

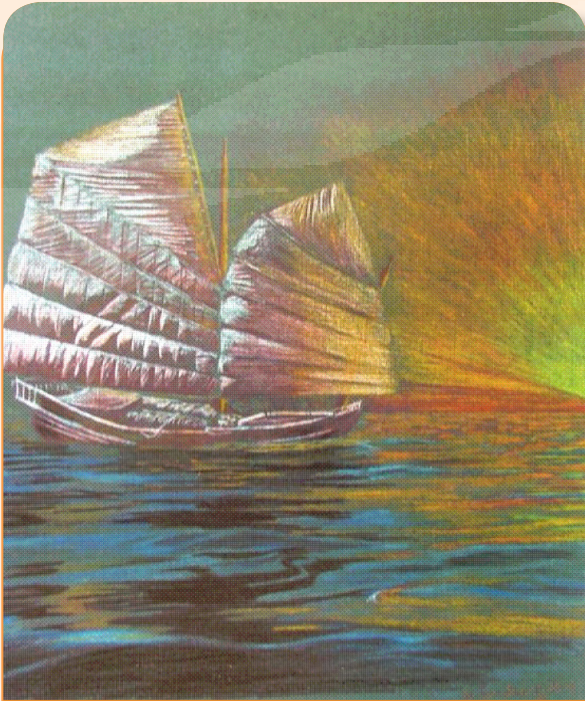


❖ **บริการก่อสร้างไทย**
และ ความสามารถในการแข่งขันเทียบกับอาเซียน

❖ **Education Hub**
ไทยกับการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคอาเซียน



ภาพรวมเศรษฐกิจไทย | ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า
การค้าระหว่างประเทศของไทย | สถานการณ์ราคาสินค้าสำคัญ



Editor's Note

กลับมาพบกันอีกครั้ง กับวารสารสนย.ฉบับที่ 11 ในช่วงปลายเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา มีเหตุการณ์ต่างๆเกิดขึ้นในประเทศไทยหลายเหตุการณ์ ทั้งการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินเป็นการส่วนพระองค์ ณ พระราชานุสาวรีย์สมเด็จพระสุริโยทัย ท่ามะขามหย่อง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคมที่ผ่านมา เพื่อทรงติดตามโครงการในพระราชดำริ ซึ่งสร้างความปลื้มปิติให้แก่พสกนิกรชาวไทยเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ไทยยังได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเวทีเศรษฐกิจโลก ว่าด้วยเอเชียตะวันออก (World Economic Forum on East Asia) ครั้งที่ 21 ระหว่างวันที่ 30 พฤษภาคม - 1 มิถุนายน 2555 ซึ่งการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมของไทยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อภูมิภาคเอเชียตะวันออก รวมถึงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งในอีกไม่ถึง 3 ปี อาเซียน จะเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว ซึ่งจะมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงาน มีฝีมือโดยเสรีและการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีขึ้น ตามแผนการดำเนินงานการเป็นประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) การเปิดเสรีภาคบริการถูกกำหนดให้เป็นหนึ่งในปัจจัยหลัก เพื่อการเป็นฐานการผลิตและตลาดเดียวของอาเซียน การค้าบริการภายในอาเซียนจะต้องไม่มี ข้อจำกัดต่อผู้ให้บริการในการจัดตั้งธุรกิจบริการภายในภูมิภาคอาเซียน และต้องขจัดข้อจำกัด ทางการค้าบริการที่สำคัญภายในปี 2558

วารสาร สนย.ฉบับนี้ จึงได้นำเสนอศักยภาพของธุรกิจบริการของไทย ได้แก่ ธุรกิจ บริการก่อสร้าง และ บริการการศึกษา เพื่อให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของไทยและ การเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่การเป็น AEC ซึ่งเป็นอีกส่วนงานหนึ่งของสำนักงานนโยบายและ ยุทธศาสตร์การค้า และในฉบับนี้ยังได้นำเสนอเรื่องราวและภาพการจัดงานมหกรรมข้าวไทย ครั้งที่ 3 ณ ท่าข้าวกำนันทรง จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นงานที่กระทรวงพาณิชย์จัดเพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณภาพ ข้าวไทยที่ดีที่สุดในโลก

วารสารสนย.ขอให้ครึ่งปีหลังของทุกท่านมีความราบรื่น และเรียงต้องการข้อเสนอแนะ และคำติชมต่างๆ จากผู้อ่านทุกท่านเพื่อพัฒนาวารสารสนย.ต่อไป

บรรณาธิการ

CONTENT

Special Talks	3
บริการก่อสร้างไทย	4
และ ความสามารถในการแข่งขันเทียบกับอาเซียน	
Education Hub	6
ไทยกับการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคอาเซียน	
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย	10
สถานการณ์ราคาสินค้าสำคัญ	11

ผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

ผู้อำนวยการ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

เบญจวรรณ รัตนประยูร

บรรณาธิการ

รองผู้อำนวยการ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ลินา พงษ์พุกษา

กองบรรณาธิการ

กมลวรรณ อนุภาพพันธ์ ไพศาล มะระพะฤกษ์วรรณ

พรกมล เกษอารี

พัจนา ปัญจรัตตม

สาคร แดงงาม

สมจิตร เต็มธรรณินทร์

เจ้าของ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

44/100 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ

อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทร 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687

Getting Around with TPSO

นางเบญจวรรณ รัตนประยูร ที่ปรึกษาการพาณิชย์ ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงาน นโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เป็นประธานเปิดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า “THAI – ASEAN TRADE FAIR 2012 : SURIN” ซึ่งเป็นกิจกรรมภายใต้โครงการอีสานเชื่อมประเทศเพื่อนบ้าน สู่อาเซียน (E-SAN LINK ASEAN 2012) มีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์เป็นเจ้าภาพหลัก ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยงานได้จัดขึ้นระหว่างวันที่ 4-10 พฤษภาคม 2555 ณ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อสนับสนุนการตลาดสินค้าของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือและทุกจังหวัดทั่วประเทศ ให้มีช่องทางจำหน่ายและสร้างเครือข่ายด้านการตลาด เพิ่มขึ้นทั้งในตลาดภายในประเทศและตลาดประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจร่วมกันในภูมิภาค อนุภูมิภาค และระดับท้องถิ่น มีผู้ประกอบการ OTO/ SMEs ทั้งในจังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดอื่นๆทั่วประเทศเข้าร่วมงาน ภายในงานยังมีสินค้าที่มีศักยภาพ จากผู้ประกอบการประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชา ลาว เวียดนาม และจีน ร่วมจำหน่ายในงาน รวมทั้งสินค้ากว่า 450 คูหา โดยสินค้าหลักที่จำหน่ายในงาน ได้แก่ สินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ของตกแต่งและของที่ระลึก สินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และอาหารเด่นจากทั่วประเทศ นอกจากนี้



ยังมีนิทรรศการความรู้เกี่ยวกับ ASEAN ซึ่ง การจัดงานครั้งนี้เป็นการบูรณาการร่วมกับ หน่วยงานอื่นๆ ภายในกระทรวงพาณิชย์ ในการนำผู้ประกอบการ SMEs เข้าร่วมงาน รวมถึงภาคเอกชนในจังหวัดสุรินทร์ เช่น หอการค้าจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และสถานศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ซึ่งผลจากการจัดงานในครั้งนี้ มีมูลค่า การซื้อขายรวมทั้งสิ้นประมาณ 37 ล้านบาท

กระทรวงพาณิชย์ จัดงานมหกรรมข้าวไทย ครั้งที่ 3... ต่อจาก...ผู้นำการค้าข้าวคุณภาพอันดับ 1 ของโลก

Special Talk



กระทรวงพาณิชย์ได้จัดงาน “มหกรรมข้าวไทย ครั้งที่ 3” (THAI RICE FESTIVAL 2012) ในแนวคิด “Thai Rice: The World’s Best Rice” ระหว่างวันที่ 25-27 พฤษภาคม 2555 ณ ท่าข้าวกันนทร จังหวัดนครสวรรค์ โดยได้รับเกียรติจาก นายบุญทรง เตริยาภิรมย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิดงาน ในวันที่ 25 พฤษภาคม 2555 โดยมีปลัดกระทรวงพาณิชย์ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครสวรรค์ ประธานหอการค้าจังหวัดนครสวรรค์ นายกสมาคม โรงสีภาคเหนือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมงานอย่างคับคั่ง



งานมหกรรมข้าวไทย ได้จัดต่อเนื่องกันมาเป็นปีที่ 3 แล้ว โดยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงศักยภาพของไทยในฐานะที่เป็นผู้นำการค้าข้าวของโลก และผู้ส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลกมาต่อเนื่องยาวนานกว่า 30 ปี รวมถึงแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการค้าข้าวของโลกและเป็นผู้สนับสนุนในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของข้าว ซึ่งเป็นการบูรณาการกิจกรรมระหว่างหน่วยงานต่างๆ ของกระทรวงพาณิชย์ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง (นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร และอุทัยธานี) รวมถึงภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยภายในงาน “มหกรรมข้าวไทย ครั้งที่ 3” ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านการผลิต การค้า และความสำคัญของข้าว ที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนไทยทั้งประเทศ โดยจะมีหลายส่วนงานที่จัดนิทรรศการและจำหน่ายข้าวและผลิตภัณฑ์ เรียงรายกันจนครบกระบวนการข้าว เริ่มตั้งแต่...

ต้นน้ำ เป็นกระบวนการจัดแสดง “พันธุ์ข้าวไทย” สายพันธุ์ดี หลากหลายสายพันธุ์จากทั่วประเทศ ตลอดจนแสดงวิถีชีวิตชาวนาไทยนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

กลางน้ำ เป็นกระบวนการจัดแสดงและจำหน่าย “เทคโนโลยีเครื่องจักรกลเกษตร” อันทันสมัยของประเทศไทย ซึ่งได้มาจาก “โรงสีข้าวคุณภาพดี” มีมาตรฐาน ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก

ปลายน้ำ เป็นการจัดแสดงและจำหน่าย “ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว” คุณภาพดี ราคาถูก โดยมีทั้งข้าวเจ้า และข้าวทางเลือกอื่นๆ ที่ได้จากภูมิปัญญาของคนไทย ในการศึกษา ทดลอง และดัดแปลง จนกลายเป็นข้าวคุณภาพอีกหลากหลายชนิด เช่น ข้าวเหนียวดำลิ้มผิว ข้าวฮางอก ข้าวหอมนิล ข้าวสังข์หยด เป็นต้น

“เกร็ดความรู้จากงานมหกรรมข้าวไทย”

- * ปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศที่ผลิตข้าวคุณภาพดีที่สุดในโลก คือ มีสายพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย พื้นที่แหล่งเพาะปลูก สภาพภูมิอากาศ และภูมิประเทศที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของข้าว เกษตรกรผู้ผลิตข้าว มีความอดทน เข้มแข็ง และมีภูมิปัญญาที่ดีในการพัฒนาคุณภาพข้าว ตลอดจนกระบวนการแปรรูป โรงสี เทคโนโลยีเครื่องจักรกล และกระบวนการขนส่ง การค้า การนำเข้าและส่งออกข้าว ที่มีศักยภาพและได้มาตรฐาน
- * “ข้าวไทยคุณภาพดี” ต้อง “ยาว...ขาว...นุ่ม” คือ ข้าวไทยคุณภาพที่ดี จะมีเมล็ด ที่ “ยาว เรียว” ส่วนใหญ่ข้าวไทยจะมีเมล็ดยาวเรียวอยู่แล้ว แต่ข้าวที่มีความยาวเกิน 7.0 มิลลิเมตร ถือว่าเป็นข้าวคุณภาพดี ซึ่งข้าวเกรดดีของไทยก็จะยาวเกินกว่านั้นทั้งนั้น ส่วน “ขาว” คือ ตัวเมล็ดจะมีสีขาวบริสุทธิ์ และมีรสชาติที่ “อร่อยนุ่มลิ้น” จนผู้บริโภครู้สึกได้ถึงความแตกต่าง
- * “ข้าวลิ้มผิว” เป็นข้าวเหนียวดำชนิดหนึ่ง มีกลิ่นหอม เหนียว นุ่ม หนึบๆ การบริโภคทำได้ทั้งแบบข้าวเหนียวนึ่ง รับประทานกับอาหาร ผสมข้าวต้มทำให้มีสีม่วงอ่อนสวยงาม ทำเป็นขนมแบบข้าวเหนียวเปียก ทำเป็นชาข้าวคั่วแบบเฟิร์ล บาร์เลย์ หรือ เครื่องดื่มทั้งแบบมีแอลกอฮอล์หรือปราศจากแอลกอฮอล์ คุณสมบัติมีสารต้านอนุมูลอิสระ ลดโคเลสเตอรอล และการหย่อนสมรรถภาพทางเพศ ป้องกันภาวะเสื่อมของสมองและช่วยความจำ ช่วยให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง, ทำให้เส้นเลือดไม่อุดตัน ไม่เป็นโรคหัวใจ โรคพาร์กินสัน และช่วยลดความอ้วนรสชาติที่อร่อยเช่นนี้เองจนเป็นที่มาของชื่อข้าว อร่อยจน...ลิ้มผิว
- * ชนิดข้าว สามารถจัดแบ่งได้ตามระบบนิเวศการปลูก ได้แก่ ข้าวนาสวน (ข้าวที่ปลูกในนาที่ระดับน้ำลึกไม่เกิน 50 ซม.) ข้าวขั้นน้ำ (ข้าวที่ปลูกในนาที่มีน้ำท่วมขัง ลึก 1-5 เมตร เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน) ข้าวน้ำลึก (ข้าวที่ปลูกในพื้นที่น้ำลึก ระดับน้ำในนา 50-100 ซม.) ข้าวไร่ ข้าวนาที่สูง (ข้าวที่ปลูกบนที่สูงตั้งแต่ 700 ม. เหนือระดับน้ำทะเล)
- * ในปี 2554 การส่งออกข้าวของไทยสามารถทำลายสถิติทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า โดยส่งออกข้าวได้มากเป็นประวัติการณ์ถึง 10.6 ล้านตัน และได้มูลค่าเกือบ 2 แสนล้านบาท โดยประเทศไทยยังคงครองแชมป์อันดับ 1 ตามมาด้วยสหรัฐอเมริกา และเวียดนาม นอกจากนี้ราคาส่งออกข้าวยังเพิ่มขึ้นด้วย โดยปี 2555 ราคาข้าวเฉลี่ยอยู่ที่ตันละ 669 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่ปี 2554 ราคาอยู่ที่ตันละ 566 เหรียญสหรัฐฯ



บริการก่อสร้างไทย และ ความสามารถในการแข่งขันเทียบกับอาเซียน

วรพัทธ์ จิตะติลก
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

บริการก่อสร้างมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยเป็นสาขาบริการที่ประกอบด้วยหลายกิจกรรม ทั้งงานเตรียมการก่อสร้าง งานวางรากฐาน งานก่อสร้างและดัดแปลง รวมทั้งงานติดตั้งและประกอบอุปกรณ์/ระบบต่างๆ ทำให้สาขาก่อสร้างมีมูลค่าการผลิตเกือบ 3 แสนล้านบาทต่อปี และมีมูลค่าการลงทุนสูงถึงปีละ 7 - 9 แสนล้านบาท โดยเป็นโครงการภาครัฐมากกว่าเอกชน และขยายตัวต่อเนื่องเกือบทุกปี ภาคก่อสร้างยังสร้างมูลค่าเพิ่มถึง 150,000 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานต่อปี 2.5 ล้านคน การเติบโตของภาคก่อสร้างยังนำไปสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ เหล็กและวัสดุก่อสร้างด้วย นอกจากนี้ ธุรกิจก่อสร้างไทยยังสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยการส่งออกบริการก่อสร้างไทยมีมูลค่า 5 - 6 ร้อยล้านบาทต่อปี

อย่างไรก็ตาม **บริการก่อสร้างยังมีความเปราะบาง** เนื่องจากมีความผันผวนสูง จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าอัตราการขยายตัวและหดตัวของสาขาก่อสร้างนั้นผันผวนมาก และเปลี่ยนแปลงทั้งในทิศทางเดียวกันและทิศทางตรงกันข้ามกับ GDP เนื่องจากอุตสาหกรรมยังขาดเสถียรภาพและขาดทิศทางที่แน่ชัด

ตารางที่ 1 : อัตราการเติบโตที่แท้จริง (หน่วย: ร้อยละ) (คือ อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแบบดัชนีลูกโซ่)

	ก่อนเกิดวิกฤติ		ช่วงเกิดวิกฤติ		หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ			
	2534-39	2540-41	2542-48	2549	2550	2551	2552	2553
ก่อสร้าง	5.6 ถึง 14.3	-33.3 ถึง 27.8	-9.6 ถึง 10	1.2	3.9	-5.5	3.7	-9.6
GDP	5.7 ถึง 9.3	-7.7 ถึง -2.8	3.4 ถึง 7.2	4.9	5.4	1.6	-1.1	7.5

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

นอกจากนี้ ความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ของผู้ประกอบการต่างขนาดยังมีมาก โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งแข่งขันในตลาดโครงการขนาดใหญ่ มีคู่แข่งเพียงไม่กี่ราย จึงมีผลประโยชน์และสามารถขยายกิจการไปต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเล็กซึ่งแข่งขันในตลาดโครงการขนาดเล็กซึ่งมีคู่แข่งนับหมื่นราย ธุรกิจรายเล็กจำนวนมากจึงมีผลประโยชน์ที่ไม่ดี ขาดแคลนเงินทุนและหลักทรัพย์ค้ำประกัน ขาดเทคโนโลยีและระบบบริหารจัดการที่ดี ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดต่างๆ นี้ ทำให้บริการก่อสร้างเป็นหนึ่งในสาขาที่มีการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจมากที่สุด ทั้งในด้านการจัดตั้ง การเลิกกิจการ การเพิ่มทุนและการลงทุนจดทะเบียนของธุรกิจ บริการก่อสร้างยังเปราะบางจากปัญหาด้านแรงงาน และปัญหาด้านเทคโนโลยีอีกด้วย

ความสามารถในการแข่งขันของไทยที่เกี่ยวข้องบริการก่อสร้างเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียน

ด้านการจัดลำดับความสามารถทางการแข่งขันโดยรวมของประเทศ (ประจำปี 2554-2555) ของ World Economic Forum โดยเฉพาะปัจจัยที่สำคัญต่อการแข่งขันภาคก่อสร้าง ได้แก่

ด้านแรงงาน สิงคโปร์ได้เปรียบด้านนี้มากที่สุด จากตลาดมีความยืดหยุ่นและใช้แรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองลงมาเป็นมาเลเซียและไทย ส่วนอินโดนีเซียยังตามหลังอยู่มาก

ด้านเงินทุน สิงคโปร์มีตลาดการเงินที่ก้าวหน้าที่สุดในโลก รองลงมาไม่มากคือ มาเลเซีย และที่ตามหลังค่อนข้างมากคือ ไทยและอินโดนีเซีย โดยเฉพาะ **ด้านการเข้าถึงเงินทุน** พบว่าสิงคโปร์มีความได้เปรียบด้านนี้มากที่สุด รองลงมาคือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย

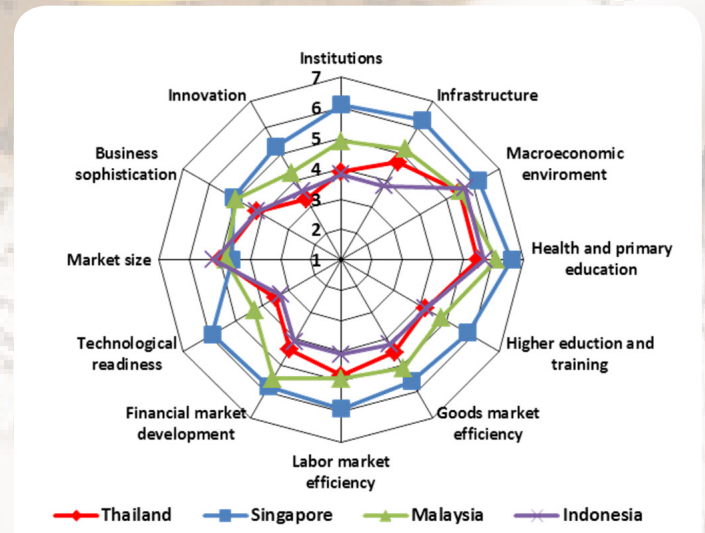
ด้านความพร้อมทางเทคโนโลยี สิงคโปร์ยังคงมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาคือ มาเลเซีย ไทย และอินโดนีเซีย สำหรับไทยนั้นได้เรียนรู้เทคโนโลยีผ่านการลงทุนจากต่างประเทศพอสมควร แต่ยังไม่ค่อยมีการนำไปใช้ในระดับบริษัท

ด้านนวัตกรรม สิงคโปร์ได้เปรียบด้านนี้มากที่สุด รองลงมาคือ มาเลเซียและอินโดนีเซีย สำหรับไทยยังตามหลังอีกสามประเทศพอสมควร ทั้งในแง่การวิจัยและพัฒนา ความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรมด้วยตนเอง และด้านจำนวนนักวิทยาศาสตร์และวิศวกร

ด้านความก้าวหน้าของภาคธุรกิจ ภาคธุรกิจของสิงคโปร์และมาเลเซียก้าวหน้ามากกว่าประเทศอาเซียนอื่น อินโดนีเซียนำหน้าไทยเล็กน้อย โดยคลัสเตอร์ธุรกิจของสองประเทศเข้มแข็งใกล้เคียงกัน ไทยมีจุดแข็งด้านผู้ผลิตในประเทศ

ที่มีจำนวนและคุณภาพมากกว่า แต่บริษัทอินโดนีเซียมีข้อได้เปรียบจากการที่แต่ละบริษัทมีบทบาทในหลายขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่ามากกว่าบริษัทไทย

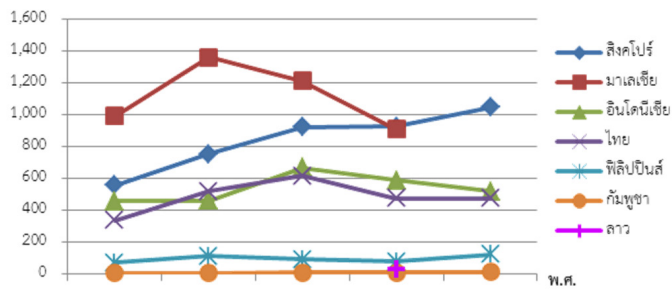
ความสามารถทางการแข่งขัน (Global Competitiveness Index) ของไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย



ที่มา: Global Competitiveness Report 2011-2012

ด้านมูลค่าการส่งออกบริการก่อสร้าง ไทยส่งออกบริการก่อสร้างมากเป็นอันดับ 4 ในกลุ่มอาเซียน มาเลเซียและสิงคโปร์เป็นผู้นำของกลุ่ม อินโดนีเซียนำหน้าไทยอยู่เล็กน้อย กลุ่มที่ตามหลังอยู่มาก ได้แก่ ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และลาว

ล้านเหรียญสหรัฐฯ



ที่มา: Time Series on International Trade, World Trade Organization

ด้านการจัดอันดับบริษัทสาขาก่อสร้างในระดับนานาชาติ (ปี 2554) โดยนิตยสาร Engineering News Record พบว่าในบรรดาบริษัทรับเหมาก่อสร้าง มีเพียงบริษัทไทยและมาเลเซียที่ติดอันดับการมีรายรับมาก ทั้งรายรับรวมทั้งหมดและรายรับต่างประเทศ โดยบริษัทไทยที่ติดอันดับมีรายรับทั้ง 2 ประเภทมากกว่าและสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้ดีกว่าบริษัทมาเลเซีย สำหรับกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมนั้น บริษัทของสิงคโปร์โดดเด่นขึ้นมา โดยเฉพาะด้านการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ส่วนบริษัทของไทยติดอันดับบริษัทที่มีรายรับรวมมาก แต่ไม่ติดอันดับด้านรายรับต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่ามีความสามารถในการแข่งขันภายในประเทศสูง แต่ยังคงพัฒนาด้านการแข่งขันในระดับนานาชาติอย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสในการใช้ความแข็งแกร่งภายในประเทศเป็นฐานในการขยายไปยังตลาดต่างประเทศได้

The Top 225 International Contractors ประจำปี 2554 (จัดลำดับโดยใช้รายรับรวมจากต่างประเทศเป็นเกณฑ์)

ประเทศ	จำนวนบริษัทที่ติดอันดับ			บริษัทที่ได้อันดับสูงสุดของประเทศนั้น
	อันดับ 1-50	อันดับ 51-100	อันดับ 101-225	
5 ประเทศที่มีบริษัทติดอันดับมากที่สุด				
จีน	8	12	30	China Communications Construction Group Ltd (11)
ตุรกี	-	4	27	Polimeks Insaat Taahhut ve San Tic. A (59)
อิตาลี	5	7	11	Saipem (6)
สหรัฐอเมริกา	7	1	14	Bechtel (3)
ญี่ปุ่น	3	6	4	JGC Corp. (35)
ประเทศในแถบเอเชียตะวันออก/เอเชียใต้				
เกาหลีใต้	4	3	4	Hyundai Engineering & Construction Co. Ltd. (23)
อินเดีย	-	2	3	Larsen & Toubro Ltd. (77)
ไต้หวัน	-	-	1	CTCI Corp. (134)
ประเทศในกลุ่มอาเซียน				
ไทย	-	-	1	Italian-Thai Development PCL (179)
มาเลเซีย	-	-	1	Gamuda Berhad (198)

ที่มา: Engineering News Record
หมายเหตุ: ไม่ได้แสดงข้อมูลของทุกประเทศ, ตัวเลขในวงเล็บ คือ อันดับของบริษัท

AEC ... ก้าวสำคัญของบริการก่อสร้างไทย

การก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายที่สำคัญของบริการก่อสร้างไทย การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี จะทำให้บริษัทไทยต้องเผชิญการแข่งขันภายในประเทศที่รุนแรงขึ้นจากคู่แข่งที่ต้องเฝ้าระวังอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ อินโดนีเซียก็เป็นอีกประเทศหนึ่ง ที่ไทยต้องจับตามอง

อย่างไรก็ตาม บริการก่อสร้างไทยยังมีความหวังจากโอกาสทางการค้าใหม่ๆ โดยจะสามารถขยายตลาดไปยังประเทศอาเซียนอื่นได้สะดวกยิ่งขึ้น ตลาดที่ไทยควรรุก ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา และเวียดนาม เนื่องจากเศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐกำลังเร่งลงทุน โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน ภาคเอกชนที่กำลังขยายตัวก็เพิ่มการลงทุน ความต้องการบริการก่อสร้างภายในประเทศจึงเพิ่มขึ้น แต่ธุรกิจก่อสร้างของประเทศเหล่านี้ยังไม่มีความเพียงพอ จึงเป็นโอกาสที่ธุรกิจก่อสร้างไทยต้องรีบคว้าเอาไว้

บริการก่อสร้างไทยจึงควรมี กลยุทธ์เบื้องต้นสำหรับการรับมือกับโอกาสและความท้าทายของ AEC ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรับ เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดในประเทศไทย

- 1. ปิดจุดอ่อน** พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ พัฒนาทักษะแรงงานอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ สร้างระบบช่วยเหลือด้านเงินทุน หมุนเวียนหลักทรัพย์ค้ำประกันและการขออนุมัติสินเชื่อ แก้ไขกฎหมาย/ระเบียบที่เป็นอุปสรรค พัฒนาความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และมีมาตรการช่วยเหลือเพื่อการปรับตัวและมาตรการปกป้องฉุกเฉิน โดยเฉพาะ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรี
- 2. รักษาจุดแข็ง** รักษาความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการก่อสร้างภายในประเทศ และส่งเสริมการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนของ Value chain

กลยุทธ์เชิงรุก เพื่อขยายส่วนแบ่งตลาดในประเทศอาเซียน

- 1. ใช้จุดแข็ง** ใช้จุดแข็งของภาคก่อสร้างไทย เช่น ความเชี่ยวชาญด้านการก่อสร้างสาธารณูปโภค บริการหลังการก่อสร้าง และค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรที่อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ เป็นจุดขายในการประมูลงานในต่างประเทศ
- 2. แสวงหาโอกาส** หมั่นศึกษาข้อมูลตลาด และสร้างพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการท้องถิ่นของแต่ละประเทศ
- 3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน** ยกกระดับมาตรฐานแรงงาน บุคลากร และอุตสาหกรรมก่อสร้างโดยรวม ออกแบบและก่อสร้างโดยคำนึงถึงแนวโน้มสำคัญของโลก และใช้ประโยชน์จากแรงงานท้องถิ่นในโครงการก่อสร้างในประเทศเพื่อนบ้าน
- 4. ไปกันเป็นทีม** ภาครัฐปูทางด้วยการเชื่อมสัมพันธ์สร้างความร่วมมือระดับรัฐ และนำทีมภาคเอกชนไปลงทุน/ประมูลโครงการในอาเซียน สำหรับ SMEs ควรรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ และออกสู่ต่างประเทศโดยไปกับภาครัฐและไปกันเป็น value chain ให้บริษัทที่ปรึกษาออกแบบและควบคุมงานหรือนักพัฒนาโครงการเป็นตัวนำ และพ่วงบริษัทก่อสร้างไปด้วย



Education Hub

ไทยกับการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคอาเซียน

ไพศาล มะระพะรัตน์

สุกัญญา ทองมา

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สักอำนวยการค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

อีกไม่ถึง 3 ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ซึ่งไทยและประเทศในกลุ่มอาเซียนอีก 9 ประเทศ จะกลายเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ทั้งในเรื่องของการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี นโยบายศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคอาเซียนของกระทรวงศึกษาธิการ ไม่เพียงแต่สำคัญต่อการปรับตัวของไทย แต่ยังสำคัญต่อการสร้างผู้นำรุ่นใหม่แก่ตลาดอาเซียน 600 ล้านคนในอนาคต

การสร้างความสามารถในด้านการแข่งขันทางการค้าของอาเซียนไม่เพียงแต่ด้านการค้าเท่านั้น สิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไปคือการพัฒนาทางการศึกษา เพราะการศึกษาเป็นกลไกสำคัญของการเข้าถึงโอกาสการพัฒนาต่าง ๆ อาทิ การศึกษา การฝึกอบรม นวัตกรรม การส่งเสริมการป้องกันคุณภาพการทำงานและการประกอบการ เทคโนโลยี อีกทั้งยังมีแรงงานที่มีคุณภาพยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดการลงทุนเข้าสู่ประเทศไทยและอาเซียนเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้น ทรัพยากรมนุษย์จึงมีบทบาทอย่างมากในทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์เพื่อสร้างอนาคตอาเซียนโดยอาศัยการพัฒนาทางการศึกษาเพื่อเตรียมบุคลากรของประเทศให้มีความพร้อมสำหรับรองรับการเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ของอาเซียน

จะต้องมีทั้งทัศนคติ ความคิดเชิงบวก มีทักษะในระดับนานาชาติสามารถสนับสนุนการเป็นผู้นำ มีความเป็นมืออาชีพในงานที่ทำ มุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน สามารถทำงานเป็นทีมได้ มีความรู้เกี่ยวกับอาเซียน มีความโปร่งใส มีมาตรฐานการทำงาน การพัฒนาทางการศึกษาของอาเซียนจึงจะไปถึงเป้าหมายและวิสัยทัศน์ได้

ดังนั้น การให้บริการทางการศึกษา จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนา เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์จะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมให้มีความเจริญก้าวหน้าและแข่งขันได้ในระดับสากล จึงถือเป็นโอกาสดีที่ประเทศไทยจะพัฒนาทางการศึกษาพร้อมๆ กับการเป็นศูนย์กลางการศึกษาในภูมิภาคอาเซียนไปด้วย

บริการการศึกษานานาชาติของไทย

จุดแข็ง

- ✓ ที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- ✓ สถาบันการศึกษาของไทยมีหลักสูตรนานาชาติมากมายและอาจารย์มีความเชี่ยวชาญในหลักสูตรเฉพาะด้าน และมีสาขาวิชาให้เลือกเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลาย
- ✓ ค่าครองชีพไม่สูง และค่าเล่าเรียนถูกกว่าประเทศในแถบยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย
- ✓ สถาบันการศึกษาของไทยมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างชาติหรือหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือซึ่งเป็นที่ยอมรับในวงการการศึกษา เช่น มีการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ แลกเปลี่ยนคณาจารย์ (Visiting Professors) และ Credit Transfer

ปัญหา/อุปสรรค

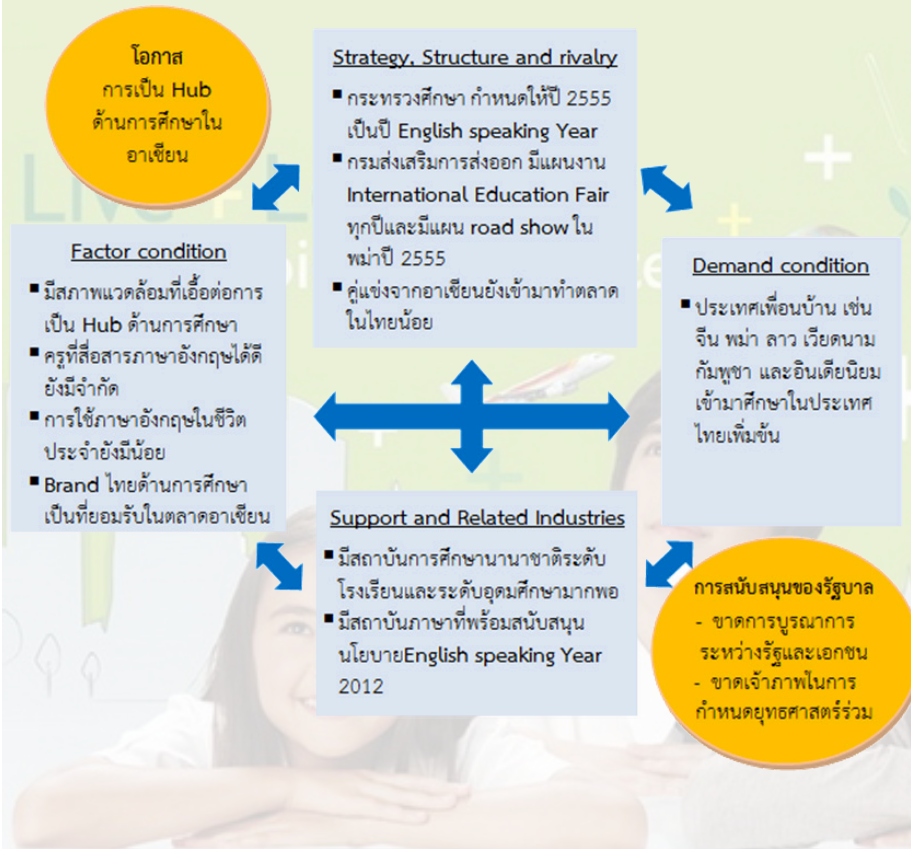
- ✗ ความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในสายตาชาวต่างชาติรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาก
- ✗ ขาดหน่วยงานที่รวบรวมข้อมูลด้านการศึกษาของไทยและความต้องการของนักศึกษาในต่างประเทศ ทำให้ขาดการวิเคราะห์เพื่อวางแผนส่งเสริมการตลาดต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
- ✗ สถาบันมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุนในการพัฒนาเครื่องมือการสอนและการทำการตลาดต่างประเทศ
- ✗ ภาพพจน์ด้านการศึกษาของไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับในสายตาของชาวต่างประเทศ
- ✗ การประชาสัมพันธ์ด้านการศึกษาของไทยยังไม่เพียงพอ
- ✗ ขาดแคลนอาจารย์ประจำที่มีคุณวุฒิและที่เป็นชาวต่างชาติเพื่อสร้างความเป็นนานาชาติให้แก่สถาบัน

ขีดความสามารถด้านการแข่งขันสาขาบริการการศึกษาในระดับอาเซียน

ในปี 2555 กระทรวงศึกษาได้กำหนดเป็นปี English Speaking Year คือ การพูดภาษาอังกฤษ 1 วันต่อสัปดาห์ในสถานศึกษาเพื่อเป็นการพัฒนาด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนในระดับประถมและมัธยมศึกษา เนื่องจากประเทศไทยมีการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารในชีวิตประจำวันน้อยมาก และครูที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดียังมีจำนวนจำกัด ดังนั้นการเริ่มโครงการดังกล่าวถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีแม้จะช้าไปบ้าง แต่ด้วยศักยภาพการพัฒนาทางการศึกษาของประเทศไทยและทรัพยากรทางการศึกษา อาทิ สถานศึกษามูลค่าที่ประเทศไทยมีอยู่สามารถจะพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา หรือ Education Hub ได้ และปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนหลายแห่งยังมีศึกษาชาวต่างชาติ อาทิ จีน พม่า ลาว เวียดนาม และกัมพูชา นิยมเข้ามาศึกษาจำนวนมากและเพิ่มขึ้นในแต่ละปี สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นที่ยอมรับของสถาบันการศึกษาของไทย นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายที่จะพัฒนาคุณภาพการศึกษาโดยการปฏิรูประบบความรู้ของสังคมไทย

และยกระดับความรู้ให้ได้มาตรฐานสากล ปฏิรูปยกฐานะครูให้เป็นวิชาชีพชั้นสูง ผลิตรูให้มีคุณภาพทัดเทียมนานาชาติเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมอาเซียนในปี 2558 อีกด้วยการแข่งขันในกลุ่มอาเซียน ในด้านการเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถือว่าไทยได้เปรียบประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน เพราะการเดินทางสะดวก (มีโครงการ North-South Corridor, East West Corridor และโครงการทางด่วนเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน) และเป็น gateway เชื่อมต่อกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค และเหมาะสมจะเป็นศูนย์กลางการศึกษาในอนาคต สถาบันการศึกษาของไทยถือว่าเป็นที่ที่ยอมรับในด้านวิชาการ ทั้งยังมีความพร้อมในการรองรับนักศึกษาต่างชาติที่ต้องการเข้ามาศึกษาในประเทศไทย และที่สำคัญคู่แข่งในอาเซียนที่เข้ามาทำตลาดในไทยและในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมีจำนวนไม่มากนัก ถือเป็นโอกาสของไทยที่จะเร่งยกระดับการศึกษาและพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของอาเซียน

ปัจจัยสำคัญ 4 ด้านในการแข่งขันในธุรกิจระหว่างประเทศด้านการศึกษา



บทบาทของกระทรวงพาณิชย์

ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออกได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมธุรกิจบริการด้านการศึกษานานาชาติ 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ◆ **ยุทธศาสตร์การจัดการระบบข้อมูลการค้าเพื่อบริหารตลาดเชิงการแข่งขัน (Market intelligence)** เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ (competency) ในการแข่งขัน เพื่อให้ต่างประเทศรู้จักและมั่นใจในคุณภาพของสถาบันการศึกษานานาชาติของไทย และจัดทำฐานข้อมูลและเว็บไซต์รวมสถาบันการศึกษานานาชาติ
- ◆ **การเพิ่มมูลค่า (value creation)** เช่น สนับสนุนให้สถาบันการศึกษานานาชาติทำการตลาดในต่างประเทศ
- ◆ **กิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์** เช่น จัดคณะผู้แทนมหาวิทยาลัยไปเปิดตลาดและขยายความร่วมมือในต่างประเทศ การจัดงาน Thailand International Education Expo เป็นประจำทุกปี
- ◆ **การส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่การทำธุรกิจในต่างประเทศ (internationalization)** เช่น สนับสนุนสถาบันการศึกษาของไทยออกไปลงทุนขยายสาขา/ร่วมมือกับสถาบันในต่างประเทศ
- ◆ **การอำนวยความสะดวก (international trade facilitation)** เช่น ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาพัฒนาด้านวิชาการนานาชาติให้ได้มาตรฐานสากล

แนวทางยุทธวิธีทางการตลาด AEC ด้านการศึกษา

ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของไทยให้สามารถแข่งขันและตอบรับกับประชาคมอาเซียนในปี 2558 ได้ ประเทศไทยจะต้องมียุทธวิธีเชิงรุกให้มากยิ่งขึ้น แต่ปัจจุบันยังขาดเจ้าภาพที่ชัดเจน จึงควรมีการบูรณาการด้านแผนยุทธศาสตร์ระหว่างภาครัฐและเอกชนในการรุกตลาดต่างประเทศในด้านต่างๆ ดังนี้

Counter Offensive ยุทธวิธีที่ตอบโต้แบบย้อนรอยเพื่อลด Impact จากการโจมตีของคู่แข่งเพื่อให้ผู้เรียนในอาเซียนหันมาเรียนในไทยมากขึ้น การจะเป็น Hub ก่อนอื่นต้องสกัดคู่แข่งให้ได้ก่อน ปัจจุบันสถาบันการศึกษาชั้นนำในต่างประเทศมีการดึงดูดนักเรียนไทยและอาเซียนไปศึกษาในสถาบันการศึกษาประเทศต่างๆ เช่น ในยุโรป ออสเตรเลีย และอินเดีย ภาครัฐจึงควรสนับสนุนให้มีการเปิดหลักสูตรภาคภาษาอังกฤษในสถาบันการศึกษาชั้นนำต่างๆ มากยิ่งขึ้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายถูกกว่า และไม่ไกลบ้าน เพื่อเป็นการพัฒนาการศึกษาและเพิ่มศักยภาพของบุคลากรของไทย สำหรับโครงการนำร่องการเรียนการสอนให้ได้มาตรฐานระดับสากลของ สพฐ. ใน 14 โรงเรียนนั้น ควรมีการเชื่อมโยงระบบ e-learning ไปยังโรงเรียนใกล้เคียงเพื่อกระจายโอกาสทางการศึกษาให้กว้างขวางขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมของนักเรียนมัธยมในการเข้าสู่การศึกษานานาชาติระดับอาชีวและอุดมศึกษา นอกจากนี้ประเทศไทยควรมีวาระแห่งชาติในการสร้างสภาพแวดล้อมให้คนไทยมีความคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับรากหญ้า เช่น กำหนดให้ภาพยนตร์ และข่าวทีวีจะต้องมี sub-title เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้ประชาชนสามารถฝึกฝนภาษาอังกฤษโดยเฉพาะทักษะการฟังด้วยตัวเองอย่างสม่ำเสมอ

Pre-emptive Strike ยุทธวิธีเชิงรุกเข้าไปในตลาดต่างประเทศ เช่น การจัด Road Show ด้านการศึกษาในอาเซียน การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าด้านการศึกษาในต่างประเทศ สำหรับงานแสดงสินค้า Thailand Exhibition ในประเทศอาเซียนควรมีสถาบันการศึกษาของไทยเข้าร่วมด้วยทุกครั้งเพื่อเป็นการสร้าง Brand awareness อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับสร้างพันธมิตรระหว่างสถาบันการศึกษาในอาเซียน เช่น การแลกเปลี่ยนอาจารย์ เปิดโอกาส

ให้นักศึกษาในอาเซียนมาฝึกงานหรือลงทะเบียนเรียนปีสุดท้ายในไทยได้ เพื่อสร้าง brand Loyalty และ Brand awareness ให้เกิดขึ้นในประเทศสมาชิกอาเซียน และสร้างความมั่นใจให้ผู้เรียนในรุ่นต่อไปจะได้เข้ามาศึกษาในไทยในช่วงเวลาที่ยาวนานขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับการศึกษาไทยให้พร้อมกับการเป็น Hub ของอาเซียน ความร่วมมือด้านการศึกษาโดยการแลกเปลี่ยนคณาจารย์ยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการเพิ่มศักยภาพแก่บุคลากรไทยสู่สากลและยังเป็นการเปิดโอกาสให้อาจารย์ได้เข้าไปรับทราบความต้องการด้านแรงงานในตลาดแต่ละประเทศ

Flank Attack Strategy กลยุทธ์เชิงรุกในลักษณะเดียวกับ Pre-emptive Strike แต่เน้นการโจมตีที่จุดอ่อนของคู่แข่งหรือเน้นจุดแข็งที่คู่แข่งไม่มี เช่น ชูประเด็นการศึกษาในไทยช่วยให้นักศึกษาสามารถได้ประสบการณ์เกี่ยวกับช่องทางการค้ากับประเทศที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง เช่น จีน อินเดีย และอาเซียนเนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่เป็นประตูสู่ประเทศต่างๆ ดังกล่าวนั้นมากกว่าคู่แข่งด้านการศึกษา เช่น ฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ผู้เรียนยังสามารถเรียนรู้การบริหารความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ไทยทำได้ดีกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน

Encirclement Strategy การรุกตลาดด้วยการพัฒนาหลักสูตรที่หลากหลายตอบโจทย์ความต้องการผู้เรียนได้มากกว่าคู่แข่ง เช่น หลักสูตรพัฒนา SMEs อาจเหมาะสมกับผู้เรียนจากเวียดนาม และลาว ขณะที่นักศึกษาจากประเทศจีนอาจสนใจสู่ทางการเจาะตลาดอินโดจีนมากกว่า และไทยมีจุดแข็งและประสบการณ์ที่จะสอนได้ดีกว่าประเทศอื่น

Leapfrog Strategy การมีนวัตกรรมที่ล้ำหน้าคู่แข่ง เช่น การปฏิรูประบบการศึกษาไปเป็นระบบ paperless เช่น ลิงค์โพร หรือภาครัฐร่วมกับเอกชนในการพัฒนานโยบายการศึกษาและหลักสูตรใหม่ๆ อยู่เสมอ เช่น ในกรณีโตโยต้าร่วมกับรัฐบาลญี่ปุ่นในการกำหนดนโยบายของประเทศในด้านต่างๆ รวมทั้งด้านการศึกษา เพื่อให้การสร้างบุคลากรรุ่นใหม่มีความสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง

Economic Highlight

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจของไทยไตรมาสแรกปี 2555 ขยายตัวร้อยละ 0.3 ขยายตัวเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 2554 ที่หดตัวร้อยละ 8.9 ทั้งนี้เป็นผลจากอุปสงค์ในประเทศเริ่มฟื้นตัว การใช้จ่ายของภาคครัวเรือนปรับตัวดีขึ้น สำหรับเศรษฐกิจไทยในเดือนเมษายน 2555 ในภาพรวมขยายตัวเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า และยังคงอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย ทั้งนี้เป็นผลจากการขยายตัวของภาคบริการภาคเอกชน การลงทุนและการผลิตภาคอุตสาหกรรม ส่วนอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยเดือนมกราคม - เมษายน ปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 3.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2555 สศช. คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.5 - 6.5 และอัตราเงินเฟ้อ ปี 2555 กระหวางพาดิษฐ์ คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.3 - 3.8

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ ในเดือนเมษายน 2555 อัตราเงินเฟ้อขยายตัวที่ร้อยละ 2.47 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2555 อยู่ที่ระดับ 41.4 สะท้อนว่าสถานะหนี้สาธารณะของไทยมีความมั่นคงและยังต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือไม่เกินร้อยละ 60.0 นอกจากนี้ อัตราการว่างงาน เดือนมีนาคม 2555 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 0.7 ส่วนเสถียรภาพภายนอกประเทศยังอยู่ในเกณฑ์ดีเช่นกัน โดยทุนสำรองระหว่างประเทศ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2555 อยู่ในระดับสูงที่ 179.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน ในเดือนเมษายน 2555 ขยายตัวเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน โดยสะท้อนได้จากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมที่กลับมาเป็นบวกอีกครั้งหลังจากหดตัวติดต่อกันหลายเดือน ซึ่งขยายตัวร้อยละ 0.5 (เดือนมีนาคม 2555 หดตัวร้อยละ 2.7) ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอยู่ที่ระดับ 104.0 จากระดับ 102.1 ในเดือนก่อนหน้า ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ขยายตัวร้อยละ 6.9 สำหรับดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและดัชนีราคาสินค้าเกษตร หดตัวที่ร้อยละ 0.29 และ 13.21 ตามลำดับ

การบริโภคภาคเอกชน ในเดือนเมษายน 2555 ขยายตัวสูงขึ้นเล็กน้อยและต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมาตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะปริมาณจำหน่ายรถยนต์นั่งและปริมาณจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ขยายตัวเร่งขึ้นที่ร้อยละ 23.4 และ 4.2 ตามลำดับ (เดือนมีนาคม 2555 หดตัวร้อยละ 3.3 และ 1.2) ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาครั้งที่ขยายตัวร้อยละ 9.6 และปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคของดอลลาร์สหรัฐขยายตัวร้อยละ 4.5

การลงทุนภาคเอกชน ในเดือนเมษายน 2555 ขยายสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นว่าการลงทุนภาคเอกชนและการผลิตภาคอุตสาหกรรมของไทยฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ (เช่น รถบรรทุกขนาด 1 ตัน) ขยายตัวร้อยละ 35.2 ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปของดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.3 ยอดขายเหล็กและยอดขายปูนซีเมนต์ ขยายตัวร้อยละ 7.8 และ 4.7 ตามลำดับ

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ

ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย ม.ค. - เม.ย. 55	Real GDP ปี 54 (%y-o-y)	คาดการณ์ ปี 55	
			เงินเฟ้อ	GDP
ไทย	3.16	0.1	3.3 - 3.8	5.5 - 6.5
มาเลเซีย	2.23	4.9	2.5	4.0 - 5.0
ฟิลิปปินส์	3.08	3.7	3.0 - 5.0	4.2
สิงคโปร์	5.00	4.9	4.5	1.0 - 3.0
จีน	3.69	9.2	4.0	8.3
อินโดนีเซีย	3.92	6.5	4.0 - 6.0	6.5
อินเดีย	7.65	6.9	7.0	6.9
เวียดนาม	14.71	5.9	9.0	5.6

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 54	ปี 55		
		Q1	มี.ค.	เม.ย.
Real GDP (%y-o-y)				
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	0.1	0.3	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ				
ดุลการค้าตามระบบการค้า (ล้าน USD)	334.4	-5,186.6	-4,589.1	-2,867.7
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	11,870	550.9	-1,521.8	-1,516.4
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	175.1	178.7	179.2	179.0
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.81	-	3.45	2.47
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.36	-	2.77	2.13
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	40.8	41.4	41.4	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.6	0.7	-
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)				
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	17.16	-3.92	-6.54	-3.67
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	24.91	10.45	25.62	7.87
อุปทาน (%y-o-y)				
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	5.1	1.4	-0.28	-0.29
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	12.2	-12.2	-8.39	-13.21
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	-9.3	-7.1	-2.7	0.5
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	101.2	100.4	102.1	104.0
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	19.8	7.1	12.0	6.9
ดัชนีราคาผู้ผลิต	5.5	-	1.8	0.8
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)				
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	11.7	12.0	11.3	9.6
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	4.6	-5.4	-3.3	23.4
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	7.9	-0.6	-1.2	4.2
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	10.6	-14.3	-11.7	-15.4
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	13.7	14.1	2.7	4.5
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)				
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	16.5	11.0	16.2	21.3
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-4.4	33.5	36.7	35.2
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	12.5	2.5	12.8	1.7
ยอดขายปูนซีเมนต์	4.3	5.4	4.6	4.7
ยอดขายเหล็ก	6.5	-9.1	0.6	7.8
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	6.3	-	4.5	4.8

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

Price Indices

ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ

เดือนพฤษภาคม 2555 เท่ากับ 115.23 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 2.53 ขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่องจากเดือนก่อนหน้าที่ร้อยละ 2.47 โดยเฉพาะ ผักสดและผลไม้ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากสภาพอากาศที่ร้อนจัดทำให้ผลผลิตออกตลาดน้อย ส่วนอาหารสำเร็จรูปและเครื่องประกอบอาหาร ปรับราคาสูงขึ้นตามต้นทุนการผลิต และการขนส่ง นอกจากนี้ หมวดเคหะสถาน (ค่าน้ำประปา ค่ากระแสไฟฟ้า) และน้ำมัน เชื้อเพลิงปรับราคาสูงขึ้นเล็กน้อย ดัชนีราคาผู้บริโภคเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (เมษายน 2555) สูงขึ้นร้อยละ 0.39 โดยเฉลี่ยมกราคม - พฤษภาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 3.03 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

สำหรับปี 2555 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์เงินเฟ้ออยู่ที่ร้อยละ 3.3 - 3.8 ภายใต้สมมติฐาน ราคาน้ำมันดิบดูไบ 95-115 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล อัตราแลกเปลี่ยน 29-33 บาทต่อเหรียญสหรัฐ และรัฐบาลยังคงมาตรการลดภาระค่าครองชีพต่อไป

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงาน)

เดือนพฤษภาคม 2555 เท่ากับ 108.15 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 1.95 และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (เมษายน 2555) สูงขึ้นร้อยละ 0.29 โดยเฉลี่ยมกราคม - พฤษภาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.46 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนพฤษภาคม 2555 เท่ากับ 139.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.2 จากการสูงขึ้นของหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ตามการสูงขึ้นของผลผลิต การเกษตรและผลิตภัณฑ์จากป่า หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ตามการสูงขึ้นของราคา ลิควิดไนต์ ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ และหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จากการสูงขึ้น ของผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สิ่งทอและผลิตภัณฑ์ จากสิ่งทอ เป็นต้น ซึ่งมีราคาสูงขึ้นตามต้นทุนการผลิตและตามภาวะราคาในตลาดโลก และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (เมษายน 2555) ลดลงร้อยละ 0.4 โดยเฉลี่ยมกราคม - พฤษภาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

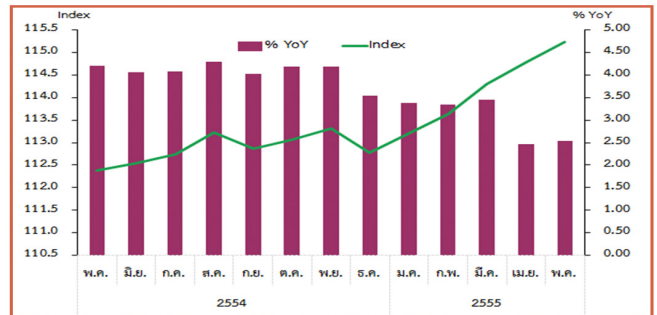
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนพฤษภาคม 2555 เท่ากับ 125.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้น ร้อยละ 4.3 จากการสูงขึ้นของสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต เช่น คอนกรีตบล็อก ก่อผนัง-ปูพื้น เสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็ก หมวดวัสดุฉนวนผิว เช่น สีรองพื้นปูน สีเคลือบ น้ำมัน สีน้ำอะครีลิก เป็นต้น และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ เช่น อิฐ ดินถมที่ ยางมะตอย เนื่องจากต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (เมษายน 2555) ไม่เปลี่ยนแปลง โดยเฉลี่ยมกราคม - พฤษภาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

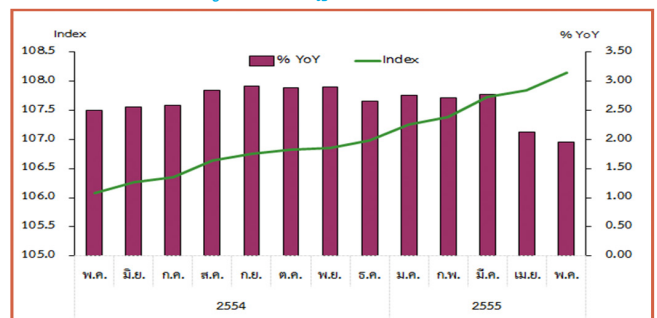
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนพฤษภาคม 2555 มีค่า 27.4 ปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา (เมษายน 2555 อยู่ที่ร้อยละ 24.3) ซึ่งค่าดัชนียังต่ำกว่า 50 สะท้อนให้เห็นว่าประชาชน ยังมีความกังวล ต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยเฉพาะด้านค่าครองชีพ ซึ่งสินค้าอุปโภค-บริโภค ปรับราคาสูงขึ้นตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิง นอกจากนี้ ประชาชน ยังมีความกังวลเรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและภัยธรรมชาติด้วย

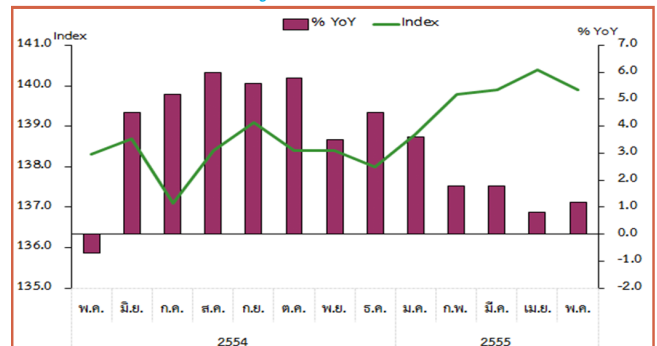
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2550 = 100)



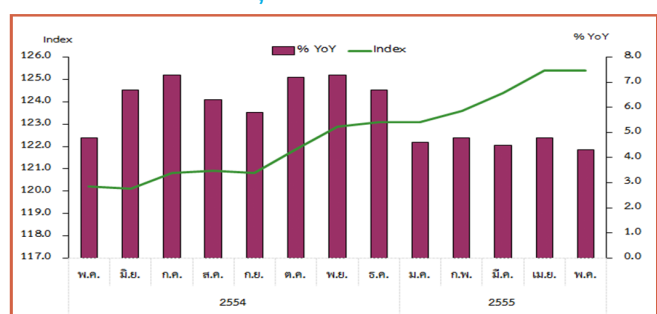
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2550 = 100)



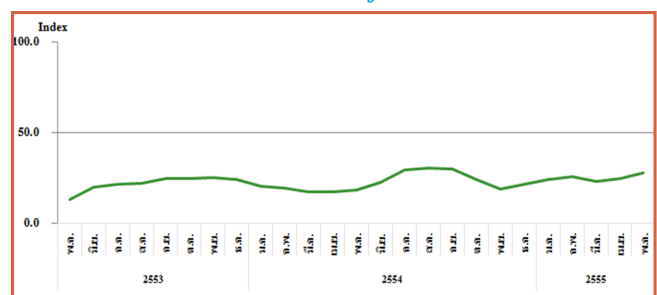
ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

การส่งออก

การส่งออกเดือนเมษายน 2555 มีมูลค่า 16,919.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นผลมาจากการขยายตัวในอัตราที่ลดลงในตลาดสำคัญ ได้แก่ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เอเชียใต้ ฮองกง ไต้หวัน ทวีปออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง รัสเซียและ CIS แคนาดา สวิตเซอร์แลนด์ อินโดจีนและพม่า โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 3.9 โดยข้าวและยางพารา มูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 32 และ 22.1 ตามลำดับ ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวลดลงร้อยละ 6.4 ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (+16.5%) ญี่ปุ่น (-7.7%) สหรัฐอเมริกา (-1.1%) มาเลเซีย (14.6%) และอินโดนีเซีย (+15.6%)

การส่งออกในระยะ 4 เดือนแรกของปี 55 มีมูลค่า 71,561.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.9 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวลดลงร้อยละ 7.2 สินค้าที่ยังคงขยายตัวดี ได้แก่ สินค้าอาหารเพิ่มขึ้น 10.3% โดยเฉพาะอาหารทะเลแช่แข็ง (ไม่รวมกุ้ง) (+11.3%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (+18.5%) และน้ำตาล (+38.8%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวลดลงร้อยละ 8.2 ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+4.9%) ญี่ปุ่น (-7.1%) สหรัฐอเมริกา (+1.4%) มาเลเซีย (+7.0%) และฮองกง (-34.9%)

การนำเข้า

การนำเข้าเดือนเมษายน 2555 มีมูลค่า 19,787.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.9 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสินค้าทุนประเภทเครื่องจักรและส่วนประกอบ (+40.9%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (+56.2%) เป็นการนำเข้าเพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่าและปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต สินค้าวัตถุดิบ/กึ่งสำเร็จรูป (+2.2%) สินค้าอุปโภคบริโภค (+8.1%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (+21.4%) จีน (+20.6%) สหรัฐอาหรับฯ (+10.9%) มาเลเซีย (+2.3%) และสหรัฐอเมริกา (-7.8%)

การนำเข้าในระยะ 4 เดือนแรกของปี 55 มีมูลค่า 79,615.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยหมวดสินค้าเชื้อเพลิง (+18.1%) หมวดทุน (+15.2%) หมวดวัตถุดิบ/กึ่งสำเร็จรูป (+0.1%) หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค (+16%) หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์ขนส่ง (+25%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น (+11.1%) จีน (22.7%) สหรัฐอาหรับฯ (+17.3%) มาเลเซีย (+14.1%) และสหรัฐอเมริกา (-15.6%)

ดุลการค้า

เดือนเมษายน 2555 ไทยขาดดุลการค้า 2,867.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดุลการค้าในระยะ 4 เดือนแรกของปี 55 ไทยขาดดุลการค้ามูลค่า 8,054.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนเมษายน 2555 อยู่ที่ 129.3 (ปี 2550=100) สูงขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และสูงขึ้นจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 0.2 จากการสูงขึ้นของหมวดสินค้าอุตสาหกรรม ร้อยละ 0.7 ส่วนหมวดสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 0.7, 0.5 และ 1.3 ตามลำดับ ส่วนดัชนีราคาส่งออกเฉลี่ยในระยะ 4 เดือนแรกของปี 55 เทียบกับระยะเดียวกันของปี 54 สูงขึ้นร้อยละ 1

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนเมษายน 2555 อยู่ที่ 134.5 (ปี 2550=100) สูงขึ้นร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และลดลงจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 0.1 จากการลดลงของดัชนีหมวดสินค้าเชื้อเพลิง วัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 0.4 และ 0.5 ตามลำดับ ในขณะที่หมวดสินค้าทุน อุปโภคบริโภค ยานพาหนะ และอุปกรณ์ขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4, 0.3 และ 0.4 ตามลำดับ ส่วนดัชนีราคานำเข้าของประเทศเฉลี่ยในระยะ 4 เดือนแรกของปี 55 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี 54 สูงขึ้นร้อยละ 5.1

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	มี.ค.55	เม.ย.55	ม.ค.-เม.ย. 55	มี.ค.55	เม.ย.55	ม.ค.-เม.ย. 55
ส่งออก	19,866.3	16,919.7	71,561.5	-6.5	-3.7	-3.9
นำเข้า	24,455.4	19,787.4	79,615.8	25.6	7.9	9.8
ดุลการค้า	-4,589.1	-2,867.7	-8,054.3			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 55

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	1,617.5	15.3	9.6	จีน	2,185.2	16.5	12.9
รถยนต์และอุปกรณ์	1,431.4	29.7	8.5	ญี่ปุ่น	1,689.0	-7.7	10.0
น้ำมันสำเร็จรูป	990.6	44.8	5.9	สหรัฐฯ	1,639.6	-1.1	9.7
ยางพารา	701.5	-22.1	4.2	มาเลเซีย	1,023.5	14.6	6.0
เม็ดพลาสติก	664.9	-12.9	3.9	อินโดนีเซีย	917.9	15.6	5.4

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 55

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,820.1	-16.3	14.3	ญี่ปุ่น	4,016.8	21.4	20.3
เครื่องจักรกล	2,146.8	44.4	10.9	จีน	2,898.9	20.6	14.7
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,708.4	56.3	8.6	สหรัฐฯ	1,550.4	10.9	7.8
เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	1,272.2	3.8	6.4	มาเลเซีย	1,086.2	2.3	5.5
เคมีภัณฑ์	1,240.4	-4.6	6.3	สหรัฐฯ	988.6	-7.8	5.0

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ก.พ.55	มี.ค.55	เม.ย.55	มี.ค.55	เม.ย.55	ม.ค.-เม.ย.55
ส่งออก	0.9	0.2	0.2	1.1	0.7	1.0
นำเข้า	0.7	0.7	-0.1	5.2	2.8	5.1

สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : พฤษภาคม 2555

Commodities & Fx

ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนพฤษภาคมปรับตัวลดลงเป็นวงกว้าง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 23,550 บาท จาก 24,133 หรือลดลงร้อยละ 2.42 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากนักลงทุนกังวลต่อปัญหาหนี้ยุโรป หลังจากกรีซประสบความล้มเหลวในการจัดตั้งรัฐบาลผสม ทำให้ต้องจัดการเลือกตั้งใหม่ครั้งที่ 2 และกรีซอาจต้องออกจากกลุ่มยูโรโซน อีกทั้งความวิตกกังวลกับหนี้สินของสเปน โดยสะท้อนผ่านผลตอบแทนของพันธบัตรรัฐบาลระยะยาวสเปนที่อาจพุ่งสูงถึงร้อยละ 7 ซึ่งอาจทำให้สเปนไม่สามารถชำระคืนได้ ส่งผลกดดันค่าเงินยูโรอย่างหนัก ประกอบกับราคาน้ำมันที่ร่วงลงจากความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจและสต็อกน้ำมันที่เพิ่มขึ้น หนุนให้สกุลเงินเหรียญสหรัฐ แข็งค่าขึ้น

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนพฤษภาคมยังคงปรับตัวลดลงต่อเนื่อง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 94.66 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ลดลงจากเดือนก่อนหน้า ซึ่งอยู่ที่ 103.32 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เนื่องจากปัญหาหนี้ยุโรปยังคงรุนแรง ทำให้ให้นักลงทุนเทขายสินทรัพย์เสี่ยงทั้งน้ำมันและหุ้น โดยตลาดกังวลว่ากรีซจะไม่ได้รับเงินช่วยเหลือจาก EU และ IMF และต้องออกจากการเป็นสมาชิกในกลุ่มยูโรโซน หลังการจัดตั้งรัฐบาลผสมไม่สำเร็จ ทำให้ต้องมีการเลือกตั้งใหม่ครั้งที่ 2 ขณะที่ปัญหาหนี้สเปนทวีความรุนแรงขึ้น หลังธนาคารยักษ์ใหญ่ประสบปัญหาทางการเงินจนต้องขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลกลาง นอกจากนี้เศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ และเศรษฐกิจจีนที่ยังมีแนวโน้มชะลอตัวลง ส่งผลให้ตลาดกังวลว่าความต้องการใช้น้ำมันโลกจะปรับลดลง เป็นปัจจัยกดดันให้ราคาน้ำมันปรับตัวลดลงด้วย

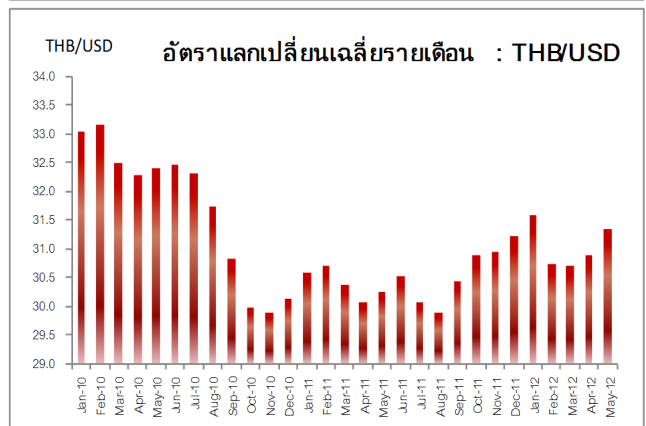
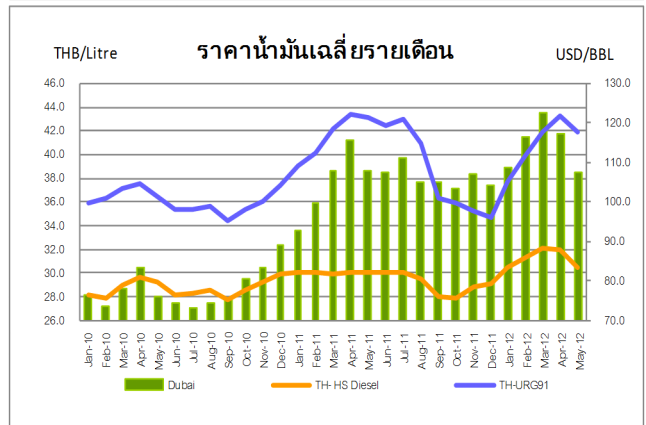
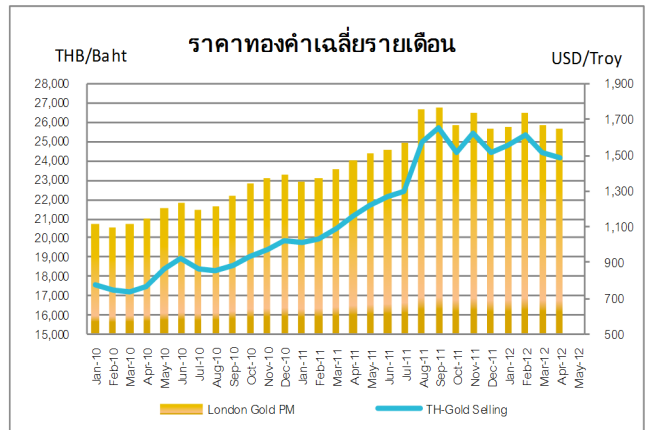
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนพฤษภาคมร่วงแตะอ่อนค่าสุดในรอบกว่า 4 เดือน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 31.34 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ จาก 30.89 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ ในเดือนก่อนหน้า สอดคล้องกับทิศทางของสกุลเงินและตลาดหุ้นอื่นๆ ในเอเชีย ท่ามกลางแรงกดดันจากวิกฤตหนี้ยุโรปทั้งจากความไม่แน่นอนทางการเมืองของกรีซ และปัญหาหนี้ของสเปน โดยเฉพาะภาคธนาคาร ซึ่งทำให้ให้อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลสเปนเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ เงินบาทยังได้รับปัจจัยลบจากความต้องการเงินเหรียญสหรัฐฯ ในช่วงใกล้สิ้นเดือนของกลุ่มผู้นำเข้าอีกด้วย

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ขึ้น 2 ณ ตลาด กทม. เดือนพฤษภาคมปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยมีราคาขายส่งเฉลี่ยอยู่ที่ 1,772.78 บาท/100 กิโลกรัม และ 2,942.22 บาท/100 กิโลกรัม ตามลำดับ เนื่องจากผู้ส่งออกเร่งรับซื้อข้าวและเสนอซื้อในราคาสูง เพื่อที่จะส่งมอบให้กับผู้ซื้อต่างประเทศได้ทันตามกำหนด ประกอบกับปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยลงด้วย จึงส่งผลให้ราคาข้าวปรับตัวสูงขึ้น สำหรับราคาข้าวในเดือนมิถุนายนคาดว่าจะมีแนวโน้มอยู่ในเกณฑ์สูง

ยางพารา ราคาขายแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนพฤษภาคม 2555 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 104.82 บาท และ 117.10 บาท ตามลำดับ ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการซื้อน้อยลง โดยเฉพาะจีน จึงส่งผลให้การซื้อขายยางทำได้ยากขึ้น ประกอบกับนักลงทุนในตลาดล่วงหน้าต่างเทขายสัญญา เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับวิกฤตหนี้ยุโรปและเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัว สำหรับราคาในเดือนมิถุนายน 2555 คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากนโยบายแทรกแซงราคาขายของรัฐบาลยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนราคาขาย



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	เม.ย.55	พ.ค.55	% Δ (MOM)	ม.ค.-พ.ค.54	ม.ค.-พ.ค.55	% Δ (YOY)
ข้าว : (THB/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,599.71	1,772.78	10.82	1,370.61	1,594.43	16.33
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,828.53	2,942.22	4.02	2,571.18	2,909.02	13.14
ยางพารา : (THB/Kg)							
แผ่นดิบ ชั้น3		107.54	104.82	-2.53	155.09	106.55	-31.30
แผ่นรมควัน ชั้น3		119.53	117.10	-2.23	171.85	119.80	-30.29
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,650.78	1,585.50	-3.95	1,427.81	1,661.76	16.38
ไทย (THB/Baht)		24,133.33	23,550.00	-2.42	20,621.49	24,452.54	18.58
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
Dubai		117.14	107.46	-8.26	104.86	114.45	9.15
WTI		103.32	94.66	-8.32	98.22	101.31	3.14
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		30.89	31.34	1.45	30.39	31.04	2.14

งานมหกรรมข้าวไทย ครั้งที่ 3

25-27 พฤษภาคม 2555 ณ ท่าข้าวกำนันทรง จ.นครสวรรค์



นายบุญทรง เตริยาภิรมย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ นายยรรยง พวงราช ปลัดกระทรวงพาณิชย์ นายปรีชา เรืองจันทร์ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครสวรรค์ นายคมกฤช ธรรมรัตน์กุล ประธานหอการค้า จังหวัดนครสวรรค์ ร่วมพิธีเปิดงานมหกรรมข้าวไทย ครั้งที่ 3



นายยรรยง พวงราช ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เยี่ยมชมสินข้าวและผลิตภัณฑ์ที่จัดแสดงในงาน



นิทรรศการแสดงพันธุ์ข้าวไทย (กิจกรรมต้นน้ำ)



ชมรมโรงสีข้าวนครสวรรค์ ร่วมจัดนิทรรศการ (กิจกรรมกลางน้ำ)



กรมพาณิชย์ มอบรางวัลให้แก่เกษตรกรปลูกข้าวดีเด่น



การประชุมมาตรฐานข้าวโลกและสมานพันธ์โรงสี และผู้ประกอบการค้าข้าวแห่งอาเซียน



การประชุมข้าวสาร ครั้งที่ 2/2555 ณ ตลาดกลางประมูลข้าวสาร (ท่าข้าวกำนันทรง)



ชวนชิม สูดยอข้าวไทย โดย อ.ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถนน นนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000