

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

Journal
TPSO
YEAR
14
ISSUE
147
OCTOBER 2023

TPSO
Journal



นภินทร
ศรีสรรพางค์
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

I GOT IT

สนค. แนะนำโอกาสตลาดส่งออกใหม่
สู่กลุ่มประเทศนอร์ดิก บน คิดค้า.com



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

การส่งออกถือเป็นส่วนสำคัญมากสำหรับการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) จึงได้วิเคราะห์ข้อมูลจาก Data Analytics Dashboard บนเว็บไซต์ คิดค่า.com เพื่อมองหาโอกาสในการส่งออกใหม่ ๆ ที่นำมาให้ทุกท่านติดตาม “สนค. แนะนำโอกาสตลาดส่งออกใหม่ สู่กลุ่มประเทศนอร์ดิก บนคิดค่า.com” ในคอลัมน์ I GOT IT

และพลาดไม่ได้สำหรับข้อมูลเศรษฐกิจการค้าไม่ว่าจะเป็น “ดัชนีเศรษฐกิจการค้า” “ภาวะการค้าระหว่างประเทศ” “Trade Alert” และบทความที่น่าสนใจอย่าง “ห่วงโซ่อุปทานโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าเกษตรไทย” และ “MSME การรับมือกับความท้าทายใหม่ที่ต้องปรับตัว”

ด้วยสถานการณ์ความไม่สงบระหว่างอิสราเอลและปาเลสไตน์อาจจุกกลามบานปลายและสร้างผลกระทบต่อความมั่นคงและเศรษฐกิจทั่วโลก ขอให้ทุกท่านติดตามข่าวสารเพื่อเตรียมรับมืออย่างใกล้ชิด ผ่านช่องทาง Facebook สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 I GOT IT

สนค. แนะนำโอกาสตลาดส่งออกใหม่ สู่กลุ่มประเทศนอร์ดิก บน คิดค่า.com

04 ALL ROUND

ห่วงโซ่อุปทานโลจิสติกส์เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าเกษตรไทย

06 NEXT MOVE

MSME การรับมือกับความท้าทายใหม่ที่ต้องปรับตัว

08 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมเศรษฐกิจ : กันยายน 2566

10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : สิงหาคม 2566

12 TRADE ALERT

เดือนตุลาคม 2566



รมช. กระทรวงพาณิชย์ มอบนโยบายในการปฏิบัติงานแก่ สนค.

เมื่อวันจันทร์ที่ 2 ตุลาคม 2566 นายกันทร ศรีสรรพางค์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์พร้อมด้วยคณะที่ปรึกษาและผู้ช่วยเลขาธิการรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เข้าตรวจเยี่ยมสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) โดยมีคณะผู้บริหารของ สนค. ให้การต้อนรับ ณ ห้องประชุมตรีรัตนพร

โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรับฟังข้อมูลภารกิจงานสำคัญ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของหน่วยงานตลอดจน รมช. กล่าวให้กำลังใจและชื่นชมการดำเนินงานของ สนค. ที่ผ่านมานำเสนอประเด็นด้านเศรษฐกิจการค้าที่น่าสนใจและมีความทันสมัยเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภายในกระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานด้านเศรษฐกิจการค้าอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมอบหมายให้ศึกษา วิเคราะห์ ประเด็นการค้าใหม่ ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการค้ายุคใหม่และอนาคต เพื่อใช้เป็นแนวทางการทำงานให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป



แนะคว้าโอกาสตลาดส่งออกใหม่

สู่ กลุ่มประเทศนอร์ดิก บน

คิดค่า.com

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) วิเคราะห์สินค้าไทยที่มีโอกาสในการเจาะตลาดนอร์ดิกด้วย Data Analytics Dashboard บนเว็บไซต์ คิดค่า.com ประกอบด้วย 5 ประเทศ ได้แก่ สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์ เพื่อหาโอกาสสำหรับการเปิดตลาดใหม่เพิ่มเติมตามนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ โดยเน้นตลาดใหม่มีกำลังซื้อสูง แต่ยังมีมูลค่าการค้ากับไทยไม่มากนัก จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทยที่จะหาโอกาสขยายการค้าในตลาดใหม่

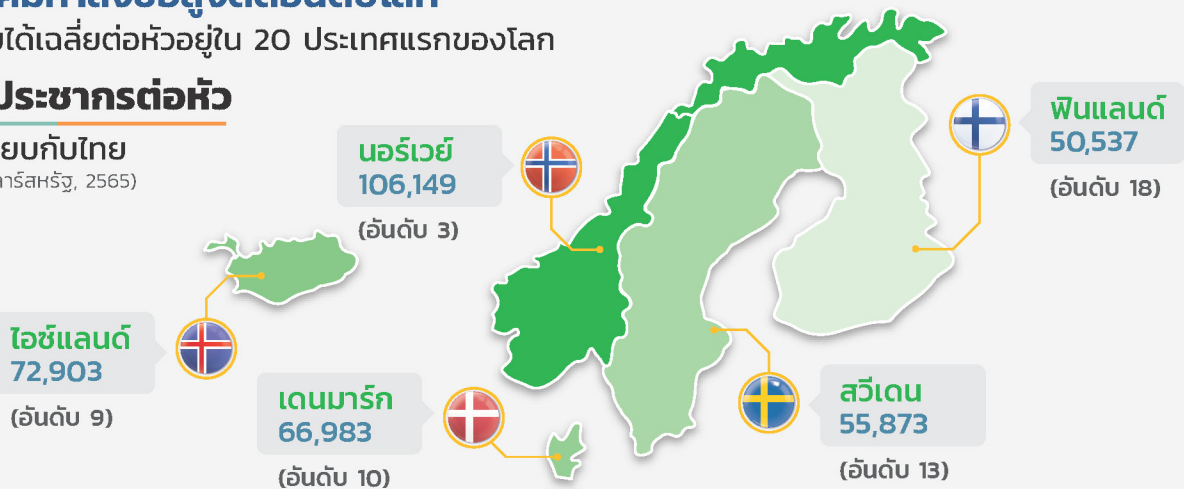
ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงติดอันดับโลก

โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ใน 20 ประเทศแรกของโลก

รายได้ประชากรต่อหัว

เปรียบเทียบกับไทย

(หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐ, 2565)



ภาพรวมตลาดนอร์ดิก ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงติดอันดับโลก

โดย นอร์เวย์ เป็นประเทศที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุดในกลุ่ม อยู่ที่ 106,149 ดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับ 3 ของโลก และสูงกว่าไทย 15.4 เท่า สวีเดน เป็นประเทศขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดและมีประชากรมากที่สุดในกลุ่มประเทศนอร์ดิก ซึ่งประชากรคิดเป็นร้อยละ 37.7 ของประชากรทั้งหมดในกลุ่มประเทศ (นอร์ดิกมีประชากรรวม 27.8 ล้านคน น้อยกว่าไทย 2.6 เท่า)

แม้ว่าปัจจุบันไทยส่งออกไปยังตลาดนอร์ดิกได้ไม่มาก แต่สินค้าไทยยังมีโอกาสเข้าถึงตลาดนอร์ดิกได้อีก โดย สนค. มองว่าไทยมีสินค้าศักยภาพหลายรายการที่มีโอกาสเจาะตลาดนอร์ดิกได้เพิ่มเติม โดยวิเคราะห์สินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มเติม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าดาวเด่น สินค้าศักยภาพ และสินค้าแนะนำส่งเสริม โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ข้อมูลการค้า ณ ปี 2565)



สินค้าดาวเด่น

สินค้าส่งออกหลักของไทยที่มีแนวโน้มเติบโต

ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า		
สัดส่วนสินค้าต่อส่งออกไทย	ส่วนแบ่งไทย	%YOY ส่งออกไทย
14.6%	0.9%	+0.8%
ตลาดส่งออกที่แนะนำ:	นอร์เวย์	สวีเดน

เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ		
สัดส่วนสินค้าต่อส่งออกไทย	ส่วนแบ่งไทย	%YOY ส่งออกไทย
11.8%	15.9%	+0.3%
ตลาดส่งออกที่แนะนำ:	ฟินแลนด์	สวีเดน

สินค้าศักยภาพ

สินค้าที่ส่วนแบ่งไทยในภูมิภาคต่ำกว่าส่วนแบ่งไทยในโลก

ยางยานพาหนะ	
ส่วนแบ่งไทย	%YOY ส่งออกไทย
1.4%	+8.3%
ตลาดส่งออกที่แนะนำ:	สวีเดน, นอร์เวย์

อาหารสุนัขและแมว	
ส่วนแบ่งไทย	%YOY ส่งออกไทย
0.9%	-23.6%
ตลาดส่งออกที่แนะนำ:	สวีเดน, เดนมาร์ก

สินค้าแนะนำส่งเสริม

สินค้าที่มีความต้องการสูงแต่นำเข้าจากไทยยังไม่ต่อเนื่อง

ไก่	
คู่แข่งสำคัญ (ส่วนแบ่งการตลาด)	เนเธอร์แลนด์ (20%)
ตลาดส่งออกที่แนะนำ:	เดนมาร์ก, สวีเดน

อาหารทะเลกระป๋อง	
คู่แข่งสำคัญ (ส่วนแบ่งการตลาด)	โปแลนด์ (12%)
ตลาดส่งออกที่แนะนำ:	เดนมาร์ก, สวีเดน

ห่วงโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าเกษตรไทย



หากกล่าวถึงการยกระดับมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรของไทยให้เป็นเกษตรมูลค่าสูงส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรม การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพสูง การแปรรูป และสารสกัด ฯลฯ ทั้งนี้ 'ห่วงโซ่อุปทานโลจิสติกส์' ก็เป็นอีกหนึ่งในกระบวนการสำคัญที่ช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

1 การลดต้นทุนโลจิสติกส์

เช่น ต้นทุนที่เกิดจากการขนส่ง การเก็บรักษา การบริหารจัดการ และการอำนวยความสะดวกทางการค้า ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้เกิดส่วนต่างต้นทุน/กำไร และระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้

2 โลจิสติกส์ที่ช่วยรักษามาตรฐานสินค้า

ในขั้นตอนการขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เพื่อรักษาคุณภาพ ซึ่งจะช่วยยกระดับสินค้าเกษตรไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้น และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

รูปแบบการขนส่งสินค้าเกษตรมีความสำคัญมาก เนื่องจากแม้ว่าจะมีการควบคุมตั้งแต่ 'กระบวนการผลิต' จนถึง 'การบรรจุก่อนการขนส่ง' ตามมาตรฐานอย่างเคร่งครัดแล้ว แต่หากไม่สามารถควบคุมขั้นตอน 'ระหว่างการขนส่ง' ในสภาพที่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและมีมูลค่าลดลงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขนส่งผลิตผลพืชผักทางการเกษตรที่ต้องการยืดอายุการเก็บรักษา ควรขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ โดยวางแผน ทั้งระยะเวลาการขนส่ง และระยะเวลาที่สินค้าสามารถคงสภาพที่ดีมีคุณภาพได้นานพอสำหรับระยะเวลาการวางจำหน่ายเพื่อการบริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ญี่ปุ่น

ประเทศต้นแบบในการยกระดับคุณภาพของสินค้าเกษตร ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงการจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภคได้ในราคาสูง



ปี 2565

การส่งออกสินค้าเกษตร
ของญี่ปุ่น



มีมูลค่าการส่งออก

886,160 ล้านบาท

255,568.54 ล้านบาท

(อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565
= 0.2884 เยน: 1 บาท)



เพิ่มขึ้นกว่า

313,600 ล้านบาท

90,442.24 ล้านบาท

เมื่อเทียบกับปี 2556 ทำให้สินค้าเกษตรขึ้นแทน
สินค้าส่งออกหลักสำคัญของญี่ปุ่น

ผลลัพธ์ดังกล่าว มาจากการที่ญี่ปุ่นมีการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเกษตรใหม่ ๆ เช่น การปรับปรุงสายพันธุ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้น มีการต่อยอดและเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรขั้นต้น เช่น การนำข้าวญี่ปุ่นมาแปรรูปเป็นแอลกอฮอล์ (เช่น เหล้าสาเก)

ทั้งนี้ ยังมีการเพิ่มมูลค่าตลาดด้วยการสอดแทรกเรื่องราว (Storytelling) ในสินค้าหรือขั้นตอนการผลิต ทำให้สินค้ามีความโดดเด่น สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น การใช้ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค และยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกษตรกรใส่ใจในทุกกระบวนการผลิตเพื่อควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด (เช่น น้ำหนัก ขนาด สี รูปร่าง และระดับความหวาน) ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีการเกษตรมาใช้ในขั้นตอนต่าง ๆ โดยเฉพาะหลังการเก็บเกี่ยว ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่ (เช่น เครื่องช่วยทำความสะอาด คัดขนาด ตรวจสอบความหวาน และเครื่องเคลือบแว็กซ์สินค้า) รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าระหว่างการขนส่งระยะทางไกล



นอกจากนี้ ผู้ผลิตสินค้าเกษตรบางรายในญี่ปุ่นมีการจำหน่ายและส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยไม่ผ่านตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลาง แต่มีการตั้งบริษัทสาขาเพื่อเป็นผู้แทนจำหน่ายโดยตรงในประเทศผู้นำเข้า ทำให้สามารถกำหนดราคาขาย รวมถึงเปิดโอกาสให้บริษัทผู้ผลิตสามารถพบปะลูกค้าผู้บริโภค เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจได้ด้วย

นอกจากนี้ ภาครัฐของญี่ปุ่นยังได้มีการกำหนดมาตรฐานการขนส่งสินค้าเกษตรที่เป็นที่ยอมรับในหลายประเทศทั่วโลก ได้แก่

JSA-S1004:2020 (Japanese Standard Association)

ข้อกำหนดการให้บริการโลจิสติกส์ห่วงโซ่ความเย็นสำหรับคลังห้องเย็นและการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ



เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร (Japanese Agricultural Standard: JAS mark) แบ่งเครื่องหมายเป็น 5 ชนิด คือ

- 1 สินค้าทั่วไป
- 2 สินค้าที่ผลิตด้วยกรรมวิธีพิเศษ
- 3 สินค้าเกษตรอินทรีย์
- 4 สินค้าที่เปิดเผยรายละเอียดขั้นตอนการผลิต
- 5 สินค้าที่ใช้การขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ

แยกตามความเหมาะสมกับแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์ เช่น ผัก ผลไม้ และพืชอื่น ๆ เพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพของสินค้าเกษตรและคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สวยงาม เพื่อป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์ ในระหว่างการขนส่ง รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการเอกชนในการจัดสร้างโรงเก็บรวบรวมสินค้าแบบแช่เย็น ณ ท่าเรือ เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตร และยกระดับห่วงโซ่ความเย็น (Cold Chain) ในการรักษาความสดของสินค้า ช่วยลดเวลาและต้นทุนในการส่งออก ซึ่งการสนับสนุนดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ญี่ปุ่นสามารถส่งออกสินค้าจากท้องถิ่นที่มีความสดใหม่ไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย



ไทยแลนด์ THAILAND

พบว่ามีมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ในกลุ่มสินค้าเกษตรขั้นต้น ผลไม้เป็นสินค้าหลักที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกสูง

ปี 2565
การส่งออกผลไม้มูลค่า
10,160 ล้านบาท
และมีแนวโน้มเติบโตสูง



อัตราการเติบโตเฉลี่ย
ปี 2563-2565
21.09% ต่อปี



ไทยส่งออก
ผลไม้ไปจีน
85.50%



ไทยส่งออกผัก
ไปยังประเทศผู้นำเข้าสำคัญ
ได้แก่

	ญี่ปุ่น	21.09%
	มาเลเซีย	17.84%
	ไต้หวัน	8.22%

นอกจากนี้ จากการที่ผู้บริโภคทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ทำให้การค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์เติบโตสูงชันมาก เห็นได้จากสถิติการส่งออกสินค้าอินทรีย์ของไทยในปี 2565 ที่เติบโตสูงถึง **98.74%** โดยสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ประเทศต่าง ๆ นิยมนำเข้าจากไทย ได้แก่

	ข้าวอินทรีย์ มูลค่าการส่งออก 1,011.72 ล้านบาท		ผู้นำเข้าข้าวอินทรีย์ไทยอันดับ 1 สหรัฐฯ	สัดส่วน 35.78%
	ทุเรียนอินทรีย์ มูลค่าการส่งออก 890.40 ล้านบาท		ผู้นำเข้าข้าวอินทรีย์ไทยอันดับ 1 จีน	สัดส่วน 58.52%

ในกรณี **สิ่งสำคัญที่ไทยต้องคำนึงถึง** นอกเหนือจากการพัฒนานวัตกรรมในตัวสินค้าเกษตรฯ คือ การยกระดับคุณภาพในด้านอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้ง 'มาตรฐานด้านโลจิสติกส์' ให้เป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้ามากยิ่งขึ้น โดยอาจนำกรณีต้นแบบการดำเนินการของญี่ปุ่นมาปรับใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

*ผัก: HS Code 07 (ไม่รวมมันสำปะหลัง)

MSME

การรับมือกับความท้าทายใหม่ ที่ต้องปรับตัว

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Micro, Small and Medium Enterprise: MSME) เป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของทุกประเทศเป็นอย่างมาก ข้อมูลจาก World Bank พบว่า MSME สร้างรายได้ให้ประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจมากกว่าร้อยละ 40 ของ GDP ของประเทศ และมีการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 60 ของการจ้างงานทั้งหมด

MSME ประเทศไทย ในปี 2565

มูลค่าทางเศรษฐกิจ

6,105,604
ล้านบาท



35.2%

ของมูลค่า GDP รวมทั้งประเทศ

มูลค่าการส่งออก

30,508.2
ล้านดอลลาร์สหรัฐ



10.6%

ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทย

จำนวนแรงงาน

12,828,236
คน



70.99%

ของจำนวนแรงงานรวมทั้งประเทศ

MSME ในต่างประเทศ

สัดส่วนการจ้างงานใน MSME ของภาคเอกชนในต่างประเทศ อาทิ

ญี่ปุ่น

68.8%



ไต้หวัน

80.37%



สหภาพยุโรป

64.4%



สหรัฐอเมริกา

46%

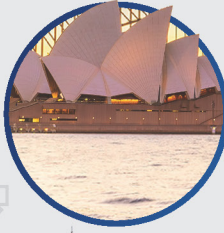


หลายประเทศตระหนักถึงความสำคัญของ MSME ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา MSME แตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่มีการจัดตั้งหน่วยงานและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม MSME อาทิ



ญี่ปุ่น

ก่อตั้งองค์การ SME Agency ภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (Ministry for Economy, Trade and Industry)



ออสเตรเลีย

มอบหมายให้ผู้ตรวจการแผ่นดิน Australian Small Business and Family Enterprise Ombudsman ทำหน้าที่ในการปรับปรุงกฎหมายให้อำนวยความสะดวกให้กับ MSME



ไต้หวัน

มีหน่วยงาน Small and Medium Enterprise Administration



สหรัฐอเมริกา

ก่อตั้ง Small Business Administration (SBA) และมียุทธศาสตร์ SBA Strategic Plan 2018-2022

ในขณะที่ยังมีบางประเทศได้จัดทำโครงการ National Champion Programme คัดเลือก MSME ที่มีศักยภาพและคุณสมบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด เพื่อเข้าร่วมโครงการที่ให้ความช่วยเหลือตามความต้องการของ MSME อย่างครอบคลุมทุกด้าน อาทิ



มาเลเซีย

จัดทำโครงการ The Mid-Tier Companies Development Programme ให้คำปรึกษาเพื่อส่งเสริมการส่งออก พัฒนานวัตกรรม และสนับสนุนเงินทุน เป็นระยะเวลา 9 เดือน



สิงคโปร์

มีโครงการ The Industry 4.0 Human Capital Initiative program ที่ให้คำแนะนำแก่ผู้ผลิตในการเปลี่ยนระบบการบริหารจัดการให้เป็นดิจิทัล

อย่างไรก็ดี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความปกติใหม่หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ MSME ทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

- การเปลี่ยนผ่านเป็นดิจิทัล (Digital Transformation) โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล และการจำหน่ายสินค้าและบริการออนไลน์
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้จำกัด เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ ค้ำประกัน ขาดการวางแผนธุรกิจ ขาดเอกสารและประวัติธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงขาดความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการระดมทุนจากแหล่งเงินทุนประเภทต่าง ๆ
- การส่งออกสินค้าและบริการ แม้ว่า MSME บางรายจะมีศักยภาพและประสบความสำเร็จในประเทศ แต่ส่วนใหญ่จะไม่สามารถส่งออกสินค้าหรือบริการได้ เนื่องจาก MSME ขาดข้อมูลวิจัยการตลาด
- กฎเกณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้านสิ่งแวดล้อม MSME ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ และการเตรียมความพร้อมรองรับมาตรการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแบบใหม่ รวมถึงการซื้อขายคาร์บอนเครดิต
- ขาดแคลนแรงงานที่มีความสามารถ โดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะดิจิทัล ทำให้ MSME ไม่สามารถจัดการกับความท้าทายอื่น ๆ ได้

สำหรับประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ MSME เพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ ได้ และเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ MSME ไทย ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ อาทิ การให้ความรู้ผู้ประกอบการและแรงงานเพื่อพัฒนาทักษะดิจิทัลและการตลาดออนไลน์ การให้ความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ ด้านการค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาต้นแบบ Key Opinion Leaders เพื่อ Live Commerce กระตุ้นยอดขายสินค้าไทยให้ผู้บริโภคต่างชาติ รวมถึงให้คำปรึกษาพัฒนาระยะยาวเพื่อศักยภาพผู้ประกอบการ MSME ให้สามารถส่งออกสินค้าและบริการ ตลอดจนการจัดกิจกรรมจับคู่ระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ประกอบการธุรกิจ โดยกำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับการขอสินเชื่อ



ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนกันยายน 2566

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนกันยายน 2566

ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline Inflation CPI	ก.ย.66: 108.02 ส.ค.66: 108.41	-0.36 0.55	0.30 0.88	1.82 2.01
เงินเฟ้อพื้นฐาน ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน Core Inflation Core CPI	ก.ย.66: 104.38 ส.ค.66: 104.41	-0.03 0.02	0.63 0.79	1.50 1.61
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม CCI	ก.ย.66: 55.7 ส.ค.66: 53.4			

อัตราเงินเฟ้อของไทยยังอยู่ในระดับต่ำกว่าร้อยละ 1.0 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการชะลอตัวของราคาสินค้าในหมวดพลังงาน และหมวดอาหาร โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเนื้อสัตว์ ผักสด และเครื่องประกอบอาหาร ราคาลดลงเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สำหรับดัชนีราคาผู้ผลิตปรับลดลงต่อเนื่อง ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างราคาโดยรวมไม่เปลี่ยนแปลง ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวดีขึ้น และยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

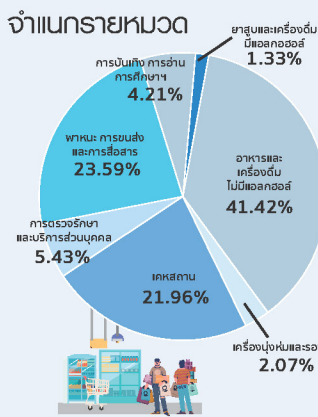


ดัชนีราคาผู้บริโภค

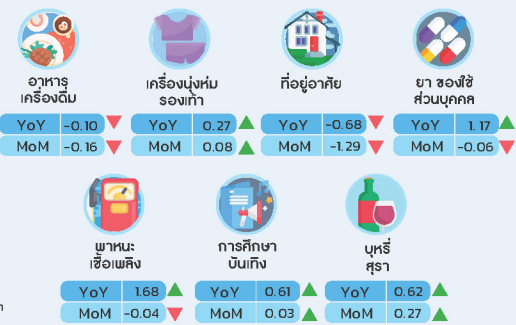
เดือนกันยายน 2566 **สูงขึ้นร้อยละ 0.30 (YoY)**

ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนกันยายน 2566 สูงขึ้นร้อยละ 0.30 (YoY) ชะลอตัวตามราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน ขณะที่กลุ่มอาหารราคาลดลงเป็นครั้งแรกในรอบเกือบ 2 ปี โดยหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม สูงขึ้นร้อยละ 0.59 (YoY) ตามการสูงขึ้นของราคาสินค้าในหมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร ได้แก่ น้ำมันกลุ่มเบนซิน และแก๊สโซฮอล์ ยกเว้นกลุ่มดีเซลราคาลดลงเนื่องจากมาตรการตรึงราคาของภาครัฐ นอกจากนี้ ยังมีค่าโดยสารสาธารณะ อาทิ ค่าโดยสารเครื่องบิน ค่าโดยสารรถเมล์เล็ก/สองแถว ยาแก้ไข้หวัด แป้งทาผิว กาย กระจกตาช้ำระ ค่าแต่งผมชายและสตรี ที่ราคาอยู่ระดับสูงกว่าปีที่ผ่านมา ขณะที่หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ลดลงร้อยละ 0.10 (YoY) เป็นการลดลงครั้งแรกในรอบ 23 เดือน นับถัดจากเดือนตุลาคม 2564 ที่ลดลงร้อยละ 0.26 ลดลงตามราคาเนื้อสัตว์ อาทิ เนื้อสุกร และไก่สด โดยเฉพาะเนื้อสุกรที่ปริมาณผลผลิตมีจำนวนมาก ผักสด อาทิ ผักคะน้า ต้นหอม และพริกสด เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเอื้อต่อการเจริญเติบโต ปริมาณผลผลิตจึงเข้าสู่ตลาดมากขึ้น นอกจากนี้ น้ำมันพืช และมะพร้าว (ผลแห้ง/ชุด) ราคายังคงลดลงต่อเนื่องตามราคาต้นวัตถุดิบ ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (หักอาหารสดและพลังงานออก) สูงขึ้นร้อยละ 0.63 (YoY)

สัดส่วนน้ำหนัก



อัตราการเปลี่ยนแปลงจำแนกรายหมวด



ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2566 ลดลงร้อยละ 0.36 (MoM) และดัชนีราคาผู้บริโภคไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.52 (YoY) และเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สูงขึ้นร้อยละ 0.39 (QoQ) สำหรับเฉลี่ย 9 เดือน (ม.ค. - ก.ย.) ปี 2566 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.82 (AoA)

แนวโน้มเงินเฟ้อไตรมาสที่ 4 ของปี 2566

แนวโน้มเงินเฟ้อไตรมาสที่ 4 ของปี 2566 มีแนวโน้มชะลอตัวจากไตรมาสก่อนหน้า จากราคาเนื้อสัตว์ เปิดไก่และสัตว์น้ำ และเครื่องประกอบอาหาร ที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสินค้าในกลุ่มพลังงาน (ค่ากระแสไฟฟ้า น้ำมันเชื้อเพลิง) และสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มลดลงจากมาตรการดูแลค่าครองชีพของภาครัฐ ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น และฐานราคาในช่วงเดียวกันของปี 2565 อยู่ระดับสูง มีส่วนทำให้อัตราเงินเฟ้อชะลอตัว อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น ตามภาคการท่องเที่ยว และการส่งออก รวมถึงรายได้เกษตรกร และค่าจ้างเฉลี่ยที่อยู่ในระดับดี รวมถึง สถานการณ์อุปทานพลังงานที่ยังตึงตัว สินค้าเกษตรในหลายประเทศได้รับผลกระทบจากเอลนีโญ และเงินบาทที่อ่อนค่าต่อเนื่อง อาจเป็นแรงส่งที่ทำให้เงินเฟ้อชะลอตัวน้อยกว่าที่คาดได้ ด้วยปัจจัยดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์จึงปรับคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปี 2566 จากเดิมอยู่ที่ระหว่างร้อยละ 1.0 - 2.0 (ค่ากลางร้อยละ 1.5) ในเดือนกรกฎาคม 2566 เป็นระหว่างร้อยละ 1.0 - 1.7 (ค่ากลางร้อยละ 1.35) และหากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจะมีการทบทวนอีกครั้ง



ดัชนีราคาผู้ผลิต

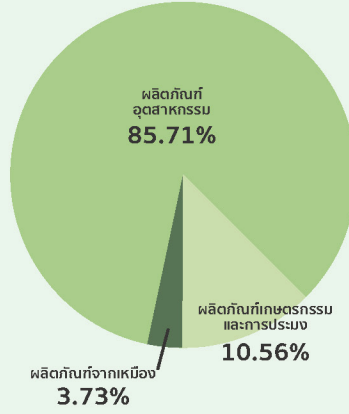
เดือนกันยายน 2566 **ลดลงร้อยละ 1.8** (YoY)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนกันยายน 2566 ลดลงร้อยละ 1.8 (YoY) จากการลดลงของราคาสินค้า 2 หมวดหลัก ได้แก่ **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ลดลงร้อยละ 0.1 อาทิ เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี (โซดาไฟ เม็ดพลาสติก ปุ๋ยเคมี ผสม) ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก (ยางแท่ง ถุงมือยาง แผ่นฟิล์มพลาสติก) ผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ (อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล) **หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** ลดลงร้อยละ 32.3 อาทิ ก๊าซธรรมชาติ ปิโตรเลียมดิบ และสินแร่โลหะ (สังกะสี เหล็ก วุลเฟรม) ขณะที่**หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง** สูงขึ้นร้อยละ 0.3 อาทิ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ หัวมันสำปะหลังสด ข้าวเปลือก และไข่ไก่) ส่วนราคาสินค้าที่ปรับลดลง ได้แก่ ผลปาล์มสด ยางพารา และกุ้งแวนนาไม

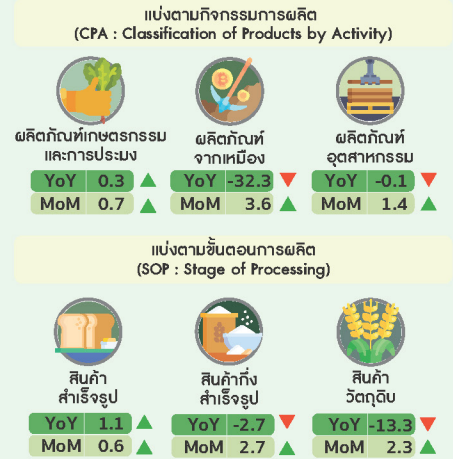
ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2566 สูงขึ้นร้อยละ 1.5 (MoM) และดัชนีราคาผู้ผลิต ไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 3.3 (YoY) และเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 (QoQ) สำหรับเฉลี่ย 9 เดือน (ม.ค. - ก.ย.) ปี 2566 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 2.6 (AoA)

สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง
จำแนกรายหมวด



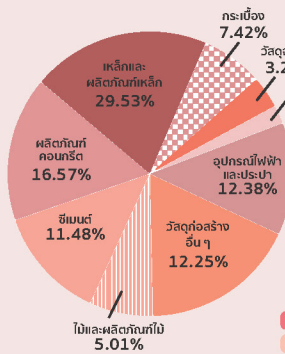
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนกันยายน 2566 **ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง** (YoY)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนกันยายน 2566 ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง (YoY) หลังจากการลดลง 5 เดือนติดต่อกัน (เม.ย. - ส.ค.) โดย**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** ลดลงร้อยละ 2.3 (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ - ผิวข้ออ้อย เหล็กแผ่นเรียบดำ เหล็กตัวซี) ตามราคาเหล็กในตลาดเอเชียและจีน และ**หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** ลดลงร้อยละ 1.8 (ยางมะตอย) ขณะที่หมวดอื่น ๆ ดัชนีฯ สูงขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ **หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** สูงขึ้นร้อยละ 3.2 (ไม้โครงสร้าง ไม้แบบ ไม้พื้น) **หมวดวัสดุคานามิ** สูงขึ้นร้อยละ 3.1 (สิรองพื้นปูน สิรองพื้นโลหะ สีนํ้าอะครีลิกทาภายใน - ภายนอก) **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** สูงขึ้นร้อยละ 2.2 (สายไฟฟ้า VCT สายส่งกำลังไฟฟ้า NNY สายเคเบิล THW) **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** สูงขึ้นร้อยละ 1.0 (ท่อระบายน้ำคอนกรีต คอนกรีตผสมเสร็จ คอนกรีตหยาบ) **หมวดซีเมนต์** สูงขึ้นร้อยละ 0.9 (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม ปูนฉาบ สำเร็จรูป) **หมวดกระเบื้อง** สูงขึ้นร้อยละ 0.9 (กระเบื้องลอนคู่ กระเบื้องยาง PVC พื้น) และ**หมวดสุขภัณฑ์** สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (กระจกเงา ที่ใส่สบู่ ที่ใส่กระดาษชำระ)

สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง
จำแนกรายหมวด



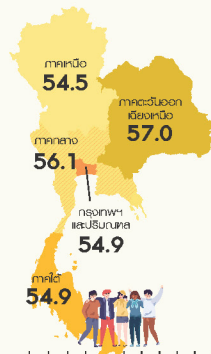
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2566 สูงขึ้นร้อยละ 0.1 (MOM) และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างไตรมาสที่ 3 ปี 2566 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 0.8 (YoY) และเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ลดลงร้อยละ 0.7 (QoQ) สำหรับเฉลี่ย 9 เดือน (ม.ค. - ก.ย.) ปี 2566 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.2 (AoA)



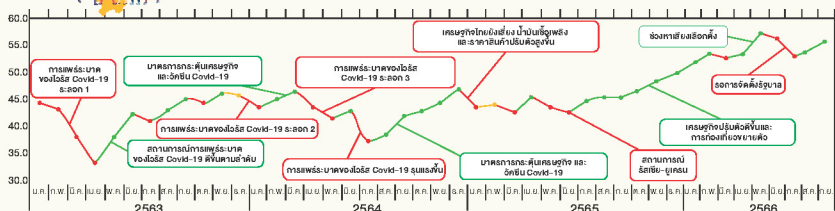
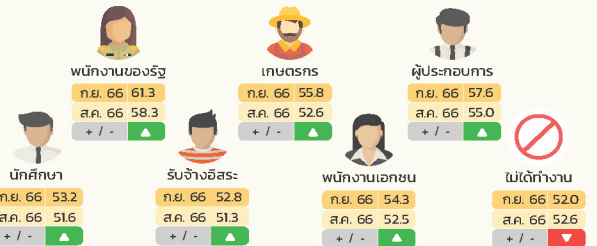
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนกันยายน 2566 **เท่ากับ 55.7** (YoY)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนกันยายน 2566 ปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 55.7 จากระดับ 53.4 ในเดือนก่อนหน้า ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ซึ่งยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 10 (นับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565) สาเหตุคาดว่ามาจากเศรษฐกิจไทยที่อยู่ในทิศทางฟื้นตัว โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการวีซ่าฟรีให้กับนักท่องเที่ยวจีน และค้ำชัคสถาน ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลที่ครอบคลุมการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน รวมทั้งการแต่งตั้งคณะรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและประชาชน อย่างไรก็ตาม ราคาสินค้าและบริการ รวมถึงราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับสูงเป็นปัจจัยกดดันต่อความเชื่อมั่นของประชาชน



อัตราการเปลี่ยนแปลง
จำแนกรายหมวด



การค้าระหว่างประเทศไทย

เดือนสิงหาคม 2566

การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2566

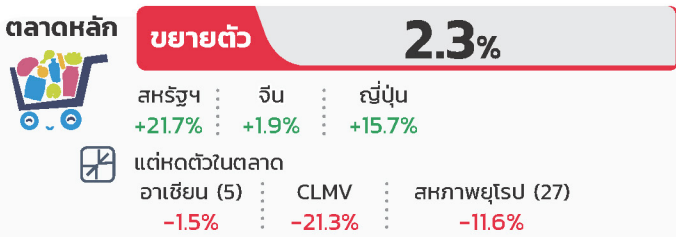
มีมูลค่า **24,279.6** ล้านเหรียญสหรัฐ (824,938 ล้านบาท)

↑ ขยายตัว 2.6%
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **3.9%**



ได้รับแรงหนุนจากสัญญาณการฟื้นตัวของภาคการผลิตโลกที่ดีขึ้นกว่าเดือนก่อนหน้า แม้ว่าจะยังอยู่ระดับต่ำกว่าปกติ การใช้จ่ายของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นตามภาคบริการของประเทศคู่ค้าที่ขยายตัวส่งผลดีต่อสินค้าส่งออกที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการส่งเสริมนโยบายพลังงานสะอาดและความต้องการสินค้าเทคโนโลยี ทำให้หมวดสินค้าอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวอีกครั้ง ประกอบกับการอ่อนค่าของเงินบาทในระดับที่เหมาะสมส่งผลดีต่อการส่งออก ตลาดคู่ค้าสำคัญฟื้นตัวได้ดี อาทิ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อินเดีย เกาหลีใต้ ไต้หวัน ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย และแอฟริกาใต้ โดยการส่งออกของไทยในเดือนนี้ยังทำได้ดีกว่าหลายประเทศในภูมิภาค และกลับมาเกินดุลการค้าอีกครั้ง ทั้งนี้ การส่งออกไทย 8 เดือนแรกของปี 2566 หดตัวร้อยละ 4.5 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย หดตัวร้อยละ 1.5

● ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้



● **การนำเข้า** เดือนสิงหาคม 2566 มีมูลค่า 23,919.7 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัวร้อยละ 12.8 สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ ไต้หวัน เป็นต้น แหล่งนำเข้าที่หดตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น

● **ดุลการค้า** เดือนสิงหาคม 2566 การค้าเกินดุล 359.90 ล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ดุลการค้า 8 เดือนแรกของปี 2566 ขาดดุล 7,925.4 ล้านเหรียญสหรัฐ

● **ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า**
ดัชนีราคาส่งออก เดือนสิงหาคม 2566 เท่ากับ 109.4 สูงขึ้นร้อยละ 1.1 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเกษตรกรรม หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม ขณะที่หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ติดลบในอัตราที่น้อยลง และลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ติดต่อกัน

ดัชนีราคานำเข้า เดือนสิงหาคม 2566 เท่ากับ 110.8 ลดลงร้อยละ 1.9 (YoY) ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิงและหมวดสินค้าทุน ขณะที่หมวดสินค้าที่ส่งผลให้ดัชนีราคานำเข้ายังคงปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	ส.ค. 2566 Aug 2023	ม.ค. - ส.ค. 2566 Jan-Aug 2023
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	24,279.6 +2.6%	187,593.1 -4.5%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	23,919.7 -12.8%	195,518.6 -5.7%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+359.9	-7,925.4

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 66

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,599.4	5.2	10.7	สหรัฐอเมริกา	4,870.2	21.7	20.1
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,248.6	-26.9	5.1	จีน	2,802.6	1.9	11.5
แผงวงจรไฟฟ้า	1,117.8	39.8	4.6	ญี่ปุ่น	2,352.7	15.7	9.7
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,106.0	-4.7	4.6	ออสเตรเลีย	1,194.6	26.9	4.9
น้ำมันสำเร็จรูป	936.4	21.2	3.9	มาเลเซีย	1,053.4	-3.4	4.3

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 66

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	1,940.3	-42.4	8.1	จีน	6,056.4	-6.5	25.3
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,881.3	0.9	7.9	ญี่ปุ่น	2,627.2	-13.6	11.0
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,812.9	0.1	7.6	สหรัฐอเมริกา	1,462.2	-3.1	6.1
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	1,548.5	-4.1	6.5	ไต้หวัน	1,308.7	33.8	5.5
แผงวงจรไฟฟ้า	1,532.3	-12.4	6.4	สหรัฐอเมริกา อิตาลี	1,069.7	-40.6	4.5

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า เดือน ส.ค. 66

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	มิ.ย. 66	ก.ค. 66	ส.ค. 66	ส.ค. 66	ส.ค. 66
ส่งออก	-0.2	0.3	0.6	1.1	109.4
นำเข้า	-0.9	1.0	0.8	-1.9	110.8



การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

สำหรับแผนการส่งเสริมการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2566 นายภูมิธรรม เวชยชัย รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้มอบนโยบายแก่ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ พาณิชย์จังหวัด และทูตพาณิชย์ทั่วโลก เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2566 ที่ผ่านมา โดยยังคงให้รักษาเป้าหมายการส่งออกในปี 2566 ไว้อยู่ที่ร้อยละ 1 - 2 และมีนโยบาย “เร่งขับเคลื่อนการส่งออก เปลี่ยนจากติดลบให้เป็นบวก” โดย (1) ใช้ประโยชน์จาก Soft Power สร้างเรื่องราวให้กับสินค้าและบริการไทยโดยเชื่อมโยงกับภาคบริการและการท่องเที่ยว (2) จัดทำและนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกในตลาดทั่วโลก เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการ (3) แก้ไขปัญหาและอุปสรรคการค้าชายแดน เป็นปัญหาของเขตและเป็นอุปสรรคต่อสินค้าไทยตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ (4) ผลักดันและสร้างระบบนิเวศในการยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย เป็นผู้ให้บริการระดับภูมิภาค นอกจากนี้มีนโยบาย “ผลักดันให้มีการใช้ประโยชน์จาก FTA” โดยให้ภาครัฐเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการในการปรับตัว สร้างความรู้ความเข้าใจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็ก และเตรียมความพร้อมให้ดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับกฎกติกาใหม่ ๆ ของโลก เช่น Carbon Credit BCG และ SDGs เป็นต้น อีกทั้งได้มอบหมายให้พาณิชย์จังหวัดและทูตพาณิชย์ วางแผนยุทธศาสตร์หรือแผนบริหารจัดการสินค้าอย่างครบวงจรร่วมกันทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อ “รักษาตลาดเดิม เสริมตลาดใหม่” และเพิ่มบทบาท “พาณิชย์คู่คิด SME” ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการรายเล็กให้สามารถส่งออกได้

แนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า การส่งออกในช่วงที่เหลือของปี จะมีแนวโน้มการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป สินค้าที่เกี่ยวข้องกับเมกะเทรนด์ด้านพลังงานสะอาดและเทคโนโลยีดิจิทัลมีทิศทางที่ขยายตัวได้ดี ส่วนความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารที่เป็นสินค้าศักยภาพของไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งในช่วงปลายปี มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากคำสั่งซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลเฉลิมฉลองในประเทศคู่ค้า สำหรับภาพรวมตลาดส่งออกเริ่มเห็นการฟื้นตัวของตลาดหลัก อย่างสหรัฐฯ จีน และญี่ปุ่น กลับมาบวก ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดี และตลาดส่งออกใหม่ ๆ ที่ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกจากการคงอัตราดอกเบี้ยระดับสูงยาวนานที่จะชะลอการผลิตและการบริโภคสินค้าโดยเฉพาะสินค้าที่ไม่จำเป็น ภาวะภัยแล้งที่อาจจะกระทบต่อผลผลิตเพื่อการส่งออก และปัญหาความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังไม่มีที่ท่าว่าจะยุติ ล้วนเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกแทบทั้งสิ้น ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดต่อไป

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
การค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนสิงหาคม 2566
ผ่าน QR Code นี้

WEBSITE
[https://tppo.go.th/
international-trade](https://tppo.go.th/international-trade)





Trade Alert!



ความขัดแย้ง อิสราเอล - ฮามาส สร้างความเสี่ยงกระทบ อุปทานปุ๋ยโลก

รายงานของธนาคารแห่งโนวาสโกเทีย (Scotiabank) ของแคนาดาระบุว่า ท่าเรือฮาดดอ หนึ่งในสามท่าเรือขนส่งสินค้าหลักของอิสราเอล ซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากตอนเหนือของฉนวนกาซาเป็นจุดศูนย์กลางสำคัญในการส่งออกปุ๋ยโพแทชของอิสราเอล ซึ่งขณะนี้อยู่ในภาวะฉุกเฉินท่ามกลางเหตุขัดแย้งที่เกิดขึ้น และส่งผลให้อุปทานปุ๋ยโพแทชมากถึง 3% ของโลก มีความเป็นไปได้ว่าจะเผชิญกับความเสียหาย และยิ่งไปกว่านั้น หากอิหร่านซึ่งเป็นผู้ส่งออกไนโตรเจนรายใหญ่ในภูมิภาคตะวันออกกลางถูกดึงเข้าสู่ความขัดแย้ง ราคาปุ๋ยอาจเพิ่มสูงขึ้นเพราะอุปทานที่จำกัด นอกจากนี้ ราคาก๊าซธรรมชาติอาจพุ่งสูงขึ้นด้วยเนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตปุ๋ยไนโตรเจน (ข้อมูล ณ วันที่ 11 ตุลาคม 2566)



หุ้นจีนดิ่ง สู่ระดับต่ำสุดในรอบ 20 ปี

Morgan Stanley เปิดเผยว่า กองทุนทั่วโลกได้ลดการถือครองหุ้นจีนเพิ่มเติมในเดือน ก.ย. 66 ซึ่งนับเป็นการเทขายหุ้นอย่างต่อเนื่อง กดดันให้ค่าเฉลี่ยแผนการลงทุนในจีนลดลงสู่ระดับต่ำสุดในรอบ 3 ปี อีกทั้งในเดือน ก.ย. 66 การไหลออกของเงินทุนสุทธิในตลาดจีนและฮ่องกงของผู้จัดการกองทุน มีมูลค่ารวมกันสูงถึงกว่า 3.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 1.2 แสนล้านบาท) เนื่องจากบรรดานักลงทุนแห่ถอนเงินและปรับพอร์ตการลงทุนในหุ้นจีน ทั้งนี้ สัญญาณการเทขายหุ้นเป็นอีกหนึ่งข้อบ่งชี้ว่า ความพยายามของทางการจีนในการฟื้นฟูกำลังซื้อของตลาดกำลังย่ำแย่ลง แม้ว่าธนาคารกลางจีนได้เคยให้คำมั่นเมื่อเดือน ก.ย. 66 ว่าจะใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อรักษาสภาพคล่องให้เพียงพอแล้วก็ตาม



รัสเซียส่งออกน้ำมันไปอินเดีย เพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งตลาดต้องการสูง และราคาถูกกว่าคู่แข่ง

สำนักข่าว Bloomberg รายงานเมื่อ 3 ต.ค. 66 โดยอ้างอิงข้อมูลจาก Kpler ผู้ให้บริการข้อมูลติดตามด้านการขนส่งสินค้าว่า การจัดส่งน้ำมันของรัสเซียไปยังอินเดียเพิ่มขึ้น 15% ในเดือน ก.ย. 66 เพิ่มขึ้นจากระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนเมื่อเดือน ส.ค. 66 โดยน้ำมันที่ขนส่งมาจากรัสเซียมีจำนวน 1.78 ล้านบาร์เรลต่อวัน อินเดียส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันเกรดดูราล ซึ่งถูกกว่าน้ำมันดิบเบรนท์ (BRENT) ประมาณ 4 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรลทำให้น้ำมันดิบรัสเซียมีความน่าสนใจมากกว่าน้ำมันดิบจากตะวันออกกลาง และตอนนี้รัสเซียมีอุปทานน้ำมันดิบเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ส่งออกอาจเสนอส่วนลดที่มากขึ้นได้อีกในอนาคต



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



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