

วางแผนรับให้ธุรกิจไทย
ด้วยความร่วมมือกับ SAIC

โลจิสติกส์การค้า

China-ASEAN :

โอกาสที่ต้องพิสูจน์

- ◆ ภาพรวมเศรษฐกิจไทย ◆ ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า
- ◆ การค้าระหว่างประเทศของไทย ◆ สถานการณ์ราคาสินค้าสำคัญ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

Editor's Note

ปี 2556 ผ่านไป 6 เดือนแล้วพร้อมๆ กับวารสารสนย.ที่เดินทางมาถึงฉบับที่ 24 ซึ่งก็ครบรอบ 2 ปีที่วารสารสนย. ได้ตั้งใจสรรหาและนำเสนอเนื้อหาสาระต่างๆ แก่ท่านผู้อ่านมาโดยตลอด และเราจะยังมุ่งมั่นที่ นำเสนอเนื้อหาสาระ ความรู้ด้านเศรษฐกิจการค้าที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านต่อไป...อย่าลืมติดตามนะคะ

สำหรับวาร สนย.ฉบับนี้ได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบันทึกความเข้าใจในความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์ไทยและ State Administration for Industry and Commerce (SAIC) ของสาธารณรัฐประชาชนจีน มหาอำนาจทางเศรษฐกิจในซีกโลกตะวันออก โดยมีเป้าหมายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาภาคการค้าทาง การค้า รวมทั้งโลจิสติกส์ China-ASEAN : โอกาสที่ต้องพิสูจน์ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการไทยอย่างไร ติดตามความก้าวหน้าเพื่อเตรียมการใช้ประโยชน์เชิงรุก ในการขยายส่วนแบ่งตลาดการค้าไทยในตลาดจีน รวมทั้งเรื่องน่ารู้สบายๆ อ่านแล้วยิ้มไปกับ Good Morning Philippines

และเช่นเคย วารสารสนย.ฉบับนี้ยังคงนำเสนอภาพรวมเศรษฐกิจไทยตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้าที่สำคัญ สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของไทย และสถานการณ์ราคาสินค้า ให้ท่านผู้อ่านได้ทราบความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจการค้าไทยเป็นประจำทุกเดือนและเรายินดีอย่างยิ่งที่จะรับฟังความคิดเห็น คำแนะนำจากผู้อ่านทุกท่าน..เพื่อพัฒนาวารสารสนย. ต่อไป

บรรณาธิการ

CONTENTS

Good Morning Philippines!!3

วางแผนรับให้ธุรกิจไทย
ด้วยความร่วมมือกับ SAIC.....4-5

โลจิสติกส์การค้า China-ASEAN :
โอกาสที่ต้องพิสูจน์.....6-7

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย.....8

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า.....9

การค้าระหว่างประเทศของไทย :
พฤษภาคม 2556.....10

สถานการณ์ราคาสินค้า ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และ ราคาสินค้าเกษตร :
มิถุนายน 2556.....11

บรรณาธิการ

ผู้อำนวยการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผู้จัดทำ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถนนพหลโยธิน 1 ต.บางกระสอ
อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทร. 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687

Getting Around with TPSO



Getting Around with TPSO ฉบับนี้เปลี่ยนบรรยากาศไปดูเขาจัดกองคาราวานสินค้าไทย ที่ยกขบวนไปถึงกัมพูชา กัน น่าจะดีนะคะ กระทรวงพาณิชย์โดย สนย. และ สคร. กัมพูชา จัดงาน Cambodia - Thailand Caravan Fair 2013 เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดสินค้าเพื่อส่งออกไปตลาด AEC ภายใต้กิจกรรมนี้ กำหนดจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ณ ประเทศกัมพูชา รวม 3 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 วันที่ 25 - 27 มิถุนายน 2556 ณ กรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 2 วันที่ 29 มิถุนายน - 1 กรกฎาคม 2556 ณ จังหวัดโพธิสัตว์ ครั้งที่ 3 วันที่ 3 - 5 กรกฎาคม 2556 ณ จังหวัดพระตะบอง

ก่อนที่จะเริ่มงานแสดงสินค้าทั้ง 3 ครั้งนั้น ได้มีกิจกรรมเปิดตัวโครงการโดยจัดพิธีส่งขบวนคาราวานสินค้าเมื่อวันอาทิตย์ที่ 23 มิถุนายน 2556 เวลา 10.00 น. ที่ผ่านมานำโดยท่านปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นางวัชรวิภา วิภูถาวร) เป็นผู้นำกองคาราวานสินค้าไปปล่อยขบวนกันที่ด่านผ่านแดนถาวร อรัญประเทศ-ปอยเปต ขบวนสินค้าของเราครั้งนี้ไม่ได้ไปธรรมดาๆ นะ มีรัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์ของกัมพูชามารอต้อนรับอยู่ที่ด่าน ด้วยมิตรไมตรียิ่ง เพื่อมาพาไปปักหลักจัดงานกัน ณ เกาะเพชร กรุงเทพมหานคร

กว่าจะถึงพนมเปญในวันนั้น ก็เกือบค่ำ ฟังดูแล้วน่าจะสนุกขำขัน ไมใช่เท่านั้นนะ ยังมี TV ของกัมพูชามาถ่ายทำรายการกันด้วย เห็นว่าเป็นการถ่ายทอดสดๆ เลยทีเดียว แล้วกองคาราวานสินค้าไทยจะประสบความสำเร็จขนาดไหน ก็จะได้นำมาเล่าสู่กันฟังในคราวหน้า สวัสดีค่ะ

สปก.



Good Morning Philippines!!

โดย ดร.ไพศาล มะระพฤกษ์วารณ

Special Talk

เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2556 ที่ผ่านมา ผมได้รับเชิญให้ไปร่วมงานวันชาติของฟิลิปปินส์ที่โรงแรมแมนดารินโอเรียนเต็ล โดยมี พานา นางจอสลิน เอส บาทุน-การ์เซีย เอกอัครราชทูตฟิลิปปินส์ประจำประเทศไทยคอยให้การต้อนรับแขกเหรื่อด้วยความอบอุ่นยิ่ง นับเป็นคำคืนที่ประทับใจผู้คนไปอีกนานแสนนาน

ฟิลิปปินส์ ถือได้ว่าเป็นประเทศในอาเซียนที่ใกล้ชิดประเทศไทยมากที่สุดก็ได้ หน้าที่ผู้คนก็ดูเหมือนคนไทยมาก แถมเป็นคนร่าเริง ยิ้มง่าย รักเสียงเพลง สายลม แสงแดด และเข้ากับคนง่าย เรียกได้ว่า ถ้าไม่เอ่ยปากพูดรับรองว่าย่าอ่อนแอไม่ออกแน่ๆ ว่าคนไหนคนไทยคนไหนเป็นป็นอย (ชื่อที่คนฟิลิปปินส์ใช้เรียกตัวเอง) ส่วนในเรื่อง ความสวยความงาม สาวไทยกับสาวฟิลิปปินส์ก็ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันสักเท่าไร ของไทยมีมิสยูนิเวิร์ส 2 คน (พ.ศ. 2508 และ 2531) ส่วนป็นอยก็มี 2 คนเช่นกัน (พ.ศ. 2512 และ 2516) แต่ในเรื่องลูกครึ่งฝรั่ง ป็นอยดูจะมีภาษามากกว่าไทยอยู่อีกโขเลยทีเดียว สาวสวยประเภทผมสีทองตาสีฟ้ามีให้พบเห็นกันดาษดื่นในแผ่นดินแห่งนี้ และหาก คุณพานพบประสนเนตรน้องนางอย่าลืมเอ่ยมธุรสวาจาว่า “มาฮัลลิตา” ทำนองว่า I love you



คุณรู้หรือไม่ว่า

- ฟิลิปปินส์เป็นประเทศหมู่เกาะ มีเกาะทั้งหมด 7,107 เกาะ แต่มีเกาะใหญ่อยู่ 3 เกาะ คือ เกาะเนือ “ลูซอน” (มีลาตั้งอยู่ที่นี้) เกาะกลาง “วิซายัส” และเกาะใต้ “มินดาเนา”
- ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีผู้นับถือศาสนาคริสต์มากที่สุดหนึ่งเดียวของอาเซียน และเป็นหนึ่งในชาติที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตก มากที่สุดในอาเซียน เนื่องจากเคยร่วมเป็นสุวรรณภูมิเดียวกับสเปนอยู่ 377 ปี และสหรัฐอเมริกา 48 ปี
- ฟิลิปปินส์มีประชากร 92 ล้านคน มากเป็นอันดับสองรองจากอินโดนีเซีย เพราะการคุมกำเนิดขัดกับหลักศาสนา ผู้คนก็เลยไม่นิยม คุมกำเนิดกันสักเท่าไร และคาดว่าในปี 2020 ประชากรฟิลิปปินส์จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 113 ล้านคน
- ฟิลิปปินส์มีหน่วยงานคล้าย BOI ที่ทำหน้าที่ดูแลและอำนวยความสะดวกแก่ชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุน/ดำเนินกิจการในฟิลิปปินส์ อีกทั้ง ยังมีหน่วยงาน PEZA (Philippine Economic Zone Authority) ซึ่งดูแลเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zones) ที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ มากถึง 277 แห่ง โดยนักลงทุนจะได้สิทธิประโยชน์ต่างๆ อาทิ การยกเว้นภาษีรายได้ 3-6 ปี และการยกเว้น ภาษีนำเข้าเครื่องจักร เป็นต้น

เมื่อไม่นานมานี้ Dr. Rosario Alberto อาจารย์จาก St. Theresa University ได้ชวนผู้เขียนไปร่วมงานแต่งงานที่กรุงมะนิลา ทำให้ผมได้ไปเปิดหูเปิดตาที่มะนิลา พักใหญ่ **กรุงมะนิลา** วันนี้เปลี่ยนแปลงไปมาก เปรียบเหมือนรุ่งอรุณของวันใหม่ ปัจจุบัน มีตึกระฟ้ามากมายไม่แพ้กรุงเทพฯ ของเราเลย แต่ที่น่าสังเกตคือ ห้างสรรพสินค้าระดับ หูมีไม่ต่ำกว่า 300 แห่ง แถมยังใหญ่โตโอฬารราวกับ Mega Bangna เลยทีเดียว หาก นับรวมต่างจังหวัดด้วยก็ไม่น้อยต่ำกว่า 1,000 แห่ง แสดงให้เห็นว่ากำลังซื้อของคนที่นี่ ไม่เบาเลย ธุรกิจค้าปลีก มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์มาก โดยมีสัดส่วน 15% ของ GNP และคิดเป็น 33% ของธุรกิจบริการ โดยมีการจ้างงาน 5.25 ล้านคน คิดเป็น 33% ของแรงงานทั้งหมด

จุดเด่นของฟิลิปปินส์ตอนนี้ คือ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ระดับ 4-5% ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี โดยได้แรงขับเคลื่อนสำคัญจากการเติบโต ในภาคบริการ (60% ของ GDP) ซึ่ง จ้างแรงงานกว่า 50% ของแรงงาน ทั้งหมด ธุรกิจภาคบริการที่เป็นดาวเด่น ของฟิลิปปินส์ คือ กิจการรับจ้างบริหาร ระบบธุรกิจ หรือ Business Process Outsourcing (BPO) โดยเฉพาะ ธุรกิจ call center (อันดับ 2 รองจาก บังกละดอร์ของอินเดีย) ที่มีการเติบโต ของรายได้ 15% ต่อปี โดยเป็นการ outsource จากทั่วโลก เช่น JPMorgan Chase, Oracle, AT&T, Expedia, Citibank และ HP ผู้คนในภาค BPO รายได้ดี โดยมีเงินเดือนประมาณ 50,000-100,000 เปโซ จึงไม่น่า แปลกใจเลยที่ชาวป็นอยถึงใช้เงินกันมือเติบและเข้าไปกระจุกกันแน่นเอี้ยดในห้าง สรรพสินค้าแทบทุกวัน เห็นอย่างนี้แล้วไทยควรสนับสนุนการบริการด้าน IT อาทิเช่น บริการจัดทำ Content และ Application กันมากขึ้น จะได้รูปแบบป็นอย



ในโลก), Gaisano Malls, Isetann, Megaworld Lifestyle Malls, Walter Mart Malls, Ortigas Malls, Starmalls, Greenfield Development และ NCCC Mall รับรองได้ว่าตลาดฟิลิปปินส์น่าสนใจไม่น้อยเลยทีเดียว ท่านจะบังเอิญเกิดการตลาดได้ แน่นนอน แต่ขอเตือนท่านว่าควรจัดเวลาไปสัก 3 เดือน เนื่องจากแต่ละห้างคุณต้องใช้ เวลาเดินสำรวจไม่ต่ำกว่า 1 สัปดาห์เป็นอย่างน้อยจึงจะดูได้ทั่วถึง

การค้าไทย-ฟิลิปปินส์ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยไทยเป็นฝ่ายได้ ดุลการค้ามาโดยตลอด เยี่ยมมาก สินค้า ส่งออกที่มีศักยภาพ ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องอุปโภคบริโภค ยานยนต์ และชิ้นส่วน (โดยเฉพาะรถจักรยานยนต์ และอะไหล่) วัสดุก่อสร้าง และเสื้อผ้า/ ผ้าผืน **สำหรับโอกาสด้านการลงทุน** จะเป็นด้านการผลิตอาหาร ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า การก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง



ท่องเที่ยวและโรงแรม อุตสาหกรรม ปีโตรเคมีและเหมืองแร่ และบริการสุขภาพ นอกจากนี้เป็นการลงทุนเกี่ยวกับทองคำ ทองแดง โครเมียม นิกเกิล รวมถึงสัตว์น้ำ และ พืชผลการเกษตรต่างๆ ซึ่งฟิลิปปินส์มีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องดังกล่าวอย่างเหลือเฟือ

สิ่งสำคัญสำหรับตลาดฟิลิปปินส์คือต้องเน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก เนื่องจาก อยู่ห่างไกลจากประเทศอาเซียนอื่นๆ แต่ก็เหลือเฟือแล้วสำหรับตลาดที่มีประชากร เกือบ 100 ล้านคน สำหรับนักลงทุนต้องเตรียมใจรับต้นทุนที่สูง นั่นคือ ค่าไฟฟ้า ซึ่ง สูงกว่าไทยถึง 4-5 เท่า และค่าแรงซึ่งใกล้เคียงกับค่าแรงของประเทศไทย (300 บาท)



AEC กำลังจะมาถึงแล้วในปี 2558 หวังว่าทุกท่านคงจะไม่พลาดโอกาสงามๆ ในการเข้าไปจับจองตลาดฟิลิปปินส์กันแต่เนิ่นๆ

Modern trade ดังๆ ที่อยากแนะนำให้ผู้ส่งออกไทยไปวางตลาดกัน คือ SM Supermalls, Robinsons Malls, Ayala Malls (ติดอันดับหนึ่งในห้างที่ใหญ่ที่สุด



วางแผนรับมือให้ธุรกิจไทย ด้วยความร่วมมือกับ SAIC

โดย ดร. ธนภัท แสงอรุณ
สำนักยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

การค้าการลงทุนระหว่างไทยและจีนนับวันจะยิ่งขยายตัว ผู้ประกอบการ SMEs ไทยใจกล้าต่างพากันรุกไปข้างหน้าเพื่อช่วงชิงตลาดตามมณฑลต่างๆ ทั้งที่ในใจหลายคน...ยังหวงหน้าพะวงหลัง จากที่ได้สดับรับฟังผู้ประกอบการทั้งรุ่นเล็กรุ่นใหญ่อยู่หลายมือระหว่างงานแสดงสินค้าที่นครคุนหมิงเมื่อวันที่ 6-10 มิถุนายน 2556 พบว่าผู้ประกอบการไทยยังท้อใจในหลายประเด็นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า และการกำกับดูแลความถูกต้องโปร่งใสในการทำธุรกิจกับคู่ค้า สินค้าในงานคุนหมิงแฟร์ยังสะท้อนความกังวลในเรื่องความ Fair อยู่ไม่น้อย ผ้าไหมไทย เข็มขัดหนังไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ทับทิมไทยและอัญมณีอื่นๆ มีวางขายอยู่เป็นระยะๆ ตามพื้นที่ว่างและบูธที่ไม่มีผู้จัดแสดงสินค้า ท่ามกลางเสียงป่าวร้องที่คึกคักตามสไตล์ท้องถิ่นและป้ายผ้าภาษาจีนที่แลดูสะตูดตาไม่มีใครพิสูจน์ได้ว่าสินค้าเหล่านั้นเป็นของแท้หรือของเทียม รวมถึงมีคุณภาพเทียบเท่าชื่อ “ไท่กั๊วะ (ไทย)” ที่กล่าวอ้างอยู่นั้นเพียงใด

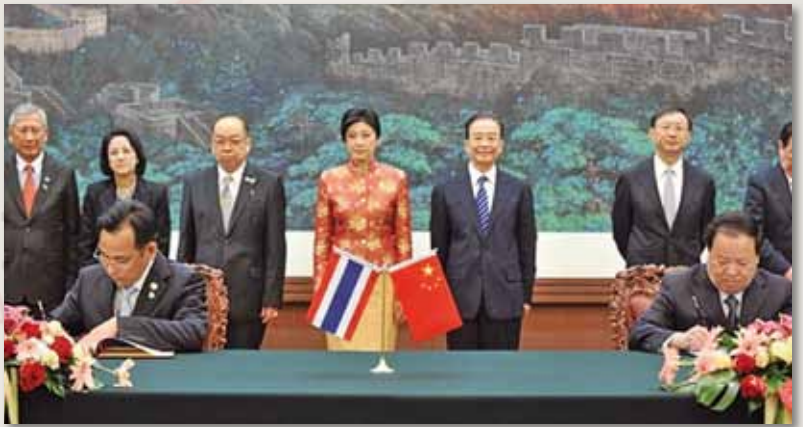
ด้วยความกังวลใจเมื่อเห็นคนห้อมล้อมร้านของต่างชาติที่ขายเครื่องเงินและอัญมณีเทียม (แปะป้ายว่าอัญมณีไทย) ผู้ประกอบการไทยวัยเยาว์รายหนึ่งหันมาคาดคั้นคำตอบจากผม “แล้วกระทรวงจะทำอะไรกับเรื่องนี้ครับ” ...“วันก่อนผู้ประสานงานฝ่ายเงินของเราเข้ามาเยี่ยมบูธ และได้เดินสำรวจดูสินค้าใน Hall ต่างๆ เพื่อถามไถ่ที่มาที่ไปของสินค้าเหล่านั้นแล้วด้วยภาษาจีน หลายร้านยอมนำป้ายผ้าอย่างที่ว่าสินค้ามีต้นกำเนิดมาจากไทยออก บางรายก็ยอมนำผ้าไหมและเข็มขัดบางส่วนออกจากแผง (ชั่วคราว)” ผมเล่าให้ผู้ประกอบการได้ทราบ หลายวันผ่านไป การขับเคลื่อนระหว่างไทยแท้และไทยเทียมยังดำเนินต่อไป ในสังเวียนเล็กๆ แต่ที่ว่า ตลาดจีนภายนอกงานแฟร์ที่ยิ่งใหญ่นั้น กว้างใหญ่ไพศาล



The 1st China-South Asia Expo and The 21st Kunming Import and Export Fair

ในการป้องกันและบรรเทาปัญหาที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดให้ 1 ใน 5 ประเด็นยุทธศาสตร์แม่บทของกระทรวงพาณิชย์ (ปี 2555-2564) คือการสร้างสภาพแวดล้อมทางการค้าที่เอื้อต่อการค้าที่เสรีและเป็นธรรม (Pro-Competitive Environment) ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญกับการจัดระเบียบและกำกับดูแลธุรกิจการค้า เพื่อป้องกันการถูกเอาเปรียบจากพฤติกรรมการค้าที่ไม่เป็นธรรมทั้งจากผู้ประกอบการในประเทศด้วยกันเองและผู้ประกอบการต่างชาติ ที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการไทยและผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ (Stakeholders) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่การค้าและการลงทุนในภูมิภาคกำลังเปิดเสรี

ต่อประเด็นข้อกังวลข้างต้น กระทรวงพาณิชย์ไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจีนตระหนักดีถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจและได้ดำเนินการความร่วมมือกันมาตลอด และในโอกาสการเยือนจีนอย่างเป็นทางการของนายกรัฐมนตรีเมื่อเดือนเมษายน 2555 ได้มีการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ว่าด้วยความร่วมมือระหว่างกระทรวงพาณิชย์ไทย และ State Administration for Industry and Commerce (SAIC) ซึ่งเป็นหน่วยงานระดับกระทรวงของจีนที่ดูแลด้านการจัดระเบียบและกำกับดูแลการค้า โดยกรอบความร่วมมือนี้ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรมการค้าภายใน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เป็นหน่วยงานประสานงานกลางฝ่ายไทย



พิธีลงนาม MOU ระหว่างรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ไทยและรัฐมนตรีประจำ SAIC



ความร่วมมือภายใต้ MOU กับ SAIC นี้ ไทยและจีนมุ่งหวังที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาภาคการค้า การลงทุน การบังคับใช้ และ กำกับดูแลที่ดีของกันและกัน ลดปัญหาความไม่เป็นธรรมทางการค้า และเพิ่มความไว้วางใจในการทำการค้าการลงทุนระหว่างกัน ซึ่งไทยและจีน มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมมูลค่าการค้าให้ขยายตัวได้ถึง 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี 2558 ตามแผนพัฒนาในระยะ 5 ปี (2555-2559) ภายใต้ความตกลงการขยายความร่วมมือทวิภาคีทางเศรษฐกิจและการค้าในเชิงกว้างและเชิงลึกระหว่างไทย-จีน (EDBETC) ซึ่งระบุเป้าหมายให้การค้าขยายตัว ร้อยละ 15 ต่อปี หรือ 1.2 แสนล้านเหรียญสหรัฐในปี 2559

ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการค้าที่เสรีและยุติธรรม เพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าดังกล่าว กระทรวงพาณิชย์ไทย และ SAIC อยู่ระหว่างการร่างแผนงานความร่วมมือและหารือ เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือที่เป็นรูปธรรม โดยมีประเด็นความร่วมมือในด้าน ต่างๆ ดังนี้

1. การจดทะเบียนและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา เครื่องหมายการค้าและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
2. การจดทะเบียนธุรกิจเพื่อพัฒนาขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจ (Starting a Business) ของทั้งสองประเทศ

ตามเกณฑ์สากลของธนาคารโลก (Doing Business Report) รวมถึงการสร้างเครือข่ายข้อมูลด้านทะเบียนธุรกิจระหว่างกันเพื่อการ แลกเปลี่ยนและการตรวจสอบตัวตนและสถานะของผู้ประกอบการ

3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับกฎหมายและนโยบายการแข่งขันทางการค้า การป้องกันการผูกขาดหรือครอบงำตลาด ปัญหาจากการควบรวมและการเข้าซื้อกิจการ (Mergers and Acquisitions) รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการลอกเลียนชื่อเฉพาะ บรรณารักษ์ และการตกแต่งของสินค้า ที่มีชื่อเสียง

กระทรวงพาณิชย์ได้วางแผนระยะ 2 ปี (2556-2557) โดยในปีแรกจะมุ่งเน้นความร่วมมือด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และจะขยายความร่วมมือ ออกไปในประเด็นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยจะมีการกระชับ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูง และการพบปะหารือ ในระดับนโยบาย รวมทั้งจัดคณะผู้แทนมาเรียนรู้ดูงาน ระหว่างกันเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงาน ในขณะเดียวกัน สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงาน พาณิชย์ไทยในต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศจีนก็พร้อม ที่จะให้ข้อมูล คำปรึกษาและรับเรื่องร้องเรียนจากผู้ประกอบการ มาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาหามาตรการ แก้ไขปัญหาและลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจด้วย



ตลาดจีนในปัจจุบันเป็นโอกาสท่ามกลางความท้าทายรอบด้าน ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างต้องเรียนรู้และเตรียมการ ให้เท่าทันขั้นเชิงธุรกิจที่ก้าวหน้าไม่หยุดยั้งเช่นกัน ท้ายที่สุด งาน China-South Asia Expo ที่ปิดฉากไปยังได้ชวนให้นึกถึงตลาดยักษ์ใหญ่ของไทย อีกประเทศหนึ่งคือ “อินเดีย” ที่ซึ่งผู้ประกอบการไทยมีความสนใจและความกล้าพอๆ กับความลังเล และบทบาทของความร่วมมือระหว่างประเทศ ในลักษณะเดียวกับ MOU ไทย-SAIC ที่เป็นเสมือนการผินักแนวรับสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยรุกไปข้างหน้าได้อย่างมั่นใจ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาความเป็นธรรมทางการค้า ไทย-จีน ที่ผู้ประกอบการควรศึกษาเพิ่มเติม

การจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ : http://www.chineselawclinic.moc.go.th/info/info_detail.php?idcont=1&idcontsub=286

การผูกขาดทางการค้า : http://www.chineselawclinic.moc.go.th/info/info_detail.php?idcont=12&idcontsub=471

การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา : http://www.chineselawclinic.moc.go.th/info/info_detail.php?idcont=9&idcontsub=541

ความลับทางการค้า : http://www.chineselawclinic.moc.go.th/info/info_detail.php?idcont=9&idcontsub=540

จีน

กำหนดยุทธศาสตร์ที่มุ่งลดช่องว่างการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างภาคตะวันออกกับภาคตะวันตกของจีน และเชื่อมโยงเศรษฐกิจการค้ากับภูมิภาคอาเซียนผ่านโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (The Greater Mekong Sub-region : GMS) ซึ่งประกอบด้วย ไทย เมียนมาร์ ลาว เวียดนาม กัมพูชา จีน (ยูนนานและกว่างซี) โดยมีเมืองคุนหมิงและเฉิงกั่ง ในมณฑลยูนนานเป็นด่านหน้าของจีนที่เชื่อมกับภูมิภาคอินโดจีน และมีมหานครฉงชิ่งเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อกับมณฑลทางตอนใน

“สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ” เป็นความร่วมมือเศรษฐกิจภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประกอบด้วย จีน (ยูนนาน) เมียนมาร์ ลาว และ จ.เชียงรายของไทย เป็นจุดเริ่มต้นหนึ่งในการเชื่อมโยงอาเซียน-จีน ต่อมาขยายเพิ่มอีก 3 มณฑล คือ ชี้อชวน กุ้ยโจว และเขตปกครองตนเองกว่างซี ความร่วมมือดังกล่าวได้นำไปสู่การพัฒนาเส้นทางการค้าที่เชื่อมต่อ (Connectivity) ในอนุภูมิภาคภูมิภาค GMS หลายเส้นทาง อาทิ

1. เส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor: NSEC)

1.1 เส้นทาง R3A (คุนหมิง - ลาว - ไทย) เชื่อมโยง อ.เชียงของ จ.เชียงราย ผ่านแขวงบ่อแก้วของลาว เข้าสู่แขวง หลวงน้ำทา และมณฑลยูนนาน ระยะทางประมาณ 1,280 กิโลเมตร

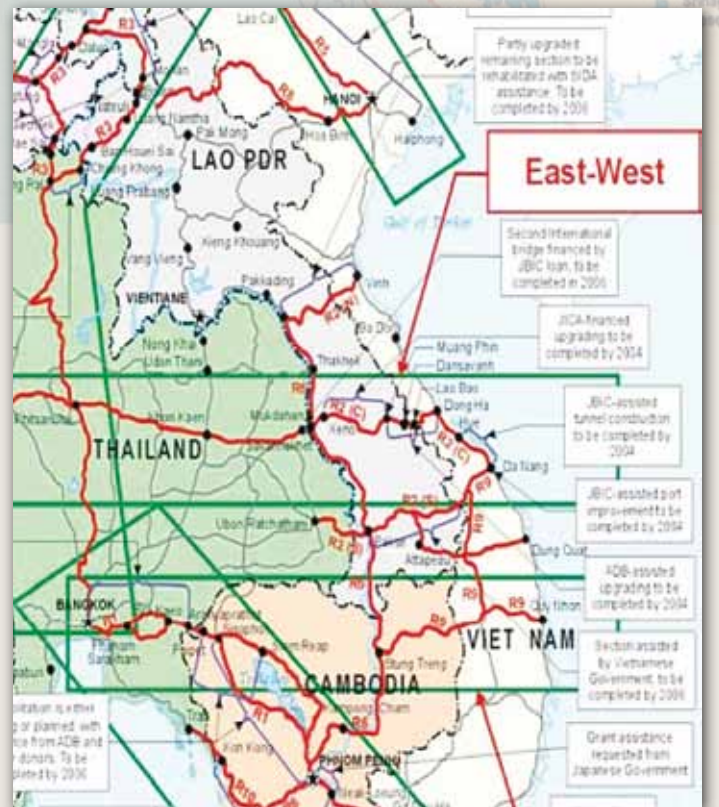
สินค้าไทยที่ได้ประโยชน์: R3A เป็นเส้นทางส่งออกสินค้าจาก ไทยไปยังตลาดลาวและจีน (โดยเฉพาะคุนหมิง) อาทิ น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้างและสินค้าอุตสาหกรรมจากเขตอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลไม้ อาทิ มังคุด ลำไย มะขาม และทุเรียน ในขณะที่ไทยใช้เส้นทางนี้ในการนำเข้า พืชผัก ดอกไม้ และผลไม้ จากจีน และนำเข้าถ่านหินลิกไนต์จากลาว

1.2 เส้นทาง R3B (คุนหมิง-เมียนมาร์-ไทย) เชื่อมโยง อ.แม่สาย จ.เชียงราย ผ่านเมืองท่าซีเหล็กของเมียนมาร์ไปยังเมือง เชียงตุง เข้าสู่จีนตอนใต้ที่เมืองต้าลี่ และเชื่อมต่อกับเส้นทาง R3A ที่เมือง เชียงรุ่ง ระยะทางประมาณ 1,200 กิโลเมตร ทั้งนี้ เส้นทาง R3B ยังอยู่ระหว่างการปรับปรุงเส้นทางในเขตเมียนมาร์ รวมถึงการพิจารณาเปิดด่านศุลกากรของทางการจีน

สินค้าไทยที่ได้ประโยชน์ : เมื่อเส้นทาง R3B ได้รับการพัฒนา และพร้อมใช้งาน ไทยจะสามารถใช้ประโยชน์จากเส้นทางดังกล่าวในการกระจายสินค้าจากเขตอุตสาหกรรมภาคเหนือ สินค้าวัสดุก่อสร้าง สินค้าอุปโภคบริโภค ไปยังตลาดเมียนมาร์และจีน โดยเฉพาะในเมืองต่างๆ ของ รัฐฉาน ที่จะมีการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นฐานของการท่องเที่ยวและการเกษตร บนที่สูง

2. เส้นทาง R12 (กว่างซี-เวียดนาม-ลาว-ไทย) เชื่อมโยงภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของไทยบริเวณ จ.นครพนม สะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 3 ข้ามไปด่านท่าแขก แขวงคำม่วนของลาว มายังด่านนาพาวในลาว เข้าเวียดนามที่ด่านจาลอ ผ่าน จ.กวางบิญ และ จ.ล้งเซิน (Lang Son) ของ เวียดนาม เข้าจีนทางด่านผิงเสียง มณฑลกว่างซี

สินค้าไทยที่ได้ประโยชน์ : เส้นทาง R12 มีระยะทางเพียง 823 กิโลเมตร ซึ่งจะช่วยให้ระยะเวลา ในการส่งสินค้าผักผลไม้ของไทย ให้สั้นลง ทั้งนี้ ไทยยังประสบข้อจำกัดหลายประการ อาทิ จำนวนด่าน ที่มีมากทำให้ค่าผ่านทางในลาวสูงตามไปด้วย การจำกัดความเร็วใน เวียดนาม กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าเกษตรและการเก็บภาษีในจีน ที่ทำให้การขนส่งผัก และผลไม้สดผ่านเส้นทางนี้ยังไม่สามารถทำได้ อย่างเต็มประสิทธิภาพ



Source: ADB

เส้นทาง EWEC, R12 และ R9 ที่เชื่อมต่อไปยังจีนได้

3. เส้นทาง EWEC (East - West Economic Corridor) หรือ เส้นทาง R2 (หรือที่มักเข้าใจว่าเป็นเส้นทาง R9 ซึ่งตามข้อมูลของ ADB และ กรมทางหลวง R9 เป็นเส้นทางที่เชื่อมจากด่านงของเวียดนามมายังสตึงตรง กัมพูชา) EWEC เป็นเส้นทางที่เชื่อมพื้นที่เศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของไทย ผ่าน จ.มุกดาหาร และสะพานมิตรไทย-ลาว แห่งที่ 4 ไปยังแขวง สะหวันนะเขตในลาว เข้าเมืองดองฮา และด่านงของเวียดนาม ซึ่งสามารถ เชื่อมต่อไปยังจีน ผ่านด่านผิงเสียง มณฑลกว่างซีได้ด้วย รวมระยะทางทั้งสิ้น 1,450 กิโลเมตร

สินค้าไทยที่ได้ประโยชน์ : จีนให้ความสำคัญกับมณฑลกว่างซีมาก เพราะเป็นประตูสู่อาเซียน และมีความพร้อมด้านโลจิสติกส์ทั้งทางน้ำและ ทางราง จึงสะดวกต่อการขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์จากเรือ ขั้รถไฟ และกระจาย

สินค้าเข้าสู่จีนตอนใต้โดยไม่ต้องอาศัยรถบรรทุก ไทยใช้เส้น EWEC ในการลำเลียงผักสดและผลไม้ไปยังจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดเจียงหนาน ซึ่งการขนส่งทาง R9 จะใช้เวลา 3-5 วัน (ทางเรือใช้เวลา 5-7 วัน) ในอนาคต ไทยสามารถใช้เส้นทางนี้ในการขนส่งยางพาราและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสินค้าอื่นๆ จากการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมในภาคอีสาน ผ่านท่าเรือด่านไปยังจีนได้มากขึ้น

ภายใต้ยุทธศาสตร์ 2 มหาสมุทร (Two Oceans Strategy) ของจีน นอกเหนือจากเส้นทางการค้าทางถนนแล้ว อาเซียนและจีนยังมีความเชื่อมโยงทางทะเลและทางราง ซึ่งฝั่งหนึ่งเป็นมหาสมุทรอินเดีย และอีกฝั่งคือมหาสมุทรแปซิฟิก โดยมีแผนดำเนินโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่หลายโครงการ ได้แก่

1. ท่าเรือน้ำลึกเจียวเพียวหรือจ้าวผิว (Kyaukpyu) และนิคมอุตสาหกรรมจ้าวผิว ซึ่งจะมีขนาดใหญ่กว่านิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดร่วมกับนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ถึง 10 เท่า
2. เส้นทางรถไฟและเส้นทางถนนเชื่อมชายแดนจีน-เมียนมาร์ (เมืองลู่ลี่ มณฑลยูนนาน) และชายแดนเมียนมาร์ (เมืองมูเซ) ไปยังท่าเรือเจียวเพียว ซึ่งเส้นทางรถไฟนี้คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2558

โอกาสจากการเชื่อมโยงโลจิสติกส์เมียนมาร์-จีน

การพัฒนาเส้นทางรถไฟจากจ้าวผิวไปยังยูนนานของจีน จะช่วยให้การกระจายสินค้าระหว่างจีนและเมียนมาร์มีความสะดวกรวดเร็วมมากขึ้น ส่งผลให้มีการเกิดบริโภค การผลิต การเคลื่อนย้ายแรงงานเข้ามาในพื้นที่ รวมถึงชนชั้นกลาง และสังคมเมืองใหม่ (Urbanization) เป็นโอกาสที่สินค้าไทยจะเข้าไปวางตลาดเพื่อสร้างความคุ้นเคย และความนิยมเชื่อถือให้เกิดขึ้นก่อนที่สินค้าจากจีนซึ่งมีการพัฒนาคุณภาพจะหลั่งไหลเข้าสู่ตลาดของเมียนมาร์มากกว่าที่เป็นอยู่ โดยในขณะนี้ เมียนมาร์ได้สร้างศูนย์การค้าและธุรกิจเพื่อรองรับการลงทุนของจีนแล้วที่ Merchandise Center project ในเขตเมือง Pyigy Tagun Township และ Yatanarpon City ซึ่งประกอบไปด้วยที่ตั้งสำนักงานศูนย์ธุรกิจ IT สถานิชนสงขนาดใหญ่และโกดังสินค้าจำนวนมาก

ในการขยายการค้าของไทย ควรเน้นจุดแข็ง อาทิ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ความทนทาน การรับประกัน และการบริการหลังการขาย รวมทั้งเข้าไปสำรวจจุดทางธุรกิจบริการซึ่งไทยมีความถนัด อาทิ ร้านอาหารแฟรนไชส์ สถานรักษาพยาบาลและเสริมความงาม บริการที่พักอาศัย การก่อสร้างและตกแต่งอาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในหัวเมืองบริวารรอบเมืองมัณฑะเลย์ ได้แก่ Sagaing Monywa Pokokku Swebo Kyaukse และ Meiktila และเมืองที่อยู่ใกล้เส้นทางรถไฟ อาทิ Muse Lashio Ann และ Sittwe

เส้นทางรถไฟสายจ้าวผิว-คุนหมิง จะเหนี่ยวนำให้เกิดการพัฒนาเส้นทางถนนเพื่อเป็นโครงข่ายการขนส่งรองรับการขยายตัวทางการค้าและการผลิตในเมืองต่างๆ ที่ทางรถไฟพาดผ่าน โอกาสประการหนึ่งของไทยคือการเข้าไปแสวงหาโอกาสการลงทุนในพื้นที่ที่สามารถเชื่อมต่อกับเส้นทางรถไฟสายจ้าวผิว-คุนหมิง และจังหวัดในภาคเหนือของไทย เพื่อนำวัตถุดิบและสินค้าแปรรูปขึ้นต้นจากเมืองที่อยู่ตามแนวเส้นทางรถไฟมาต่อยอดมูลค่าเพื่อจำหน่ายและส่งต่อไปยังประเทศอื่นๆ เส้นทางถนนที่มีแนวโน้มจะพัฒนาควบคู่ไปกับเส้นทางรถไฟดังกล่าวคือ Asian Highway สาย 2 (AH2) ที่เชื่อมจากเมือง Tamu ของอินเดีย ผ่านเมือง Mandalay Meiktila (มิกติลา) Thazi (ทาชิ) มายิ่งเมือง Heho (แฮโฮ) Taunggi (ตองยี) Loilem Kyaington (เชียงตุง) และ Tachilake (ท่าชีเหล็ก)

ผู้ประกอบการไทยควรเข้าไปศึกษาหาข้อมูลทางการลงทุนในเมืองที่เป็นแหล่งวัตถุดิบ แรงงานและศูนย์กลางการขนส่ง (Hub) อาทิ เมืองมิกติลาและ



International Road Links in Myanmar

ทาชิ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองตองยี ซึ่งมีความพร้อมหลายประการ โดยไทยอาจเรียนรู้จากประสบการณ์ของจีนที่ได้เข้าไปร่วมพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมในเมือง Shwebo Monywa และ Pokokku แถบลุ่มน้ำอิระวดี ในเขต Mandalay และกรณีของอินเดียที่พยายามเชื่อมโยงการผลิตและการค้าโดยอาศัยเส้นทาง Stillwell และเส้นทางระหว่างเมือง Moreh แคว้น Manipur (มณีปุระ) กับเมือง Kalewa ลุ่มน้ำ Chindwin ในเขต Sagaing

นอกจากนี้ในระยวจีนและเมียนมาร์ยังมีแผนที่จะก่อสร้างท่าเรือทะเลกัวก (Kaleguak) ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อไทยในการขนส่งสินค้าจากเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่สอด จ.ตาก ในส่วนของการนำเข้า ท่าเรือทะเลกัวกสามารถเป็นท่าเรือทางเลือกของไทยในการนำวัตถุดิบจากภูมิภาคแอฟริกาและตะวันออกกลางมาแปรรูปเป็นสินค้าประเภททุนเพื่อทดแทนการนำเข้าและส่งเสริมให้ไทยเป็นแหล่งกระจายไปสู่ประเทศต่างๆ ในอินโดจีน (Sourcing Hub) อย่างไรก็ตาม ในการใช้ประโยชน์จากท่าเรือทะเลกัวกของจีนในเมียนมาร์ไทยยังต้องอาศัยการพัฒนาเส้นทางขนส่งทางบกอีกมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นทางรถไฟระหว่างเมือง Amherst และกาญจนบุรี ซึ่งในขณะนี้ยังขาดช่วง (Missing link) ระหว่าง Phayathonezu (พญาทองชู) อ.สังขละบุรี-ทองผาภูมิ-ไทรโยค หากมีการพัฒนาเส้นทางรถไฟดังกล่าวแล้ว คาดว่าการขนส่งสินค้าจากเมืองยี่ด้วยรถไฟมายังกรุงเทพฯ ซึ่งมีระยะทางประมาณ 500 กิโลเมตร จะใช้เวลาเพียง 6 ชั่วโมงครึ่งเท่านั้นหากวิ่งด้วยความเร็วประมาณ 80 กิโลเมตร

โลจิสติกส์การค้าระหว่างจีนและอาเซียนเป็นเรื่องที่ต้องติดตามความคืบหน้าอย่างใกล้ชิด เพราะโอกาสและความเสี่ยงจากการเชื่อมโยงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการค้าในอินโดจีนอย่างพลิกฝ่ามือ

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจของไทย เดือนพฤษภาคม 2556 ในภาพรวมชะลอตัวลงเล็กน้อย ทั้งนี้ เป็นผลจากการใช้จ่ายครัวเรือน การลงทุนรวม และการค้าระหว่างประเทศหดตัวลดลง ส่วนภาคการผลิตและการท่องเที่ยวยังขยายตัวได้ดีและต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยเศรษฐกิจของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2556 สศช. ได้ปรับค่าคาดการณ์ใหม่ (20 พ.ค. 2556) จากเดิมขยายตัวร้อยละ 4.5-5.5 เป็นขยายตัวร้อยละ 4.2-5.2

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนพฤษภาคม 2556 อัตราเงินเฟ้อขยายตัวที่ร้อยละ 2.27 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ ไตรมาสแรกของปี 2556 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 44.2 ซึ่งสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้ คือไม่เกินร้อยละ 60.0 และอัตราการว่างงานเดือนเมษายน 2556 อยู่ที่ร้อยละ 0.9 ส่วนเสถียรภาพภายนอกประเทศยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยทุนสำรองระหว่างประเทศเดือนพฤษภาคม 2556 ลดลงจากเดือนก่อนหน้าเล็กน้อยแต่ยังอยู่ในระดับสูงที่ 175.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ภาคอุปทาน เดือนพฤษภาคม 2556 ในภาพรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา โดยดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร และดัชนีราคาสินค้าเกษตร ขยายตัวสูงขึ้นที่ร้อยละ 0.5 และ 1.5 ตามลำดับ (เมษายน 2556 ลดลงร้อยละ 4.4 และ 3.0 ตามลำดับ) และดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 7.8 (เมษายน 2556 ลดลงร้อยละ 4.2) ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมสูงขึ้นอยู่ที่ระดับ 94.3 จากระดับ 92.9 ในเดือนก่อนหน้า ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศยังคงขยายตัวได้ดี โดยขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 19.4 (เมษายน 2556 ขยายตัวร้อยละ 19.4)

การบริโภคภาคเอกชน เดือนพฤษภาคม 2556 ในภาพรวมหดตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา สะท้อนได้จากปริมาณจำหน่ายรถยนต์นั่ง และยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ที่หดตัวร้อยละ 5.8 และ 11.4 ตามลำดับ (เมษายน 2556 ขยายตัวร้อยละ 22.9 และ 7.2) ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม และรายได้เกษตรกรที่แท้จริงหดตัวลงเช่นกัน โดยหดตัวที่ร้อยละ 1.7 และ 1.4 ส่วนปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 6.3

การลงทุนภาคเอกชน เดือนพฤษภาคม 2556 ชะลอตัวลงเล็กน้อย โดยสะท้อนได้จากปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ และยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ (เช่น รถบรรทุกขนาด 1 ตัน) ที่หดตัวลงเล็กน้อย ที่ร้อยละ 1.8 และ 1.4 (เมษายน 2556 ขยายตัวร้อยละ 2.3 และ 26.5 ตามลำดับ) ส่วนภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ และยอดขายปูนซีเมนต์ ขยายตัวร้อยละ 14.0 และ 16.8 (เมษายน 2556 ขยายตัวร้อยละ 35.1 และ 17.7 ตามลำดับ)

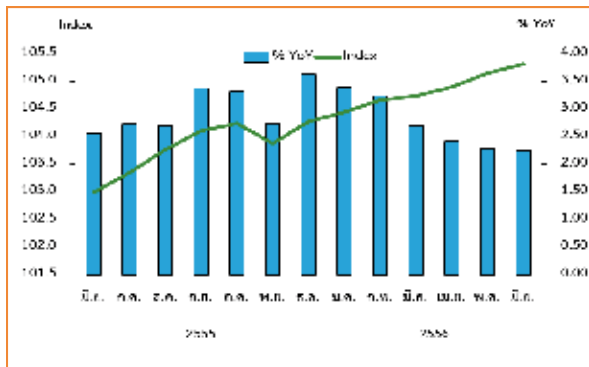
ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อ	Real GDP	คาดการณ์ ปี 56
	เฉลี่ย ม.ค. - พ.ค. 56	ปี 55 (%y-o-y)	GDP
ไทย	2.80	6.5	4.7
มาเลเซีย	1.58	5.6	5.1
ฟิลิปปินส์	2.96	6.6	6.0
สิงคโปร์	3.02	1.3	2.0
จีน	2.36	7.8	8.0
อินโดนีเซีย	5.36	6.2	6.3
อินเดีย	5.80	5.1	5.7
เวียดนาม	6.74	5.0	5.2

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 55	ปี 56		
		Q1	เม.ย. พ.ค.	
Real GDP (%y-o-y)				
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	6.5	5.3	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ				
ดุลการค้าตามระบบการค้า (พันล้าน USD)	-18.1	-7.4	-4.1	-2.3
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	2,728.0	1,267.3	-3,361.3	-1,050.9
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	181.6	177.8	178.4	175.3
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.02	-	2.42	2.27
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.1	-	1.18	0.94
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	43.7	44.2	-	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.7	0.9	-
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)				
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	3.12	4.26	2.89	-5.25
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	8.22	8.44	8.91	-2.14
อุปทาน (%y-o-y)				
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	5.1	1.9	-4.4	0.5
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-9.6	-4.0	-3.0	1.5
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	2.5	3.0	-4.2	-7.8
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	99.5	95.4	92.9	94.3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	16.0	18.9	19.4	19.4
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)				
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	14.1	6.9	3.7	-1.7
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	86.6	-101.3	22.9	-5.8
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	5.8	5.4	7.2	-11.4
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	-5.3	-5.9	-10.8	-1.4
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	-0.4	5.0	12.9	6.3
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)				
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	22.1	3.7	2.3	-1.8
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	76.2	19.4	26.5	-1.4
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	20.6	32.5	35.1	14.0
ยอดขายปูนซีเมนต์	10.6	15.9	17.7	16.8
ยอดขายเหล็ก	5.3	-	-2.4	-

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ, IMF

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

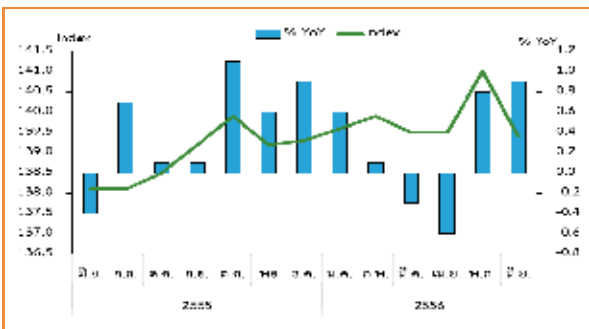
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



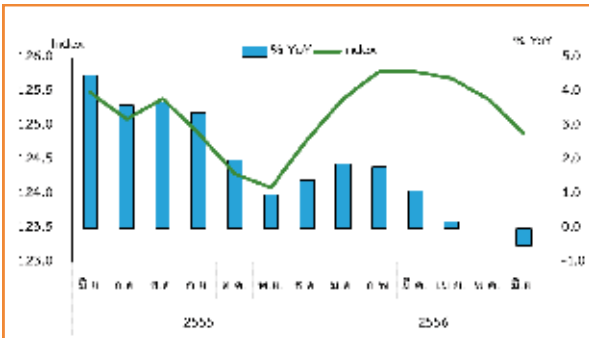
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ เดือนมิถุนายน 2556 จากการคำนวณสินค้าและบริการทั่วประเทศจำนวน 450 รายการ ดัชนีราคาผู้บริโภคสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวลง โดยดัชนีมีค่าเท่ากับ 105.31 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 2.25 เป็นการปรับตัวสูงขึ้นของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผักและผลไม้ เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่และสัตว์น้ำ ไข่และผลิตภัณฑ์นม ข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง อาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ หมวดยาพาทนะ การขนส่งและการสื่อสาร หมวดยศสถาน เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีสูงขึ้นร้อยละ 0.15 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มิถุนายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.70

สำหรับคาดการณ์เงินเฟ้อปี 2556 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 2.80 - 3.40

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ จากการคำนวณสินค้าและบริการจำนวน 312 รายการ (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงานจำนวน 138 รายการ) เดือนมิถุนายน 2556 เท่ากับ 103.07 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.88 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า สูงขึ้นร้อยละ 0.09 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มิถุนายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.23

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนมิถุนายน 2556 เท่ากับ 139.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.9 สาเหตุจากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ตามการสูงขึ้นของปลาและสัตว์น้ำ สัตว์ชีวิตและผลิตภัณฑ์ และผลผลิตการเกษตร และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ตามการสูงขึ้นของราคาแร่โลหะ ส่วนหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดัชนีราคาลดลง ตามการลดลงของราคายางและพลาสติก โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ เคมีภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมี เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตลดลงร้อยละ 1.1 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มิถุนายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.2

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนมิถุนายน 2556 เท่ากับ 124.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนดัชนีราคาลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.5 ตามการลดลงของดัชนีราคาหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์ หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา ส่วนหมวดดัชนีราคาที่สูงขึ้น ได้แก่ หมวดซีเมนต์ หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต หมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ ซึ่งปรับราคาสูงขึ้นตามต้นทุนการผลิตและความต้องการของตลาด และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาลดลงร้อยละ 0.4 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มิถุนายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.7

ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

การส่งออก

เดือนพฤษภาคม 2556 มีมูลค่า 19,830.1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดย สินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 16.4 โดย ข้าว (-26%) ยางพารา (-22%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-1%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-38.6%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.9 โดย คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ฯ (-24.3%) น้ำมันสำเร็จรูป (-31.5%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-16.3%) ญี่ปุ่น (-7.6%) สหรัฐอเมริกา (-6.9%) มาเลเซีย (+11.3%) อินโดนีเซีย (+8.1%)

การส่งออกในระยะ 5 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.-พ.ค.) มีมูลค่า 94,206 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 5.9 โดย ข้าว (-3.8%) ยางพารา (-11%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-24.2%) น้ำมัน (-33.2%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 โดย รถยนต์และอุปกรณ์ฯ (+18.3%) เคมีภัณฑ์ (+13.3%) เม็ดพลาสติก (+10.8%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-0.9%) สหรัฐอเมริกา (+1.4%) ญี่ปุ่น (-0.3%) มาเลเซีย (+1.3%) และฮ่องกง (+9.6%)

การนำเข้า

เดือนพฤษภาคม 2556 มีมูลค่า 22,134.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-1.9%) เครื่องจักรกล (-15.9%) เครื่องพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (-11.9%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-9.6%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (-0.1%) ญี่ปุ่น (-29.5%) สหรัฐอเมริกา (+63.3%) สหรัฐอเมริกา (+7.9%) และสิงคโปร์ (+91.2%)

การนำเข้าในระยะ 5 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.-พ.ค.) มีมูลค่า 108,062.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (+39.2%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+8.7%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-8.3%) จีน (+5.1%) สหรัฐอเมริกา (+27.1%) สหรัฐอเมริกา (+27.7%) และมาเลเซีย (-3.5%)

ดุลการค้า

เดือนพฤษภาคม 2556 ขาดดุลการค้ามูลค่า 2,304.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ระยะ 5 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.-พ.ค.) ขาดดุลการค้า มูลค่า 13,856.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนพฤษภาคม 2556 อยู่ที่ 99.9 (ปี 2550=100) ลดลงร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ร้อยละ 1.9, 0.2 และ 2.4 ตามลำดับ ส่วนหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนพฤษภาคม 2556 อยู่ที่ 97.5 (ปี 2550=100) ลดลงร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเชื้อเพลิง สินค้าทุน สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ร้อยละ 10.8, 0.1, 3.1 และ 2.6 ตามลำดับ ขณะที่หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	เม.ย. 56	พ.ค. 56	ม.ค.-พ.ค. 56	เม.ย. 56	พ.ค. 56	ม.ค.-พ.ค. 56
ส่งออก	17,409.3	19,830.1	94,206.0	2.9	-5.2	1.9
นำเข้า	21,550.6	22,134.5	108,062.5	8.9	-2.1	5.7
ดุลการค้า	-4,141.2	-2,304.4	-13,856.5			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือน พ.ค. 56

สินค้า	มูลค่า			ประเทศ	มูลค่า		
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์และอุปกรณ์ฯ	2,130.3	3.4	10.7	จีน	2,155.4	-16.3	10.9
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	1,485.1	-24.3	7.5	ญี่ปุ่น	2,023.1	-7.6	10.2
น้ำมันสำเร็จรูป	910.3	-31.5	4.6	สหรัฐฯ	2,011.6	-6.9	10.1
เคมีภัณฑ์	887.9	4.4	4.5	มาเลเซีย	1,252.9	11.3	6.3
อัญมณีและเครื่องประดับ	781.6	21.5	3.9	อินโดนีเซีย	1,114.3	8.1	5.6

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน พ.ค. 56

สินค้า	มูลค่า			ประเทศ	มูลค่า		
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	3,323.9	-1.9	15.0	จีน	3,281.9	-0.1	14.8
เครื่องจักรกล	1,932.3	-15.9	8.7	ญี่ปุ่น	3,267.2	-29.5	14.8
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,423.9	10.3	6.4	สหรัฐฯ อาหรับฯ	1,795.2	63.3	8.1
เพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,398.5	-11.9	6.3	สหรัฐฯ	1,335.0	7.9	6.0
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,298.1	-9.6	5.9	สิงคโปร์	1,248.7	91.2	5.6

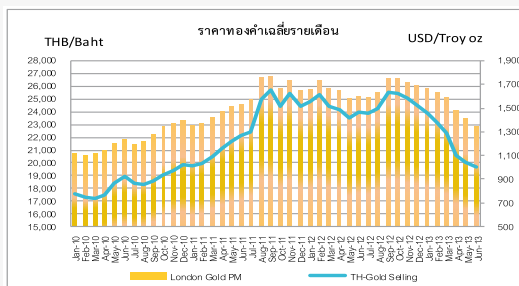
ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	มี.ค. 56	เม.ย. 56	พ.ค. 56	เม.ย. 56	พ.ค. 56	ม.ค.-พ.ค. 56
ส่งออก	-0.1	-0.4	0.0	-0.7	-0.4	0.0
นำเข้า	-0.3	-0.7	-0.6	-3.3	-3.4	-2.4

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : มิถุนายน 2556

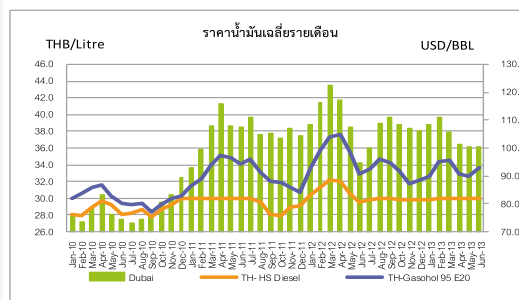
ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนมิถุนายนร่วงลงอย่างหนัก โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 19,638 บาท ลดลงร้อยละ 1.84 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากได้รับปัจจัยลบจากการแข็งค่าของสกุลเงินเหรียญสหรัฐเมื่อเทียบกับสกุลเงินหลักๆ อีกทั้งความวิตกกังวลว่าเศรษฐกิจจีนจะชะลอตัวลงหากเกิดภาวะสภาพคล่องหดตัวในระบบการเงิน นอกจากนี้ ธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) ได้ส่งสัญญาณว่าจะชะลอมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (QE) ลงในช่วงปลายปีนี้ ส่งผลให้ตลาดหุ้นทั่วโลกปรับตัวลงอย่างหนัก ขณะที่ข้อมูลเศรษฐกิจสหรัฐฯ แข็งแกร่งเกินคาด กระตุ้นให้นักลงทุนเทขายสินทรัพย์ที่ปลอดภัยอย่างทองคำ และหันไปซื้อสินทรัพย์เสี่ยง



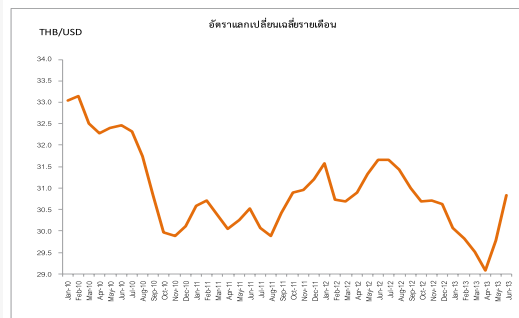
ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนมิถุนายนยังคงเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 95.80 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 94.80 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ซึ่งส่วนใหญ่ได้แรงหนุนจากปัญหาความไม่สงบในประเทศผู้ผลิตน้ำมันในแอฟริกา โดยเฉพาะลิเบียและไนจีเรีย รวมทั้งตะวันออกกลาง ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ นักลงทุนยังกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจจีนหลังตัวเลขเศรษฐกิจออกมาผิดหวังอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำมันของจีนให้ปรับลดลงได้



อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนมิถุนายนอ่อนค่าลงตลอดทั้งเดือน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 30.83 บาทต่อเหรียญสหรัฐ อ่อนค่าจาก 29.78 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากธนาคารกลางสหรัฐฯ ส่งสัญญาณชะลอการเข้าซื้อพันธบัตรโครงการมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (QE) ภายในช่วงปลายปีนี้ ขณะที่เศรษฐกิจจีนก็เริ่มชะลอตัวลงเช่นกัน



สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาจาก 1,533.89 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,527.63 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากประเทศคู่ค้าหลักลดการนำเข้า ประกอบกับผู้ซื้อต่างประเทศชะลอการสั่งซื้อ ช่วงที่รัฐบาลประกาศลดราคารับจำนำ เพื่อต้องการต่อรองให้ไทยขายข้าวในราคาต่ำลง ในขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 3,259.17 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 3,295.26 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากผลผลิตข้าวนาปรังออกสู่ตลาดลดลง แต่ยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับแนวโน้มเดือนกรกฎาคม คาดว่าราคาข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 อาจปรับตัวเพิ่มขึ้น ตามปริมาณการส่งออก เนื่องจากสต็อกของผู้ซื้อหลัก เช่น ญี่ปุ่น อิรัก อิหร่าน และแอฟริกาเริ่มหมดลง

ยางพารา ราคาขายแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนมิถุนายน 2556 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 79.21 บาท และ 86.51 บาท

ตามลำดับ ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากนักลงทุนมีความระมัดระวังในการซื้อขาย หลังจากธนาคารกลางสหรัฐฯ ได้ออกแถลงการณ์ว่าจะเริ่มชะลอโครงการซื้อพันธบัตร หรือมาตรการผ่อนคลายนโยบายการเงิน (QE) ในปลายปี 56 หากเศรษฐกิจฟื้นตัวตามที่คาดการณ์ไว้ ประกอบกับเงินซึ่งเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ชะลอการซื้อ เนื่องจากยังมียางในสต็อกอยู่ในระดับสูง สำหรับราคาในเดือนกรกฎาคม 2556 คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้น เพราะมีปัจจัยสนับสนุนจากการที่คณะกรรมการบริหารโครงการพัฒนาศักยภาพสถาบันเกษตรกรเพื่อรักษาเสถียรภาพราคายางมีมาตรการเร่งด่วนให้มีการซื้อขายผ่านตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้าแห่งประเทศไทย (AFET) ร่วมกับบริษัทเอกชนในราคานำตลาดที่กิโลกรัมละ 110 บาท

ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	พ.ค.56	มิ.ย.56	% Δ (MOM)	ม.ค.-มิ.ย.55	ม.ค.-มิ.ย.56	% Δ (YOY)
สินค้า						
ข้าว : (THB/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,533.89	1,527.63	-0.41	1,628.86	1,570.09	-3.61
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,259.17	3,295.26	1.11	2,932.85	3,259.57	11.14
ยางพารา : (THB/Kg)						
แผ่นดิบ ชั้น3	82.88	79.21	-4.43	104.05	81.21	-21.95
แผ่นรมควัน ชั้น3	89.51	86.51	-3.13	117.68	90.27	-23.29
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,413.50	1,342.36	-5.03	1,650.91	1,522.06	-7.81
ไทย (THB/Baht)	20,006.25	19,638.00	-1.84	24,369.45	21,591.81	-11.40
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
Dubai	100.50	100.40	-0.10	111.15	104.57	-5.91
WTI	94.80	95.80	1.06	98.14	94.27	-3.94
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	29.78	30.83	3.52	31.15	29.85	-4.17

ที่มา : CEIC



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้นำผู้ประกอบการ OTOP ทั้งหมดภูมิภาคจำนวน 20 ราย ไปเปิดตัวสินค้า OTOP ไทย ครั้งแรกในนครคุนหมิง โดยไปร่วมงานแสดงและจำหน่าย สินค้า งาน “China Kunming Import & Export Fair 2013” ระหว่างวันที่ 6 - 10 มิถุนายน 2556 ณ นครคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้นำสินค้า OTOP ที่มีชื่อเสียง และมีศักยภาพไปเปิดตัวให้กับตลาดผู้บริโภคในนครคุนหมิง ได้รู้จัก อาทิ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหาร ของใช้ ของที่ระลึก และสินค้าสมุนไพร

ผลการตอบรับในการเข้าร่วมงานครั้งนี้ สินค้า OTOP ไทยได้รับผลการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคชาวจีนและเป็นที่รู้จัก มากยิ่งขึ้น มียอดการจำหน่ายภายในงานจำนวน 2,446,395 บาท สามารถจับคู่ธุรกิจการค้ากับผู้นำเข้าชาวจีน จำนวน 10 คู่ค้า คาดว่าจะมีมูลค่าการค้าภายใน 1 ปี ไม่น้อยกว่า 30 ล้านบาท และในอนาคตจะมีการสั่งซื้อสินค้า OTOP ของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง