป็นสัดส่วน 65.2% และ 92.2% ตามลำดับ (โดยเฉพาะทางด้านศุลกากร นครพนม และเชียงของ) รวมถึงเครื่องประมวลผล ส่วนประกอบเครื่องจักร และวงจรพิมพ์ ที่มีการลดสัดส่วนจากการขนส่งทางเรือและทางอากาศ มาใช้ทางถนนเช่นกัน
- การคำนวณต้นทุนจากไทยไปจีนในปี 2565 น่าจะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยเชิงบวกต่อการขนส่งทางถนน ทั้งการเริ่มเปิดด่านทางบกของจีน (ไม่ฮาน ไห่ชวอ ก๊วน รถไฟ ผิงเสียง และตงซิง) และรถไฟลาว-จีนความเร็วสูงที่คาดว่าจะขนส่งได้จริงในช่วงกลางปี 2565 ขณะที่ค่าระวางเรือแม้จะยังสูง แต่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง ซึ่งคาดว่าจะส่งผลดีต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของสินค้าไทย

ภาพรวมเศรษฐกิจ เดือนมกราคม 2565

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน มกราคม 2565

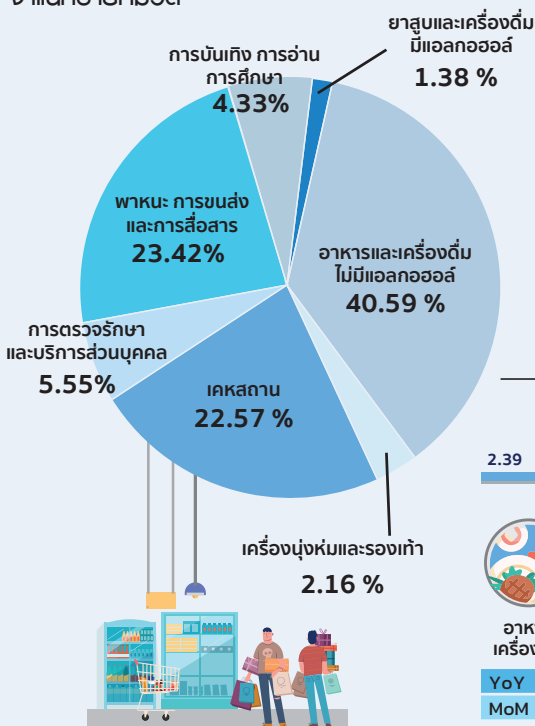
		%MoM	%YoY	%AoA	%YoY ธ.ค. 64
	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม CCI		ม.ค. 65 44.6		ธ.ค. 64 47.0
	ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง CMI	0.7	6.1	6.1	8.9
	ดัชนีราคาผู้ผลิต PPI	1.6	8.7	8.7	7.7
	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline CPI	1.13	3.23	3.23	2.17
	เงินเฟ้อพื้นฐาน Core CPI	0.26	0.52	0.52	0.29

เศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจหลายตัว ด้านอุปสงค์ ได้แก่ ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค ปริมาณรถจักรยานยนต์จดทะเบียนใหม่ และการส่งออกสินค้าที่ยังคงขยายตัวได้ดี ด้านอุปทาน ได้แก่ อัตราการใช้กำลังการผลิต และดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมที่ปรับตัวดีขึ้น ส่วนเงินเฟ้อในเดือนนี้ขยายตัวค่อนข้างมาก ที่ร้อยละ 3.23 (YoY) หากพิจารณาเงินเฟ้อประเทศคู่ค้าสำคัญและในกลุ่มอาเซียน ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบัน เงินเฟ้อของประเทศไทยอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก สำหรับดัชนีราคาผู้ผลิต สูงขึ้นร้อยละ 8.7 จากร้อยละ 7.7 ในเดือนก่อนหน้า และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง สูงขึ้นร้อยละ 6.1 จากร้อยละ 8.9 ในเดือนก่อนหน้า ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 44.6 จากระดับ 47.0 ในเดือนก่อนหน้า

ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนมกราคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 3.23 (YoY)

สัดส่วนน้ำหนัก จำแนกรายหมวด



ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนมกราคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 3.23 (YoY) จากร้อยละ 2.17 ในเดือนก่อนหน้า โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มพลังงาน ได้ส่งผลให้เงินเฟ้อสูงขึ้นค่อนข้างมาก นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอื่นที่ส่งผลให้เงินเฟ้อสูงขึ้นแต่ในอัตราน้อยกว่า ได้แก่ สินค้าในกลุ่มอาหารสดบางประเภท และสินค้าอื่น ๆ ที่ปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุน อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าสำคัญอีกหลายรายการที่ราคาลดลง ทั้งข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว ผักสด ผลไม้สด เสื้อผ้า ค่าเช่าบ้าน ค่าเล่าเรียนและค่าธรรมเนียมการศึกษา

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว) สูงขึ้นร้อยละ 0.52 (YoY) สำหรับเงินเฟ้อทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 1.13 (MoM)

อัตราการเปลี่ยนแปลง จำแนกรายหมวด



แนวโน้มเงินเฟ้อเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565

แนวโน้มเงินเฟ้อเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2565 คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นในระดับที่ไม่มากนัก สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขยายปฏิกิริยาในประเทศ ที่ปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามราคาในตลาดโลก ประกอบกับราคาฐานของเดือนเดียวกันในปีที่ผ่านมาอยู่ในระดับต่ำ ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นตาม ค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง ค่าจ้างแรงงาน และยกเลิกการยกเว้นการเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในปี 2565 ซึ่งจะส่งผลต่อภาคการผลิตและราคาขายปลีกสินค้าและบริการในลำดับต่อไป นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกที่ก่อให้เกิดเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น อาทิ ค่าขนส่ง และต้นทุนโลจิสติกส์ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ราคาอาหารทั่วโลกปรับตัวเพิ่มขึ้น

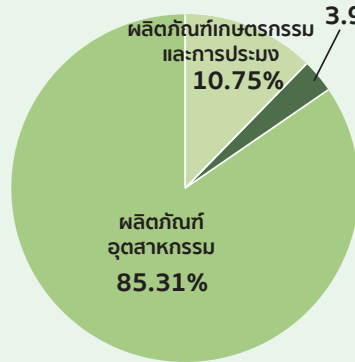


ดัชนีราคาผู้ผลิต

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนมกราคม 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 8.7 (YoY)** จากร้อยละ 7.7 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการสูงขึ้นในทุกหมวดสินค้า โดย**หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** ยังคงขยายตัวในระดับสูง ที่ร้อยละ 51.0 จากราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมดิบและก๊าซธรรมชาติ รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปรับสูงขึ้นตามราคาวัตถุดิบและราคาในตลาดโลก ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันปิโตรเลียมดิบ และกลุ่มแร่ (แร่ดีบุก สังกะสี และยูเรเนียม) **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** **สูงขึ้นร้อยละ 8.0** จากการปรับสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบและราคาตลาดโลก สินค้าสำคัญที่ราคาปรับสูงขึ้น ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม (น้ำมันดีเซล น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91, 95 น้ำมันเครื่องบิน น้ำมันเตา ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (เนื้อสุกร ไก่สด น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย มันเส้น น้ำมันถั่วเหลืองบริสุทธิ์) กลุ่มเคมีภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมี (เม็ดพลาสติก โขดไฟ ปุ๋ยเคมีผสม กรดเกลือ คลอรีน กรดกำมะถัน ยางสังเคราะห์) กลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ (อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล (ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์)) กลุ่มผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอื่น ๆ (ทองคำ เครื่องประดับเทียม) กลุ่มโลหะขั้นมูลฐาน (เหล็กแผ่น ท่อเหล็ก เหล็กเส้น เหล็กฉาก เหล็กรูปตัวซี ลวดเหล็ก) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก (ยางแท่ง ท่อ ข้อต่อ ถุงพลาสติก แผ่นฟิล์มพลาสติก บรรจุภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ ถุงมือยาง) กลุ่มเครื่องจักรและเครื่องมือ (เครื่องสูบน้ำ) กลุ่มยานยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ (รถยนต์นั่ง รถบรรทุกขนาดเล็ก) และ**หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง** **สูงขึ้นร้อยละ 3.8** เป็นการสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากความต้องการใช้ในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอับความต้องการ โดยสินค้าที่มีราคาสูงขึ้น คือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ กลุ่มพืชล้มลุก (อ้อย ถั่วเขียว ถั่วลิสง มันสำปะหลังสด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) กลุ่มพืชผัก (ผักกวางตุ้ง มะเขือ กะหล่ำปลี ผักคะน้า หน่อไม้ฝรั่ง ผักขึ้นฉ่าย กะหล่ำดอก) กลุ่มไม้ยืนต้น (ผลปาล์มสด ยางพารา) กลุ่มสัตว์ (สุกรมีชีวิต ไก่มีชีวิต ไข่ไก่ ไข่เป็ด) กลุ่มผลิตภัณฑ์

เดือนมกราคม 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 8.7 (YoY)**

สัดส่วนน้ำหนัก



แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)	แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)
ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง YoY 3.8 ▲ MoM 3.1 ▲	สินค้าสำเร็จรูป YoY 4.2 ▲ MoM 1.0 ▲
ผลิตภัณฑ์จากเหมือง YoY 51.0 ▲ MoM 4.1 ▲	สินค้ากึ่งสำเร็จรูป YoY 14.8 ▲ MoM 1.5 ▲
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม YoY 8.0 ▲ MoM 1.3 ▲	สินค้าวัตถุดิบ YoY 20.1 ▲ MoM 5.4 ▲

จากการประมง (กุ้งแวนนาไม ปลาหมึกกล้วย ปลาลัง) ขณะที่สินค้าที่ราคาลดลง ได้แก่ ข้าวเปลือก และผลไม้ (สับปะรด ลำไย กล้วยน้ำว้า กล้วยไข่ ส้มเขียวหวาน)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2564 **สูงขึ้นร้อยละ 1.6 (MoM)**

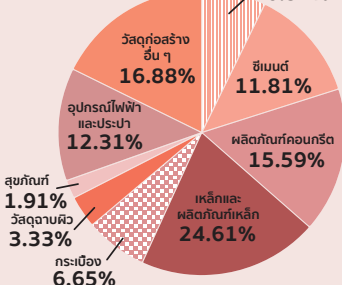


ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนมกราคม 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 6.1 (YoY)** เป็นการสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอลงจากร้อยละ 8.9 ในเดือนก่อนหน้า โดย **หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** **สูงขึ้นร้อยละ 10.8** เนื่องจากราคาเหล็กในตลาดโลกที่ยังคงสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แต่เริ่มมีแนวโน้มทิศทางที่ชะลอลง **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** **สูงขึ้นร้อยละ 5.8** เนื่องจากราคาต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวสูงขึ้น **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** **สูงขึ้นร้อยละ 5.6** จากราคาต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น อาทิ เหล็ก ถ่านหิน ปูน เป็นสำคัญ **หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** **สูงขึ้นร้อยละ 5.2** เนื่องจากประเทศพม่ามีปัญหาการส่งออก ประเทศไทยจึงต้องประมูลไม้จากองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จึงมีต้นทุนสูงขึ้น **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** **สูงขึ้นร้อยละ 4.5** เนื่องจากต้นทุนปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา **หมวดซีเมนต์** **สูงขึ้นร้อยละ 4.2** เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบ (ถ่านหิน น้ำมัน) มีการปรับตัวสูงขึ้น **หมวดกระเบื้อง** **สูงขึ้นร้อยละ 4.1** เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น **หมวดวัสดุฉนวน** **สูงขึ้นร้อยละ 1.1** เนื่องจากราคาต้นทุนวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น **หมวดสุขภัณฑ์** **สูงขึ้นร้อยละ 0.2**

เดือนมกราคม 2565 **สูงขึ้นร้อยละ 6.1 (YoY)**

สัดส่วนน้ำหนัก



อัตราการเปลี่ยนแปลง

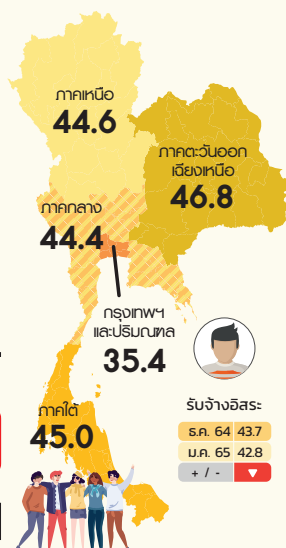
แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)		แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)	
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ YoY 5.2 ▲ MoM 3.5 ▲	ซีเมนต์ YoY 4.2 ▲ MoM 0.8 ▲	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต YoY 5.6 ▲ MoM 0.6 ▲	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก YoY 10.8 ▲ MoM -1.0 ▼
กระเบื้อง YoY 4.1 ▲ MoM 2.7 ▲	วัสดุฉนวน YoY 1.1 ▲ MoM 1.0 ▲	สุขภัณฑ์ YoY 0.2 ▲ MoM 0.0 ▲	อุปกรณ์ไฟฟ้า และประปา YoY 5.8 ▲ MoM 2.0 ▲
วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ YoY 4.5 ▲ MoM 0.6 ▲			

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2564 **สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (MoM)**

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

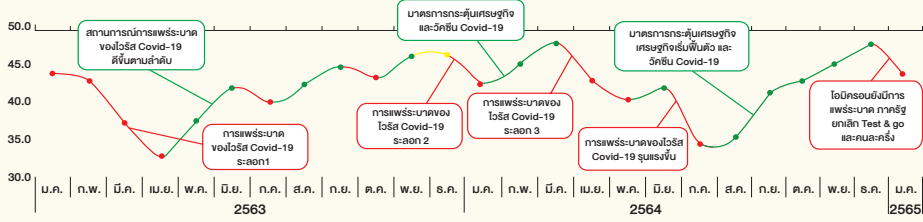
เดือนมกราคม 2565 เท่ากับ 44.6

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมกราคม 2565 **ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 44.6** เทียบกับระดับ 47.0 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวลดลงครั้งแรกในรอบ 6 เดือน **ปรับตัวลดลงทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต** โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวลดลงจากระดับ 37.6 มาอยู่ที่ระดับ 35.6 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 53.2 มาอยู่ที่ระดับ 50.6 แต่ยังคงอยู่ในช่วงที่มีความเชื่อมั่น ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมในเดือนนี้ปรับลดลงเนื่องจากประชาชนมีความกังวลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ที่แพร่ระบาดไปทั่วประเทศ ทำให้ภาครัฐประกาศยกเลิกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนนี้ปรับลดลง



อัตราการเปลี่ยนแปลง

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)		แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)	
เกษตรกร ส.ค. 64 46.8 ม.ค. 65 47.0 + / - ▲	พนักงานเอกชน ส.ค. 64 45.9 ม.ค. 65 41.6 + / - ▼	ผู้ประกอบการ ส.ค. 64 49.2 ม.ค. 65 45.4 + / - ▼	ไม่ได้ทำงาน ส.ค. 64 44.0 ม.ค. 65 41.5 + / - ▼
รับจ้างอิสระ ส.ค. 64 43.7 ม.ค. 65 42.8 + / - ▼	พนักงานของรัฐ ส.ค. 64 52.7 ม.ค. 65 50.5 + / - ▼	นักศึกษา ส.ค. 64 41.7 ม.ค. 65 39.0 + / - ▼	ไม่ได้ทำงาน ส.ค. 64 44.0 ม.ค. 65 41.5 + / - ▼



การค้าระหว่างประเทศของไทย

เดือนธันวาคม 2564

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2564 มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 24,930.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (810,712 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 24.2 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 23.0 การส่งออกของไทยเติบโตอย่างแข็งแกร่งท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 โดยได้รับอานิสงส์จากการเร่งนำเข้าในหลายประเทศเพื่อสต็อกสินค้าให้ทันช่วงเทศกาลปีใหม่ สถานการณ์อุปทานเซมิคอนดักเตอร์ปรับตัวดีขึ้น และการดำเนินการตามแผนส่งเสริมการส่งออกเชิงรุกของกระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้ การส่งออกทั้งปี 2564 มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 271,173.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 17.1 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตสูงที่สุดในรอบ 11 ปี เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 19.8

การส่งออกไทยในปี 2564 ขยายตัวได้สูงกว่าเป้าหมายที่กระทรวงพาณิชย์ตั้งไว้ที่ร้อยละ 4 กว่า 4 เท่า เป็นผลสำเร็จจากการสนับสนุนอย่างเข้มแข็งตามแผนส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ที่เร่งแก้ไขปัญหา และสร้างโอกาสทางการค้าให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับความต้องการซื้อจากต่างประเทศ และปริมาณการค้าโลกที่ปรับตัวดีขึ้นตามเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสริมจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่า และราคาน้ำมันดิบที่ทรงตัวในระดับสูง ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มสินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร เช่น ข้าว ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผักและผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำตาลทราย อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ เตาอบไมโครเวฟ ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ และเครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ 4) สินค้าชั้นกลางหรือสินค้าวัตถุดิบ เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ยางยานพาหนะ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ยังขยายตัวได้ดี

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

1. ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 20.8 โดยขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 36.5 จีน ร้อยละ 14.0 ญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 1.0 อาเซียน (5) ร้อยละ 35.0 CLMV ร้อยละ 11.4 และ สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 19.3
2. ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 32.5 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 22.9 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 54.4 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 29.5 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 34.1 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 36.5 และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ร้อยละ 45.8
3. ตลาดอื่นๆ ขยายตัวร้อยละ 32.1

การนำเข้า

การนำเข้าเดือนธันวาคม 2564 มีมูลค่า 25,284.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (833,237 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 33.4 สินค้านำเข้า 10 อันดับแรก ขยายตัวทุกรายการ ได้แก่ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ อัญมณีและทองคำ เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	ธ.ค. 2564 Dec 2021	ม.ค. - ธ.ค. 2564 Jan-Dec 2021
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	24,930.3 +24.2%	271,173.5 +17.1%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	25,284.5 +33.4%	267,600.3 +29.8%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-354.2	+3,573.2

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ธ.ค. 64

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(%)	(ล้าน USD)	
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,874.1	45.0	11.5	สหรัฐฯ	4,055.7	36.5	16.3
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,322.9	28.6	9.3	จีน	3,195.5	14.0	12.8
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,194.1	1.7	4.8	ญี่ปุ่น	2,065.6	1.0	8.3
เม็ดพลาสติก	957.1	25.5	3.8	มาเลเซีย	1,246.4	39.4	5.0
เคมีภัณฑ์	908.6	38.9	3.6	ฮ่องกง	1,200.0	23.5	4.8

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนธ.ค. 64

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(%)	(ล้าน USD)	
น้ำมันดิบ	3,318.3	110.0	13.1	จีน	6,244.0	31.1	24.7
เคมีภัณฑ์	1,958.9	37.9	7.8	ญี่ปุ่น	2,842.4	0.03	11.2
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,839.3	0.8	7.3	สหรัฐฯ/อิตาลี	1,592.7	198.7	6.3
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,723.5	9.2	6.8	สหรัฐฯ	1,534.7	45.3	6.1
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,487.9	161.6	5.9	มาเลเซีย	991.5	-1.0	3.9

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า เดือนธ.ค. 64

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ธ.ค. 64	พ.ย. 64	ธ.ค. 64	ธ.ค. 64	ค.ย. 64
ส่งออก	0.9	0.2	-0.1	3.5	104.7
นำเข้า	2.3	0.3	-0.6	10.5	104.3

แผงวงจรไฟฟ้า สินแร่โลหะ ส่วนประกอบยานยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เป็นต้น แหล่งนำเข้า 5 อันดับแรกที่ขยายตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหรัฐฯ แหล่งนำเข้าที่หดตัว ได้แก่ มาเลเซีย

ดุลการค้า

เดือนธันวาคม 2564 การค้าขาดดุล 354.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

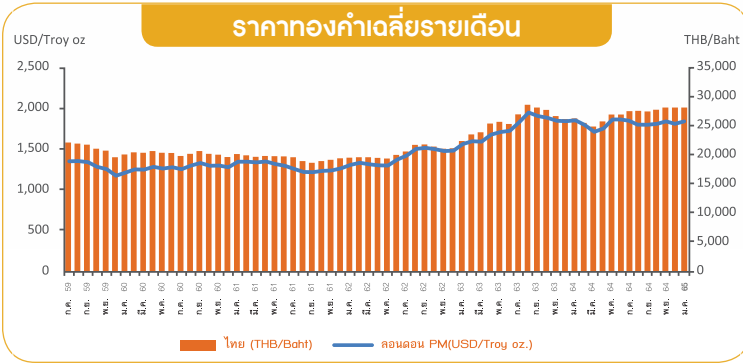
ดัชนีราคาส่งออก เดือนธันวาคม 2564 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 3.5 (YoY) โดยหมวดสินค้าที่ส่งผลให้ดัชนีราคาส่งออกปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร หมวดสินค้าอุตสาหกรรม และหมวดสินค้าเกษตรกรรม

ดัชนีราคานำเข้า เดือนธันวาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 10.5 (YoY) โดยหมวดสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิง หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค และหมวดสินค้าทุน ขณะที่หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งปรับตัวลดลง

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนธันวาคม 2564
ผ่าน QR Code นี้

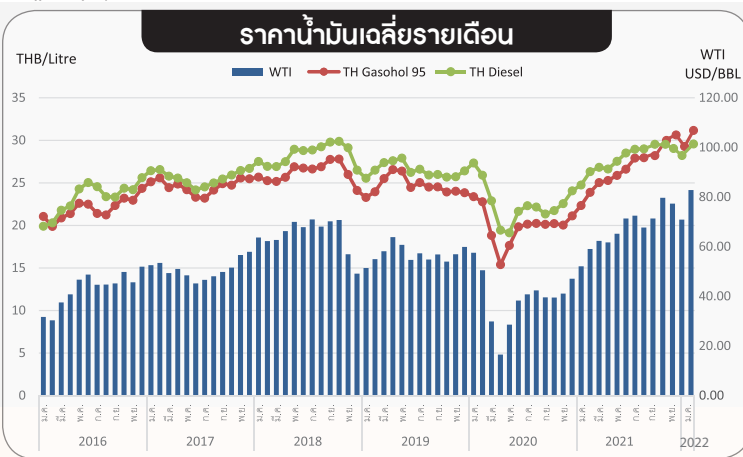


สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมันอัตรแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร มกราคม 2565



ราคาทองคำ

เดือนมกราคม 2565 ราคาทองคำตลาดโลกกลับมาเพิ่มขึ้นอีกครั้ง เฉลี่ยอยู่ที่ 1,817.90 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROYออนซ์ ขยายตัวร้อยละ 1.75 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เช่นเดียวกับราคาทองคำในประเทศเฉลี่ยอยู่ที่ 28,522.50 บาท ขยายตัวร้อยละ 0.44 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เศรษฐกิจโลกเผชิญกับแรงดันการฟื้นตัวจากการระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ส่งผลให้ตลาดแรงงานตึงตัว เกิดปัญหาห่วงโซ่อุปทาน และแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ รวมถึงความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ-รัสเซีย อย่างไรก็ตามธนาคารกลางสหรัฐฯ ส่งสัญญาณใช้นโยบายการเงินที่ตึงตัวเป็นปัจจัยลบต่อราคาทองคำที่ไม่ให้ผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย



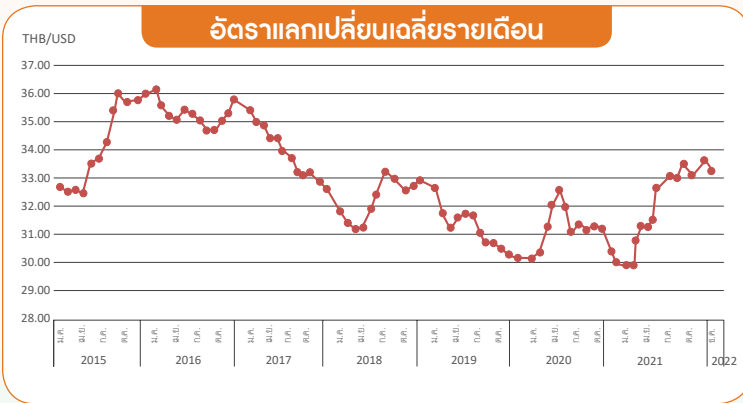
ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบ (WTI) เดือนมกราคม 2565 เฉลี่ยอยู่ที่ 83.12 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.54 (YoY) และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.20 (MoM) ราคาน้ำมันดิบ (WTI) ปรับเพิ่มขึ้นจากความตึงตัวด้านอุปทาน โดยปริมาณผลผลิตน้ำมันในเดือนนี้ไม่เป็นไปตามแผนที่กลุ่มโอเปกวางไว้ เนื่องจากประเทศผู้ผลิตบางรายประสบปัญหาความไม่สงบในประเทศและปัญหาท่อส่งน้ำมัน รวมไปถึงสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน ที่ทำให้กลุ่มประเทศในยุโรปเกิดความกังวล และเร่งหาแหล่งทดแทน ขณะที่ปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ยังมีแนวโน้มปรับตัวลดลง



อัตรแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนมกราคม 2565 เฉลี่ยอยู่ที่ 33.24 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนอ่อนค่าลงร้อยละ 10.78 (YoY) และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า แข็งค่าเล็กน้อยร้อยละ 0.95 (MoM) สาเหตุสำคัญเนื่องจากรัฐบาลไทยมีแนวโน้มผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 และเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบ Test and Go ในเดือนกุมภาพันธ์นี้ ประกอบกับมีสัญญาณเป็นไปได้ที่ธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อสกัดเงินเฟ้อที่สูงขึ้น และข้อมูลเศรษฐกิจสหรัฐฯ ในเดือนมกราคม 2565 มีทิศทางที่อ่อนแอ ทั้งการปรับตัวลงของการจ้างงานภาคเอกชน และการชะลอตัวของดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตและบริการ



ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) 1,264.75 บาท/100 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคม 2564 ร้อยละ 4.96 เช่นเดียวกับราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) 2,325.00 บาท/100 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 8.39 ราคาข้าวปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากได้รับปัจจัยหนุนจากความต้องการข้าวที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน



ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 64.96 บาท เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนร้อยละ 1.33 ส่วนราคายางแท่ง STR 20 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 58.24 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.10 ราคายางปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็นผลสืบเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันดิบ การอ่อนค่าของค่าเงินบาท ประกอบกับมีปริมาณยางเข้าสู่ตลาดน้อย

ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	Dec-64	Jan-65	%Δ(MOM)	Jan-64	Jan-65	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,205.00	1,264.75	4.96	1,490.00	1,264.75	-15.12
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,145.00	2,325.00	8.39	2,492.50	2,325.00	-6.72
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		64.11	64.96	1.33	65.04	64.96	-0.12
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		57.04	58.24	2.10	47.41	58.24	22.84
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,786.65	1,817.90	1.75	1,866.99	1,817.90	-2.63
ไทย (THB/Baht)		28,397.92	28,522.50	0.44	26,477.50	28,522.50	7.72
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		71.53	83.12	16.20	52.10	83.12	59.54
อัตรแลกเปลี่ยน							
THB/USD		33.56	33.24	-0.95	30.01	33.24	10.78

แหล่งที่มา : CEIC



ฮานอย อนุมัติตั้งนิคมอุตสาหกรรมดึงดูดนักลงทุน

ประธานคณะกรรมการประชาชนกรุงฮานอยได้ลงนามอนุมัติการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมเพิ่ม 2-5 แห่ง จากเดิม 10 แห่ง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว่า 8,418.75 ไร่ ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2564 รายงานว่านิคมอุตสาหกรรมฮานอยสามารถดึงดูดโครงการลงทุนจากต่างประเทศ 303 โครงการ การลงทุนในประเทศ 399 โครงการ รวมมูลค่าประมาณ 6,882 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งนี้ ญีุ่ปุ่น มีอัตราส่วนในการลงทุนที่ร้อยละ 60 รองลงมาเป็น จีน เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ ตามลำดับ



เยอรมนี เรียกเก็บค่าการผลิต CO₂ ดันต้นทุนอ่วม

ภายหลังที่เยอรมนีมีประกาศบังคับใช้ค่าการผลิต CO₂ เพื่อผลักดันนโยบายด้านสภาพอากาศของประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 64 ที่ผ่านมา ส่งผลให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ อุตสาหกรรมการก่อสร้าง อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมผลิตยีสต์ มีต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการจึงเรียกร้องให้รัฐบาลเยอรมนี ออกมาตรการในการช่วยเหลือ เนื่องจากแข่งขันในตลาดได้ยากขึ้นและคู่แข่งในประเทศอื่น ๆ ยังไม่มีการบังคับใช้ค่าการผลิต CO₂ ทั้งนี้ รัฐบาลเยอรมนีมีแผนที่จะปรับลดราคาหลังจากปี 2569 แต่ในปัจจุบันผู้ผลิตสามารถขอรับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลร้อยละ 75 ของเงินที่ชำระ โดยต้องทำเรื่องขอคืนเงินพร้อมหลักฐานการปรับการใช้พลังงานทางเลือก เพื่อลดการปล่อยก๊าซ CO₂



'อินเดียพึ่งตนเอง' กระตุ้นเศรษฐกิจช่วงโควิด

อินเดียเริ่มดำเนินนโยบาย 'อินเดียพึ่งตนเอง' (Self-Reliant India) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงานสร้างรายได้ ลดการนำเข้า รวมถึงการส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) พบว่า เม.ย. 63 - มี.ค. 64 มีเงินทุนเข้าประเทศ 81.97 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้น 10% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีมาตรการสนับสนุนเพื่อเชื่อมโยงการผลิต (Production-Linked Incentive Scheme: PLI) ดึงดูดการลงทุนไปพร้อมกับสนับสนุนผู้ผลิตในประเทศ นอกจากนี้ยังมีมาตรการส่งเสริมการลงทุนอื่น ๆ อาทิ มาตรการลดภาษีรายได้นิติบุคคล มาตรการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจด้วยการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว มาตรการลดค่าไฟฟ้า มาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียม



แหล่งที่มาข้อมูล: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



รับข้อมูล ข่าวสาร บทวิเคราะห์
ง่ายๆ แคสแกน QR Code

