วารสาร
สนย.
TPSO Journal
ปีที่ 3 ฉบับที่ 26 ประจำเดือนกันยายน 2556

TPSO
TRADE POLICY AND STRATEGY OFFICE
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

โอกาสโคเนื้อไทยในอาเซียน (AEC)

แม่โขงเดลต้า : ปูทางข้างหน้า... ...สู่ ASEAN SUPPLY CHAIN

♦ ภาพรวมเศรษฐกิจไทย ♦ ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า
♦ การค้าระหว่างประเทศของไทย ♦ สถานการณ์ราคาสินค้าสำคัญ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์

CONTENTS

กรุงเทพเมืองหนังสือโลก 3

โอกาสโคเนื้อไทยในอาเซียน (AEC) 4-5

แม่โขงเดลต้า : ปูทางข้างหน้า
สู่ ASEAN Supply Chain.....6-7

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย.....8

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า.....9

การค้าระหว่างประเทศของไทย :
กรกฎาคม 2556.....10

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และ ราคาสินค้าเกษตร :
สิงหาคม 2556.....11

บรรณาธิการ
ผู้อำนวยการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

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

วารสารรายเดือน *ประจำเดือนกันยายน 2556 • ปีที่ 3 ฉบับที่ 26*

Editor's Note

วารสาร สนย.ฉบับที่ 26 ขอส่งท้ายปี (งบประมาณ) 2556 ด้วยเนื้อหาสาระเรื่องราวดีๆ และน่าสนใจเกี่ยวกับ โอกาสโคเนื้อไทยในอาเซียน และ แม่โขงเดลต้า: ปูทางข้างหน้าสู่ ASEAN Supply Chain

ภายในปี 2558 ซึ่งจะมีการรวมกลุ่ม และก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community:AEC) นับเป็นโอกาสดีของโคเนื้อของไทยที่จะขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนโดยการเพิ่มผลผลิตภายในประเทศ หรือใช้ประเทศอาเซียนอื่นๆ ที่มีปัจจัยการผลิตถูกกว่าไทยเป็นฐานการผลิตเพราะไทยมีศักยภาพในการผลิตโคเนื้อซึ่งมีทั้งพ่อ-แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดี เทคโนโลยีการเลี้ยง และกระบวนการผลิตเนื้อโคที่เหนือประเทศอื่นในอาเซียนทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องเร่งส่งเสริมให้เกษตรกรมาเลี้ยงโคเนื้อให้มากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ในระยะยาว เพื่อปูทางสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวของอาเซียน กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินโครงการเชื่อมโยงเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านรวมถึงมณฑลทางตอนในของจีนที่มีการเชื่อมต่อกับอินโดจีน หนึ่งในนั้นคือพื้นที่ดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง (Mekong Delta Sub-region) ครอบคลุมพื้นที่แม่น้ำโขงไหลผ่านตั้งแต่กรุงพนมเปญถึงตอนใต้สุดของเวียดนาม ด้วยศักยภาพด้านต่างๆ พื้นที่ดินดอนแห่งนี้จะกลายเป็นหัวหาดสำคัญของอาเซียนต่อไป ซึ่งติดตามรายละเอียดได้ภายในฉบับ

เรายินดีเป็นอย่างยิ่งที่จะรับฟังความคิดเห็น และข้อแนะนำจากท่านเพื่อปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาสาระวารสารให้ดียิ่งขึ้นต่อไป...

บรรณาธิการ

Getting Around with TPSO

ฉบับนี้มีเรื่องราวมากมายอีกเช่นเคย นอกจากจะมีงานการประชุมร่วมกับภาคเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาการค้าการขายการส่งออกกันเป็นรายสินค้า แล้วยังมีงานมหกรรมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ อีกทั้งยังมีการศึกษาสำรวจโอกาสทางการค้าและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

จากที่คณะของกระทรวงพาณิชย์ นำโดยปลัดกระทรวง (นางวัชรี วิมุกตายน) ที่ปรึกษาการพาณิชย์ (นางสาวผ่องพรรณ เจียรวิริยพันธ์) เดินทางไปกระชับความสัมพันธ์ และสำรวจเส้นทางการค้าที่กัมพูชา (จ.สีหนุวิลล์ และกรุงพนมเปญ) และเวียดนาม (นครโฮจิมินห์) โดยสินค้าไทยเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวเวียดนามและกัมพูชาเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากงาน Cambodia-Thailand Caravan Fair 2013 ที่เคยเล่าให้ฟังไปเมื่อฉบับก่อนหน้านี้ จากงานนี้เอง ทำให้ จ.สีหนุวิลล์สนใจมาก เสนอให้ร่วมมือกันจัดงานคาราวานอีก 2 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1) เริ่มจาก จ.ตราด ไปยัง จ.สีหนุวิลล์ และ จ.กัมปอต กัมพูชา เส้นทางที่ 2) เริ่มจากกรุงพนมเปญ ไป จ.กัมปงชะนัง และจ.บันเตียเมียนเจย ส่วนในเวียดนาม พบว่ามีความนิยมสินค้าไทยที่มีคุณภาพและทันสมัย ซึ่งสามารถเข้าร่วมงาน Thailand Week ในนครโฮจิมินต์ และงานคาราวานที่ จ.กัมปอต ซึ่งเป็นชายแดนติดเวียดนาม โดยไทยจะนำสินค้า OTOP เข้าร่วมงานแสดงสินค้าให้มากขึ้น

สบก.

กรุงเทพเมืองหนังสือโลก

โดย ดร.ไพศาล มะระพฤกษ์วรรณ

ปัจจุบันคนกรุงเทพนิยมอ่านหนังสือกันคึกคักเป็นพิเศษนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 ที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้ประกาศว่ากรุงเทพฯ ได้รับเลือกจากยูเนสโก้ให้เป็นเมืองหนังสือโลกประจำปี 2556 โดยจะมีกิจกรรมส่งเสริมการอ่านหนังสือตลอดปี เป็นที่น่ายินดีที่คนไทยจะสนุกสนานกับการอ่านกันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม คุณภาพการอ่านก็เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กันไปด้วยเช่นกัน

การอ่านเป็นการสร้างชาติ ยิ่งอ่านมากเราก็จะได้ยิ่งรู้มากขึ้น ท่านอับราฮัม ลินคอล์น ประธานาธิบดีคนที่ 16 ของสหรัฐอเมริกา ผู้เป็น 1 ใน 4 รัฐบุรุษที่ได้รับการยกย่องสูงสุดของสหรัฐฯ ก็เป็นนักอ่านคนสำคัญเช่นกัน ท่านเกิดในครอบครัวชาวนายากจน ไม่เคยได้เข้าโรงเรียนแต่รักการอ่านมาก สิ่งนี้ทำให้ท่านสามารถก้าวสู่จุดสูงสุดในชีวิตสู่ตำแหน่งประธานาธิบดีของสหรัฐฯ ซึ่งไม่ธรรมดาเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นเราจึงสามารถกล่าวได้ว่าการอ่านหนังสือเป็นการสร้างชาติอย่างแท้จริง

เมื่อพิจารณาจากอัตราการรู้หนังสือของคนไทยจะพบว่าสูงถึง 93.5% เลยทีเดียว ใกล้เคียงกับฟิลิปปินส์ซึ่งอยู่ที่ระดับ 95.4% แต่คนฟิลิปปินส์กลับมีความเป็นสากลมากกว่า มีความพร้อมที่จะไปทำงานในต่างประเทศหรือติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมากกว่า น่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดคุณภาพการอ่านที่ต่างกัน ทั้งนี้คนฟิลิปปินส์มีทักษะภาษาอังกฤษในระดับที่ดี ทำให้สามารถขยายขอบเขตการอ่านได้มากกว่า โดยเฉพาะงานวิจัยใหม่ๆ ที่มักตีพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ

นักวิชาการด้านการศึกษาอธิบายว่า พฤติกรรมการอ่านหนังสือมีความสัมพันธ์กับทั้งระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ หากทุกคนหยั่งรู้ว่าการอ่านหนังสือมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของคนอย่างไร ก็จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการอ่าน ประเทศที่ประชาชนรักการอ่านรัฐบาลมักจะมีนโยบายส่งเสริมอย่างชัดเจน

เราลองมาพิจารณากันว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่ช่วยส่งเสริมให้คนฟิลิปปินส์รักการอ่าน

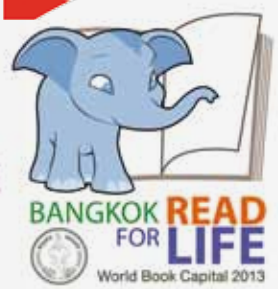
1. **<u>รากฐานการศึกษาที่ยาวนาน</u>** ในฟิลิปปินส์มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา 2,180 แห่งทั่วประเทศ หลายแห่งมีอายุยืนยาวหลายศตวรรษ มหาวิทยาลัยซานโตโทมัสในกรุงมนิลาก่อตั้งเมื่อ 408 ปีก่อน เป็นมหาวิทยาลัยที่เก่าแก่ที่สุดในเอเชีย การหยั่งรากลึกของระบบการศึกษานี้ย่อมปลูกฝังความคิดของประชาชนให้เห็นถึงความสำคัญของการอ่านได้มากกว่า

2. **<u>การศึกษาแบบตะวันตก</u>** ปัจจุบันระบบการศึกษาของฟิลิปปินส์เป็นแบบอเมริกันในทุกระดับชั้นตั้งแต่อนุบาลถึงระดับอุดมศึกษา ส่งผลให้การปรับตัวเข้ากับระบบงานของบริษัทตะวันตกจึงทำได้ง่ายกว่า

3. **<u>ตำราเป็นภาษาอังกฤษ</u>** ทุกวิชาที่มีการเรียนการสอนในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยเป็นตำราฉบับพิมพ์ล่าสุดเล่มเดียวกับที่ใช้ในสหรัฐฯ โดยมีการจัดพิมพ์เพื่อจำหน่ายเฉพาะในฟิลิปปินส์ภายใต้ลิขสิทธิ์ด้วยราคาที่ถูกมาก เปิดโอกาสให้ทุกชั้นชนอ่านหนังสือกันได้อย่างจุใจ

4. **<u>จำเป็นต้องรู้ภาษาอังกฤษ</u>** ภาษาอังกฤษเป็นภาษาราชการของฟิลิปปินส์ การไม่รู้ภาษาอังกฤษเหมือนเป็นการตัดสิทธิของตนเอง

5. **<u>ความจำเป็นในอดีต</u>** ฟิลิปปินส์เป็นชาติที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกมากที่สุดในอาเซียน เนื่องจากเคยเป็นส่วนหนึ่งของสเปนอยู่ 377 ปี (พ.ศ. 2064-2441) และสหรัฐฯ 48 ปี (พ.ศ. 2441-2489) คนที่ประสงค์จะมีงานดีๆ จำต้องรู้ภาษาต่างประเทศและมีการศึกษาที่ดีกว่า



6. **<u>ค่านิยมการทำงานต่างประเทศ</u>** ในแต่ละปีมีคนฟิลิปปินส์เดินทางไปทำงานในต่างประเทศนับล้านคน ซึ่งแน่นอนว่าทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดแรงงานระดับโลกได้ ในปี 2555 คณะกรรมการด้านชาวฟิลิปปินส์โพ้นทะเล (the Commission on Overseas Filipinos) ประมาณการว่ามีคนฟิลิปปินส์ไปทำงานหรือพำนักในต่างประเทศราว 12.6 ล้านคน (เป็นอันดับที่ 3 ของโลกรองจากอินเดียและจีน) คิดเป็น 13% ของประชากร 94 ล้านคน

7. **<u>การศึกษาเพื่อประชาชน</u>** รัฐบาลฟิลิปปินส์สนับสนุนการศึกษาในทุกด้านเพื่อให้คนทุกคนสามารถเข้าถึงการศึกษาได้อย่างทั่วถึงในราคาไม่แพง

แง่คิดสำหรับนักอ่านชาวไทย

- ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕–๒๕๕๙) ของไทย ได้มุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างนักอ่านที่สามารถพัฒนาองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยการเข้าถึงความรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอ

- แม้ปัจจัยสนับสนุนการอ่านในประเทศไทยอาจจะแตกต่างจากฟิลิปปินส์ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าโรงเรียนแคทอลิกหลายแห่งของไทยใช้ตำราวิชาการ เช่น คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งช่วยสร้างความคุ้นเคยภาษาอังกฤษแก่ผู้เรียนได้เป็นอย่างดี มีความแตกฉานในเรื่องที่สนใจมากขึ้น และในระยะยาวผู้เรียนก็สามารถต่อยอดการศึกษาในต่างประเทศได้โดยไม่ยากนัก อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการขยายขอบเขตการศึกษาด้วยตนเองในความรู้ใหม่ๆ ได้กว้างขวางขึ้นโดยผ่านทักษะด้านภาษาอังกฤษ ไม่จำกัดอยู่เฉพาะหนังสือภาษาไทย ผู้เรียนจึงสามารถรับรู้ถึงมุมมองที่แตกต่างจากนักวิชาการต่างประเทศได้กว้างขวางและง่ายขึ้น และเป็นการสร้างนิสัยใฝ่ศึกษาค้นคว้าวิจัยด้วยตนเอง เพื่อสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ (ที่กำลังขาดแคลน) ในอนาคตได้ด้วย

- ฟิลิปปินส์มีประสบการณ์ด้านการศึกษาถึง 408 ปี จึงควรอย่างยิ่งที่จะขยายความร่วมมือและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการศึกษาระหว่างไทยและฟิลิปปินส์ เพื่อให้ทั้งสองประเทศสามารถก้าวสู่การเป็นฮับทางการศึกษาของอาเซียนอย่างแท้จริง

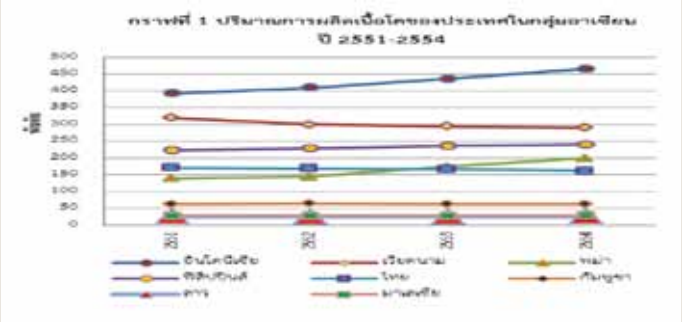
- โดยสรุป นโยบายการศึกษาแบบสองภาษา (Bilingual) ในระดับชาติเป็นสิ่งจำเป็นในการเตรียมความพร้อมให้กับคนรุ่นใหม่เพื่อให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาด AEC และตลาดโลกได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

โอกาสโคเนื้อไทยในอาเซียน (AEC)

โดย นางสาวมนิสา นวลเต็ม
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร

โคเนื้อ ในอดีตเป็นการเลี้ยงเพื่อใช้ทำการเกษตรเป็นหลัก แต่ปัจจุบันรูปแบบการเลี้ยงโคเนื้อได้เปลี่ยนมาเป็นการเลี้ยงเพื่อผลิตเนื้อโค เนื่องจากความต้องการบริโภคเนื้อโคเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แต่ทั้งนี้ โคเนื้อเป็นสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตสูง และกว่าจะได้รับผลตอบแทนต้องใช้ระยะเวลานาน อีกทั้ง การเลี้ยงโคเนื้อยังประสบปัญหาอยู่หลายอย่าง เช่น ขาดแคลนพืชอาหารสัตว์ ปัญหาโรคระบาด เป็นต้น ประกอบกับในช่วงปี 2551-2552 เกิดภาวะราคาโคเนื้อตกต่ำ เกษตรกรประสบปัญหาขาดทุนส่งผลให้เกษตรกรต้องขายโคเนื้อออกไปจำนวนมาก และนำพื้นที่เลี้ยงโคเนื้อไปปลูกพืชเศรษฐกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าแทน เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา เป็นต้น ส่งผลให้ผลผลิตเนื้อโคของไทยไม่เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศ จึงต้องมีการนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศ โดยเนื้อโคที่นำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อโคคุณภาพ ทั้งนี้ ในช่วงปี 2554-2555 ปริมาณการนำเข้าโคเนื้อของไทยเพิ่มสูงขึ้นมากเฉลี่ยร้อยละ 72 ต่อปี เนื่องจากไทยมีข้อผูกพันต้องเปิดโควตานำเข้าเนื้อโคสด/แช่เย็น/แช่แข็งจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) และความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP) ส่วนด้านการส่งออก แม้ว่าไทยจะมีการส่งออกโคเนื้อในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับการส่งออกรวม โดยในปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 0.02 สำหรับโคมีชีวิต และร้อยละ 0.009 สำหรับเนื้อโค เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องโรคปากและเท้าเปื่อย และระเบียบข้อบังคับเรื่องเคลื่อนย้ายสัตว์ แต่ประเด็นที่น่าสนใจ คือ การก้าวเข้าสู่ AEC ในปี 2558 ของไทย เป็นโอกาสดีที่จะเพิ่มการผลิตและขยายตลาดโคเนื้อไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน หรือใช้ประเทศอาเซียนอื่นที่มีปัจจัยการผลิตถูกกว่าไทยเป็นฐานการผลิตได้ เพราะไทยมีศักยภาพในการผลิตโคเนื้อสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน และมีกระบวนการผลิตเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องเร่งส่งเสริมให้เกษตรกรหันกลับมาเลี้ยงโคเนื้อมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

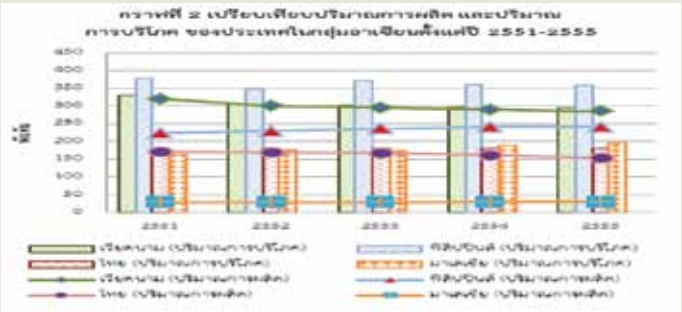
การผลิตเนื้อโคของประเทศในกลุ่มอาเซียน



ที่มา : United States Department of Agriculture , ข้อมูลของไทยมาจาก สศก.
หมายเหตุ : บรูไน และสิงคโปร์มีปริมาณการผลิตน้อยมาก

เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตเนื้อโคของประเทศในอาเซียน ปี 54 (กราฟที่ 1) พบว่า อินโดนีเซีย ยังคงเป็นประเทศผู้ผลิตเนื้อโคมากที่สุดในอาเซียน มีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 466 พันตัน รองลงมาได้แก่ เวียดนาม (290 พันตัน) ฟิลิปปินส์ (241 พันตัน) พม่า (200 พันตัน) และไทย (161 พันตัน) ตามลำดับ ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ที่ประเทศเหล่านี้ผลิตได้ จะใช้เพื่อการบริโภคในประเทศ และบางส่วนจะถูกส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

การบริโภคเนื้อโคของประเทศในกลุ่มอาเซียน



ที่มา : FAO Statistics Division 2013 Update 29 May 2013 และ
United States Department of Agriculture, ข้อมูลของไทยมาจาก สศก.
หมายเหตุ : บรูไน และสิงคโปร์มีปริมาณการผลิตน้อยมาก

เมื่อพิจารณาปริมาณการบริโภคของประเทศในกลุ่มอาเซียน (กราฟที่ 2) พบว่า ส่วนใหญ่มีปริมาณการผลิตเนื้อโคไม่เพียงพอกับการบริโภค โดยมาเลเซีย มีปริมาณการบริโภคเนื้อโคสูงกว่าปริมาณการผลิตถึง 6.36 เท่า เนื่องจากประชากรของมาเลเซียส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม มาเลเซียจึงมีความต้องการเนื้อโค เพื่อใช้บริโภคในประเทศจำนวนมาก แต่ด้วยลักษณะภูมิประเทศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิต จึงต้องนำเข้าเนื้อโคจากต่างประเทศในปริมาณสูง ส่วนฟิลิปปินส์ มีปริมาณการบริโภคเนื้อโคสูงกว่าปริมาณการผลิต 1.5 เท่า เนื่องจากประชากรของฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่นิยมบริโภคเนื้อโค แต่ฟิลิปปินส์ก็สามารถผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศได้ระดับหนึ่ง ส่วนเวียดนาม และไทยมีปริมาณการบริโภคเนื้อโคสูงกว่าปริมาณการผลิตไม่มากนัก แต่ในปัจจุบันทั้งเวียดนามและไทยมีการผลิตเนื้อโคลดลง เนื่องจากมีการนำพื้นที่เลี้ยงโคเนื้อไปปลูกพืชเศรษฐกิจที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ซึ่งอาจจะทำให้เกิดภาวะขาดแคลนเนื้อโคในตลาดอาเซียนได้ในอนาคต

การส่งออก และการนำเข้าโคเนื้อของประเทศในกลุ่มอาเซียน

การพิจารณาการส่งออก และการนำเข้า จะแบ่งเป็น 3 กลุ่มประเทศ ตามอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการผลิตเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2551 - 2554 ดังนี้

(1) กลุ่มประเทศที่มีอัตราการผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์

อินโดนีเซีย มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 5.88 ต่อปี และมีการนำเข้าโคมีชีวิตจากออสเตรเลียมากที่สุด แต่ปริมาณการนำเข้าลดลงตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา เนื่องจากมีการขยายการผลิตโคเนื้อในประเทศเพิ่มขึ้น ส่วนการนำเข้าเนื้อโค พบว่า อินโดนีเซียมีการนำเข้าเนื้อโคคุณภาพดีจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์มากที่สุด แต่ปริมาณการนำเข้าเนื้อโคลดลง ตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา เช่นกัน สะท้อนให้เห็นว่าอินโดนีเซียสามารถผลิตโคเนื้อเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศได้เพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาด้านการส่งออก พบว่า อินโดนีเซียมีการส่งออกโคเนื้อน้อยมาก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการบริโภคในประเทศ

ฟิลิปปินส์ มีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 2.47 ต่อปี และมีปริมาณการนำเข้าโคมีชีวิตจากออสเตรเลียเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา ส่วนการนำเข้าเนื้อโค พบว่า ในอดีตฟิลิปปินส์ มีการนำเข้าเนื้อโคจากอินเดียจำนวนมาก แต่ปัจจุบันกลับมีการนำเข้าลดลง สะท้อนให้เห็นว่า ฟิลิปปินส์หันมานำเข้าโคมีชีวิตจากออสเตรเลีย

หมายเหตุ : เนื่องจากความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นจึงไม่ครอบคลุมทุกประเทศในอาเซียน โดยจะมีความแตกต่างกันตามความสมบูรณ์ของข้อมูล

ซึ่งเป็นโคเนื้อคุณภาพมาเลี้ยงต่อ แล้วส่งเข้าโรงชำแหละ เพื่อใช้บริโภคในประเทศ ส่งผลให้การนำเข้าเนื้อโคจากอินเดียลดลง ส่วนด้านการส่งออก พบว่า ช่วงก่อนปี 55 ฟิลิปปินส์ไม่มีการส่งออกโคมีชีวิตเลย แต่ปัจจุบันกลับมีการส่งออกไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มากที่สุด ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าฟิลิปปินส์นำเข้าโคมีชีวิตจากออสเตรเลีย เพื่อส่งต่อไปยังสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์อีกทอดหนึ่ง ส่วนเนื้อโค มีการส่งออกเนื้อโคมายังไทยมากที่สุด ซึ่งก่อนหน้านี้ฟิลิปปินส์ไม่ได้ส่งออกเนื้อโคมายังไทยเลยเช่นกัน

(2) กลุ่มประเทศที่มีอัตราการผลิตเฉลี่ยลดลง ได้แก่ ไทย

ไทย มีปริมาณการผลิตก่อนปี 2553 อยู่อันดับ 4 ในอาเซียน แต่หลังจากปี 2553 เป็นต้นมา ปริมาณการผลิตของไทย ลดลงมาอยู่ที่อันดับ 5 ในอาเซียน โดยมีประเทศพม่า ก้าวขึ้นมาเป็นผู้ผลิตอันดับ 4 แทนประเทศไทย ในขณะที่ไทยมีการนำเข้าโคมีชีวิตจากประเทศพม่ามากที่สุด มีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าโคมีชีวิตจากพม่าในแต่ละปีเฉลี่ย สูงถึงร้อยละ 99 และมีปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา สะท้อนให้ว่าไทยอาจจะใช้พม่าเป็นฐานการผลิตโคต้นน้ำ (การเลี้ยงแม่โคและผลิตลูกจำหน่าย) แล้วนำเข้าลูกโคจากพม่าเข้ามาเพื่อเลี้ยงต่อ เป็นการลดต้นทุนการผลิตได้ และส่วนด้านการนำเข้าเนื้อโคไทยมีการนำเข้าเนื้อโคจากออสเตรเลียมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ นิวซีแลนด์และสหรัฐฯ ซึ่งการนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา เนื่องจากไทยมีข้อตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) และการค้าเสรีไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP) ตามลำดับ ซึ่งตั้งแต่ความตกลงทั้ง 2 มีผลบังคับใช้เมื่อปี 2548 ส่งผลให้ไทยนำเข้าเนื้อโคจากออสเตรเลีย เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 17.71 ต่อปี และนำเข้าเนื้อโคจากนิวซีแลนด์เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 34.48 ต่อปี

เมื่อพิจารณาด้านการส่งออกโคเนื้อของไทย พบว่า ไทยมีการส่งออกโคมีชีวิตไปยังตลาดมาเลเซียสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนปริมาณการส่งออกเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2550-2555 คิดเป็นร้อยละ 41 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ลาว (ร้อยละ 21.81) พม่า (9.87) กัมพูชา (0.77) ส่วนการส่งออกเนื้อโค พบว่า ไทยส่งออกไปยังลาวมากที่สุด โดยมีสัดส่วนปริมาณการส่งออกเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2550-2555 คิดเป็นร้อยละ 56.47 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด อีกทั้งยังพบว่าช่วง 3 ปีหลัง (2553-2555) สัดส่วนปริมาณการส่งออกไปยังลาวสูงถึงร้อยละ 90 ทุกปี เพราะปัจจุบันลาวมีการเลี้ยงโคเนื้อลดลง แต่ยังคงมีความต้องการใช้เนื้อโคเพื่อบริโภคในประเทศ และเพื่อส่งไปขายต่อยังประเทศจีนซึ่งมีความต้องการบริโภคสูงมาก

(3) กลุ่มประเทศที่มีอัตราการผลิตเฉลี่ยค่อนข้างคงที่ ได้แก่ มาเลเซีย

มาเลเซีย เป็นประเทศที่มีปริมาณการผลิตน้อยที่สุดในอาเซียน และมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยค่อนข้างคงที่ ในขณะที่มีปริมาณการบริโภคเนื้อโคสูงกว่าปริมาณการผลิตมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาการนำเข้าโคมีชีวิต มาเลเซียมีการนำเข้าโคมีชีวิตจากไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ตามลำดับ สำหรับการนำเข้าเนื้อโค มาเลเซียมีการนำเข้าเนื้อโคจากอินเดียมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาด้านการส่งออก พบว่า มาเลเซียส่งออกโคมีชีวิตไปยังบรูไนเพียงประเทศเดียว และมีปริมาณการส่งออกไม่มากนัก

เมื่อพิจารณาด้านการส่งออกเนื้อโคของมาเลเซีย พบว่า การส่งออกเนื้อโคของมาเลเซีย กระจายไปหลายประเทศ โดยส่งออกไปยังสิงคโปร์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ไทย ฮ่องกง (ไทยกับฮ่องกง เริ่มนำเข้าเนื้อโคจากมาเลเซียในปี 2554) กาตาร์ บาร์เรน เวียดนาม กัมพูชา และอินโดนีเซีย ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าการนำเข้าโคมีชีวิต และโคเนื้อของมาเลเซีย นอกจากจะนำเข้ามาเพื่อบริโภคในประเทศแล้ว ยังเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งต่อไปยังประเทศที่สามอีกทอดหนึ่งด้วย ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสของไทย กล่าวคือหากไทยมีการเพิ่มผลผลิตโคเนื้อ ก็จะสามารถใช้มาเลเซียเป็นฐานกระจายผลผลิตเนื้อโคไปยังผู้บริโภคในประเทศอื่นๆ ทั้งในอาเซียน และนอกอาเซียนได้

จากข้อมูลการส่งออกและนำเข้าข้างต้นจะเห็นว่า แม้ประเทศในกลุ่มอาเซียนจะผลิตโคเนื้อไม่เพียงพอกับการบริโภค แต่ก็ยังมีการส่งออกโคมีชีวิตไปยังต่างประเทศบางส่วน ในทางกลับกันก็จะมีการนำเข้าเนื้อโคคุณภาพดีจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ สะท้อนให้เห็นว่าประเทศอาเซียนส่วนใหญ่นิยมบริโภคเนื้อคุณภาพดีจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ดังนั้น หากไทยสามารถพัฒนาการผลิตโดยเน้นการปรับปรุงพันธุ์ เพื่อให้ได้เนื้อโคคุณภาพดีเทียบเท่าเนื้อโคจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ คาดว่าไทยจะสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นว่าไทยสามารถใช้มาเลเซียเป็นฐานกระจายผลผลิตเนื้อโคไปยังผู้บริโภคในประเทศอื่นๆ ทั้งในอาเซียน และนอกอาเซียนได้ เพราะการนำเข้าโคมีชีวิต และเนื้อโคของมาเลเซีย นอกจากจะนำเข้ามาเพื่อบริโภคในประเทศแล้ว ยังเป็นการนำเข้าเพื่อการส่งต่อไปยังประเทศที่สามอีกทอดหนึ่งด้วย อีกทั้ง ยังสามารถใช้พม่าเป็นฐานการผลิตโคต้นน้ำด้วยการทำ Contract farming ได้อีกด้วย เพราะไทยมีการนำเข้าโคมีชีวิตจากพม่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จึงเอื้อต่อการหากลุ่มเกษตรกรมาเข้าร่วม Contract farming

โอกาส และอุปสรรคของโคเนื้อไทย

ปัจจุบันไทยมีพ่อ-แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดีอยู่ในประเทศเป็นจำนวนพอสมควร และที่สำคัญการเลี้ยงดูพ่อ-แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดีของไทย เป็นไปตามมาตรฐานฟาร์มโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ นอกจากนี้ ไทยยังมีทั้งเทคโนโลยีการเลี้ยง และการปรับปรุงพันธุ์ที่มีศักยภาพเหนือประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ในอาเซียนอีกด้วย ปัจจัยเหล่านี้นับว่าเป็นจุดแข็งด้านการผลิตของไทย สำหรับโอกาสด้านการผลิตของไทย คือ ไทยมีความหลากหลายในการผลิตอาหารสัตว์ เพื่อใช้ในการขุนโคเนื้อ ซึ่งจะทำให้เนื้อโคที่ผลิตได้มีคุณภาพดี ส่วนโอกาสด้านการตลาดมองว่าการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะทำให้ตลาดเนื้อโคใหญ่ขึ้น จากประชากรเกือบ 600 ล้านคน ซึ่งความต้องการบริโภคเนื้อโคย่อมสูงขึ้นตามไปด้วย ไทยนับเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมเนื้อโคมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน จึงเป็นโอกาสที่ดีของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทย ที่จะหันกลับมาเลี้ยงโคเนื้ออีกครั้ง เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการในประเทศ และเพื่อการส่งออกไปยังประเทศอื่นใน AEC

การเตรียมความพร้อมกับโอกาสจากการเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ในการเตรียมความพร้อมมองว่ารัฐบาลควรส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อด้วยการจัดตั้งกองทุนสงเคราะห์โคเนื้อ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในช่วงที่เกษตรกรยังไม่มีรายได้ เพราะการเลี้ยงโคเนื้อต้องใช้เวลานานกว่าจะได้รับผลตอบแทน และรัฐบาลควรสนับสนุนการขยายฐานการผลิตโคเนื้อเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว และพม่า ด้วยการทำ contact farming เพื่อนำโคมีชีวิต มาขุนและชำแหละในไทย เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้ยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก แต่ยังไม่มีวิทยาการก้าวหน้าในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเกษตร และอุตสาหกรรม เมื่อไทยมีศักยภาพในการพัฒนาจึงควรขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเหล่านี้ พร้อมๆ กับให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศเหล่านี้ ในการพัฒนาการผลิตด้วย ซึ่งข้อดีของการทำ contact farming จะทำให้สามารถรักษาปริมาณผลผลิตโคเนื้อที่ป้อนเข้าสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ อีกทั้ง ยังสามารถควบคุมคุณภาพของการผลิตเนื้อโคได้อีกด้วย นอกจากนี้ เกษตรกรจะมีความเสี่ยงจากการขาดทุนน้อยมาก ซึ่งอาจจะเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรหันกลับมาเลี้ยงโคเนื้อมากขึ้น

แม่โขงเดลต้า : ปูทางข้างหน้าสู่ ASEAN Supply Chain

โดย **ดร. ธนภัท แสงอรุณ**
สำนักยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

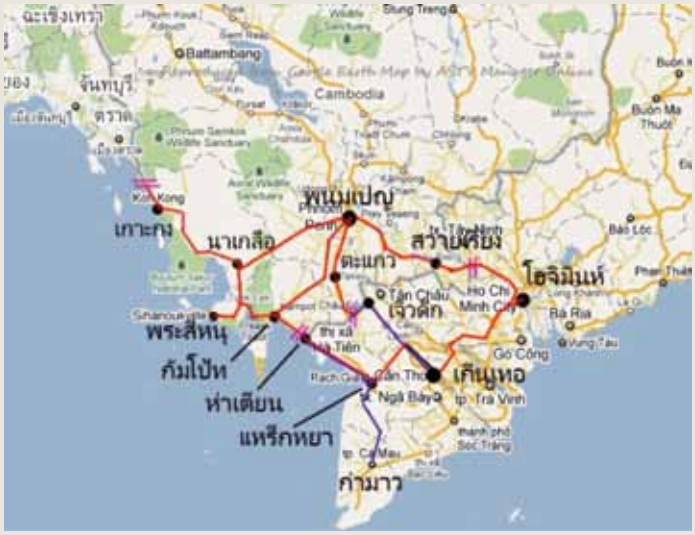
การค้ากับอาเซียนยังไม่เคยทำให้ไทยต้องผิดหวัง แม้ในยามที่เศรษฐกิจโลกกำลังมีปัญหา ทั้งวิกฤติต้มยำกุ้ง แฮมเบอร์เกอร์และปัญหาการเงินในยุโรป เศรษฐกิจในภูมิภาคก็ยังหมุนเวียนไปได้ด้วยการผลิตสินค้าเข้าสู่ global value chain และป้อนตลาดในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งตลาดภายในอาเซียนด้วยกันเอง (Intra-ASEAN) ที่ไทยได้เปรียบทั้งความใกล้ (Proximity) ในเชิงภูมิศาสตร์และรสนิยมผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศเพื่อนบ้านที่การขยายตัวของอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานยังดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

ในการพัฒนาเศรษฐกิจให้มั่นคงร่วมกันในอาเซียน กระทรวงพาณิชย์กำหนดให้การเชื่อมโยงเศรษฐกิจการค้ากับอาเซียนเป็นประเด็นสำคัญของแผนแม่บทปี 2555 - 2564 ภายใต้ยุทธศาสตร์ ASEAN One ที่มุ่งผลักดันผู้ประกอบการไทยเข้าไปประกอบธุรกิจในต่างประเทศ (Internationalization) เพื่อเชื่อมโยงฐานการผลิตของไทยกับอาเซียน ซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดและลด cost การส่งออก ยกระดับอำนาจต่อรองและและขยายโอกาสทางเศรษฐกิจไปในอนุภูมิภาคต่างๆ โดยได้มีการบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการปรับตัวทั้งระบบ อาทิ การลดความแออัดของด่านการค้าชายแดน การส่งเสริมการตั้งคลังสินค้าชั่วคราวตามแนวชายแดน การผลักดันให้มีรถบรรทุกขนส่งข้ามแดนมากขึ้น การขยายเวลาเปิด-ปิดด่านศุลกากร การผ่อนคลายกฎระเบียบการถือเงินบาทออกไปนอกประเทศและคุณสมบัติของ Money Changer การผลักดันการตั้งราคาสินค้าเป็นเงินบาทและเงินสกุลท้องถิ่น การสนับสนุนการจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีตามแนวชายแดน การจัดงาน Road Show และ Caravan Fair ในประเทศเพื่อนบ้าน และการจัดกิจกรรมจับคู่ระหว่างผู้ประกอบการรายย่อยของไทยและผู้ประกอบการค้าชายแดน

ในระยะยาว เพื่อปูทางสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวของอาเซียน กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินโครงการเชื่อมโยงเศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงมณฑลทางตอนในของจีนที่มีการเชื่อมต่อกับอินโดจีน โดยจัดคณะผู้แทนซึ่งมีปลัดกระทรวงพาณิชย์เป็นหัวหน้าคณะเดินทางไปพบปะหารือแนวทางการส่งเสริมการค้าและการลงทุนให้เชื่อมโยงกัน รวมทั้งหารือเพื่อเร่งรัดขจัดอุปสรรคทางการค้า โดยให้ลำดับความสำคัญกับอนุภูมิภาคที่มีศักยภาพสูง ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ พื้นที่ดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง (Mekong Delta Sub-region)

แม่โขงเดลต้าครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่กรุงพนมเปญซึ่งแม่น้ำโขงได้แยกออกเป็นสองสายคือ แม่น้ำ Tien และแม่น้ำ Hau ก่อนแตกแขนงออกเป็นแม่น้ำลำคลองอีกหลายสายในตอนใต้สุดของเวียดนาม แม่โขงเดลต้ามีพื้นที่เพาะปลูกและการประมงที่มีผลิตภาพสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้าว ผลไม้และกุ้ง มีการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมและท่าเรือนานาชาติ รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานสำหรับพื้นที่ลุ่มต่ำร่วมกับเนเธอร์แลนด์ ตลอดจนกำลังเร่งพัฒนาคมนาคมเพื่อเชื่อมต่อด้านโลจิสติกส์ (Logistics Connectivity) รองรับการเชื่อมโยงเครือข่ายการค้าและการผลิต (Supply Chain Linkage) ตามแนวพื้นที่ชายฝั่ง Southern Economic Corridor (SEC) ที่เชื่อมต่อถึงมหาสมุทรอินเดียผ่านท่าเรือน้ำลึกของเมียนมาร์ ด้วยศักยภาพด้านต่างๆ พื้นที่ดินดอนแห่งนี้จะกลายเป็นหัวหาดสำคัญของอาเซียน

จากการหารือระหว่างผู้บริหารระดับสูงของกัมพูชาและเวียดนามได้นำไปสู่ประเด็นที่กระทรวงพาณิชย์ต้องติดตามและดำเนินการผลักดันการค้าโดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป อาทิ การส่งเสริมการค้าที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวต่อเนื่อง 3 ประเทศ (จ.จันทบุรี – จ. สีหนุวิลล์ของกัมพูชา – เกาะฟูก๊วกของเวียดนาม) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปลงทุนในกิจการร้านอาหารและภัตตาคารธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงการร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรและสัตว์น้ำ ความร่วมมือเพื่อการขนส่งผ่านแดนจาก จ. ตราด - จ. กัมป็อตของกัมพูชาไปยังเวียดนามใต้ตอนล่าง และความร่วมมือด้านการขนส่งทางน้ำจากแม่น้ำเจ้าพระยาและท่าเรือในภาคตะวันออกของไทยไปยังท่าเรือนานาชาติในภูมิภาคนี้ อาทิ ท่าเรือสีหนุวิลล์ และท่าเรือ จ. เกียนยางของเวียดนาม โดยไม่ต้องขนถ่ายผ่านท่าเรือโฮจิมินห์ เพื่อความคล่องตัวในการขนส่งสินค้าและขยายการค้าระหว่างกัน



แผนที่และเมืองสำคัญใน Mekong Delta

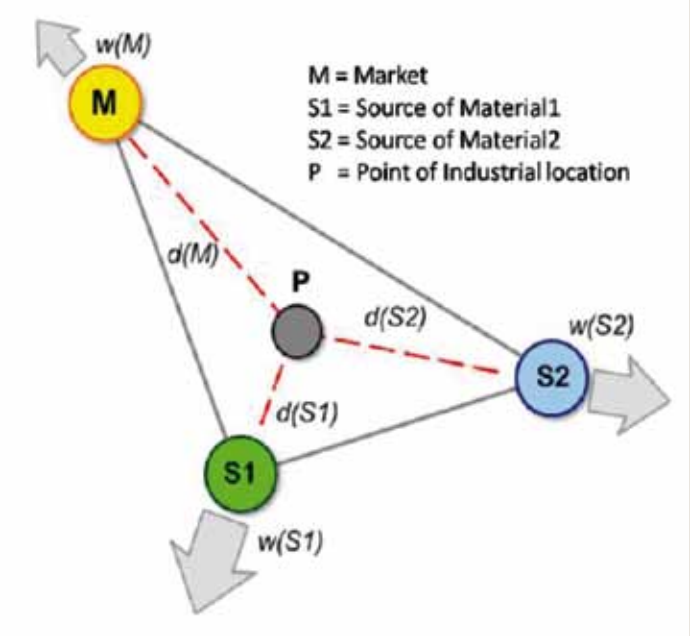
การเดินทางผ่านชายแดน จ. ตราด ไปยัง จ. สีหนุวิลล์ กรุงพนมเปญ และนครโฮจิมินห์ ยังให้ข้อสังเกตประการหนึ่งว่า หนทางในการเชื่อมต่อทางโลจิสติกส์ให้มีความพร้อมสมบูรณ์ และเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มระหว่างไทย กัมพูชาและเวียดนามนั้น ไม่ได้ไกลเกินความเป็นจริงด้วยภูมิศาสตร์เศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย หากแต่ปัจจัยสำคัญขึ้นอยู่กับการเชื่อมใจกับผู้บริหารของประเทศในแถบนี้ รวมถึงการวางบทบาทร่วมกันในลักษณะพันธมิตรต้นน้ำ-ปลายน้ำ

ในทางทฤษฎีแล้ว พันธมิตรทางการค้าระหว่างไทยและแม่โขงเดลต้าสามารถพัฒนาได้ด้วยการเชื่อมโยงการผลิต/การค้าระหว่างกัน หากมองผ่านแนวคิด Industrial Location Theory ของ Alfred Weber จะเห็นว่าไทยจะได้ประโยชน์สูงสุดจากตลาดและแหล่งการผลิตที่กำลังเกิดขึ้นใหม่ในอาเซียนและจีน หากผู้ประกอบการไทยมีการปรับเปลี่ยนทำเลที่ตั้งของโรงงาน/ศูนย์รวบรวม/กระจายสินค้าให้อยู่ในจุดสมมาตร โดยคำนึงถึงต้นทุนค่าขนส่งและค่าจ้างแรงงาน รวมทั้งโอกาสในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (Clusters) เพื่อร่วมกันพัฒนามาตรฐานสินค้าและนวัตกรรมต่อไปในอนาคต

แนวคิดข้างต้นสะท้อนว่าการสร้างพันธมิตรทางการค้าตามพื้นที่ SEC บนเส้นทางสาย R10 ก็ดี แนวระเบียง EWEC (East-West Economic Corridor) บนเส้นทาง R9 และพื้นที่เศรษฐกิจบนเส้นทาง R8 และ R12 ผ่านลาวและเวียดนามไปยังมณฑลทางตอนใต้ของจีนก็ดี สามารถทำได้โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านและเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม (Value Creation Chain) โดยพิจารณารูปแบบให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละกลุ่ม อาทิ

1. **ส่งเข้า** (จากประเทศเพื่อนบ้านมายังไทย) เหมาะสำหรับสินค้าไทยที่มีวัตถุดิบ/ส่วนประกอบที่ต้องอาศัยแรงงานเข้มข้น (Labor-intensive) อาทิ สิ่งทอและเสื้อผ้า อาหาร การประมงและเกษตรแปรรูป ควรส่งเสริมผู้ประกอบการไทยที่ไปประกอบธุรกิจในกัมพูชาและเวียดนามใต้ ส่งสินค้าเข้ามายังไทยเพื่อต่อยอดมูลค่าเพิ่มด้วยแรงงานทักษะชาวไทย บรรจุภัณฑ์ และกระบวนการผลิตตามมาตรฐานใหม่ๆ ที่ได้รับการยอมรับให้เข้าสู่ตลาดสากล ก่อนนำสินค้าอาเซียนออกสู่ตลาดโลกด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงแต่มีศักยภาพทางการตลาด

ที่สูงขึ้น (High-standard, Innovative, Thai Identity: HIT) การเชื่อมโยงในรูปแบบนี้อยู่บนพื้นฐานความคิดว่าประเทศเพื่อนบ้านเป็นเสมือนหุ้นส่วนการผลิต (Partner)



Locational Triangle by Alfred Weber

2. **นำออก** : เหมาะสำหรับกลุ่มสินค้าที่ใช้วัตถุดิบ/ส่วนประกอบที่ต้องอาศัยการแปรรูปด้วยแรงงานทักษะและเทคโนโลยีขั้นสูง อาทิ เครื่องจักร เครื่องมือ/อุปกรณ์ เครื่องไฟฟ้า อิเล็คทรอนิคส์ เคมีภัณฑ์ และสินค้าประเภททุนต่างๆ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยในกัมพูชาและเวียดนามใต้นำสินค้าขั้นกลาง (Intermediate goods) จากไทยออกไปผลิตต่อด้วยแรงงานราคาถูกและกระจายสู่ตลาดภายในประเทศนั้น รองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมและชนชั้นกลางที่จะขยายตัว การเชื่อมโยงในรูปแบบนี้ เพื่อนบ้านจึงเป็นเสมือนทุ่นหรือชานชาลา (Platform) เพื่อกระจายสินค้าไทยไปยังพื้นที่โดยรอบ

3. **ส่งต่อ/ส่งผ่าน** : เหมาะสำหรับกลุ่มสินค้าที่สำเร็จหรือกึ่งสำเร็จรูปจากไทย (Finished goods) อาทิ สินค้าอุปโภคบริโภค ของใช้ในบ้าน และยานยนต์ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยออกไปร่วมทุนตั้งห้างสรรพสินค้า/ย่านการค้าไทย เพื่อประกอบ/บรรจุใหม่/กระจายสินค้า รวมทั้งส่งผ่านแดนไปยังประเทศที่อยู่ติดกัน การเชื่อมโยงในรูปแบบนี้ ไทยมีเพื่อนบ้านเป็นเสมือน Gateway ไปยังประเทศที่สาม นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยนำสินค้าจากไทยไปส่งออกต่อไปยังประเทศอื่นๆ ที่อยู่ไกลออกไปโดยอาศัยสิทธิพิเศษด้านภาษีของประเทศเพื่อนบ้านด้วย ในกรณีนี้ไทยมีเพื่อนบ้านเป็นเหมือน Springboard

4. **ย้ายฐานการผลิต** : สุดท้าย ในบางกลุ่มสินค้าที่ไทยจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องย้ายฐานการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบและตลาดในเอเชีย อาทิ จีนและเอเชียใต้ จึงเหมาะสมที่จะส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้ออกไปใช้แรงงานสินค้าเกษตรและวัตถุดิบแปรรูปของประเทศเพื่อนบ้าน การเชื่อมโยงแบบนี้ไทยมีเพื่อนบ้านเป็น Production Base สำหรับบางกลุ่มสินค้าเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อรักษาตำแหน่งงานและการผลิตภายในประเทศให้มีอยู่และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้อยู่รอดได้ในยามวิกฤติเศรษฐกิจที่อาจหมุนเวียนกลับมาอีกในอนาคต

ในกรณีของโซ่อุปทานไทย-แม่โขงเดลต้า ความเป็นพันธมิตรข้างต้นจะเกิดขึ้นได้บนเงื่อนไขเบื้องต้น (Preconditions) หลายประการ ที่หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกต้องออกแรงพร้อมกัน (บูรณาการ) ในการยกระดับความเชื่อมโยงทุกด้านและดำเนินมาตรการทั้งผลักและดันภาคธุรกิจควบคู่กันไป

1. **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจการเมือง (Political Economy Factors)** : จำเป็นต้องมีการประเมินความไม่แน่นอนและจัดการความเสี่ยงทั้งทางการเมืองและเศรษฐกิจ พร้อมทั้งมีมาตรการคุ้มครองผู้ประกอบการไทยที่เข้าไปประกอบธุรกิจในกัมพูชาและเวียดนาม โดยอาจพิจารณาสร้างเครือข่ายการหารืออย่างไม่เป็นทางการร่วมกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างสภาธุรกิจไทยในประเทศเพื่อนบ้าน ผู้ประกอบการราย Cluster กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง จังหวัดที่เป็นบ้านพี่เมืองน้อง และผู้ประกอบการที่มีสายสัมพันธ์กับผู้นำระดับสูง รวมทั้งผู้แทนการค้าไทยในลักษณะ HTAs (Honorary Trade Advisers) เพื่อเชื่อมโยงนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมและการค้าให้สอดคล้องและสนับสนุนกัน อาทิ เงื่อนไขการส่งเสริมการลงทุนของประเทศเพื่อนบ้าน การกำหนดพืชเศรษฐกิจและการจัด Zoning การเกษตรพันธสัญญา และนโยบายภาษีที่จะเอื้ออำนวยต่อการขยายตลาด เพื่อเป็นช่องทางสื่อสารคู่ขนานไปกับการเจรจาโดยภาครัฐซึ่งจะช่วยคลายความกังวลและสับสนในข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของภาคธุรกิจ

2. **โครงสร้างพื้นฐานทางการค้าในต่างประเทศ (Off-shore Trade Infrastructure)** : รัฐและเอกชนควรพิจารณาร่วมทุนจัดตั้งศูนย์การค้า/กระจายสินค้าไทย รวมทั้งหาตัวแทนจำหน่ายสินค้าไทยควบคู่ไปกับตั้งศูนย์รวบรวมรับซื้อสินค้าจากกัมพูชาและเวียดนามเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ ศูนย์การค้าดังกล่าวควรมีส่วนช่วยสนับสนุนธุรกิจค้าส่ง/ปลีกรายย่อย รวมถึงร้านค้าสหกรณ์ (Co-op) ในท้องถิ่นให้อยู่รอดได้ในระดับหนึ่งด้วย ซึ่งจะส่งผลดีต่ออำนาจต่อรองของไทยต่อประเทศเพื่อนบ้านในอนาคต โดยอาจนำกรณีของ China's National Oversea Trade and Economic Cooperation Zone มาศึกษาและปรับใช้ได้ นอกจากนี้ ควรใช้ระบบสารสนเทศของศูนย์ Supply Chain / Sourcing Solution Online ให้เกิดประโยชน์ในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมในอาเซียนและบริหารสินค้าคงคลังแบบ Just in time รวมถึงเป็นแหล่งจัดหาสินค้าสำรองกรณีที่วัตถุดิบขาดตลาดจนทำให้ธุรกิจที่อยู่กลางน้ำและปลายน้ำต้องสะดุด/หยุดชะงัก

3. **มาตรฐานสินค้าอาเซียน (Product Standardization)** : กฎระเบียบและมาตรฐานเกี่ยวกับสินค้าควรได้รับการกำหนดร่วมกันระหว่างประเทศในอาเซียน โดยอาจมีการแบ่งชั้นของมาตรฐานออกเป็นหลายระดับ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงการผลิตต่อยอดระหว่างกันและป้องกันการผลิตสินค้าที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความปลอดภัย สุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ไทยอาจพิจารณาสนับสนุนนักลงทุนจากประเทศเพื่อนบ้านให้เข้ามาผลิตสินค้าในไทยและนำสินค้ากลับไปยังประเทศของตนด้วย เพื่อช่วยให้เกิดการยอมรับในมาตรฐานเดียวกันได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

4. **การวางแผนเชิงพื้นที่ร่วมกัน (Joint Regional Planning)** : ควรมีการพบปะหารือกับหน่วยงานด้านการวางแผนของประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะการทำงานแบบคณะกรรมการความร่วมมือทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมระหว่างญี่ปุ่น – อาเซียน (AEM – METI Economic and Industrial Cooperation Committee : AMEICC) เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางเชื่อมโยงการผลิตและการค้าของกลุ่มจังหวัดที่อยู่ในไทยและในประเทศเพื่อนบ้านให้สอดรับกัน โดยเฉพาะในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนร่วมไทย-กัมพูชาโดยแต่ละประเทศสามารถเป็นได้ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำให้กันและกัน พร้อมทั้งให้ทุนการศึกษาและการฝึกอบรมแก่แรงงานของประเทศเพื่อนบ้านในบางสาขา

ในวันข้างหน้า เมื่อโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ของประเทศต่างๆ มีการพัฒนาในระดับที่ใกล้เคียงกัน การแข่งขันจะเข้าสู่ยุคที่ต้องเชื่อดเฉือนกันที่นวัตกรรมซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือในโซ่อุปทาน (Supply Chain Competitiveness) ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยุทธศาสตร์ ASEAN One ต้องได้รับการขับเคลื่อนควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์ว่าด้วยการยกระดับประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation Economy) ซึ่งไทยและเพื่อนบ้านต้องร่วมกันสร้างมูลค่าเพิ่มดังกล่าว การปูทางสร้างพันธมิตรในโซ่อุปทานอาเซียน (ASEAN Supply Chain Alliance: ASCHA) จะส่งผลดีต่อการค้าชายแดน/ผ่านแดนเป็นลำดับสนับสนุนมูลค่าการส่งออกของไทยให้ทะลุเป้าในปีต่อๆ ไป

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจของไทย ไตรมาส 2 ปี 2556 ในภาพรวมขยายตัวร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ชะลอตัวลงจากไตรมาสแรก ปี 2556 ที่ขยายตัวร้อยละ 5.4 ตามการชะลอตัวลงของอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ ส่วนเศรษฐกิจไทยเดือนกรกฎาคม 2556 ยังคงชะลอตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้เป็นผลจากภาคการส่งออก การใช้จ่ายภาคครัวเรือนและการลงทุนโดยรวมลดลง ส่วนการท่องเที่ยวยังขยายตัวได้ดี และเศรษฐกิจของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2556 สศช. ได้ปรับค่าคาดการณ์ใหม่เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2556 ว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.8-4.3 (เดิมคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.2-5.2)

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนกรกฎาคม 2556 อัตราเงินเฟ้อขยายตัวที่ร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมิถุนายน 2556 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 44.3 ซึ่งสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้ คือไม่เกินร้อยละ 60.0 และอัตราการว่างงาน เดือนมิถุนายน 2556 อยู่ที่ร้อยละ 0.5 ส่วนทุนสำรองระหว่างประเทศเดือนกรกฎาคม 2556 ยังอยู่ในระดับสูงที่ 172.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนกรกฎาคม 2556 ในภาพรวมหดตัวลง ทั้งนี้เป็นผลจากดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรหดตัวร้อยละ 2.7 (มิถุนายน 2556 ขยายตัวร้อยละ 7.6) และดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 4.54 (มิถุนายน 2556 หดตัวร้อยละ 3.5) ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมลดลงอยู่ที่ระดับ 91.9 จากระดับ 93.1 ในเดือนก่อนหน้า ส่วนดัชนีราคาสินค้าเกษตรขยายตัวร้อยละ 1.5 และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยขยายตัวร้อยละ 22.5 (มิถุนายน 2556 ขยายตัวร้อยละ 25.0)

การบริโภคภาคเอกชน เดือนกรกฎาคม 2556 ในภาพรวมหดตัวลงต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยสะท้อนได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งและยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ที่หดตัวร้อยละ 26.3 และ 6.2 ตามลำดับ (มิถุนายน 2556 หดตัวร้อยละ 17.7 และ 10.8) ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มหดตัวร้อยละ 1.9 และรายได้เกษตรกรที่แท้จริงหดตัวร้อยละ 4.3 ส่วนปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคในรูปดอลลาร์สหรัฐขยายตัวร้อยละ 9.0

การลงทุนภาคเอกชน เดือนกรกฎาคม 2556 ชะลอตัวลงเล็กน้อย สะท้อนได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ และปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปดอลลาร์สหรัฐ ที่หดตัวร้อยละ 24.5 และ 3.6 ตามลำดับ (มิถุนายน 2556 หดตัวร้อยละ 10.7 และ 5.2) ส่วนยอดการเก็บภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์และยอดขายปูนซีเมนต์ ขยายตัวร้อยละ 29.9 และ 0.9 ตามลำดับ

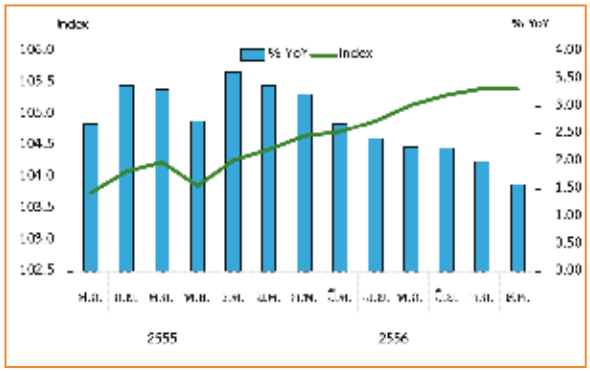
ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อ	Real GDP	คาดการณ์ ปี 56
	เฉลี่ย ม.ค. - ก.ค. 56	ปี 55 (%y-o-y)	GDP
ไทย	2.60	6.5	4.1
มาเลเซีย	1.67	5.6	5.1
ฟิลิปปินส์	2.87	6.6	6.0
สิงคโปร์	2.69	1.3	3.0
จีน	2.46	7.8	8.0
อินโดนีเซีย	5.90	6.2	6.3
อินเดีย	5.67	5.1	5.0
เวียดนาม	6.81	5.0	5.2

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 55	ปี 56			
		Q1	Q2	มิ.ย.	ก.ค.
Real GDP (%y-o-y)					
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	6.5	5.4	2.8	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ					
ดุลการค้าตามระบบกรมศุลฯ (พันล้านUSD)	-20.8	-7.4	-8.4	-1.9	-2.3
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	2,728.0	1,267.3	-5,076.5	-664.3	-708.9
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านUSD)	181.6	177.8	170.8	170.8	172.2
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.02	3.09	2.70	2.25	2.00
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.1	1.5	1.23	0.88	0.85
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	43.7	44.3	44.3	44.3	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.7	0.7	0.5	-
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)					
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	2.99	4.26	-2.18	-3.38	-1.48
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	9.27	6.75	2.02	3.01	1.08
อุปทาน (%y-o-y)					
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	3.9	0.4	-0.5	7.6	-2.7
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-9.1	-4.3	0.0	2.6	1.5
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	2.5	2.9	-5.2	-3.5	-4.54
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	99.5	95.4	93.4	93.1	91.9
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	16.0	18.9	19.4	25.0	22.5
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)					
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	14.1	6.9	-0.2	-2.4	-1.9
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	86.6	97.2	-3.3	-17.7	-26.3
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	5.8	5.4	-6.2	-10.8	-6.2
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	-6.5	-7.6	-3.6	7.0	-4.3
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคในรูป USD	0.1	4.4	7.8	5.2	9.0
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)					
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปUSD	21.3	3.7	-1.5	-5.2	-3.6
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	76.2	19.4	3.2	-10.7	-24.5
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	20.6	32.5	11.0	-10.4	29.9
ยอดขายปูนซีเมนต์	10.6	15.9	14.6	9.9	0.9
ยอดขายเหล็ก	5.3	9.3	15.5	42.5	-

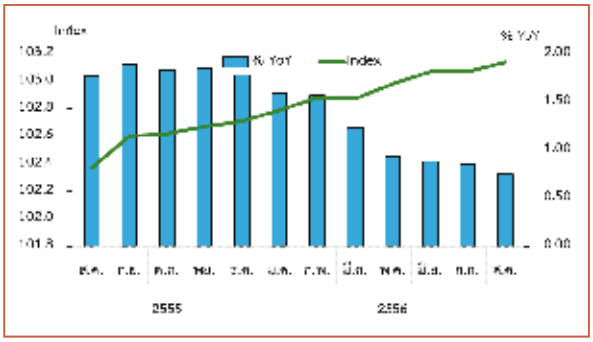
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ, IMF

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

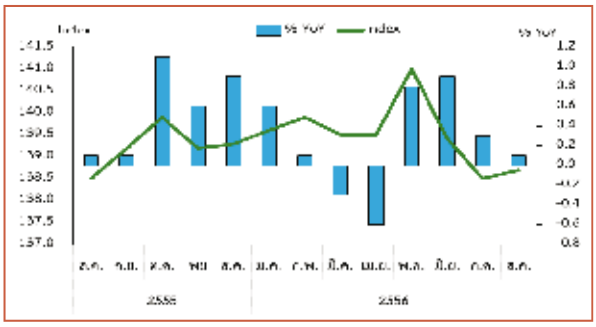
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



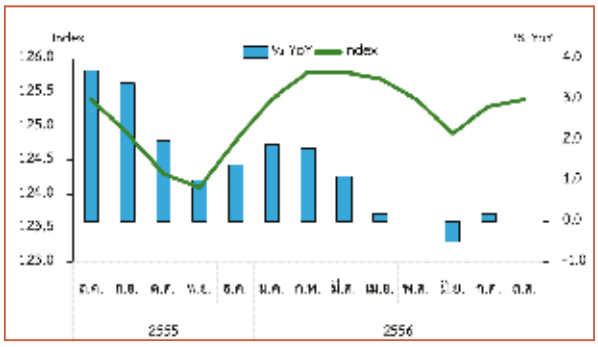
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ เดือนสิงหาคม 2556 จากการคำนวณสินค้าและบริการทั่วประเทศจำนวน 450 รายการ ดัชนีสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวลง โดยดัชนีมีค่าเท่ากับ 105.41 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.59 เป็นการสูงขึ้นของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่และสัตว์น้ำ ไข่และผลิตภัณฑ์นม ข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง ผักและผลไม้ เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม ที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ หมวดเคหสถาน หมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีลดลงร้อยละ 0.01 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - สิงหาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.47

สำหรับคาดการณ์เงินเฟ้อปี 2556 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 2.80 - 3.40

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ จากการคำนวณสินค้าและบริการจำนวน 312 รายการ (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงานจำนวน 138 รายการ) เดือนสิงหาคม 2556 เท่ากับ 103.14 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 0.75 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.07 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - สิงหาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.13

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนสิงหาคม 2556 เท่ากับ 138.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.1 สาเหตุจากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ตามการสูงขึ้นของปลาและสัตว์น้ำ สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ ส่วนหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง และหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดัชนีราคาลดลง ตามการลดลงของราคาลิกไนต์ ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตสูงขึ้นร้อยละ 0.1 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - สิงหาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.2

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนสิงหาคม 2556 เท่ากับ 125.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง แต่มีการเคลื่อนไหวดังนี้ หมวดดัชนีราคาที่สูงขึ้น ได้แก่ หมวดซีเมนต์ ตามการสูงขึ้นของราคาปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ตามการสูงขึ้นของราคาเสาเข็มคอนกรีตอัดแรง พื้นคอนกรีตสำเร็จรูป ซึ่งปรับราคาสูงขึ้นตามต้นทุนการผลิต ส่วนหมวดดัชนีราคาที่ลดลง ได้แก่ หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างสูงขึ้นร้อยละ 0.1 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - สิงหาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.6

ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

การค้าระหว่างประเทศของไทย : กรกฎาคม 2556

การส่งออก

เดือนกรกฎาคม 2556 มีมูลค่า 19,064.1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดย สินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 8.8 โดย ยางพารา (-20.5%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-13.4%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-45.7%) ผักและผลไม้ (-0.6%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (-0.9%) น้ำตาล (-31.7%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 3.1 โดย รถยนต์และอุปกรณ์ (-10.2%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ฯ (-6.9%) อัญมณีและเครื่องประดับ (-2.4%) เม็ดพลาสติก (-5.5%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-5.3%) สหรัฐอเมริกา (-0.6%) ญี่ปุ่น (-10.5%) สิงคโปร์ (+41.5%) มาเลเซีย (+9.6%)

การส่งออกในระยะ 7 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.–ก.ค.) มีมูลค่า 132,368.1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.5 โดย ข้าว (-1.6%) ยางพารา (-13.3%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-1.3%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-31.4%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (-1.9%) น้ำตาล (-29.8) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 โดย รถยนต์และอุปกรณ์ฯ (+12.5%) เคมีภัณฑ์ (+10.6%) เม็ดพลาสติก (+6.1%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-3.8%) สหรัฐฯ (-0.5%) ญี่ปุ่น (-3.7%) มาเลเซีย (+3.5%) และฮ่องกง (+6.8%)

การนำเข้า

เดือนกรกฎาคม 2556 มีมูลค่า 21,345.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+44.7%) เพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (+64%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+9.7%) ญี่ปุ่น (-19%) สหรัฐฯ (+12.6%) มาเลเซีย (+0.9%) และเบลเยียม (+958.2%)

การนำเข้าในระยะ 7 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.–ก.ค.) มีมูลค่า 150,420.9 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของน้ำมันดิบ (+0.1%) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (+23.4%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+6%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-10.7%) จีน (+3.9%) สหรัฐอาหรับ (+5.7%) สหรัฐอเมริกา (+26.6%) และมาเลเซีย (+0.7%)

ดุลการค้า

เดือนกรกฎาคม 2556 ขาดดุลการค้ามูลค่า 2,281.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ **ระยะ 7 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.–ก.ค.)** ขาดดุลการค้ามูลค่า 18,052.8 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกรกฎาคม 2556 อยู่ที่ 99.3 (ปี2555=100) ลดลงร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม ร้อยละ 0.2, 0.8 ตามลำดับ ส่วนหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 และ 3.1 ตามลำดับ

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกรกฎาคม 2556 อยู่ที่ 96.7 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเชื้อเพลิง สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ร้อยละ 4.3 , 4.2, 3.4 ตามลำดับ ขณะที่หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 หมวดสินค้าทุน ดัชนีราคานำเข้าไม่เปลี่ยนแปลง

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	มิ.ย. 56	ก.ค. 56	ม.ค.–ก.ค. 56	มิ.ย. 56	ก.ค. 56	ม.ค.–ก.ค. 56
ส่งออก	19,098.0	19,064.1	132,368.1	-3.4	-1.5	0.6
นำเข้า	21,013.0	21,345.4	150,420.9	3.0	1.1	3.8
ดุลการค้า	-1,915.0	-2,281.3	-18,052.8			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 56

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์และอุปกรณ์ฯ	1,887.1	-10.2	9.9	จีน	2,104.1	-5.3	11.0
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์	1,467.1	-6.9	7.7	สหรัฐฯ	1,946.7	-0.6	10.2
น้ำมันสำเร็จรูป	1,003.7	12.8	5.3	ญี่ปุ่น	1,848.8	-10.5	9.7
อัญมณีและเครื่องประดับ	924.9	-2.4	4.8	สิงคโปร์	1,099.6	41.5	5.8
เม็ดพลาสติก	738.2	-5.5	3.9	มาเลเซีย	1,093.0	9.6	5.7

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 56

สินค้า	มูลค่า (ล้านUSD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรกลฯ	2,160.9	-4.2	10.1	จีน	3,552.8	9.7	16.6
น้ำมันดิบ	2,111.4	-24.0	9.9	ญี่ปุ่น	3,482.2	-19.0	16.3
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,867.9	44.7	8.7	สหรัฐฯ	1,218.8	12.6	5.7
เพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,612.6	64.0	7.6	มาเลเซีย	1,093.9	0.9	5.1
เครื่องจักรไฟฟ้าฯ	1,323.4	-10.8	6.2	เบลเยียม	980.1	958.2	4.6

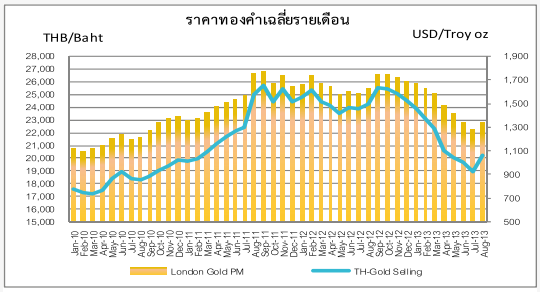
ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	พ.ค. 56	มิ.ย.56	ก.ค. 56	มิ.ย. 56	ก.ค. 56	ม.ค.–ก.ค.56
ส่งออก	0.0	-0.4	-0.2	-0.1	-0.3	-0.1
นำเข้า	-0.6	-0.7	-0.1	-2.4	-2.5	-2.4

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : สิงหาคม 2556

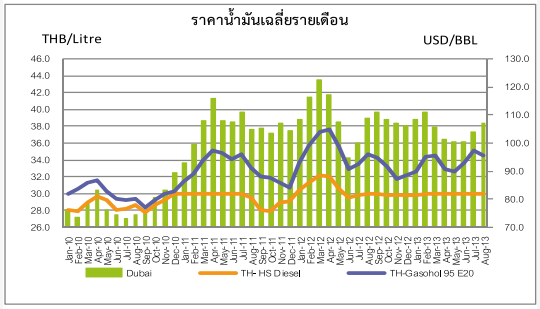
ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนสิงหาคมทะยานขึ้นไปแตะระดับสูงสุดนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปีนี้โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 20,208 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.51 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ทั้งนี้มีปัจจัยบวกจากความต้องการทองคำในอินเดียยังคงแข็งแกร่ง ประกอบกับสถานการณ์ความรุนแรงในอียิปต์ ความตึงเครียดในซีเรีย รวมทั้งการร่วงลงอย่างหนักของตลาดหุ้นสหรัฐฯ กระตุ้นให้นักลงทุนหันมาถือครองทองคำซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ปลอดภัย นอกจากนี้ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับเพดานหนี้ของสหรัฐฯ ที่พุ่งแตะเพดานสูงสุดที่ 16.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐภายในเดือนตุลาคมปีนี้ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้นักลงทุนเข้าซื้อทองคำเพิ่มขึ้น



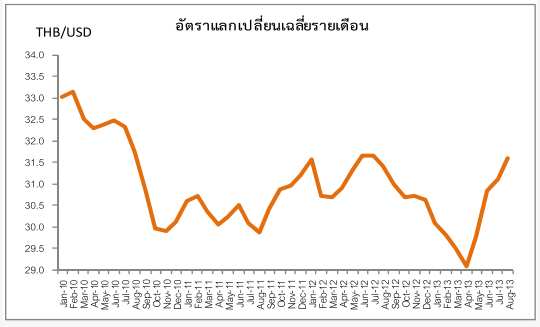
ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนสิงหาคมยังคงทะยานสูงขึ้น โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 106.58 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 104.61 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ซึ่งได้รับแรงหนุนจากตัวเลขเศรษฐกิจของยุโรป สหรัฐฯ และจีนที่ปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายเดือน ประกอบกับความกังวลต่อความขัดแย้งระหว่างชาติตะวันตกกับซีเรียหลังจากมีการคาดการณ์ว่าสหรัฐฯ อาจจะใช้กำลังทางทหารเพื่อตอบโต้การใช้อาวุธเคมีในซีเรีย



อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนสิงหาคมปรับตัวอ่อนค่าสุดในรอบ 1 ปี โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 31.60 บาทต่อเหรียญสหรัฐ อ่อนค่าจาก 31.13 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบจากเดือนก่อนหน้าจากการคาดการณ์เกี่ยวกับการชะลอมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (QE) ของธนาคารกลางสหรัฐฯ และแรงซื้อเงินเหรียญสหรัฐในฐานะที่เป็นสกุลเงินที่ปลอดภัยท่ามกลางสถานการณ์ความไม่แน่นอนในซีเรีย นอกจากนี้ เงินบาทยังเผชิญแรงขายซึ่งได้รับแรงกดดันจากการไหลออกของเงินทุนที่ชาวต่างชาติยังคงเทขายหุ้นและพันธบัตรไทยออกมา



สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาจาก 1,495 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,396.43 บาท/100 กิโลกรัม เช่นเดียวกับราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ปรับตัวลดลงจาก 3,293.10 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 3,288.81 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากมีการระบายข้าวของรัฐบาลออกสู่ตลาด ทำให้ผู้ส่งออกกังวลและปรับลดราคารับซื้อ ประกอบกับข่าวลือการกักกันข้าวไทยของสหรัฐฯ จึงส่งผลกระทบต่อราคา สำหรับแนวโน้มเดือนกันยายน คาดว่าราคาข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 อาจปรับตัวลดลง ตามราคาข้าวในตลาดโลก รวมทั้งเวียดนาม และอินเดีย ที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง เนื่องจากสถานการณ์ค้าข้าวมีความตึงตัว

ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน / สินค้า	ก.ค.56	ส.ค.56	% Δ (MOM)	ม.ค.-ส.ค.55	ม.ค.-ส.ค.56	% Δ (YOY)
ข้าว : (THB/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,495.00	1,396.43	-6.59	1,646.02	1,539.00	-6.50
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,293.10	3,288.81	-0.13	2,965.57	3,267.41	10.18
ยางพารา : (THB/Kg)						
แผ่นดิบ ชั้น3	72.39	72.31	-0.11	99.34	78.99	-20.48
แผ่นรมควัน ชั้น3	74.73	74.57	-0.21	111.69	86.36	-22.67
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,287.12	1,347.10	4.66	1,640.68	1,470.82	-10.35
ไทย (THB/Baht)	18,973.08	20,208.00	6.51	24,295.13	21,091.49	-13.19
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
Dubai	103.91	107.07	3.04	109.45	104.80	-4.25
WTI	104.67	106.58	1.83	96.36	97.11	0.78
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	31.12	31.60	1.53	31.25	30.23	-3.26

ที่มา : CEIC

ยางพารา ราคายางแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนสิงหาคม 2556 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 72.31 บาท และ 74.57 บาท ตามลำดับ ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากยังไม่มีปัจจัยบวกที่ชัดเจนเข้ามากระตุ้นราคายาง ประกอบกับยังไม่มีคำสั่งซื้อเข้ามา ส่งผลให้ขายยางออกยาก แต่ทั้งนี้ราคายังคงมีปัจจัยสนับสนุนจากการอ่อนค่าของเงินบาท และผลผลิตยางที่ออกสู่ตลาดน้อย เพราะภาวะฝนตกอย่างต่อเนื่องในหลายพื้นที่ปลูกยาง จึงทำให้ราคายางในเดือนนี้ปรับลดลงไม่มากนัก สำหรับราคาในเดือนกันยายน 2556 คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากมาตรการในการแก้ไขปัญหาราคายางของรัฐบาลไทย ตามที่เกษตรกรชาวสวนยางเรียกร้อง

นางวัชรี วิมุกตายน ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิดงานมหกรรมพาณิชย์ผลิตภัณฑ์เด่นทั่วไทย ซึ่งทางกระทรวงพาณิชย์ จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 19 - 21 สิงหาคม 2556 ณ ลานอเนกประสงค์ ชั้น 3 กระทรวงพาณิชย์ โดยงานดังกล่าวเป็นหนึ่งในกิจกรรมเพื่อฉลองโอกาสครบรอบวันสถาปนากระทรวงพาณิชย์ โดยภายในงานจะมีการนำผู้ประกอบการสินค้า OTOP และสินค้าธงฟ้าราคาประหยัด มาจำหน่ายกว่า 150 คูหา ซึ่งนอกจากจะมีการจำหน่ายสินค้าที่มีความจำเป็นในราคาประหยัดเพื่อลดภาระค่าครองชีพแล้ว อาทิ เนื้อหมู เนื้อไก่ ไข่ไก่ และน้ำตาลทราย ยังเปิดให้เจ้าของสินค้า OTOP มีโอกาสเจรจาธุรกิจร่วมกับห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อเป็นช่องทางในการขยายสินค้า OTOP ได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยยอดจำหน่ายสินค้าภายในงาน 8.8 ล้านบาท

TPSO
TRADE POLICY AND STRATEGY OFFICE
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองฯ จังหวัดนนทบุรี 11000