

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

Journal
TPSO
YEAR 14
ISSUE 151
FEBRUARY 2024

TPSO Journal



SPECIAL TALK

พาณิชย์พนัก 15 ยักษ์ ค้าปลีก - ค้าส่ง
แซ่ราคาสินค้า เพิ่มความแม่นยำ
ดูแลค่าครองชีพ



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

หนึ่งในภารกิจสำคัญของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า คือ การจัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้า อันเป็นเครื่องชี้วัดที่มีความสำคัญอย่างมากในการสะท้อนสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการบูรณาการการทำงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง รวมถึง MOU ร่วมมือในการให้ข้อมูลราคาขายปลีกสินค้าอุปโภค – บริโภค และราคาวัสดุก่อสร้าง กับ 15 ผู้ประกอบการรายสำคัญของประเทศ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นก้าวสำคัญในการจัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ วารสารฉบับนี้ได้หยิบยกเทรนด์การค้าโลกมาฝากทุกท่าน “COP28 กับการปรับตัวภาคการเกษตรไทย” เพื่อเตรียมตั้งรับวิกฤตสภาพภูมิอากาศ และป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในบริบทการค้า “แนวโน้มธุรกิจบริการกับผู้บริโภคยุคใหม่” ที่ในปัจจุบันภาคบริการมีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจโลก และพลาดไม่ได้กับข้อมูลเศรษฐกิจการค้ามากมายให้ได้ติดตามกัน

อุณหภูมิเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นทุกพื้นที่ของประเทศไทย ได้เข้าสู่ช่วงฤดูร้อนตามคาดการณ์ของกรมอุตุนิยมวิทยา ในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงพฤษภาคม จะมีอากาศร้อนจัดในหลายพื้นที่ ขอให้ทุกท่านเตรียมรับมือสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงกันด้วยนะคะ แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL TALK

พาณิชย์พนัก 15 ยักษ์ ค่าปลัก-ค้าส่ง
เข้รราคาสินค้า เพิ่มความแม่นยำดูแลค่าครองชีพ

04 ALL ROUND

COP28 กับการปรับตัวภาคการเกษตรไทย

06 NEXT MOVE

แนวโน้มธุรกิจบริการกับผู้บริโภคยุคใหม่

08 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมเศรษฐกิจ : มกราคม 2567

10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : ธันวาคม 2566

12 TRADE ALERT

เดือนกุมภาพันธ์ 2567



New Blood TPSO พัฒนาคนรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาองค์กร

เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2567 นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร และบุคลากรใหม่ของ สนค. เข้าร่วมพิธีสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำกระทรวงพาณิชย์ เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่บุคลากรใหม่ ก่อนเริ่มกิจกรรมโครงการปฐมนิเทศบุคลากรใหม่ (New Blood TPSO) ครั้งที่ 1/2567



โครงการปฐมนิเทศดังกล่าว มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อปลูกฝังค่านิยม เสริมสร้างเจตคติ รับรู้ถึงแนวทางขับเคลื่อนความคาดหวัง และเป้าหมายขององค์กรจากนโยบายผู้บริหารในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรอย่างสมบูรณ์ (2) รับทราบข้อมูล ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในองค์กร ระเบียบปฏิบัติ สิทธิประโยชน์และสวัสดิการ รวมถึงการปฏิบัติตนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างถูกต้อง และ (3) สร้างความผูกพันในการทำงานร่วมกันภายในองค์กรของบุคลากรใหม่

ทั้งนี้ มีบุคลากรใหม่ของ สนค. เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ ข้าราชการบรรจุใหม่ ข้าราชการรับโอน และพนักงานราชการจ้างใหม่ จำนวน 22 คน เข้าร่วมกิจกรรมอย่างพร้อมเพียงกัน สอดคล้องต่อนโยบายของ ผอ.สนค. ที่เน้นย้ำความสำคัญในด้านการพัฒนาและดูแลบุคลากรภายใต้หลักการ “งานสำเร็จคนพัฒนา มีความสุขกับการทำงาน”

พาณิชย์ผนึก 15 ยักษ์ ค้าปลีก-ค้าส่ง แซ่ราคาสินค้า เพิ่มความแม่นยำดูแลค่าครองชีพ

ณ ห้องประชุมบอลรูมไฮอาร์ท ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร
วันพฤหัสบดีที่ 15 กุมภาพันธ์ 2567



นายณัฐกร ศรีสาขพงศ์
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

กว่า 80 ปี ที่กระทรวงพาณิชย์ โดยการดำเนินการของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้จัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้า ถือเป็นตัวชี้วัดที่มีความสำคัญอย่างมากในการสะท้อนสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศผ่านดัชนีราคาผู้บริโภคซึ่งจะนำไปคำนวณอัตราเงินเฟ้อ อันเป็นหัวใจหลักในการวัดค่าครองชีพของประชาชน หน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลกำหนดนโยบายดูแลค่าครองชีพอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าอันจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน รวมถึงการกำหนดกรอบเป้าหมายการดำเนินนโยบายการเงิน การปรับขึ้นหรือลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย การจัดทำ GDP และจัดทำอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ



นอกจากนี้ สนค. ยังได้จัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้าอื่น ๆ ที่สำคัญ อาทิ ดัชนีราคาผู้ผลิต ดัชนีค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนน (RFTI) ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ดัชนีความเชื่อมั่นจังหวัดชายแดนภาคใต้ ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ซึ่งถูกใช้เป็นราคาอ้างอิงสำหรับการจัดทำราคากลางการก่อสร้างภาครัฐ และเพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูลเป็นไปตามมาตรฐานระดับสากลมากยิ่งขึ้น สนค. จึงได้บูรณาการการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในการเก็บข้อมูลจำนวนมากตามห้างร้านต่าง ๆ เปลี่ยนเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลโดยตรงจากผู้ประกอบการ โดยใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการ ทำให้สามารถได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และลดกระบวนการทำงาน อันจะเป็นประโยชน์กับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

การยกระดับเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำดัชนีเศรษฐกิจการค้าในปี 2567 ได้รับความร่วมมืออย่างดีจาก 15 ผู้ประกอบการรายสำคัญของประเทศ ประกอบด้วย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีพี แอ็กซ์ตร้า จำกัด (มหาชน) บริษัท ซีอาร์ซี ไทวีสตูด จำกัด บริษัท ซี.เจ. เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด บริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน) บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ฟู้ดแลนด์ ซูเปอร์มาเก็ต จำกัด บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท อีออน (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่นซิสเต็ม จำกัด บริษัท เอสซีซี ดิสทริบิวชั่น จำกัด และบริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ ที่ผ่านมา มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ว่าด้วยความร่วมมือในการให้ข้อมูลราคาขายปลีกสินค้าอุปโภค - บริโภค และราคาวัสดุก่อสร้าง ระหว่างกระทรวงพาณิชย์และ 15 ผู้ประกอบการ โดยมีความมุ่งหวังเพื่อนำไปสู่การเร่งลงทุนและการจ้างงานทำให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป



COP28



กับการปรับตัวภาคการเกษตรไทย

การประชุม COP (Conference of Parties) คือ การประชุมรัฐภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change : UNFCCC)

เป็นเวทีประชุมเจรจาเพื่อกำหนดแนวทางการรับมือแก้ไขวิกฤตสภาพภูมิอากาศ และป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยในการประชุมฯ แต่ละครั้ง เป้าหมายของประเทศไทย ทั่วความเข้มข้นมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์สภาพภูมิอากาศที่วิกฤตเพิ่มขึ้น

การประชุม COP28 จัดขึ้น ณ นครดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน ถึง 12 ธันวาคม 2023 โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การหารือเกี่ยวกับมาตรการเพื่อรักษาอุณหภูมิพื้นผิวโลกไม่ให้เพิ่มขึ้น 1.5 องศาเซลเซียสก่อนยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม และเรียกร้องให้ทุกประเทศลดการใช้ “เชื้อเพลิงฟอสซิล” (ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและภาวะโลกร้อน และเป็นปีแรกที่มีการนำเรื่องระบบอาหารและการเกษตรเข้ามาหารือระดับความเห็น โดยมีเป้าหมายลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสร้างความยั่งยืนแก่ระบบอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การเพาะปลูก ปศุสัตว์ การแปรรูป การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทำให้มนุษย์เข้าถึงอาหารที่ดีและปลอดภัย

ตัวอย่างการดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในต่างประเทศ



จีน

มีมาตรการจัดตั้งระบบการซื้อขายสิทธิ์การปล่อยมลพิษ ห้ามนำเข้าและจำกัดการใช้พลาสติก เพื่อบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงสุด (Peak Emission) ในปี 2030 และปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ในปี 2060



สหรัฐอเมริกา

มีการใช้มาตรการติดฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ เพื่อแสดงเจตนาสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมในการลดการปล่อยคาร์บอน



สหภาพยุโรป (EU)

ออกกฎหมายว่าด้วยสินค้าที่ปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า EU Deforestation Regulation: EUDR) เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าที่เชื่อมโยงกับการตัดไม้ทำลายป่าเข้ามาในยุโรป เป็นต้น





การดำเนินการลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกของ ประเทศไทย



มีการปรับปรุงแผนปฏิบัติการลดก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ปี พ.ศ. 2564 - 2573 โดยกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงความร่วมมือที่จะควบคุมการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกไม่ให้เกิน 2 หรือ 1.5 องศาเซลเซียส โดยกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ร้อยละ 20 จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกรณีปกติ ภายในปี 2030 เพื่อมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ภายในปี 2050 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero GHG Emissions) ภายในปี 2065

ข้อมูลจากบัญชี ก๊าซเรือนกระจก ของประเทศ

- ภาคเกษตรของไทย ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นอันดับ **2** รองจากภาคพลังงาน
- ภาคเกษตรปล่อยก๊าซเรือนกระจก ประมาณ **15%** ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดของไทย

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของภาคเกษตร มากกว่าครึ่งเกิดจากการปลูกข้าว รองลงมา คือ การใช้ปุ๋ยเคมีและการใส่ปุ๋ยในพื้นที่เพาะปลูก การทำปศุสัตว์ การเผาชีวมวลในพื้นที่เพาะปลูก ตามลำดับ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทำให้ระบบนิเวศการเกษตรเปลี่ยนแปลงไป มีผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร โดยจากรายงานขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) ประเมินว่าภาคเกษตรกรรมกำลังเผชิญผลกระทบจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น ปริมาณฝนลดลง การเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ ความแห้งแล้ง ซึ่งอาจทำให้พื้นที่เกษตรกรรมหลักมีความเหมาะสมลดลง รวมทั้งมีความเสี่ยงต่อระบบอาหารทั่วโลก ที่ได้รับผลกระทบจากอุณหภูมิที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลให้สูญเสียการผลิต และอาจทำให้ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากอุปทานทั่วโลกลดลง และเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อความมั่นคงทางอาหารทั่วโลกอีกด้วย

รายงานของคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change : IPCC) ระบุแนวทางที่มีศักยภาพเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภาคเกษตรกรรม คือ ลดการทำลายธรรมชาติและระบบนิเวศผ่านการทำการเกษตรแบบยั่งยืน ควบคู่กับปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืน



แนวทางการปรับตัวของภาคเกษตรให้สอดคล้องกับเป้าหมาย COP28



01

ปรับเปลี่ยนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น เลือกใช้พลังงานสะอาด ทำนาแบบเปียกสลับแห้ง นำของเสียจากมูลสุกรของภาคปศุสัตว์ไปผลิตเป็นก๊าซชีวภาพเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้า เป็นต้น



02

ปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรการของประเทศคู่ค้า ประเทศคู่ค้าอาจมีการกำหนดมาตรการทางการค้า เพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันก็อาจเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าด้วย ดังนั้น สินค้าเกษตรที่พึ่งพาการส่งออก ควรปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรการของประเทศคู่ค้า เพื่อรักษาขีดความสามารถทางแข่งขัน และเพิ่มโอกาสทางการค้า



03

ปรับโครงสร้างการผลิต โดยลดการพึ่งพาพืชผลเชิงเดี่ยว และส่งเสริมการปลูกพืชหลากหลายชนิด ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคงขึ้น และลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร



04

พัฒนาระบบการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ในทุก ๆ ด้าน อาทิ ลดการบุกรุกพื้นที่ป่า ปลูกป่าเพิ่มพื้นที่สีเขียวเพื่อดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ การจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และลดการปล่อยมลพิษทางการเกษตร เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ภาคการเกษตรของไทยมีบทบาทสำคัญในด้านความมั่นคงทางอาหารและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยภาคเกษตรได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ขณะเดียวกันภาคเกษตรก็เป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก ดังนั้น ภาคการเกษตรควรตระหนักและให้ความสำคัญกับการปรับตัว และมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ควบคู่กับการให้ความสำคัญกับการทำเกษตรแบบยั่งยืน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในระยะยาวต่อไป

โดย นางสาวเกวณีน ใจเย็น นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สืบค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



แนวโน้มธุรกิจบริการกับ ผู้บริโภคยุคใหม่



ความสำคัญของภาคบริการในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจโลก

ภาคบริการมีส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของโลก
มากกว่า ภาคเกษตรและอุตสาหกรรมรวมกัน

GDP ปี 2513 **53%**
GDP ปี 2564 **67%**



สร้างการจ้างงาน

50%

ของการจ้างงานทั่วโลก

ภาคบริการมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวก
ทางการค้าในห่วงโซ่อุปทานของโลกให้เป็นไปอย่างราบรื่น
โดยเป็นศูนย์กลางในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ



สร้างมูลค่าประมาณ

3.95

ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

มากกว่าสองเท่าของ
การส่งออกบริการในฐานะ
สินค้าขั้นสุดท้าย



ความสนใจของผู้บริโภคยุคใหม่มีผลต่อแนวโน้มธุรกิจบริการ อาทิ การใช้เทคโนโลยี AI ในการจัดการกับปัญหาในชีวิตประจำวัน ทำให้ภาคบริการคอมพิวเตอร์ สารสนเทศและ การสื่อสาร มีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีตั้งแต่ปี 2548-2565 ร้อยละ 10 ซึ่งมากกว่าธุรกิจบริการแบบดั้งเดิม เช่น การขนส่ง ท่องเที่ยว และบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้า รวมทั้งผู้บริโภคมีแนวโน้มหลีกเลี่ยงจากความเคร่งเครียดเพื่อสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้มีการใช้บริการด้านความบันเทิงมากขึ้น โดยบริการด้านวัฒนธรรม และนันทนาการของโลกมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีตั้งแต่ปี 2548-2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีแนวโน้มใส่ใจสุขภาพ และให้ความสำคัญกับคุณค่า ของสินค้าและบริการที่มากกว่าแค่ตัวสินค้า เช่น ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประเด็นเรื่อง สังคมและการเมือง รวมทั้งจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้ผู้บริโภคยังใส่ใจถึง ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการที่ทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์สูงสุดด้วย



แนวโน้มผู้บริโภคยุคใหม่

พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่มีความสำคัญต่อแนวโน้มของธุรกิจบริการในปัจจุบัน ซึ่งผู้บริโภคยุคใหม่ อาจแบ่งได้ตามช่วงวัย ดังนี้

ผู้บริโภคเด็ก Gen ใหม่

GEN Z

GEN Z คิดเป็น
33.8%

ของจำนวนประชากร
ทั้งหมดในไทย

- Gen Z (ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539-2554) และ Gen Alpha (ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555-2567) คือ Gen ของเด็กที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงานไปจนถึงเด็กที่เกิดใหม่ เป็นกลุ่มช่วงอายุที่มีสัดส่วนร้อยละ 33.8 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในไทย เป็นผู้บริโภคที่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสูง ทำให้มีช่องทางในการใช้บริการในด้านต่าง ๆ ได้มาก พหุวัยช้อย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการค้าสินค้าและบริการกับผู้บริโภคในช่วงวัยนี้ โดยผู้บริโภคในวัยข้างต้นมีความเปิดกว้างทางความคิดและให้คุณค่ากับแนวคิดที่สอดคล้องกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ เช่น มีความสนใจในสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่เน้นการใช้สินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่เน้นที่คุณค่าและความเป็นตัวตนที่หาไม่ได้ที่อื่น

- ธุรกิจบริการที่มีแนวโน้มเติบโตและสอดคล้องกับผู้บริโภค Gen นี้ คือ ธุรกิจบริการที่มีการส่งผ่านทางดิจิทัล (Digitally delivered services) ที่นับรวมธุรกิจบริการทั้งหมดที่ให้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตั้งแต่การสตรีมเกมไปจนถึงการให้คำปรึกษาผ่านระบบทางไกล โดยในปี 2565 มีมูลค่า 3.82 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 54 ของการส่งออกบริการทั้งหมดของโลก โดยมีการขยายตัวร้อยละ 16 ในปี 2564 จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากความจำเป็นต้องมีการทำงาน การเรียน และการรับความบันเทิงผ่านระบบทางไกลทำให้มีการส่งออกบริการผ่านทางดิจิทัลมากขึ้น แม้ว่าในปี 2565 มีการชะลอตัว แต่ก็ยังขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3 ประกอบกับวิถีชีวิตและความสนใจของผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้ธุรกิจบริการดังกล่าวยังได้รับความนิยม

Baby Boomer GEN X

ผู้บริโภค Gen ผู้ใหญ่ทันสมัย

• Baby Boomer (ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2489-2507) และ Gen X (ผู้ที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508-2523) คือ Gen ของวัยกลางคนไปจนถึงผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มช่วงอายุที่มีสัดส่วนร้อยละ 41.3 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในไทย โดย Baby Boomer เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเวลาร่างมากขึ้น ชอบทำกิจกรรม และมีกำลังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยใช้บริการ Facebook เป็นโซเชียลมีเดียหลักในการรับรู้ข่าวสารใหม่ ๆ จึงสามารถใช้ช่องทางดังกล่าวในการทำการตลาดได้ ในขณะที่ Gen X เป็นช่วงวัยกลางคนที่ต้องมีการวางแผนเกษียณหลังการทำงาน วางแผนเรื่องสุขภาพและประกันชีวิต ธุรกิจบริการที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในสองช่วงวัยนี้อาจเน้นที่ธุรกิจบริการสุขภาพ โดยนอกจากจะเป็นการให้บริการรักษาแล้ว อาจมีการให้บริการบำรุงร่างกายและจัดใฝ่ผ่านกิจกรรมเพื่อสุขภาพต่าง ๆ

• ธุรกิจบริการที่มีแนวโน้มเติบโตและสอดคล้องกับผู้บริโภค Gen นี้คือ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยธุรกิจบริการสุขภาพที่น่าสนใจ อาทิ โทรเวช หรือ การแพทย์ทางไกล (telemedicine) เป็นหนึ่งในการให้บริการทางการแพทย์ยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารประกอบการให้บริการทางการแพทย์ รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจบริการที่น่าสนใจ โดยไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ร่วมกับประเทศอื่นๆ เช่น บราซิล คิวบา อินเดีย จอร์แดน มาเลเซีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และ UAE จึงเป็นโอกาสของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ ธุรกิจประกันภัยและบำนาญก็เป็นธุรกิจที่อยู่ในความสนใจของ Gen ผู้ใหญ่ทันสมัย ซึ่งมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีตั้งแต่ปี 2548-2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6



การสนับสนุนของกระทรวงพาณิชย์และแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการ



• เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตามแนวโน้มธุรกิจบริการให้สามารถรองรับกับผู้บริโภคยุคใหม่ ทั้งเด็ก Gen ใหม่ และ Gen ผู้ใหญ่ทันสมัย กระทรวงพาณิชย์ มีแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการ โดยมีสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ที่ช่วยพัฒนาผู้ประกอบการให้ทันต่อแนวโน้มและความเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจ รวมทั้งมีการอบรมออนไลน์ทางเว็บไซต์ DBD Academy เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ในการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงสามารถใช้ช่องทางเหล่านี้ในการแสวงหาข้อมูล ความรู้ และนำไปปรับใช้ในการพัฒนาตนเองและใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจ

แนวโน้มของธุรกิจบริการในปัจจุบัน ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับทิศทางค่าที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

- 1** ติดตามแนวโน้มและความเปลี่ยนแปลงของโลก และแสวงหาความรู้ได้อย่างสม่ำเสมอ
- 2** สร้างความร่วมมือกับคู่ค้าที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถร่วมพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจซึ่งกันและกันได้
- 3** ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจบริการ และสร้างนวัตกรรมที่หลากหลาย ตอบสนองแนวโน้มใหม่ ๆ พัฒนารูปแบบหรือช่องทางการให้บริการผ่านทางดิจิทัล และปรับตัวสู่เศรษฐกิจดิจิทัล
- 4** ให้ความสำคัญกับคุณค่าและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการทำธุรกิจบริการตอบสนองต่อแนวโน้มใหม่ของโลกที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อาทิ ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม สังคมผู้สูงอายุ สุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตามแนวทางให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลก

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนมกราคม 2567

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนมกราคม 2567

ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline Inflation CPI	ม.ค. 67: 106.98 ส.ค. 66: 106.96	0.02 -0.46	-1.11 -0.83	-1.11 1.23
เงินเฟ้อพื้นฐาน ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน Core Inflation Core CPI	ม.ค. 67: 104.60 ส.ค. 66: 104.58	0.02 0.06	0.52 0.58	0.52 1.27
ดัชนีราคาผู้ผลิต PPI	ม.ค. 67: 110.3 ส.ค. 66: 110.0	0.3 -1.2	0.3 -0.8	0.3 -2.4
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง CMI	ม.ค. 67: 112.0 ส.ค. 66: 112.0	0.0 -0.4	-1.0 -0.4	-1.0 0.1
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม CCI	ม.ค. 67: 54.5 ส.ค. 66: 54.8			

ในภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนมกราคม 2567 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนมกราคม 2567 เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2566 ลดลงร้อยละ 1.11 (YoY) ลดลงติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 และต่ำสุดในรอบ 35 เดือน สาเหตุสำคัญยังคงมาจากมาตรการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานของภาครัฐที่ทำให้สินค้าในกลุ่มพลังงานปรับลดลง โดยเฉพาะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและค่ากระแสไฟฟ้า ประกอบกับราคาสินค้าในกลุ่มอาหารสดยังคงลดลงต่อเนื่อง ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวลดลงตามการลดลงของหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กเป็นสำคัญ ขณะที่ดัชนีราคาผู้ผลิตปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยจากการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 14 โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ดัชนีราคาผู้บริโภค

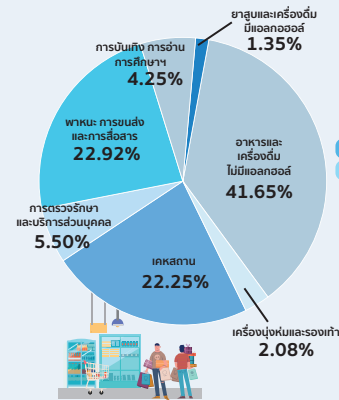
เดือนมกราคม 2567 ลดลงร้อยละ 1.11 (YoY)

ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนมกราคม 2567 ลดลงร้อยละ 1.11 (YoY) จากการลดลงของหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 1.13 (YoY) ตามการลดลงของราคาน้ำมันในกลุ่มดีเซล แก๊สโซฮอล์ 91 E20 E85 และค่ากระแสไฟฟ้า รวมทั้งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด (ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน) ขณะที่หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ลดลงร้อยละ 1.06 (YoY) ตามการลดลงของราคาสินค้าในกลุ่มเนื้อสัตว์ เป็ด ไก่และสัตว์น้ำ (เนื้อสุกร ไก่สด ปลาหู กุ้งขาว ปลากะพง) ผักสด (มะเขือ มะนาว แตงกวา) และผลไม้ (ส้มเขียวหวาน ลองกอง มะม่วง) สำหรับสินค้าที่ราคาสูงขึ้นเล็กน้อย อาทิ ข้าวสารเหนียว ขนมอบ นมถั่วเหลือง นมเปรี้ยว กะทิสำเร็จรูปน้ำพริกแกง กาแฟผงสำเร็จรูป กาแฟ/ชา (ร้อน/เย็น) กวยเตี๋ยว ข้าวแกง/ข้าวกล่อง และอาหารกลางวัน (ข้าวราดแกง)

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (หักอาหารสดและพลังงานออก) สูงขึ้นร้อยละ 0.52 (YoY) ส่วนดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2566 สูงขึ้นร้อยละ 0.02 (MoM)

สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลงจำแนกรายหมวด

หมวดหมู่	YoY	MoM	YoY	MoM	YoY	MoM	YoY	MoM
อาหาร เครื่องดื่ม	-1.06	-0.31	0.33	0.33	0.93	0.23		
เครื่องบ่มเพาะ รองเท้า	-0.10	-0.14	0.58	-0.06	0.94	0.03		
ที่อยู่อาศัย	-0.74	0.33	0.94	0.03				
ยา ของใช้ส่วนบุคคล	0.93	0.23						
ยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	-2.50	0.33	0.58	-0.06	0.94	0.03		
การบริการที่พักและโรงแรม	0.33	0.33						
บุหรี่ยาสูบ	0.94	0.03						

แนวโน้มเงินเฟ้อเดือนกุมภาพันธ์ 2567

แนวโน้มเงินเฟ้อเดือนกุมภาพันธ์ 2567 มีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำ และมีโอกาสลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (1) มาตรการลดค่าครองชีพด้านพลังงานโดยการตรึงราคาค่ากระแสไฟฟ้าในอัตราไม่เกิน 3.99 บาทต่อหน่วย สำหรับครัวเรือนที่ใช้ไฟฟ้าไม่เกิน 300 หน่วยต่อเดือน (2) มาตรการตรึงราคาน้ำมันดีเซลไม่เกิน 30 บาทต่อลิตร และ (3) ผลกระทบจากปรากฏการณ์เอลนีโญที่มีแนวโน้มลดลง ทำให้ปริมาณผักสดเข้าสู่ตลาดมากกว่าปีก่อนหน้า ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังคงคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปี 2567 อยู่ระหว่างร้อยละ (-0.3) – 1.7 (ค่ากลางร้อยละ 0.7) ซึ่งเป็นอัตราที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน



ดัชนีราคาผู้ผลิต

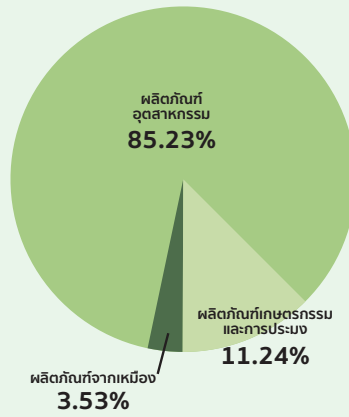
เดือนมกราคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 0.3** (YoY)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนมกราคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 0.3** (YoY) จากการสูงขึ้นของราคาสินค้า**หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ร้อยละ 0.9 อาทิ กลุ่มผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอื่นๆ (ทองคำ) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก ยานยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแร่โลหะ เนื่องจากราคาเคลื่อนไหวตามทิศทางราคตลาดโลก และ**หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง** สูงขึ้นร้อยละ 4.6 เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าเกษตรสำคัญ อาทิ ข้าวเปลือกเหนียว อ้อย ยางพารา และผลปาล์มสด เนื่องจากความต้องการเพิ่มขึ้นจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับสินค้าที่ราคาปรับลดลง ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กลุ่มสัตว์มีชีวิต (สุกร โค ไก่) และกุ้งแวนนาไม

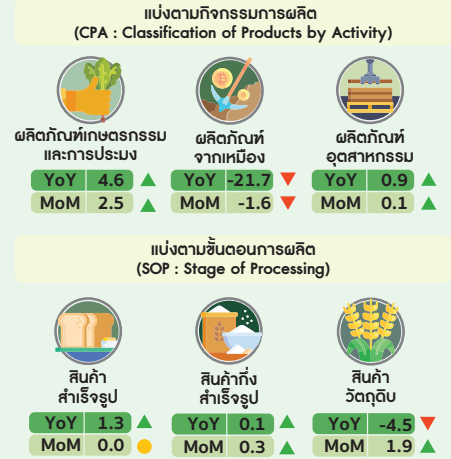
ดัชนีราคาผู้ผลิต ในเดือนนี้ เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมปีที่ผ่านมา 2566 สูงขึ้นร้อยละ 0.3 (MoM)

สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง
จำแนกรายหมวด



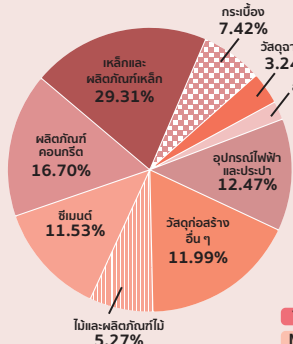
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนมกราคม 2567 **ลดลงร้อยละ 1.0** (YoY)

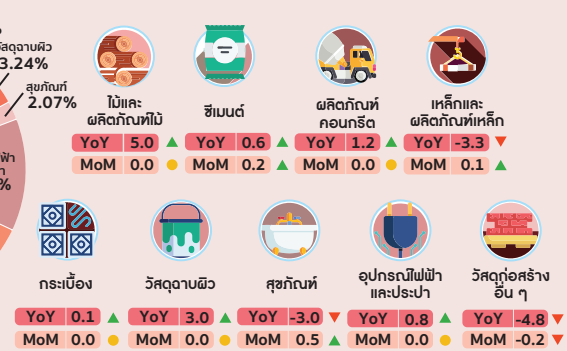
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนมกราคม 2567 **ลดลงร้อยละ 1.0** (YoY) สาเหตุหลักยังคงเป็น**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** ลดลงร้อยละ 3.3 จากการลดลงของราคาเหล็กในตลาดโลก และการลงทุนโครงการก่อสร้างของภาครัฐที่ล่าช้าจากการจัดท่างบประมาณ นอกจากนี้ **หมวดสุขภัณฑ์** ลดลงร้อยละ 3.0 (โถส้วมชักโครก ราวจับสแตนเลส) จากการชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ และ**หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** ลดลงร้อยละ 4.8 จากการลดลงของยางมะตอยที่ลดลงตามราคาปิโตรเลียม ขณะที่**หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** สูงขึ้นร้อยละ 5.0 (ไม้พื้น ไม้ฝา ไม้คาน เสาเข็ม ไม้วงกบ ประตู วงกบหน้าต่าง) **หมวดวัสดุฉนวน** สูงขึ้นร้อยละ 3.0 (สีเคลือบน้ำมัน สีรองพื้นปูน สีรองพื้นโลหะ และสีน้ำอะคริลิกทาภายในและภายนอก) **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** สูงขึ้นร้อยละ 1.2 (ท่อระบายน้ำคอนกรีต เสาเข็มคอนกรีตอัดแรง คอนกรีตผสมเสร็จ และคอนกรีตหยาบ) **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** สูงขึ้นร้อยละ 0.8 (สายเคเบิล THW สายส่งกำลังไฟฟ้า NYY สายไฟฟ้า VCT และท่อ PVC) **หมวดซีเมนต์** สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสมปูนฉาบสำเร็จรูป และปูนกาวซีเมนต์) และ**หมวดกระเบื้อง** สูงขึ้นร้อยละ 0.1 (กระเบื้องเคลือบปูพื้น กระเบื้องคอนกรีตมุงหลังคา ครอบสันโค้ง)

สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง
จำแนกรายหมวด



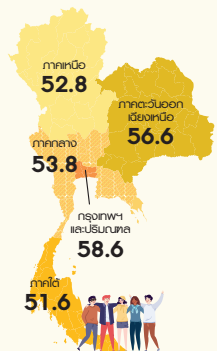
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมปีที่ผ่านมา 2566 ไม่เปลี่ยนแปลง (MOM)



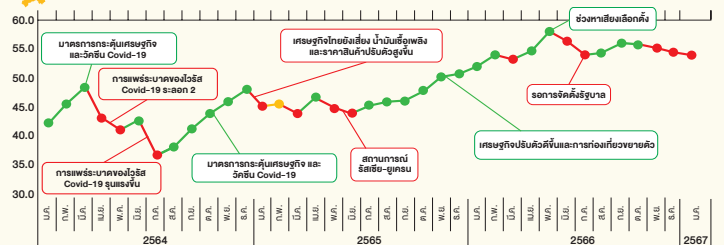
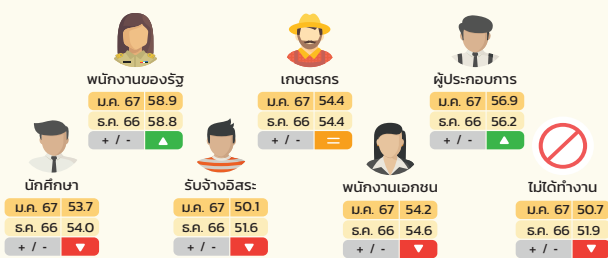
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนมกราคม 2567 **เท่ากับ 54.5** (YoY)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมกราคม 2567 **ปรับลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ระดับ 54.5** จาก 54.8 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับลดลงทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน และในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปัจจัยบวกที่ส่งผลให้ดัชนีฯ ยังอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น (ดัชนีฯ มีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป) คาดว่ามาจากราคาสินค้าเกษตรสำคัญหลายรายการปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะปาล์ม น้ำมัน และยางพารา ประกอบกับภาครัฐดำเนินมาตรการลดค่าครองชีพอย่างต่อเนื่องทั้งการปรับลดค่าไฟฟ้าและการตรึงราคาน้ำมันดีเซล นอกจากนี้ ภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวของไทยปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ส่วนปัจจัยกดดันที่ทำให้ดัชนีฯ ปรับลดลงเล็กน้อย อาทิ ปัญหาหนี้สินในครัวเรือน และรายได้ที่ยังไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพเท่าที่ควร



อัตราการเปลี่ยนแปลง
จำแนกรายหมวด



การค้าระหว่างประเทศไทย

เดือนธันวาคม 2566

การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2566

มีมูลค่า **22,791.6** ล้านเหรียญสหรัฐ (795,824 ล้านบาท)

↑ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 **4.7%**
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **2.1%**



การส่งออกของไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับหลาย ๆ ประเทศในเอเชีย ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนแต่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากการชะลอตัวของภาวะเงินเฟ้อสูง ซึ่งส่งผลดีต่ออุปสงค์และความเชื่อมั่นในการบริโภคของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่เป็นอุปสรรคทางการค้าและความเสี่ยงต่อห่วงโซ่อุปทานโลกยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องเฝ้าระวัง เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อส่งออกในระยะต่อไป ทั้งนี้ การส่งออกไทยปี 2566 หดตัวร้อยละ 1.0 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 0.6

• ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

ตลาดหลัก ขยายตัว 1.1%

สหรัฐฯ	จีน	อาเซียน (5)
+0.3%	+2.0%	+18.0%

แต่หดตัวในตลาด

ญี่ปุ่น	สหภาพยุโรป (27)	CLMV
-3.7%	-5.3%	-9.4%

ตลาดรอง ขยายตัว 7.5%

เอเชียใต้	ทวีปออสเตรเลีย	ลาตินอเมริกา	รัสเซียและกลุ่ม CIS
+7.0%	+5.4%	+14.4%	+50.4%

แต่หดตัวในตลาด

ตะวันออกกลาง	แอฟริกา	สหราชอาณาจักร
-5.4%	-0.1%	-22.8%

ตลาดอื่น ๆ ขยายตัว 355.2%

สวิตเซอร์แลนด์
567.6%

• **การนำเข้า** เดือนธันวาคม 2566 มีมูลค่า 21,818.8 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัวร้อยละ 3.1 สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ สหรัฐฯ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และได้หวัน เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ จีน และญี่ปุ่น เป็นต้น

• **ดุลการค้า** เดือนธันวาคม 2566 การค้าเกินดุล 972.80 ล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ดุลการค้าทั้งปี 2566 ขาดดุล 5,192.5 ล้านเหรียญสหรัฐ

• ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาส่งออก เดือนธันวาคม 2566 เท่ากับ 109.5 สูงขึ้นร้อยละ 1.4 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเกษตรกรรม หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร และ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ขณะที่หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิงกลับมาปรับตัวลดลง

ดัชนีราคานำเข้า เดือนธันวาคม 2566 เท่ากับ 110.2 ลดลงร้อยละ 0.7 (YoY) ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิง และหมวดสินค้าทุน ขณะที่หมวดสินค้าที่ส่งผลให้ดัชนีราคานำเข้าปรับตัวสูงขึ้นได้แก่ หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค และ หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง



การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐ (Million USD)	ร.ค. 2566 Dec 2023	ม.ค. – ร.ค. 2566 Jan-Dec 2023
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	22,791.6 +4.7%	284,561.8 -1.0%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	21,818.8 -3.1%	289,754.3 -3.8%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+972.8	-5,192.5

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ร.ค. 66

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,686.3	+4.3	11.8	สหรัฐอเมริกา	3,969.0	+0.3	17.4
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,838.5	+2.5	8.1	จีน	2,611.1	+2.0	11.5
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,088.9	+3.9	4.8	ญี่ปุ่น	1,730.3	-3.7	7.6
น้ำมันสำเร็จรูป	981.4	+42.6	4.3	ออสเตรเลีย	1,096.6	+17.8	4.8
อัญมณีและเครื่องประดับ	972.3	+71.1	4.3	มาเลเซีย	1,005.5	+9.3	4.4

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ร.ค. 66

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
น้ำมันดิบ	3,062.8	+7.4	14.0	จีน	5,529.2	-0.3	25.3
แผงวงจรไฟฟ้า	1,617.4	+12.1	7.4	ญี่ปุ่น	2,227.7	-13.1	10.2
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,547.3	-11.8	7.1	สหรัฐอเมริกา	1,753.8	+21.7	8.0
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,539.0	+1.8	7.1	สหรัฐอเมริกา ออสเตรีย	1,509.5	+29.0	6.9
เคมีภัณฑ์	1,264.2	-14.4	5.8	ไต้หวัน	1,417.7	+80.5	6.5

ดัชนีราคาส่งออก – นำเข้า เดือน ร.ค. 66

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ต.ค. 66	พ.ย. 66	ร.ค. 66	ดัชนี	
				ร.ค. 66	ร.ค. 66
ส่งออก	-0.1	-0.2	0.1	1.4	109.5
นำเข้า	-0.2	-0.1	-0.6	-0.7	110.2



การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินงานที่สำคัญในเดือนธันวาคม เพื่อกระตุ้นการส่งออกในช่วงท้ายปี 2566 ถึงต้นปี 2567 อาทิ (1) การประชุมร่วมภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อวางแนวทางมาตรการบริหารจัดการผลไม้ ปี 2567 แบบครบวงจร ผ่านมาตรการเชิงรุก 6 ด้าน 25 แผนงาน โดยมีแผนงานสำคัญ ที่เกี่ยวกับการส่งออกอย่างงานมหกรรมการค้าชายแดน เพื่อส่งเสริมการค้าผลไม้ไทยในประเทศเพื่อนบ้าน (2) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ เช่น งาน The BIG 5 Show ณ นครดูไบ สำหรับส่งเสริมการส่งออกสินค้าวัสดุก่อสร้าง งาน Asia TV Forum & Market Singapore ณ สิงคโปร์ เพื่อขยายช่องทางการตลาดให้แก่อุตสาหกรรมบันเทิงไทย (3) การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ที่มีมูลค่ารวมกว่า 650 ล้านบาท ซึ่งมีกิจกรรมสำคัญ เช่น การจับคู่ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในงาน ThaiTAM 2023 ภายใต้งานเกษตร กำแพงแสน โดยมีผู้นำเข้า 24 บริษัท จาก 6 ประเทศ (เคนยา โมซัมบิก ไนจีเรีย มาเลเซีย เวียดนาม และบังกลาเทศ) (4) การส่งเสริมสินค้าส่งออกผ่านธุรกิจภาคบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การส่งเสริมเมนูผลไม้ผ่านร้านอาหาร Thai Select ทั่วโลก ตลอดจนยังผลักดันการส่งออกผลไม้ผ่านการใช้ประโยชน์จาก FTA (5) การเร่งขับเคลื่อนการค้าและเศรษฐกิจเชิงรุกในจีน โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างพาณิชย์จังหวัด สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 9 แห่ง สถานเอกอัครราชทูต และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ในต่างประเทศ ตามนโยบาย “การทูตเศรษฐกิจเชิงรุก” ของนายกรัฐมนตรี (6) การส่งเสริม soft power ไทย เพื่อสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจัดงาน “Muaythai Global Power” ร่วมกับการกีฬาแห่งประเทศไทย และสมาพันธ์มวยไทยนานาชาติ เพื่อต่อยอดมวยไทยในเชิงธุรกิจ ทั้งค่ายมวย อิมมูมมวย อุปกรณ์กีฬา ตลอดจนแฟชั่น ภาพยนตร์ แอนิเมชัน และเกม และ (7) การบรรลุผลการเจรจา FTA ไทย-ศรีลังกา ซึ่งเป็นความสำเร็จในการเจรจา FTA ฉบับที่ 15 ของไทย ครอบคลุมทั้งการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา และคาดว่าจะลงนามได้ในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2567 ต่อไป

แนวโน้มการส่งออกในปี 2567

กระทรวงพาณิชย์ ตั้งเป้าหมายการทำงานไว้ที่ขยายตัวร้อยละ 1.99 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 290,000 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 10 ล้านล้านบาท โดยมีปัจจัยหนุนจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกที่มีเสถียรภาพมากขึ้น แรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่บรรเทาลง และการสิ้นสุดการใช้นโยบายการเงินตึงตัวของประเทศเศรษฐกิจหลัก ส่งผลดีต่อปริมาณการค้าโลกให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีแรงหนุนจากการสำรองสินค้าเกษตรและอาหารตามมาตรการรักษาความมั่นคงทางอาหารของประเทศคู่ค้า และการฟื้นตัวของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกตามวัฏจักรของสินค้า อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยเสี่ยงที่ต้องเฝ้าระวัง ได้แก่ ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลกและต้นทุนสินค้า ผลกระทบจากภัยแล้งในหลายพื้นที่ทั่วโลก และเศรษฐกิจจีนฟื้นตัวช้ากว่าที่คาด ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์มีแผนจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกมากกว่า 400 กิจกรรมในประเทศต่าง ๆ ทั้งการบุกตลาดเมืองรอง และการขับเคลื่อนการเจรจา FTA ภายใต้ “นโยบายการทูตเศรษฐกิจเชิงรุก” ของรัฐบาล ซึ่งได้บูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อผลักดันการส่งออกไทยให้เติบโต และเป็นฟันเฟืองสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจไทยต่อไป

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
การค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนธันวาคม 2566
ผ่าน QR Code นี้



สหรัฐฯ ยกเลิกมาตรการ AD แผ่นเหล็กทำกระป๋อง 4 ประเทศ

คณะกรรมการการค้าระหว่างประเทศสหรัฐฯ (USITC) มีมติให้ยกเลิกการเก็บอากรป้องกันการค้าที่คล้ายคลึงกับสินค้าประเภทแผ่นเหล็กกล้าสำหรับใช้ทำกระป๋องบรรจุอาหารที่นำเข้าจากแคนาดา เม็กซิโก เกาหลีใต้ และจีน หลังจากตรวจสอบว่าการนำเข้าสินค้าดังกล่าวไม่ได้สร้างความเสียหายต่อผู้ผลิตภายในประเทศ โดยมติดังกล่าวครอบคลุมไปถึงการยกเลิกคำสั่งของกระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ ที่ให้เก็บอากรตอบโต้การอุดหนุนสินค้าประเภทดังกล่าวที่นำเข้าจากจีนด้วย ทั้งนี้ การนำเข้าสินค้าประเภทแผ่นเหล็กกล้าจากจีน เกาหลีใต้ ไต้หวัน และตุรกีเข้าสู่สหรัฐฯ ยังคงจำเป็นต้องเสียภาษีสำหรับนำเข้าสินค้าประเภทเหล็กกล้าที่ 25% ในขณะที่ผู้ผลิตเหล็กกล้าในอเมริกาเหนือ ยุโรป และอังกฤษ ได้รับสัดส่วนโควตาการนำเข้าโดยไม่ต้องเสียภาษีประเภทดังกล่าว



จีนหนุนสงเคราะห์ ผ่านเงินกู้ 330 ล้านหยวน ดัน GDP

จีนประกาศมาตรการสนับสนุนภาคอสังหาริมทรัพย์ในประเทศครั้งใหม่ ผ่านการให้เงินกู้มูลค่ารวมกว่า 330 ล้านหยวน (ราว 46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ให้แก่โครงการตามบัญชีรายชื่อ (Whitelist) โดยพิจารณาจากความเหมาะสมในการได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาล ขณะเดียวกันนครเซี่ยงไฮ้และเมืองซูโจวได้ปรับกฎระเบียบในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ โดยมีการผ่อนคลายนโยบายที่เข้มงวดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ซื้อและเขตพื้นที่ที่อนุญาตให้มีการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อส่งเสริมให้เกิดความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในเมืองดังกล่าว โดยมาตรการดังกล่าวได้ประกาศออกมาหลังจากที่ศาลฮ่องกงมีคำตัดสินให้บริษัทเอเวอร์แกรนด์เลิกกิจการเพื่อดำเนินการขายทรัพย์สินมาชำระหนี้ที่ติดค้างไว้ ทั้งนี้ ภาคอสังหาริมทรัพย์คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 4 ของมูลค่า GDP ของจีน



ยุโรปคุมเข้ม นำร่อง

7 กลุ่มสินค้าส่งออก ปลอดการทำลายป่า

สหภาพยุโรป (EU) ออกกฎระเบียบว่าด้วยสินค้าปลอดจากการตัดไม้ทำลายป่า (EU Deforestation Regulation: EUDR) ประกาศใช้เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2566 ครอบคลุม 7 กลุ่มสินค้าคือ โกโก้ กาแฟ ถั่วเหลือง ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน โค และไม้ และผลิตภัณฑ์แปรรูป มาตรการ EUDR กำหนดระยะเวลาเปลี่ยนผ่าน 18 เดือน ก่อนการนำสู่การปฏิบัติ สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ (30 ธันวาคม 2567) และ 24 เดือน สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย (SME) (30 ธันวาคม 2568) โดยสินค้าที่นำเข้าและส่งออกจาก EU ต้องผ่านข้อกำหนด 3 ข้อ ได้แก่ ผลผลิตของสินค้าต้องไม่ได้มาจากการบุกรุกพื้นที่ป่า กระบวนการผลิตที่ปฏิบัติตามกฎหมาย และได้รับการตรวจสอบและประเมินสินค้า (Due Diligence)



เกาะติดสถานการณ์
เศรษฐกิจการค้า
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!

เพียง 1 สแกน QR Code 2 กด LIKE 3 เลือก Favorites
Facebook: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



tpsso.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



http://tpsso.go.th



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

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