

ปีที่ 3 ฉบับที่ 15 ประจำเดือนตุลาคม 2555

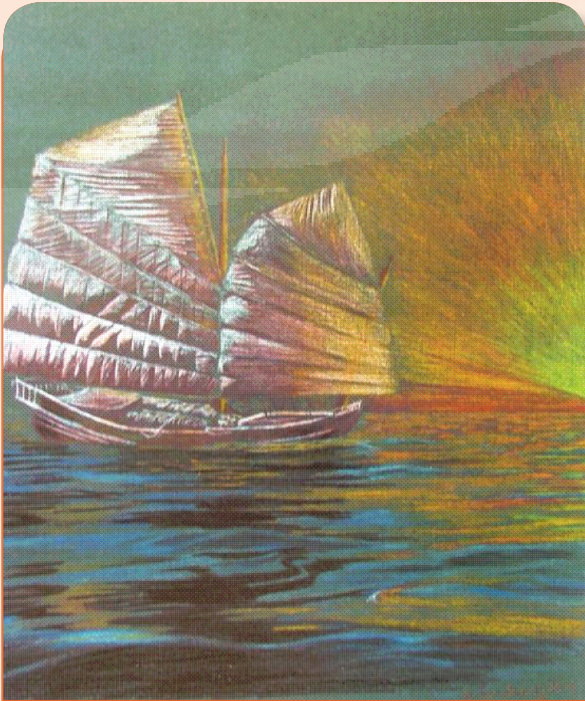
## ❖ ขางพาราไทย และ อาเซียนในตลาดโลก



## ❖ ขุทธการช่วงชิงความเป็นหนึ่ง ในตลาดรถยนต์ AEC

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย | ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า  
การค้าระหว่างประเทศของไทย | สถานการณ์ราคาสินค้าสำคัญ





## Editor's Note

วารสาร สนย. ฉบับที่ 15 นี้ ขอต้อนรับปี(งบประมาณ)ใหม่ 2556 ขอให้ทุกท่านเริ่มการทำงานด้วยความราบรื่น ร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้การงานก้าวหน้า ดังพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน 1 เม.ย. 55 ที่ว่า "...ข้าราชการทุกคน ทุกฝ่าย ทุกระดับ จึงต้องไม่ถือตัวแบ่งแยกกัน หากต้องพิจารณาให้เห็นความสำคัญของกันและกัน แล้วร่วมงานประสานสัมพันธ์กัน ด้วยความเป็นมิตร ด้วยความเข้าใจเห็นใจกัน และด้วยความเมตตาปรองดองกัน งานของแผ่นดินทุกส่วน จึงได้ดำเนินก้าวหน้าไปพร้อมเสมอกัน และยิ่งประโยชน์ที่พึงประสงค์ คือ ความเจริญมั่นคง ให้เกิดแก่บุคคล แก่งาน และแก่ส่วนรวมได้แท้จริง"

วารสาร สนย. ฉบับนี้นำเสนอเรื่อง "ayangparatay และอาเซียน ในตลาดโลก" และ "ยุทธการช่วงชิงความเป็นหนึ่งในตลาดรถยนต์ AEC" เราจะได้เห็นว่า ayangparatay และอุตสาหกรรมยานยนต์ ของไทยอยู่ตำแหน่งใด ระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียน ผ่านการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศผู้ค้ารายใหญ่ในอาเซียน และไทยจะก้าวต่อไปอย่างไรเมื่อเปิดเสรี AEC และยังพบกับคอลัมน์ประจำเช่นเคย

วารสาร สนย. ยังต้องการข้อเสนอแนะและคำติชมต่างๆ จากผู้อ่านทุกท่าน เพื่อพัฒนาวารสาร สนย.ต่อไป

บรรณาธิการ

## CONTENT

Special Talks	3
ayangparatay และอาเซียน ในตลาดโลก	4
ยุทธการช่วงชิงความเป็นหนึ่งในตลาดรถยนต์ AEC	6
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย	10
สถานการณ์ราคาสินค้าสำคัญ	11

ผู้จัดทำ  
ที่ปรึกษา  
ผู้อำนวยการ  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
เบญจวรรณ รัตนประยูร

บรรณาธิการ  
รองผู้อำนวยการ  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
ลินา พงษ์พุกษา

กองบรรณาธิการ  
กมลวรรณ อนุภาพพันธ์ ไพศาล มะระพุกษวรรณ  
พรกมล เกษอารี พัจณา ปัญจมิตร  
วิมล เจริญฤทธิ์ สมจิตร เดิมธรณินทร์

เจ้าของ  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์  
44/100 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ  
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000  
โทร 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687

## Getting Around with TPSO

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จับมือภาคเอกชน ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จัดรับฟังความคิดเห็น โอกาส ศักยภาพการยกระดับด้านสิงขร เป็นจุดผ่านแดนถาวร พร้อมลงบันทึกความเข้าใจระหว่างหอการค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับหอการค้าจังหวัดมะริด สหภาพเมียนมาร์ เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดด่านสิงขรเป็นด่านถาวรที่ ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในปลายปีนี้ เพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านตามโครงการ 1 ด้านชายแดน 1 ประตุการค้า ตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี ณ ห้องประชุมศาลากลางจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมี นายวีระ ศรีวัฒนตระกูล ผู้ว่าราชการจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นายไพศาล มะระพุกษวรรณ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ พร้อมเจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ นายศุภอัฐ ณรงค์ฤทธิ์ ประธานหอการค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และนายวิรัช ปิยพรไพบูลย์ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยทางสหภาพเมียนมาร์มี MR.TUN TUN WIN รองประธานหอการค้า และสภาอุตสาหกรรมจังหวัดมะริด และนักธุรกิจจากสหภาพเมียนมาร์ กว่า 40 คน ได้เข้าร่วมสัมมนา พร้อมทั้งนักธุรกิจชาวไทยทั้งในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดต่างๆ กว่า 50 คนเข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นในการยกระดับด้านสิงขรเป็นจุดผ่านแดนถาวรในปลายปีนี้



# เรื่องเล่าจากเวียดนาม

Special Talks

นฤมล สฤกษ์รัตนศักดิ์  
สำนักยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพความสามารถทางการแข่งขัน



การเปิดประตูการค้าให้กับธุรกิจภาคเหนือ 17 จังหวัด ในประเทศลาวและเวียดนาม ระหว่างวันที่ 25 สิงหาคม 2555 ถึง วันที่ 1 กันยายน 2555 กระทรวงพาณิชย์ โดยท่านพดล สรรวาสี ที่ปรึกษาการพาณิชย์ (ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นรองปลัดกระทรวงพาณิชย์) และนางสาวสิริมา พงษ์พุกษา รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้นำคณะผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ภาคเหนือ 17 จังหวัดของไทย และข้าราชการส่วนกลาง รวมทั้งสิ้น 74 คน เดินทางสำรวจเส้นทางทางการค้าระยะทางกว่า 1,306 กิโลเมตร พร้อมทั้ง เข้าร่วมหารือหรือประชุมเจรจาธุรกิจการค้ากับภาครัฐและเอกชน เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป. ลาว และหลายเมืองสำคัญของประเทศเวียดนาม ได้แก่ นครวิน จังหวัดเหงะอาน เมืองฮาดิง เมืองด่งเหยย จังหวัดกว๋างบิง เมืองดงฮา เมืองเว้ นครดานัง เมืองฮอยอัน จังหวัดกว๋างนาม

ความสำเร็จในการเดินทางครั้งนี้ นอกจากจะสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรภาครัฐและเอกชนแล้ว ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในระดับย่อยหลายรายประสบความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้า บริการระหว่างกัน ซึ่งเคล็ดลับของผู้ประกอบการที่สามารถเจรจาการค้าได้ สรุปรวบรวมมาแล้วมีดังนี้ค่ะ



**รู้เขารู้เรา** เริ่มต้นก่อนเดินทางผู้ประกอบการหลายท่าน ได้ศึกษาภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรมของผู้บริโภค รวมถึงสำรวจความต้องการ หรือความสนใจผู้บริโภคจากการค้าในตลาดที่ต้องการจะเจาะตลาดไว้ล่วงหน้า ทำให้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างการเจรจารับรู้ มีความเป็นกันเอง สามารถ สร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ มีแหล่งรวบรวมข้อมูลในเวปไซต์ และมีหน่วยงานในต่างประเทศ พร้อมทั้งจะ อำนวยความสะดวกทั้งข้อมูลการตลาด ข้อมูลการค้า และข้อมูลด้านการพาณิชย์ โดยสามารถประหยัดเวลาและต้นทุนของผู้ประกอบการได้ในเบื้องต้น



**สินค้าตัวอย่างที่น่าดึงดูดใจ** สำหรับผู้ประกอบการหลายรายที่เป็นกลุ่มสินค้านำสมัยหรือสินค้า Creative ต่างๆ ซึ่งกังวลเรื่องการถูกลอกเลียนแบบสินค้า จะนำ โบร์ซัวร์เป็นตัวอย่งการนำเสนอสินค้าที่ผลิต และนำตัวอย่างสินค้าที่มีคุณสมบัติ หรือลักษณะใกล้เคียงกันไปนำเสนอแทน โดยโบร์ซัวร์ที่แปลเป็นภาษาท้องถิ่น จะได้รับความสนใจมากกว่าค่ะ แต่บูร์ซัวร์ที่ดึงดูดความสนใจทุกครั้ง คือ กลุ่มสินค้าเกษตรอาหารแปรรูป เพราะนอกจากจะได้ลิ้มลองตัวอย่างอาหารแปรรูป ที่แสนอร่อยแล้ว ผู้ที่มาเยี่ยมชมยังสามารถซื้อสินค้าตัวอย่างที่บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบอย่างทันสมัย ทำให้หลายคนสามารถซื้อติดไม้ติดมือไปทดสอบเพิ่มเติมได้



**การตั้งราคาจำหน่ายที่เหมาะสม :** ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะตั้งราคาขายโดยคิดจากราคาต้นทุน และคำนวณเป็นเงินต้อง โดยพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนของตลาดในแต่ละวันและปิดเศษขึ้นเพียงเล็กน้อยเพื่อป้องกันความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน โดยผู้ประกอบการที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการขนส่งได้ ส่วนใหญ่จะได้รับคำสั่งซื้อ กลับมาด้วย เพราะคู่แข่งสามารถตัดสินใจได้ในทันที

**การใช้ล่าม** คู่ค้าที่นิยมใช้ภาษาท้องถิ่นในการเจรจาซื้อขายสินค้า ผู้ประกอบการควรเลือก “ล่าม” ที่มีความรู้เกี่ยวกับ ศัพท์ทางการค้า พร้อมทั้งขอให้ “ล่าม” ได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท สินค้า และศัพท์เทคนิคต่างๆ ไว้ล่วงหน้า เพื่อทำให้การสื่อสารระหว่างคู่แข่งเป็นไปอย่างเข้าใจถูกต้องตรงกัน มีความชัดเจน และผู้ซื้อมีความเข้าใจในสินค้า ที่จะเสนอขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเปิดตลาดต่างประเทศไม่ยาก เพียงศึกษาข้อมูลและเตรียมตัวล่วงหน้า เพียงแค่นี้ความสำเร็จในเวทีการค้าไม่ไกล “แค่อ้อม” ค่ะ



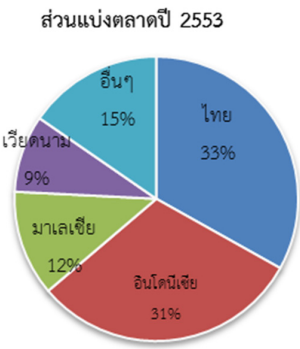


ญาณี ศรีมณี  
ทวีพล จันทนะสาโร  
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำเกษตรกร

อาเซียนเป็นผู้ส่งออกยางพาราออกสู่ตลาดโลกมากที่สุด มีส่วนแบ่งตลาดกว่าร้อยละ 80 มีประเทศไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม เป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 4 อันดับแรกของโลก ในปี 2553 ไทยและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่า 60% ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าสูงถึง 15,225 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาด 33.1% ตามด้วย อินโดนีเซีย ที่มีส่วนแบ่งตลาดใกล้เคียงกัน 30.7% ส่วนมาเลเซียและเวียดนามตามมาเป็นอันดับ 3 และ 4 โดยทั้งสองประเทศมีส่วนแบ่งตลาดรวมกัน 20.8% (มาเลเซีย 12% และเวียดนาม 8.8%) ซึ่งถ้านำมูลค่าการส่งออกยางพาราของทั้ง 4 ประเทศมารวมกันพบว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากถึง 84.6% ของการส่งออกยางพาราทั้งหมด

ยางพาราที่แต่ละประเทศส่งออกนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องคุณภาพและประเภทของยางพารา ซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ น้ำยางธรรมชาติ ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางธรรมชาติรูปแบบอื่นๆ (เช่น ยางเครป และยางสก็ม) และยางอื่นๆ (เช่น ยางบาลาตา ยางไม้สีขาว และซีเคิล)

มูลค่าส่งออกยางพาราแยกตามประเภทของไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย และเวียดนาม ไปยังตลาดโลก ปี 2553



	ไทย	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เวียดนาม
น้ำยางธรรมชาติ	1,881.9	31.2	168.5	298.1
ยางแผ่นรมควัน	2,309.9	192.5	35.6	90.4
ยางแท่ง	3,066.4	7,102.9	2647.4	647.1
ยางธรรมชาติรูปแบบอื่นๆ	637.4	0	12.1	1,051.8
อื่นๆ	0.4	2.5	0	2.5
รวม	7,896	7,329.1	2,863.6	2,089.9

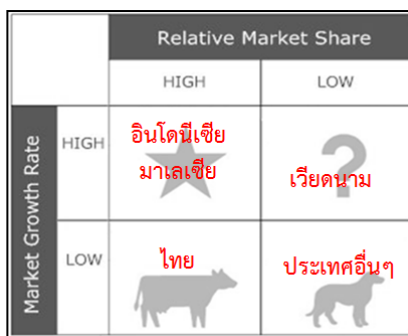
ที่มา: คำนวณจากฐานข้อมูล United Nations Commodity Trade Statistics Database

แต่ละประเทศส่งออกยางพาราแต่ละประเภทในสัดส่วนที่แตกต่างกัน โดยประเทศไทยถือว่าส่งออกยางพาราในเกือบทุกประเภท โดยส่งออกยางแท่งมากที่สุด ตามด้วย ยางแผ่นรมควัน น้ำยางธรรมชาติ และยางธรรมชาติในรูปแบบอื่นๆ ในขณะที่อินโดนีเซียนั้นเน้นการส่งออกยางแท่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งมูลค่าการส่งออกยางแท่งมากกว่าประเทศไทยเกิน 2 เท่า แต่มีการส่งออกยางประเภทอื่นน้อยมาก เช่นเดียวกับกับประเทศมาเลเซียที่เน้นการส่งออกยางแท่งเป็นหลักและส่งออกยางประเภทอื่นน้อยมาก ส่วนประเทศเวียดนาม มีการส่งออกยางธรรมชาติในรูปแบบอื่นๆ มากที่สุด สาเหตุที่แต่ละประเทศผลิตยางพาราในรูปแบบที่แตกต่างกันเนื่องจากมีตลาดที่รองรับแตกต่างกันอย่างชัดเจน ประเทศไทยเน้นส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นและจีน ซึ่งนิยมใช้ยางแผ่นรมควันจากไทย เนื่องจากมีคุณภาพดี ความยืดหยุ่นสูงและราคาที่เหมาะสม ยางแท่งจากอินโดนีเซียและมาเลเซียส่งออกยุโรปและอเมริกา ส่วนเวียดนามมียางที่คุณภาพดีและราคาถูก ซึ่งส่งออกไปจีนเช่นกันแต่มีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ

### การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดโดยแบบจำลอง BCG Model

ส่วนแบ่งตลาด และสถานะของยางพาราของไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ในตลาดโลก ปี 2553

ประเทศ	อัตราการขยายตัว (%)	ส่วนแบ่งตลาด (%)	สถานะ
ไทย	83.3	33.1	ทำเงิน
อินโดนีเซีย	125.9	30.7	ดาวรุ่ง
มาเลเซีย	126.0	12	ดาวรุ่ง
เวียดนาม	88.5	8.8	ไม่ชัดเจน
อื่นๆ	60.5	15.4	แย้
โลก	95.2		



ที่มา: คำนวณจากฐานข้อมูล United Nations Commodity Trade Statistics Database

\* ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มทำเงิน (Cash Cow : กลุ่มที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง และสามารถทำเงินได้มาก แต่อัตราการขยายตัวต่ำ) เนื่องจากประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวการส่งออกยางพาราน้อยกว่าอัตราการขยายตัวการส่งออกยางพาราของโลก แต่ประเทศไทยยังสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้มากที่สุด และสามารถทำเงินเข้าประเทศได้มหาศาล

- \* ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียอยู่ในสถานะดาวรุ่ง (Stars: สินค้ามีศักยภาพในการแข่งขันสูง และตลาดมีการเจริญเติบโตดี) เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกมากกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลก
- \* ประเทศเวียดนามอยู่ในสถานะไม่แน่นอน (Questionable: ยังไม่ทราบชัดเจนว่าจะมีศักยภาพในการแข่งขันหรือไม่) เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลกและส่วนแบ่งตลาดยังมีไม่มากอีกด้วย
- \* ส่วนประเทศอื่นๆที่ส่งออกยางพาราเช่นเดียวกันนั้นอยู่ในสถานะที่แย้ (Dog : สินค้ามีอัตราการขยายตัวต่ำ และส่วนแบ่งตลาดน้อย) เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดโลกมาก และยังมีส่วนแบ่งตลาดที่ถือว่าน้อยมากอีกด้วย ทำให้ศักยภาพในการแข่งขันกับ 4 ประเทศหลักเป็นไปได้ยากมาก

แบบจำลอง BCG (The Boston Consulting Group Model) เป็นแบบจำลองศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าต่างๆ โดยพิจารณาจาก 2 ส่วน คือ ส่วนแบ่งตลาด และอัตราการขยายตัวของตลาดสินค้านั้น แล้วนำมาจัดเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มดาวรุ่ง (Stars) กลุ่มทำเงิน (Cash cows) กลุ่มไม่ชัดเจน (Questionable) และ กลุ่มแย้ (Dog)

## การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดโดยแบบจำลอง BCG Model

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถใช้วิเคราะห์ศักยภาพของสินค้าทางการค้าที่ส่งออกไปในตลาดโลก และตลาดต่างๆ ของผู้นำเข้าหลัก

จากค่า RCA ทั้ง 4 ประเทศมีความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราไปตลาดโลก จีน และ สหรัฐ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ผู้ส่งออกยางพาราหลัก ในตลาดญี่ปุ่น มีเพียงประเทศไทยและอินโดนีเซียเท่านั้นที่มีความได้เปรียบในการส่งออกยางพาราไปตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากญี่ปุ่นนำเข้ายางแผ่นรมควันและยางแท่งเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหลัก ส่วนตลาดมาเลเซียไทยและเวียดนามที่มีความได้เปรียบในการส่งออกยางพารา

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ของประเทศผู้ส่งออกหลักไปยังตลาดหลักต่างๆ

	โลก	จีน	สหรัฐ	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย
ไทย	25.516	21.964	17.271	12.957	8.058
อินโดนีเซีย	29.295	14.004	67.770	8.251	0.071
มาเลเซีย	9.089	9.000	4.517	0.412	
เวียดนาม	18.342	36.643	2.918	0.584	7.224

RCA > 1 แสดงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า  
RCA < 1 แสดงว่าประเทศไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้า

### มูลค่าและปริมาณการส่งออกยางพาราไปตลาดโลก

	2554		ม.ค.-มี.ค. 2554		ม.ค.-มี.ค. 2555	
	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้าน \$)	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้าน \$)	ปริมาณ (พันตัน)	มูลค่า (ล้าน \$)
ไทย	2,997	13,037	968	4,458	1,036	3,331
อินโดนีเซีย	2,557	11,766	405	1,891	359	1,230
มาเลเซีย	946	4,350	259	1,254	191	695
เวียดนาม*	820	3,100	179	798	223	624

\*ข้อมูลยังไม่เป็นทางการ ที่มา: คำนวณจากฐานข้อมูล World Trade Atlas

ในไตรมาสแรกของปี 2555 มูลค่าการส่งออกยางพาราของทั้ง 4 ประเทศลดลงทั้งหมด ทั้งที่บางประเทศสามารถส่งออกในปริมาณที่มากขึ้น สาเหตุจากราคายางพาราที่ลดลงอย่างหนักในช่วงไตรมาสแรกของปี ราคายางพาราที่ลดลงมาจากผลกระทบจากหลายๆ ด้าน ทั้งเศรษฐกิจจีนที่มีที่ท่าว่าจะชะลอตัวและรัฐบาลของประเทศจีนต้องการแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อ ทำให้ความต้องการยางพาราของประเทศจีนมีลดน้อยลงไปด้วย รวมไปถึงค่าแรงในประเทศจีนที่เริ่มสูงขึ้น ทำให้มีการย้ายฐานการผลิตไปประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า

ปัญหาอีกด้านหนึ่งมาจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป ทำให้มูลค่าการส่งออกยางพาราไปสหภาพยุโรปในไตรมาสแรก ของปี 2555 ลดลงถึงร้อยละ 33 การส่งออกของประเทศจีนก็ได้รับผลกระทบจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปทำให้ชะลอ การนำเข้ายางพาราที่นำไปผลิตเป็นสินค้าส่งออก รวมไปถึงสต็อกที่ยังมีมากอยู่ทำให้ผู้ซื้อชาวจีนยังไม่รีบซื้อถึงแม้ว่า ราคายางจะถูกลงมากก็ตาม อุปทานยางพาราโลกมีปริมาณเพิ่มขึ้น เนื่องจากพื้นที่ปลูกต้นยางพาราเพิ่มขึ้นในหลาย ประเทศ อีกทั้งประเทศจีนมีการลงทุนปลูกยางนอกประเทศเช่นใน กัมพูชา พม่า และลาว ทำให้ราคายางพาราตกต่ำ จากปัญหาราคายางตกต่ำ รัฐบาลได้มีนโยบายที่จะพยายามพยุงราคายางภายในประเทศไว้ที่กิโลกรัมละ 120 บาท โดยให้ องค์การสวนยางฯ เข้าซื้อในวงเงิน 10,000 ล้านบาท ในวงเงินนี้สามารถซื้อยางพาราได้ประมาณ 83,000 ตัน ซึ่งอาจจะ ไม่เพียงพอในการพยุงราคาเนื่องจากประเทศไทยส่งออกยางพาราเดือนละประมาณ 300,000 ตัน



### โอกาสยางพาราไทย

การส่งออกยางไทยส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปสินค้าขั้นต้น เช่น น้ำยางดิบ ยางแท่ง และยางแผ่น ถ้าชาวสวนยาง สามารถนำยางพารามาแปรรูปและเพิ่มมูลค่าให้กับ สินค้า จะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับชาวสวนยางเอง และรายได้เข้าประเทศด้วย นอกจากนี้ ประเทศไทย ยังมีโอกาสในการเพิ่มปริมาณการส่งออกยางพารา ไปประเทศจีนและอินเดียอีกด้วย เนื่องจากมีแนวโน้มว่า ทั้ง 2 ประเทศจะมีการเพิ่มการผลิตยานยนต์อย่างมาก ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า โดยประเทศจีนและอินเดียสามารถ ผลิตยานยนต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 จนถึง ปี 2554 ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกยางพาราไทย ไปอินเดียและจีน

### แนวโน้มความต้องการยางในตลาดโลก

แนวโน้มความต้องการในตลาดโลกมีความต้องการยางแท่งเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีราคาถูกกว่าและสามารถ ควบคุมมาตรฐานได้ดีกว่ายางแผ่นรมควัน อีกทั้งยังสะดวกในการขนย้ายและใช้ประโยชน์ได้มากกว่า เมื่อดูจากตัวเลขแล้วพบว่าประเทศไทยยังมีการผลิตยางแท่งน้อยกว่าประเทศอินโดนีเซียอยู่มาก เนื่องจาก การผลิตยางแท่งต้องใช้เครื่องจักรในการแปรรูปซึ่งมีต้นทุนค่อนข้างสูง แต่เกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังเป็น เกษตรกรรายย่อย ทำให้ไม่สามารถลงทุนซื้อเครื่องจักรเหล่านี้ได้ จึงยังใช้วิธีการเดิมในการแปรรูปเป็น ยางแผ่นรมควันที่มีการลงทุนน้อยกว่า ซึ่งถ้ายังไม่มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตใหม่ เกษตรกรไทย จะเสียเปรียบในการแข่งขันเนื่องจาก ยางแท่งและยางแผ่นรมควันเป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ แต่ต้นทุน การผลิตยางแท่งถูกกว่ายางแผ่นรมควัน และระยะเวลาในการแปรรูปเป็นยางแท่งน้อยกว่ามาก โดยยางแท่ง ใช้เวลาในการแปรรูป 1 วัน เทียบกับยางแผ่นรมควันที่ต้องใช้เวลาถึง 4-10 วัน

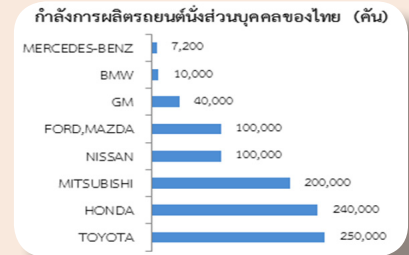
จากปัญหานี้เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์เพื่อที่จะสามารถลงทุนซื้อเครื่องจักรในการผลิต ยางแท่งได้ หรือรัฐบาลควรให้การสนับสนุนการให้กู้ยืมเพื่อให้เกษตรกรสามารถแข่งขันในการส่งออก ยางพาราได้ในอนาคต





**5 ประเทศผู้ผลิตรถยนต์ช่วงชิงความเป็นผู้นำในตลาดอาเซียน** ใครจะรุ่ง ใครจะร่วง ภายหลังจากอาเซียนรวมกลุ่มเป็น AEC ในปี 2558 และประเทศไทยจะเดินไปในทิศทางใดนับเป็นสิ่งท้าทายเป็นอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ค่ายรถยนต์ยักษ์ใหญ่ทั้งจากค่ายญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐฯ ต่างเลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญ เนื่องด้วยปัจจัยพื้นฐานหลายประการ เช่น ตำแหน่งที่ตั้ง นโยบายส่งเสริมการลงทุน หรือศักยภาพแรงงาน จนทำให้ไทยกลายเป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่สำคัญหลากหลายชนิดในภูมิภาค ทั้งนี้ รถยนต์ที่มีการผลิตในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (passenger car) รถยนต์เพื่อการโดยสาร (van & bus) และรถเพื่อการพาณิชย์ (commercial vehicle) ในส่วนของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลนั้น บริษัท โตโยต้า เป็นบริษัทที่มีกำลังการผลิตมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บริษัท ฮอนด้า บริษัท มิตซูบิชิ และบริษัท นิสสัน โดยทั้งสี่บริษัทรถยนต์ยักษ์ใหญ่จากญี่ปุ่นมีกำลังการผลิตรวมกันกว่า 790,000 คันต่อปี หรือ 84% ของกำลังการผลิตภายในประเทศทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีบริษัทรถยนต์จากสหภาพยุโรปและสหรัฐฯ ที่มีฐานการผลิตรถยนต์ในไทย เช่น บริษัท Autoalliance, BMW และเมอร์เซเดส เบนซ์ ดังนั้น ในภาพรวม ไทยมีกำลังการผลิตรถยนต์นั่งสูงถึง 947,200 คันต่อปี

สำหรับรถกระบะ 1 คัน และกระบะอนุพันธ์ ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถกระบะ (pick up) ขนาด 1 คันที่ใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งมีผู้ผลิตอยู่ในประเทศไทย 7 ราย โดยโตโยต้า ผลิตได้สูงสุด ตามด้วย มิตซูบิชิ อีซูซุ กลุ่ม Autoalliance และนิสสัน ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีบริษัทสหรัฐฯ และอินเดีย ได้แก่ GM และน้องใหม่ล่าสุด ทาตา โดยรวมแล้ว ไทยผลิตรถกระบะได้ทั้งสิ้น 1,305,000 คันต่อปี



ที่มา: สถาบันยานยนต์ และข่าวจากหนังสือพิมพ์ต่างๆ

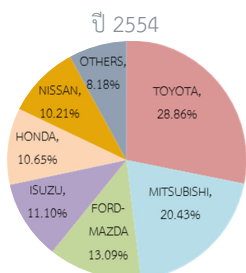
### แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม

ในปี 2554 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยมีการส่งออกถึง 22,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยเป็นการส่งออกยานยนต์ 12,340 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และการส่งออกชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์ 9,721 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ในปี 2555 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยคาดว่าผลการผลิตรถยนต์ของไทยจะขยายตัวสูง เนื่องจากปัญหาอุทกภัยในช่วงปลายปี 2554 ทำให้บริษัทรถยนต์ส่วนใหญ่ไม่สามารถเดินสายการผลิตได้ จึงทำให้ในปี 2555 บริษัทรถยนต์ต้องเร่งกำลังการผลิตเพื่อส่งมอบรถให้กับลูกค้าให้เร็วที่สุด

ในเดือนพฤษภาคม 2555 ไทยผลิตรถยนต์ได้มากกว่า 200,000 คันเป็นครั้งแรก ซึ่งเป็นสถิติที่สูงที่สุดในรอบ 50 ปี ทำให้ยอดขายภายในประเทศสูงตามไปด้วย นอกจากนี้ ไทยยังเพิ่มสายการผลิต โดยเริ่มผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงาน (Eco-car) รวมทั้ง เพิ่มเงินลงทุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตตามอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม เช่น มิตซูบิชิ เปิดโรงงานแห่งใหม่เพื่อรองรับการผลิต Eco-car 200,000 คันต่อปี และส่งออกไปทั่วโลก แต่โตโยต้า และนิสสัน ได้ย้ายฐานการผลิตบางส่วนไปยังต่างประเทศ เช่น จีน บราซิล และโตโยต้าจะลดปริมาณการผลิตภายในประเทศไทยลงร้อยละ 10 ในขณะที่นิสสันจะลดปริมาณการผลิตลงร้อยละ 15 ซึ่งสะท้อนถึงการเจริญเติบโตและความสามารถในการผลิตรถยนต์ของไทย

### ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ไทย



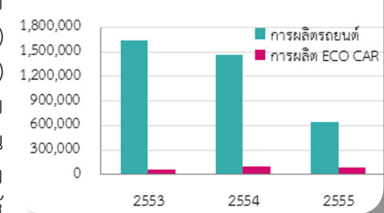
ที่มา: สถาบันยานยนต์

### การบริโภครถยนต์ภายในประเทศ

มีการเติบโตเช่นเดียวกับอัตราการผลิต โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในเรื่องนโยบายรถคันแรก โดยการคืนภาษีให้กับประชาชนที่ซื้อรถคันแรกขนาดไม่เกิน 1,500 ซีซี และเป็นรถที่ผลิตในประเทศไทย ส่งผลให้ตลาดรถยนต์ในประเทศเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ไทยยังเป็นประเทศที่มีการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศมากที่สุด ในอาเซียน โดยปี 2554 จำหน่ายได้ถึง 796,123 คัน ยี่เป็นปัจจัยเสริมในการขยายการลงทุนของต่างชาติ และแม้หลายประเทศจะให้ความสนใจกับรถประหยัดพลังงาน (Eco-car) แต่สำหรับประเทศไทยนั้น ตลาดรถกระบะ (Pick up) 1 คัน ยังคงทำยอดขายได้สูงที่สุด เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม รถบรรทุกขนาดเล็กจึงสามารถตอบสนองความต้องการได้มากกว่า ประกอบกับรัฐบาลจัดเก็บภาษีสรรพสามิตขนาด 1 คันในอัตราร้อยละ 3 ทำให้ราคาจำหน่ายภายในประเทศต่ำ ซึ่งกระตุ้นยอดขายได้ดี

นอกจากญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐฯ จะครองตลาดรถยนต์ในประเทศไทยแล้ว จีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรถโดยสาร (Bus) และรถบรรทุกขนาดใหญ่ (Truck) ก็ให้ความสนใจต่อประเทศไทยด้วยเช่นกัน หากประเทศจีนเข้ามาลงทุนในประเทศไทยจะสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาลและก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น

### การผลิต Eco-car ในไทย ปี 2553-2555 (คัน)



ที่มา: สถาบันยานยนต์ หมายเหตุ: ปี 2555 (ม.ค.-เม.ย.)

### การสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยของภาครัฐ กับ AEC

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็น 1 ใน 12 อุตสาหกรรมอันดับแรกที่ถูกส่งเสริมให้อยู่ภายใต้ตลาดและฐานการผลิตเดียวกันของอาเซียน สำหรับประเทศไทย รัฐบาลได้สนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (cluster) เพื่อเป็นการแบ่งปันเทคโนโลยี การลดต้นทุนการผลิต (economy of scale) รวมไปถึงการเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับประเทศคู่ค้า โดยอาเซียนมี 5 ประเทศสำคัญที่มีการผลิตรถยนต์ และมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมยานยนต์ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์

**ประเทศไทย** เป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับที่ 17 ของโลก และเป็นอันดับที่ 4 ของเอเชีย รองจาก จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แต่ถ้าหากมองในเชิงรถเพื่อการพาณิชย์แล้ว ไทยเป็นอันดับที่ 6 ของโลก และไทยเป็นผู้ผลิตรถกระบะ 1 คัน และประเภท 4 ประตูอันดับ 1 อุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะรถยนต์นั่งที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการเปิดสายการผลิต Eco-car แต่ในปี 2554 ตัวเลขการผลิตลดลงเกือบ 200,000 คัน เนื่องจากปัญหาอุทกภัยส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์เกิดการหยุดชะงัก

### ปริมาณการผลิตรถยนต์ของไทยปี 2550-2554 (คัน)

ประเภทรถ	2550	2551	2552	2553	2554	Change (%)
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	329,223	399,435	313,442	554,267	537,987	-2.94
รถเพื่อการพาณิชย์	23,556	17,791	15,202	24,278	20,608	-15.12
รถกระบะ 1 คัน	948,370	974,502	670,734	1,066,759	899,200	-15.71
รวม	1,301,149	1,391,728	999,378	1,645,304	1,457,795	-11.40
Growth (%)	261.13	6.96	-28.19	64.63		

ที่มา: สถาบันยานยนต์

**มาเลเซีย** มีอุตสาหกรรมยานยนต์ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของอาเซียน โดยปี 2554 มาเลเซียผลิตรถยนต์ได้ 533,515 คัน ลดลง 6% เมื่อเทียบกับปี 2553 ทั้งนี้ ในปี 2554 มีการผลิตรถยนต์นั่ง 91% ของกำลังการผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีก 9% เป็นการผลิตรถเพื่อการพาณิชย์ โดยภาพรวม อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศมาเลเซียอยู่ในช่วงอึมครึมเนื่องจากตัวเลขการเติบโตค่อนข้างคงที่

**อินโดนีเซีย** ผลิตรถยนต์มากเป็นอันดับสองรองจากประเทศไทย โดยในปี 2554 ผลิตได้ 837,948 คัน เพิ่มขึ้น 19% เมื่อเทียบกับปี 2553 และส่วนใหญ่ผลิตรถยนต์นั่ง 67.05% ของการผลิตในปี 2554 อาจกล่าวได้ว่า ตลาดรถยนต์อินโดนีเซียขับเคลื่อนโดยการผลิตรถประเภท SUV และ MPV เพราะมีสัดส่วนถึง 99% ของการผลิตรถยนต์นั่งทั้งหมด รัฐบาลอินโดนีเซียยังสนับสนุนผู้ผลิต Eco-car เช่นเดียวกับไทย แต่ต่างที่อินโดนีเซียสนับสนุนให้ผลิตรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,000 ซีซี ซึ่งเล็กกว่า Eco-car ของไทย และยังจำกัดราคาจำหน่ายไม่เกิน 350,000 บาท ทำให้ถูกมองว่าเป็นการแข่งขันคละคลาตกับ Eco-car ในไทย แม้ว่าไทยมีความก้าวหน้าด้านอุตสาหกรรมรถยนต์กว่าอินโดนีเซีย แต่ในอนาคตอินโดนีเซียอาจก้าวเข้ามาเป็นคู่แข่งที่สำคัญในอาเซียนคู่กับไทย ซึ่งหากไทยสามารถร่วมมือกับอินโดนีเซียสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นขึ้นได้จะเป็นประโยชน์แก่ประเทศไทยและอินโดนีเซียต่างก็จะได้ผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมยานยนต์ เนื่องจากอินโดนีเซียจะนำเข้าทั้งรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์จากไทย แต่อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียมีอุปสรรคในเรื่องของฝีมือแรงงาน โดยแรงงานในอินโดนีเซียยังขาดความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่มีความซับซ้อน ซึ่งส่งผลให้เครือข่ายผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของอินโดนีเซียมีน้อยกว่าไทยมาก ทั้งนี้ ไทยได้พัฒนาเครือข่ายชิ้นส่วนรถยนต์มานานกว่า 40 ปีแล้ว ทำให้ได้เปรียบในส่วนนี้ ประกอบกับภูมิประเทศอินโดนีเซียเป็นเกาะ ทำให้การพัฒนาชิ้นส่วนการขนส่งเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก และใช้งบประมาณสูง

**ฟิลิปปินส์** อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศฟิลิปปินส์ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมากนัก เนื่องจากประเทศเป็นเกาะขนาดเล็กกระจุกกระจาย ทำให้ยากต่อการตั้งโรงงานผลิตที่ต้องการพื้นที่ขนาดใหญ่ ดังนั้น ฟิลิปปินส์สามารถผลิตรถยนต์ได้ปีละไม่ถึง 100,000 คัน ทำให้ต้องพึ่งพาการนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ (50%) เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการรถยนต์ภายในประเทศ โดยความต้องการรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ต่อรถยนต์นั่งมีอัตราส่วน 60:40 ส่วนตลาดรถยนต์ภายในประเทศเติบโตสูงถึง 12% และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าฟิลิปปินส์จะมีการส่งออกรถยนต์ แต่ก็ยังเป็นปริมาณที่ไม่สูงนัก ทำให้ถูกมองว่า ฟิลิปปินส์เป็นประเทศผู้นำเข้ารถยนต์มากกว่าผู้ส่งออก

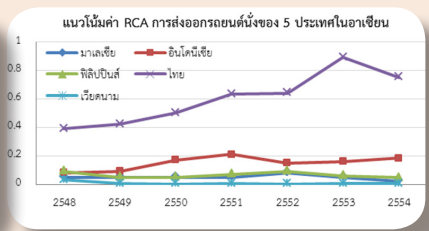
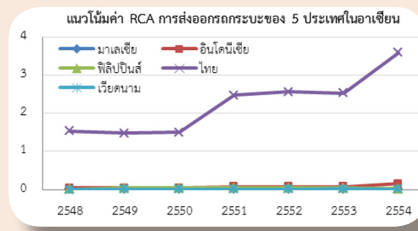
**เวียดนาม** รัฐบาลเวียดนามสนับสนุนการผลิตรถยนต์ภายในประเทศเพื่อเพิ่มอุปทานภายในประเทศ เนื่องจากต้องการให้ราคารถยนต์ภายในประเทศลดลง ทำให้บริษัทข้ามชาติหลายรายเข้าไปลงทุนจนเกิดการควบรวมกิจการกับบริษัทเวียดนาม เช่น Ford Vietnam Limited หรือ Mekong Auto Corporation เป็นต้น ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ของเวียดนามเติบโตอย่างรวดเร็ว และหากพิจารณาสัดส่วนการผลิตจะเห็นว่า มีการผลิตรถยนต์นั่ง 52% ส่วนที่เหลือ 48% เป็นการผลิตรถเพื่อการพาณิชย์ เวียดนามมีการนำเข้ารถยนต์นั่งมากกว่าการนำเข้ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม เวียดนามได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากประเทศจีน ทำให้มีการพัฒนาการผลิตเพื่อการพาณิชย์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะรถโดยสาร (Bus) ด้วยเหตุนี้ เวียดนามจึงค่อยๆ เพิ่มความแข็งแกร่งในการส่งออกรถโดยสาร ทั้งนี้ รถที่เวียดนามนำเข้าส่วนใหญ่เป็นรถที่ใช้แล้ว เนื่องจากประเทศเวียดนามมีระบบการคมนาคมที่ไม่สะดวกมากนัก ประชากรส่วนใหญ่จึงนิยมใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ

### การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ในประเทศอาเซียนทั้ง 5 ประเทศ

เมื่อมีการคำนวณหาค่า RCA แล้วจะเห็นว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบในรถบรรทุกขนส่ง หรือรถกระบะเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 5 ประเทศ ไทยมีความได้เปรียบมากที่สุด และนำห่างประเทศคู่แข่งอย่างอินโดนีเซียมาก รวมทั้งไทยมีการพัฒนาความสามารถในการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในขณะที่รถยนต์นั่งไม่มีประเทศใดที่มีความได้เปรียบในสินค้านี้ แต่ไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันสูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 5 ประเทศ รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และเวียดนาม ตามลำดับ

(ถ้าค่า RCA > 1 แสดงว่า ประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้นเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ  
ค่า RCA < 1 แสดงว่า ประเทศนั้นมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้นเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ)



ที่มา: สถาบันยานยนต์ และการคำนวณข้อมูลจาก International trade center

### ผลกระทบหลังการรวมกลุ่ม AEC

หลังการเข้าสู่ AEC อุตสาหกรรมยานยนต์ของมาเลเซียคาดว่าจะได้รับผลกระทบมากที่สุด แม้ว่ามาเลเซียจะมีความโดดเด่นในการผลิตรถยนต์นั่งซีดาน เนื่องจากได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างชัดเจน แต่เนื่องจากการเก็บภาษีรถยนต์นำเข้าในอัตราที่สูงเพื่อปกป้องบริษัทรถยนต์ของมาเลเซีย เมื่อกำแพงภาษีถูกพังทลายลง ก็จะเป็นการยากต่อการปกป้องบริษัทผลิตรถยนต์ภายในประเทศ ในขณะที่ไทยมีความสามารถสูงในการผลิตรถกระบะขนาด 1 ตัน และมียอดการส่งออกมากที่สุดในโลก จึงเป็นความแข็งแกร่งที่ประเทศอื่นยากจะแข่งขันได้ในเวลาอันสั้น สำหรับประเทศอินโดนีเซียนั้น เป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของไทย เนื่องจากในระยะสั้น ไทยจะได้รับประโยชน์จากอินโดนีเซียในฐานะตลาดส่งออกของไทย แต่ในอนาคต เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมยานยนต์ของอินโดนีเซียจะเกิดการพัฒนาย่างต่อเนื่องและทำให้อินโดนีเซียมีความสามารถในการผลิตรถยนต์ นั้นย่อมส่งผลถึงประเทศไทยอย่างแน่นอน นอกจากนี้ อินโดนีเซียยังเป็นประเทศที่เจาะตลาดรถยนต์ได้ต่ำสุดในอาเซียน (lowest car penetration) ซึ่งเห็นได้จากนโยบาย Eco-car

ส่วนประเทศฟิลิปปินส์ คงเป็นประเทศผู้บริโภคนิยมมาก เนื่องจากมีการนำเข้ารถยนต์ในปริมาณมาก แต่ถึงกระนั้น ฟิลิปปินส์ก็มีการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ทำให้มองว่าเป็น supplier รายใหญ่ของภูมิภาค และสุดท้ายประเทศเวียดนาม มีความล่าช้าในการพัฒนาประเทศ ระบบสาธารณูปโภคส่วนใหญ่ยังล่าช้า ประกอบกับประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ ทำให้ตลาดรถยนต์ในเวียดนามพัฒนาไปอย่างช้าๆ

### ข้อคิดเห็น

ประเทศไทยเป็นประเทศที่นำลงทุนมากเป็นอันดับที่ 17 ของโลก และอันดับที่ 4 ของอาเซียน เนื่องจากมีความพร้อมทั้งในด้านระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการลงทุน แรงงานที่มีคุณภาพ การขออนุญาตก่อสร้าง การเข้าถึงกระแสไฟฟ้า และการจดทะเบียนทรัพย์สินในประเทศไทยที่มีขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินการไม่นานเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน รวมทั้ง กฎหมายไทยให้ความคุ้มครองนักลงทุนต่างชาติค่อนข้างมาก

หากประเทศไทยเข้าสู่การเป็น AEC ในปี 2558 จะทำให้เกิดเสรีในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ แรงงาน และทุนระหว่างกันมากขึ้น ตลอดจน Supply Chain ภายในภูมิภาคมีความเชื่อมโยงกันมากขึ้นจากการปรับลดและยกเลิกภาษีนำเข้าระหว่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้ทุกประเทศในอาเซียนสามารถใช้วัตถุดิบร่วมกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดในการเคลื่อนย้าย ก็จะต้องดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศให้เข้ามาในอาเซียน รวมทั้งไทยมากขึ้น และถึงแม้ว่าค่าแรงในประเทศไทยจะสูงกว่าหลายประเทศในอาเซียน เช่น เวียดนาม แต่ด้วยศักยภาพฝีมือแรงงานไทยที่สูงกว่า ทำให้ประเทศไทยได้เปรียบประเทศอื่นๆ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการเปิด AEC เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความโดดเด่นในแง่ Supply Chain ที่เข้มแข็ง และมีความเชื่อมโยงกับฐานการผลิตอื่นในอาเซียน ซึ่งจะช่วยลดข้อจำกัดด้านภาษีสศุลกากรในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อจำกัดด้านนโยบายในการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การผลิตรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเป็นหลักทำให้ปัจจัยด้านแรงงานกลับถูกมองข้ามไป

## Economic Highlight

## ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

**เศรษฐกิจของไทย** เดือนสิงหาคม 2555 ในภาพรวมขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมาและอยู่ในเกณฑ์ดี เมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย ทั้งนี้ เป็นผลจากอุปสงค์ภายในประเทศ โดยเฉพาะการลงทุนและการบริโภคภาคเอกชน ที่ยังคงขยายตัวได้ดีและต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ส่วนการส่งออกของไทยยังได้รับผลกระทบจากปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจยุโรปที่ลุกลามไปทั่วโลกและการชะลอตัวเศรษฐกิจของจีน อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยเดือนมกราคม - สิงหาคม ปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 2.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2555 สศช. คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.5 - 6.5 และอัตราเงินเฟ้อ ปี 2555 กระทรวงพาณิชย์ได้ปรับตัวเลขคาดการณ์ล่าสุด เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2555 ซึ่งคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.3 - 3.4

**เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ** เดือนสิงหาคม 2555 อัตราเงินเฟ้อขยายตัวที่ร้อยละ 2.69 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2555 อยู่ที่ระดับ 43.3 สะท้อนได้ว่าสถานะหนี้สาธารณะของไทยมีความมั่นคงและยังต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือไม่เกินร้อยละ 60.0 และอัตราการว่างงานเดือนกรกฎาคม 2555 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 0.6 ส่วนเสถียรภาพภายนอกประเทศยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยทุนสำรองระหว่างประเทศ เดือนสิงหาคม 2555 อยู่ในระดับสูงที่ 179.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

**ภาคอุปทาน** ในเดือนสิงหาคม 2555 หดตัวลงเล็กน้อย เนื่องจากได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจยุโรปที่ลุกลามไปทั่วโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตของไทย โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 11.3 (กรกฎาคม 2555 หดตัวร้อยละ 5.8) เป็นผลทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 98.5 จากระดับ 98.7 ในเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสินค้าเกษตรลดลงร้อยละ 13.11 สำหรับดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรขยายตัวที่ร้อยละ 19.43 (กรกฎาคม 2555 ขยายตัวร้อยละ 15.28) และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 11.5 (กรกฎาคม 2555 ขยายตัวร้อยละ 4.6)

**การบริโภคภาคเอกชน** ในเดือนสิงหาคม 2555 ขยายตัวได้ดีและต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยสะท้อนได้จากปริมาณจำหน่ายรถยนต์นั่งที่ยังคงขยายตัวในระดับสูงที่ร้อยละ 71.7 (กรกฎาคม 2555 ขยายตัวร้อยละ 99.6) ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มขยายตัวร้อยละ 9.5 (กรกฎาคม 2555 ขยายตัวร้อยละ 18.8) และรายได้เกษตรกรที่แท้จริงขยายตัวร้อยละ 1.5 ส่วนปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูปของดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 1.3

**การลงทุนภาคเอกชน** ในเดือนสิงหาคม 2555 ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ (เช่น รถบรรทุกขนาด 1 ตัน) ขยายตัวในระดับสูงที่ร้อยละ 57.4 (กรกฎาคม 2555 ขยายตัวร้อยละ 65.5) ยอดขายปูนซีเมนต์ขยายตัวร้อยละ 11.9 ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ ขยายตัวร้อยละ 2.5 และปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปของดอลลาร์สหรัฐขยายตัวร้อยละ 0.9

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ

ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย ม.ค. - ส.ค. 55	Real GDP ปี 54 (%y-o-y)	คาดการณ์ ปี 55	
			เงินเฟ้อ	GDP
ไทย	2.89	0.1	3.3 - 3.4	5.5 - 6.5
มาเลเซีย	1.88	4.9	2.5	4.0 - 5.0
ฟิลิปปินส์	3.10	3.7	3.0 - 5.0	4.2
สิงคโปร์	4.78	4.9	4.5	1.0 - 3.0
จีน	2.97	9.2	4.0	8.3
อินโดนีเซีย	4.22	6.5	4.0 - 6.0	6.5
อินเดีย	8.98	6.9	7.0	6.9
เวียดนาม	10.56	5.9	9.0	5.6

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 54	ปี 55		
		Q2	มิ.ย.	ส.ค.
<b>Real GDP (%y-o-y)</b>				
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	0.1	4.2	-	-
<b>เสถียรภาพเศรษฐกิจ</b>				
ดุลการค้าตามระบบกรมศุลกา (ล้าน USD)	334.4	-5,150.0	-1,750.0	-1,020.0
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	11,870	-2,452.8	107.3	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	175.1	174.7	175.4	179.2
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.81	-	2.73	2.69
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.36	-	1.87	1.76
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	40.8	43.3	-	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.9	0.6	-
<b>การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)</b>				
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	13.96	2.00	-4.46	-6.95
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	25.07	9.49	13.73	-8.78
<b>อุปทาน (%y-o-y)</b>				
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	5.1	3.0	15.28	19.43
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	12.2	-11.9	-7.52	-13.11
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	-9.3	-1.5	-5.8	-11.3
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	101.2	104.2	98.7	98.5
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	20.7	10.0	4.6	11.5
ดัชนีราคาผู้ผลิต	5.5	-	0.7	0.1
<b>การบริโภคเอกชน (%y-o-y)</b>				
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	11.7	6.3	18.8	9.5
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	4.6	77.0	99.6	71.7
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	7.9	4.4	6.1	-5.7
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	10.6	-11.8	4.3	1.5
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	13.7	7.5	11.2	-1.3
<b>การลงทุนเอกชน (%y-o-y)</b>				
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	16.5	22.0	34.1	0.9
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-4.4	62.3	65.5	57.4
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	12.5	23.7	8.5	2.5
ยอดขายปูนซีเมนต์	4.3	5.2	12.9	11.9
ยอดขายเหล็ก	6.5	-6.4	-3.0	-
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	6.3	-	3.6	3.7



# ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

## Price Indices

**ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ** เดือนกันยายน 2555 เท่ากับ 116.67 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 3.38 (สิงหาคม 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.69) และยังคงสะท้อนให้เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังอยู่ในเกณฑ์ดี มีเสถียรภาพ ตามนโยบายของรัฐบาลในการดูแลราคาสินค้าเพื่อสร้างความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้เป็นการปรับราคาสูงขึ้นของสินค้าประเภทอาหาร ได้แก่ หมวดผักและผลไม้ อาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ข้าวแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่นๆที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ หมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร ยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ เคหสถาน เป็นต้น สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (สิงหาคม 2555) สูงขึ้นร้อยละ 0.34 โดยเฉลี่ย มกราคม – กันยายน 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.94 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

สำหรับปี 2555 กระทรวงพาณิชย์ปรับตัวเลขคาดการณ์เงินเฟ้อ ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2555 อยู่ที่ร้อยละ 3.3-3.4 จากเดิมที่ร้อยละ 3.3-3.8 ภายใต้สมมติฐาน ราคาน้ำมันดิบดูไบ 95-115 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล อัตราแลกเปลี่ยน 29-33 บาทต่อเหรียญสหรัฐ และรัฐบาลยังคงมาตรการลดภาระค่าครองชีพต่อไป

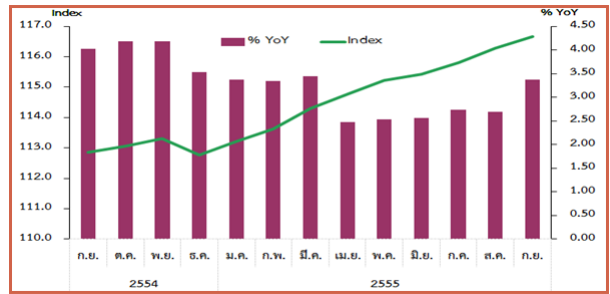
**ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ** (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงาน) เดือนกันยายน 2555 เท่ากับ 108.77 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 1.89 และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (สิงหาคม 2555) สูงขึ้นร้อยละ 0.23 โดยเฉลี่ย มกราคม – กันยายน 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.19 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เดือนกันยายน 2555 เท่ากับ 139.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.1 จากการสูงขึ้นของหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ตามการสูงขึ้นของราคาลิกไนต์ ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ และแร่โลหะ หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สินค้าที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เป็นต้น และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (สิงหาคม 2555) สูงขึ้นร้อยละ 0.5 โดยเฉลี่ย มกราคม – กันยายน 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

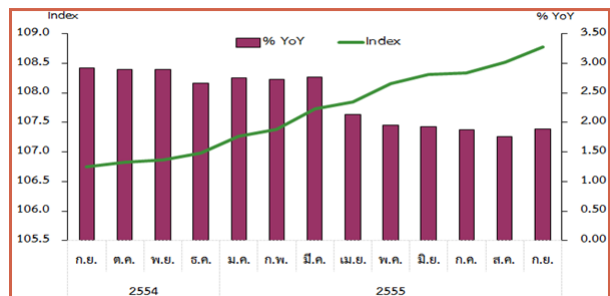
**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เดือนกันยายน 2555 เท่ากับ 124.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 3.4 ทั้งนี้เป็นผลจากการสูงขึ้นของสินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต เช่น คอนกรีตบล็อกก่อผนัง-ปูพื้น คอนกรีตบล็อกก่อผนังมวลเบา เสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็ก-อัดแรง หมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ ได้แก่ อิฐมอญ อิฐโปร่ง ทราฟ หินย่อย ยางมะตอย และหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ได้แก่ วงกบประตู-หน้าต่าง บานประตู-หน้าต่าง เนื่องจากต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (สิงหาคม 2555) สูงขึ้นร้อยละ 0.4 โดยเฉลี่ย มกราคม-กันยายน 2555 สูงขึ้นร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค** เดือนกันยายน 2555 มีค่า 30.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 (สิงหาคม 2555 อยู่ที่ร้อยละ 29.5) แต่ทั้งนี้ค่าดัชนียังต่ำกว่า 50 สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังมีความกังวล ต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยเฉพาะเรื่องค่าครองชีพ สถานการณ์การเมือง ความไม่สงบในภาคใต้ การคอร์รัปชัน ยาเสพติด และภัยธรรมชาติ เป็นต้น

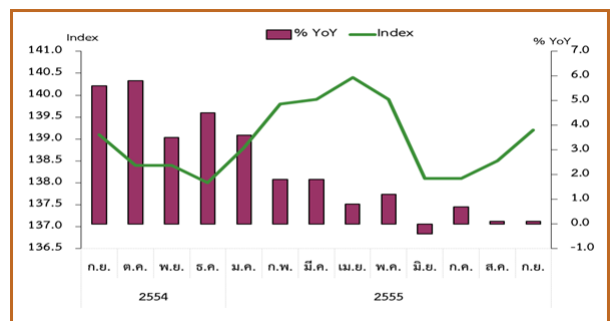
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2550 = 100)



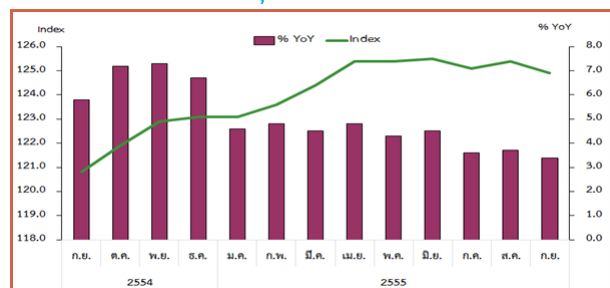
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2550 = 100)



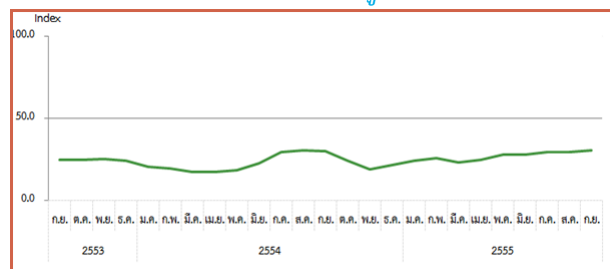
ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

## การส่งออก

เดือนสิงหาคม 2555 มีมูลค่า 19,750.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 6.9 โดย สินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 18.6 โดย ข้าว ยางพารา กุ้งแช่แข็งและแปรรูป ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป มูลค่าการส่งออก ลดลงร้อยละ 38.7, 44.1, 32.3 และ 2.3 ตามลำดับ ส่วนสินค้าอุตสาหกรรม สำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.1 โดย รถยนต์และอุปกรณ์ฯ (+9.9%) อัญมณี และเครื่องประดับ (+90.4%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ฯ (-8.6%) ตลาดส่งออก สำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-12.9%) ญี่ปุ่น (-12%) สหรัฐอเมริกา (-4.8%) ฮองกง (+17.1%) และมาเลเซีย (-10.2%)

ระยะ 8 เดือนของปี 55 (ม.ค.-ส.ค.) มีมูลค่า 151,559.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.3 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 10.3 โดย ข้าว ยางพารา กุ้งแช่แข็งและแปรรูป ลดลงร้อยละ 36.8, 30 และ 13.9 ตามลำดับ ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.7 โดยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ (-5.7%) เครื่องใช้ไฟฟ้า (-3.2%) เม็ดและผลิตภัณฑ์ พลาสติก (-3.5%) สิ่งทอ (-15.3%) อัญมณีและเครื่องประดับ (-5.8%)

## การนำเข้า

เดือนสิงหาคม 2555 มีมูลค่า 20,770.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 8.8 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-22.4%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-20.9%) และเคมีภัณฑ์ (-5.5%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (+0.2%) จีน (+8.9%) สหรัฐอาหรับฯ (+37.2%) มาเลเซีย (-29%) และสหรัฐอเมริกา (-12.8%)

ระยะ 8 เดือนของปี 55 (ม.ค.-ส.ค.) มีมูลค่า 164,666.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของน้ำมันดิบ (+8.2%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (+29.1%) เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ (+57.5%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+11.9%)

## ดุลการค้า

เดือนสิงหาคม 2555 ไทยขาดดุลการค้า 1,020.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ระยะ 8 เดือนของปี 55 (ม.ค.-ส.ค.) ไทยขาดดุลการค้ามูลค่า 13,107.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

## ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนสิงหาคม 2555 อยู่ที่ 128.1 (ปี 2550=100) ลดลงร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยหมวดสินค้าเกษตรกรรม และหมวดอุตสาหกรรมเกษตร ลดลงร้อยละ 1 และ 0.3 ตามลำดับ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง หมวดสินแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 ส่วนดัชนีราคาส่งออกเฉลี่ยในระยะ 8 เดือนของปี 55 (ม.ค.- ส.ค.) เทียบกับระยะเดียวกันของปี 54 สูงขึ้นร้อยละ 0.5

## ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนสิงหาคม 2555 อยู่ที่ 131.7 (ปี 2550=100) ลดลงร้อยละ 0.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยหมวดสินค้าเชื้อเพลิง หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์ขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 และ 0.2 ตามลำดับ ในขณะที่หมวดทุน หมวดวัตถุุดิบและ กึ่งสำเร็จรูป และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ลดลงร้อยละ 0.2 , 0.1 และ 0.3 ตามลำดับ ส่วนดัชนีราคานำเข้าของประเทศเฉลี่ยในระยะ 8 เดือนของปี 55 (ม.ค.- ส.ค.) เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี 54 สูงขึ้นร้อยละ 2.6

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ก.ค.55	ส.ค.55	ม.ค.-ส.ค. 55	ก.ค. 55	ส.ค.55	ม.ค.-ส.ค. 55
ส่งออก	19,544.4	19,750.2	151,559.3	-4.5	-6.9	-1.3
นำเข้า	21,290.7	20,770.9	164,666.6	13.7	-8.8	7.6
ดุลการค้า	-1,746.3	-1,020.7	13,107.3			

## สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือนสิงหาคม 2555

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์ และ อุปกรณ์	1,854.5	9.9	9.4	จีน	2,338.1	-12.9	11.8
อัญมณีและ เครื่องประดับ	1,605.1	90.4	8.1	ญี่ปุ่น	1,986.5	-12.0	10.1
คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ฯ	1,583.1	-8.6	8.0	สหรัฐฯ	1,929.1	-4.8	9.8
น้ำมัน สำเร็จรูป	1,050.9	-19.2	5.3	ฮองกง	1,207.9	17.1	6.1
เม็ดพลาสติก	733.6	-8.6	3.7	มาเลเซีย	1,001.6	-10.2	5.1

## สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนสิงหาคม 2555

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (% YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (% YoY)	สัดส่วน (%)
น้ำมันดิบ	2,921.4	-22.4	14.1	ญี่ปุ่น	4,064.8	0.2	19.6
เครื่องจักรกลฯ	2,148.2	-20.9	10.3	จีน	3,277.1	8.9	15.8
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,736.3	37.1	8.4	สหรัฐฯ อาหรับฯ	1,505.1	37.2	7.2
เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	1,453.9	17.5	7.0	มาเลเซีย	1,001.3	-29.0	4.8
เคมีภัณฑ์	1,318.6	-5.5	6.3	สหรัฐฯ	989.7	-12.8	4.8

## ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนี ราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	มิ.ย.55	ก.ค.55	ส.ค. 55	ก.ค.55	ส.ค. 55	ม.ค.-ส.ค.55
ส่งออก	-0.7	0.0	0.1	-0.2	-0.2	0.5
นำเข้า	-1.7	0.1	0.0	-0.3	-0.9	2.6

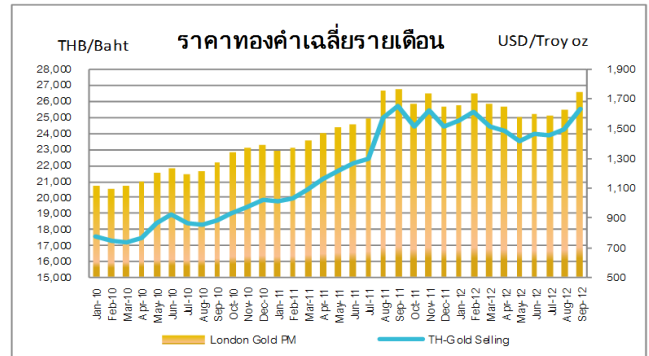


# สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : กันยายน 2555

## Commodities & Fx

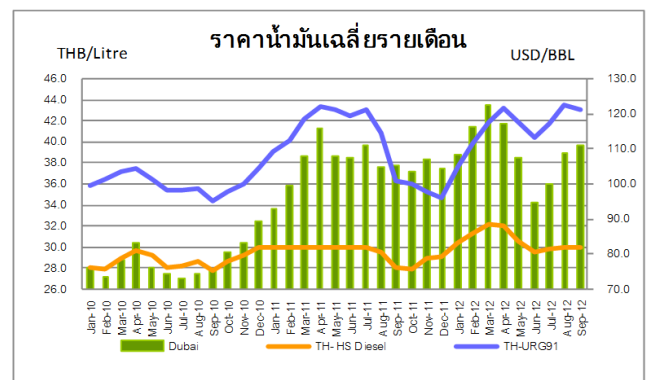
### ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนกันยายนยังคงปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 25,540 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.30 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ราคาทองคำพุ่งขึ้นแตะระดับสูงสุดในรอบกว่า 11 เดือน หลังธนาคารกลางต่างๆ ใช้มาตรการผ่อนคลายเพิ่มเติม นำโดยธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) ประกาศใช้มาตรการ QE3 ด้วยการซื้อหลักทรัพย์ที่มีสัญญาจำนองเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน (MBS) ในวงเงิน 4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน จนกว่าแนวโน้มในตลาดแรงงานจะปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ค่าเงินเหรียญสหรัฐฯ อ่อนค่าลงต่ำสุดในรอบ 4 เดือน ส่วนธนาคารกลางยุโรปเข้าซื้อพันธบัตรรัฐบาลเพื่อช่วยลดต้นทุนเงินกู้ในประเทศที่ประสบปัญหาทางการเงินในยูโรโซน รวมทั้งธนาคารกลางญี่ปุ่นเพิ่มวงเงินซื้อสินทรัพย์อีก 10 ล้านล้านเยน พร้อมคงอัตราดอกเบี้ยระยะสั้นไว้ที่ร้อยละ 0-0.1



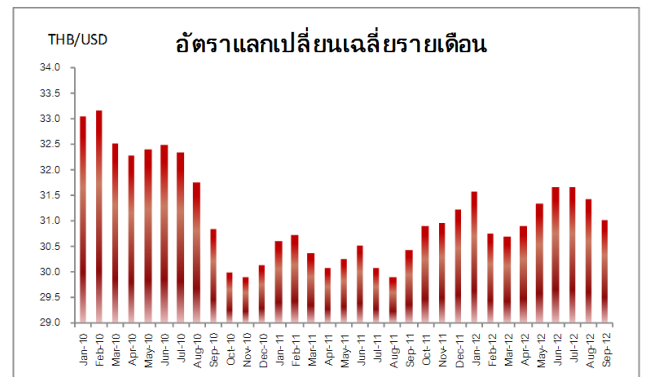
### ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนกันยายนติดตัวขึ้นสูงสุดในรอบ 4 เดือน โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 94.52 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า ซึ่งอยู่ที่ 94.13 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เนื่องจากสถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางและอเมริกาเหนือทวีความรุนแรงขึ้นหลังจากเกิดเหตุการณ์สังหารเอกอัครราชทูตสหรัฐฯ ประจำลิเบีย นอกจากนี้ ธนาคารกลางสหรัฐฯ ประกาศใช้มาตรการ QE3 รวมทั้งคงอัตราดอกเบี้ยระดับต่ำไปจนถึงกลางปี 2558 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจสหรัฐฯ



### อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนกันยายนยังคงแข็งค่าขึ้น โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 31.00 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ จาก 31.43 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเทียบจากเดือนก่อนหน้า สอดคล้องกับสกุลเงินอื่นๆ ที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐฯ และจากแรงเทขายเงินเหรียญสหรัฐฯ ของกลุ่มผู้ส่งออก ซึ่งตอบรับผลการประชุมธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) ที่ประกาศใช้มาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณรอบ 3 รวมถึงมาตรการแก้ปัญหาในยุโรป โดยธนาคารกลางยุโรปประกาศซื้อพันธบัตรรัฐบาลเพื่อช่วยบรรเทาวิกฤตหนี้ยูโรโซน



### สินค้าเกษตร

**ข้าว** ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาจาก 1,695 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,672.50 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากโรงสีระบายข้าวออกสู่ตลาดมากขึ้น เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำท่วม ประกอบกับภาคการส่งออกและการบริโภคภายในประเทศชะลอลง ส่วนข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 3,127 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 3,238.50 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย และตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการข้าวหอมมะลิ จึงทำให้ราคาปรับตัวสูงขึ้น สำหรับแนวโน้มเดือนตุลาคมคาดว่าราคาข้าวขาว 5% ยังคงมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากต่างประเทศชะลอการสั่งซื้อ แต่ราคาข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากยังเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ

**ยางพารา** ราคาขายแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนกันยายน 2555 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 83.06 บาท และ 93.38 บาท ตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากผู้ส่งออกอาจจะเร่งซื้ออย่างก่อนที่ราคายางจะปรับตัวสูงขึ้นถึงกิโลกรัมละ 100 บาท จากการดำเนินนโยบายแทรกแซงราคายางของรัฐบาล ที่ได้อนุมัติเงิน 30,000 ล้านบาท เพื่อใช้ในการรับซื้อยางแผ่นดิบที่ราคา กิโลกรัมละ 100 บาท และยางแผ่นรมควันชั้น 3 กิโลกรัมละ 104 บาท โดยจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2555 - 31 มีนาคม 2556 เพื่อจะได้ไม่ต้องจ่ายค่าเงินสงเคราะห์การทำสวนยาง (Cess) เพิ่มขึ้นอีก 2 บาท/กิโลกรัม สำหรับราคาในเดือนตุลาคม 2555 คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นจากผลของการดำเนินนโยบายดังกล่าวจะช่วยพยุงราคายางไม่ให้เปลี่ยนแปลงมากนัก

### ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	ส.ค.55	ก.ย.55	% Δ	ม.ค.-ก.ย.54	ม.ค.-ก.ย.55	% Δ
<b>สินค้า</b>						
<b>ข้าว : (THB/100Kg)</b>						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,695.00	1,672.50	-1.33	1,440.51	1,648.96	14.47
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,127.00	3,238.50	3.57	2,703.99	2,995.90	10.80
<b>ยางพารา : (THB/Kg)</b>						
แผ่นดิบ ชั้น3	81.12	83.06	2.40	144.06	97.53	-32.30
แผ่นรมควัน ชั้น3	88.13	93.38	5.96	159.65	109.65	-31.32
<b>ทองคำ</b>						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,626.03	1,744.45	7.28	1,529.63	1,652.21	8.01
ไทย (THB/Baht)	24,254.00	25,539.58	5.30	22,037.58	24,433.41	10.87
<b>น้ำมันดิบ : (USD/BBL)</b>						
Dubai	108.81	110.83	1.86	105.86	109.61	3.54
WTI	94.13	94.52	0.41	95.24	96.15	0.96
<b>อัตราแลกเปลี่ยน</b>						
THB/USD	31.43	31.00	-1.38	30.32	31.22	2.97



# “Thai-Cambodia Trade Fair 2012 : Siem Reap”

## 21-24 กันยายน 2555 ณ เมืองเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา

เวทีการเปิดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า “Thai-Cambodia Trade Fair 2012:Siem Reap” ▶

### ▼ การแสดงของชาวกัมพูชา



▲ ชาวกัมพูชากำลังเลือกซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการไทย

คณะผู้แทนภาครัฐของไทยและกัมพูชา เข้าร่วมเปิดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า ▶

ชาวกัมพูชาสนใจ การสาธิตวิธีการทำชาชกจากผู้ประกอบการไทย ▼



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

จากบทสัมภาษณ์ โดย ทีมงานการจัดการความรู้ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์