

TPSO JOURNAL

วารสาร สนย. ปีที่ 4 ฉบับที่ 28 พฤศจิกายน 2556

ผลกระทบของ AEC
ต่อระบบเศรษฐกิจไทย
โดยใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป

ประเทศไทยกับการเป็น Hub ของ AEC : ฝันให้ไกลไปให้ถึง

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย เดือนกันยายน

OTOP ไทย ก้าวไกล สู่สากล

Editor's note

วารสาร สนย. ฉบับประจำเดือนพฤศจิกายน ปรับโฉมใหม่แต่เนื้อหายังคงครบถ้วนด้วยคอลัมน์ประจำและบทความพิเศษที่มากด้วยสาระนานาประโยชน์เช่นเดิม อย่างไรก็ตามเรายังคงรอรับฟังคำติชม เพื่อปรับปรุงให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นต่อไป

ฉบับนี้ Highlight เราเกาะอยู่กับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยยินดีนำเสนอบทความเกี่ยวกับการเป็นศูนย์กลางของ AEC และผลกระทบของ AEC ต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป ติดตามรายละเอียดได้จากคอลัมน์ Special Talk และ Special Report ภายในเล่มได้ทันที นอกจากนี้ ตามไปดูการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การค้าภายในประเทศเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างมีศักยภาพ ฉบับนี้ขอเสนองานด้านการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้า OTOP จากคอลัมน์ Special Report และภาพกิจกรรมปภหลัง น่าสนใจไม่แพ้กัน แล้วยัง update กับสถานะเศรษฐกิจโดยรวมในคอลัมน์ประจำของวารสาร สนย. ยังคงเข้มข้นเหมือนเดิม

พบกับใหม่ฉบับหน้า อย่าลืมว่าคำติชมเป็นธงสำคัญในการปรับปรุงการทำงานของเรา รอฟังจากทุกท่านอยู่นะคะ

บรรณาธิการ

Contents

ประเทศไทยกับการเป็น Hub ของ AEC : ผืนให้ไกลไปให้ถึง	3
ผลกระทบของ AEC ต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป	4-5
OTOP ไทย ก้าวไกลสู่สากล	6-7
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2556	10
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร ตุลาคม 2556	11

บรรณาธิการ


ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
ผู้จัดทำ

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

Getting Around with TPSO



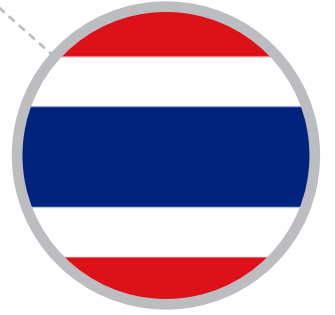
Getting Around ไปกับ สนย. ขอเสนอกิจกรรมภายใต้แผนนโยบายการขับเคลื่อนตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่กระทรวงพาณิชย์ได้เปิดตัวโครงการส่งเสริมตลาดสินค้า OTOP ไปแล้วตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2556

ล่าสุด เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2556 ได้จัดให้มีพิธีลงนาม MOU อย่างเป็นทางการ ระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับ บริษัท ดิงเพาเวอร์ แท็กพีริซ จำกัด ในการจัดจำหน่ายสินค้า OTOP และด้วยความร่วมมือของบริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด ในการเปิดร้าน OTOP Shop ณ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ต่อจากนี้จะขยายช่องทางจำหน่ายในทำอากาศยานอื่น ๆ รวมถึง โรงแรม ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ทั้งในรูปแบบ OTOP Shop และ Vending Machine ควบคู่ไปกับการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้า และการส่งเสริมภาพลักษณ์ OTOP ไทย โดยจะจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ผ่านสายการบิน สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงสถานทูต และงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติด้วย 

สนก.

ประเทศไทย กับการเป็น Hub ของ AEC : ฝันให้ไกลไปให้ถึง

ดร.ไพศาล มระพะฤกษ์วรรณ



เป็นความจริงที่ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ประเทศไทยจะบริหารความได้เปรียบนั้นได้ดีเพียงใดเป็นสิ่งที่ต้องการพิสูจน์

ในปัจจุบันการขนส่งสินค้าทางทะเลของไทยไปยังประเทศสำคัญ ๆ เช่น จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สามารถทำได้สะดวกรวดเร็ว หรือถ้าเป็นประเทศ CLMV ก็สามารถขนส่งผ่านชายแดนได้เลย การค้าของไทยกับจีนตะวันตกและตอนใต้ก็กำลังขยายตัวโดยเฉพาะกับมหานครเซี่ยงไฮ้ (ซึ่งจีนมีนโยบายพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางทางการค้าระหว่างประเทศของจีนในภูมิภาคตะวันตก) ปัจจุบันก็มีการค้ากับไทยปีละ 984 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวสูงถึง 200% ต่อปี อีกทั้งในเดือนธันวาคม 2556 จะมีการเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 4 ที่เซี่ยงไฮ้ของ ย่อมเป็นการตอกย้ำความเป็นสะพานเชื่อมโยงอาเซียน-จีนของไทยได้เป็นอย่างดีอีกทางหนึ่ง

นอกจากนั้นการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานในวงเงิน 2.2 ล้านล้านบาทระยะยาว 7 ปี (ปี 2556-2563) ของรัฐบาลไทยซึ่งจะกระจายไปสู่การพัฒนาในหลายด้าน ประกอบด้วย การขนส่งทางราง 82.5% ทางถนน 15% ทางน้ำ 1.5% และอื่น ๆ 1% เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านและเชื่อมระหว่างทะเลอันดามันและอ่าวไทย จะเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับประเทศไทยในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกเดิมของอาเซียน (ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ฟิลิปปินส์) ที่มีระดับการพัฒนาประเทศมากกว่ากับประเทศสมาชิกใหม่กลุ่ม CLMV ซึ่งแน่นอนว่าจะมีการเคลื่อนย้ายด้านการค้าและการลงทุนระหว่างกันมากขึ้นเมื่อถึง AEC ปี 2558

ไทยยังเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเศรษฐกิจใหญ่ 3 กลุ่มประกอบด้วย อินเดีย จีน และอาเซียน ที่ไทยมีข้อตกลงกับทั้งสามกลุ่มภายใต้ FTA อาเซียน-อินเดีย FTA อาเซียน-จีน และ AEC ตามลำดับ ส่งผลให้สนาามบินสุวรรณภูมิของไทยมีการขยายตัวของผู้โดยสารและจำนวนเที่ยวบินอย่างรวดเร็ว โดยมีสายการบินให้บริการเพิ่มเป็น 68 เที่ยวบินต่อชั่วโมง จากเดิม 55 เที่ยวบินต่อชั่วโมง และกำลังเร่งพัฒนาสนาามบินสุวรรณภูมิเฟส 2 ให้แล้วเสร็จภายในปี

2560 เพื่อรองรับผู้เดินทางที่จะมากถึง 54 ล้านคน การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้ประเทศไทยถูกจับตามองว่าจะเป็นศูนย์กลางการขนส่งแห่งอาเซียนและทำให้บริษัทโลจิสติกส์ข้ามชาติ สนใจเข้ามาเปิดบริษัทขนส่งในเมืองไทยจำนวนมาก อาทิเช่น บริษัทโลจิสติกส์จากจีน บริษัท ฮิตาชิ ทรานสปอร์ต และบริษัทยามาโตะอูญยักซ์ใหญ่อันดับ 1 ของญี่ปุ่น

ปัจจุบันบริษัทข้ามชาติหลายแห่งได้เลือกประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าในธุรกิจภูมิภาค เช่น โตโยต้า เจนเนอรัลมอเตอร์ นอกจากนี้ไทยยังมีความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมหลายชนิดที่มีการผลิตทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เช่น สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้บริษัทต่างประเทศต่างสนใจประเทศไทยในการเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกมากยิ่งขึ้นเป็นลำดับ

ความท้าทายที่ควรพิจารณา

สิงคโปร์เป็นคู่แข่งหมายเลข 1 ของไทยในการเป็น Hub ด้านการขนส่งทั้งทางอากาศและทางทะเล ท่าเรือสิงคโปร์เป็นท่าเรือที่คับคั่งมากที่สุดในภูมิภาค โดยสิงคโปร์สามารถรองรับตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 20 ฟุต (TEUs) ได้ถึงปีละ 20 ล้านตู้ (ท่าเรือแหลมฉบัง ขณะนี้สามารถรองรับ 5.8 ล้านตู้ต่อปี) ขณะที่มาเลเซียก็กำลังเร่งรัดพัฒนาประเทศให้เป็น Hub ของอาเซียนเช่นกัน ปัจจุบันมีสนาามบินระหว่างประเทศ 5 แห่ง และท่าเรือที่ทันสมัยล้ำยุค 2 แห่งที่เทียบพร้อมด้วย Logistic Park ขนาดยักษ์ไว้รองรับสินค้าที่จะเพิ่มขึ้นจาก AEC 2558 พร้อมทั้งมีเครือข่ายถนนที่ทันสมัยเชื่อมโยงท่าเรือและสนาามบินต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

ในส่วนของไทยยังมีงานหลายด้านที่ต้องดำเนินการ เช่น การขยายสนาามบินสุวรรณภูมิ การนำสนาามบินดอนเมืองกลับมาใช้ใหม่เพื่อลดการแออัดของสุวรรณภูมิ แอร์พอร์ตลิงค์เชื่อมสุวรรณภูมิและดอนเมือง การสร้างถนน

เชื่อมโดยตรระระหว่างท่าเรือแหลมฉบังกับนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และการสร้างส่วนต่อขยายทางยกระดับบูรพาวิถีไปยังท่าเรือแหลมฉบัง เชื่อมไปยังพญาและมาบตาพุดเพื่อให้ระบบการขนส่งมีศักยภาพมากขึ้น

ท่าเรือฝั่งอันดามันของไทยยังไม่เกิด แม้ว่าเราจะมีท่าเรือระนองแล้วแต่ก็ยังไม่โตเท่าไรอย่างน้อย หากไทยมีท่าเรือทั้งฝั่งอันดามันและอ่าวไทยที่ทันสมัยและสูงใจบริษัทเดินเรือต่าง ๆ เข้ามาใช้บริการกันมากขึ้นก็จะทำให้ไทยขยับใกล้สิงคโปร์เข้าไปอีกนิด

อีกปัญหาหนึ่งคือเรื่องการลงทุนด้านโลจิสติกส์ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการประกอบธุรกิจกรณีของไทยต้นทุนอยู่ที่ 15.2% ของ GDP ในขณะที่สหรัฐฯ 8.3% ของ GDP จึงต้องพยายามลดสัดส่วนให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสูงขึ้นก็เป็นสิ่งจำเป็น อาทิเช่น การผลิตหลอดไฟฟ้าประหยัดพลังงาน LED ที่มีขนาดเล็กลงเบาขึ้น ค่าขนส่งถูกกว่า แต่จำหน่ายได้ในราคาที่แพงกว่า อีกทั้งอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

การบริหารวิธีขนส่งให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง ปัจจุบันระบบการขนส่งของไทยมี 4 ระบบเป็นทางรถยนต์ 86% ทางน้ำ 12% และทางรางและอากาศ 2% การขนส่งทางน้ำมีต้นทุนต่อหน่วยถูกที่สุด รองลงมาเป็นทางราง ทางรถยนต์ และสุดท้ายคือทางอากาศ จึงควรเพิ่มการขนส่งทางน้ำและทางรางให้มากขึ้นเพื่อลดความแออัดของการขนส่งทางรถยนต์

สิ่งสำคัญที่เราไม่ควรมองข้ามก็คือโลจิสติกส์นั้นไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องการขนส่งแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังหมายรวมถึงโลจิสติกส์ในสายการผลิต โลจิสติกส์ในด้านคลังสินค้า และโลจิสติกส์ในกระบวนการบริหารและการทำงาน ฯลฯ เพื่อให้สามารถพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็น Hub ของอาเซียนอย่างแท้จริง **T**

ผลกระทบของ AEC

ต่อระบบเศรษฐกิจไทย

โดยใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป



ดร.ณัฐพงษ์ พัฒนพงษ์
ณัฐวุฒิ สุนทรบารมี

อาเซียนกำลังรวมกลุ่มเป็น AEC ซึ่งมีเป้าหมายการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจได้แก่ ส่งเสริมให้เกิดการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (Single Market and Single Production Base) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน พัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (AEC Blueprint, 2008) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาความกินดีอยู่ดีของประชาชนในประเทศ และลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางสังคม ดังนั้น สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าร่วมกับศูนย์บริการเศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำการศึกษาผลกระทบของ AEC โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์เพื่อวิเคราะห์ในประเด็น ผลกระทบด้านการค้าระหว่างประเทศ และระบบเศรษฐกิจโดยรวมของไทยเพื่อประเมินว่าการรวมกลุ่ม AEC ส่งผลอย่างไรต่อไทย

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย

1. แบบจำลอง GTAP (Global Trade Analysis Program) ซึ่งเป็นแบบจำลองการค้าโลกที่มีโครงสร้างและการเชื่อมโยงในระบบเศรษฐกิจที่เสมือนระบบเศรษฐกิจระหว่างประเทศของโลก ทั้งในระดับระหว่างประเทศและระดับในประเทศ โดยระดับต่างประเทศประกอบด้วย การค้าระหว่างประเทศ การเคลื่อนย้ายทุนและแรงงานระหว่างประเทศ เป็นต้น และในระดับโครงสร้างภายในประเทศ ประกอบด้วย หน่วยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น ภาครัฐ ครัวเรือน ผู้ผลิต และผู้บริโภค โดยกำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้องเป็นไปตามข้อตกลงภายใต้การรวมกลุ่มของประเทศสมาชิกอาเซียน

2. แบบจำลอง CGE ของประเทศไทย คือแบบจำลองที่อธิบายมูลค่าการหมุนเวียนของทั้งระบบเศรษฐกิจ โดยแบบจำลองถูกสร้างขึ้นจากฐานข้อมูลตารางบัญชีทางสังคม (Social Accounting Matrix) และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในระบบเศรษฐกิจขึ้นในลักษณะเป็นชุดสมการ

เพื่อที่จะใช้เป็นเครื่องมือทดสอบผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย ที่ส่งผ่านมาจากแบบจำลองการค้าโลก (GTAP)

การวิเคราะห์โดยใช้ทั้ง 2 แบบจำลอง มีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ

- (1) ทุกสาขาการผลิตและบริการใช้ประโยชน์จากอัตราภาษีนำเข้าที่ลดลงทั้งหมด
- (2) โครงการสร้างตลาดสินค้าและบริการ และโครงสร้างเศรษฐกิจของทุกประเทศมีลักษณะใกล้เคียงกับโครงสร้างเดิมที่ใช้เป็นฐานข้อมูลของแบบจำลอง
- (3) ไม่มีการใช้ข้อกีดกันทางการค้าอื่น ๆ สำหรับทุกตลาดสินค้าและบริการ ภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง GTAP

1. ด้านภาพรวมเศรษฐกิจ

ผลจากการใช้แบบจำลอง GTAP ได้แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีสวัสดิการโดยรวมสังคมสูงขึ้นเป็นผลจากปริมาณการส่งออกนำเข้าที่สูงขึ้นจากภาษีที่ลดลงทำให้ราคาสินค้าต่าง ๆ ลดลง และส่งผลในทางบวกกับผู้บริโภคโดยเฉพาะประเทศไทย

ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดย Welfare และ Real GDP ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.23 และร้อยละ 15.56 ตามลำดับ



ตารางผลกระทบต่อสวัสดิการโดยรวม (Welfare) และ ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) จากแบบจำลอง GTAP

Country	Welfare	Real GDP
East Asia	-0.82%	-0.07%
ASEAN 4	12.24%	2.19%
Thailand	30.23%	15.56%
CLMV	-3.12%	-0.03%
Rest of World	-0.15%	-0.04%

ตารางร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสินค้าส่งออกจากประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศต่าง ๆ ในโลก จากแบบจำลอง GTAP

การส่งออก	East Asia	ASEAN 4	CLMV	Rest of World
ข้าวและธัญพืช	-6.16	70.08	-6.7	-6.53
ปศุสัตว์และเนื้อสัตว์	-5.4	-4.91	-5.85	-5.39
น้ำมันและถ่านหิน	-1.72	0.32	-1.42	-1.86
อาหารแปรรูป	-0.68	30.65	-0.61	-0.68
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	-2.38	4.3	-2.2	-2.35
อุตสาหกรรมเบา	1.15	18.31	1.08	1.2
อุตสาหกรรมหนัก	0.16	6.44	0.2	0.15
สาธารณูปโภค	-1.32	-0.67	-1.4	-1.3
สื่อสารและคมนาคม	-2.23	-1.8	-2.28	-2.2
บริการ	-2.36	-1.88	-2.42	-2.34

2. ด้านการค้าระหว่างประเทศ

พบว่าเมื่อมีการลดลงของภาษีนำเข้าภายใต้ กรอบอาเซียนจะทำให้ราคาสินค้านำเข้าลดลง เป็นผลให้โครงสร้างการค้าระหว่างประเทศของ ไทยเปลี่ยนแปลงโดยมีปริมาณการค้ากับกลุ่ม ประเทศอาเซียนขยายตัวสูงขึ้นในขณะที่การค้า กับกลุ่มประเทศอื่น ๆ มีแนวโน้มลดลง ดังนี้

2.1 การค้าไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียน เดิม (กลุ่ม ASEAN 4) เพิ่มมากขึ้นทั้งการนำเข้า และส่งออกของสินค้าโดยเฉพาะกลุ่มสินค้า ข้าว และธัญพืช อาหารแปรรูปและอุตสาหกรรมเบา (ยานยนต์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ โลหะ พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ)

2.2 การค้าระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศ สมาชิกอาเซียนใหม่ (CLMV) ทั้งเพิ่มขึ้นและลดลง เล็กน้อยในการค้าระหว่างประเทศทั้งการนำเข้า และส่งออก

2.3 การค้ากับกลุ่มประเทศอื่น ๆ ปริมาณ การค้ามีแนวโน้มลดลง แต่กลุ่มอุตสาหกรรมเบา ยังมีปริมาณการขยายตัว

2.4 มูลค่าการส่งออกสุทธิของไทย

(มูลค่าส่งออกลบด้วยมูลค่านำเข้า) ในรายสินค้า พบว่าการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะเอื้อประโยชน์ต่อการค้าระหว่างประเทศ ของไทยโดยส่วนใหญ่ เพราะสินค้าและบริการ เกือบทุกประเภทจะมีมูลค่าส่งออกสุทธิสูงขึ้น มีเพียง 3 สาขาเท่านั้นที่จะมีมูลค่าการส่งออกสุทธิ ลดลง ได้แก่ สินค้าประเภท น้ำมันและถ่านหิน สาขาสาธารณูปโภค และสาขาบริการ

ทั้งนี้เนื่องจากภายหลังจากการเปิดการค้าเสรีกับกลุ่มประเทศอาเซียน ประเทศไทยมีความได้เปรียบจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า (ทั้ง จากประสิทธิภาพการผลิตที่สูง หรือราคาปัจจัย การผลิตที่ต่ำกว่า) ทำให้ไทยมีความได้เปรียบ เกือบทุกสาขาการผลิตจึงทำให้ไทยส่งออกได้ มากขึ้น แต่ประเทศไทยไม่มีทรัพยากรประเภท พลังงานเพียงพอและประเทศอาเซียนมี ประสิทธิภาพในการให้บริการด้านการเงิน ประกันภัย ขนส่ง โทรคมนาคม มากกว่าไทย จึงทำให้ไทยต้อง นำเข้ากลุ่มพลังงานสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า) และ



บริการมากขึ้น ซึ่งการวิเคราะห์นี้ได้ให้ความสำคัญ ต่อ 3 สาขาดังกล่าว โดยการใช้แบบจำลอง CGE ในการศึกษาผลกระทบของกรณีการเปลี่ยนแปลง ของ 3 สาขานี้ต่อระบบเศรษฐกิจของไทย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง CGE

จากผลของแบบจำลอง GTAP ที่พบว่า 3 สาขาดังกล่าวมีการส่งออกสุทธิลดลง (จากปัจจัย การนำเข้าที่เพิ่มขึ้นและการส่งออกที่ลดลงภาย หลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน) ดังนั้น ในแบบจำลอง CGE จึงกำหนดให้มีมูลค่าส่งออก สุทธิทั้ง 3 สาขาลดลงร้อยละ 1 เพื่อศึกษาทิศทาง และขนาดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยพบว่า

1. กรณีของสาขาน้ำมันและถ่านหิน

มี ผลเป็นบวกกับระบบเศรษฐกิจไทยเพราะสามารถ นำเข้าพลังงานในราคาที่ถูกกลงจากประเทศ ในกลุ่มอาเซียนและทำให้เกิดการขยายตัวทาง เศรษฐกิจ GDP ขยายตัว 1.56% การนำเข้ารวม สูงขึ้น 0.71% การส่งออกรวมลดลง 0.71% เงินเพื่อ เพิ่มขึ้น 0.90% การบริโภคโดยรวมขยายตัว 2.22%

2. กรณีของสาขาสาธารณูปโภค และ

สาขาบริการ พบว่ามีผลกระทบต่อระบบ เศรษฐกิจไทย

จากผลการศึกษาโดยใช้ทั้ง 2 แบบจำลอง แสดงให้เห็นว่าการเข้าสู่กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนจะเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจไทยโดยรวม จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ไทยทราบถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับหลังการเข้าสู่ กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อให้ผู้ประกอบการทุกสาขาการผลิตและบริการของไทยใช้ สิทธิประโยชน์อย่างเต็มที่ ส่งผลให้เศรษฐกิจ ประเทศไทยในภาพรวม ขยายตัวตามไปด้วย

OTOP ไทย

ก้าวไกลสู่สากล



จากนโยบายที่รัฐบาลให้การส่งเสริมและพัฒนาสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน รวมเป็นเวลา 11 ปี มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือการสร้างงานสร้างอาชีพกระจายรายได้สู่ชุมชน และแก้ไขปัญหาความยากจน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจในระดับฐานรากของประเทศ ทั้งนี้จะแบ่งกลุ่มผู้ผลิต OTOP เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป็นสหกรณ์หรือวิสาหกิจชุมชน 2) กลุ่มผู้ผลิตรายเดียวและ 3) กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

โดยในปี 2555 มีผู้ประกอบการขึ้นทะเบียน OTOP จำนวน 35,984 ราย มีผลิตภัณฑ์รวม 71,739 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลยุทธ์การพัฒนา OTOP ปี 2556- 2558 จะเน้นตาม Market Segment ที่สนองความต้องการของตลาดโดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มสินค้า คือ (1)

กลุ่ม A ดาวเด่นสู่สากล เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าคุณภาพสูงและราคาสูง และผลิตได้ปริมาณมาก (2) กลุ่มอนุรักษ์ สร้างคุณค่า เป็นกลุ่มที่สินค้ามีคุณภาพและราคาสูง แต่ผลิตได้ปริมาณจำกัด (3) กลุ่ม C กลุ่มพัฒนาเข้าสู่การแข่งขัน เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าคุณภาพและราคาไม่สูงแต่สามารถผลิตได้ปริมาณมาก (4) กลุ่ม D กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าคุณภาพและราคาไม่สูง และไม่สามารผลิตในปริมาณมากได้

จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้การส่งเสริมสินค้า OTOP เป็นหนึ่งในนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ประจำปีงบประมาณ 2556 กระทรวงพาณิชย์ จึงกำหนดยุทธศาสตร์การค้าโอท็อปปี 2556 – 2559 เพื่อพัฒนาการค้าโอท็อปใน 3 กรอบ คือ

1. การพัฒนาและขยายช่องทางการค้าในประเทศให้หลากหลายและทั่วถึง โดยจัดกิจกรรม

ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศรับรู้ถึงสินค้า OTOP มากขึ้น การจัดตั้ง OTOP Shop ที่ท่าอากาศยานนานาชาติของไทย ที่ห้างสรรพสินค้า รวมถึงย่านการค้า และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ การจัดงานแสดงสินค้า และการเจรจาธุรกิจ ตลอดจนการจัดจำหน่ายผ่านระบบ Online

2. การยกระดับภาพลักษณ์สินค้า OTOP ด้วยเอกลักษณ์ไทย และส่งเสริมสินค้า OTOP THAI สู่อุตสาหกรรม โดยพัฒนาการออกแบบสินค้าให้ทันสมัยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาตลาดเพื่อการส่งออก จัดงานมหกรรม OTOP ระดับนานาชาติ เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ จัด Road Show ทั้งในระดับรัฐบาลและผู้ประกอบการ และจัดกิจกรรม Online Business Matching ผ่าน ThaiTrade.com เป็นต้น

3. ความร่วมมือกับภาคเอกชนในการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า OTOP ผ่านแผน CSR ธุรกิจ (แผนธุรกิจในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมธุรกิจ: Corporate Social Responsibility) ได้แก่ การออกแบบ (Design) และประโยชน์ใช้สอยสินค้าให้มีความทันสมัยการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP เสริมสร้างความรู้การตลาด การค้าปลีกส่ง และการบริหารจัดการธุรกิจ การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการตลาด รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลให้เกิดการขายปลีกและขายส่งอย่างเป็นระบบ การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory) ให้เกิดการหมุนเวียนสินค้าสู่ช่องทางการจำหน่ายได้ต่อเนื่อง การสร้างช่องทางการจำหน่ายในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ทั้งในและต่างประเทศและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

จากยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะสนับสนุนให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของสินค้า OTOP อย่างเป็นระบบ เนื่องจากเป็นการ





วางแผนพัฒนาในเชิงธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์วางแผนการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (Branding) การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีกลไกการพัฒนาและขับเคลื่อนการตลาดสินค้า OTOP คือคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ โดยมีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานกรรมการ และมีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ 7 คณะ เพื่อเกิดการประสานงานและดำเนินการตามแนวทางและแผนงานที่กำหนดอย่างเป็นเอกภาพและประสิทธิภาพได้แก่

- 1) คณะอนุกรรมการพัฒนาการตลาด กำหนดแนวทางและแผนงานส่งเสริมการตลาด พัฒนาช่องทางการตลาด จัดทำระบบข้อมูลด้านตลาดต่างประเทศของสินค้า OTOP และประสานความร่วมมือกับคณะอนุกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกประเภท และคณะทำงานในระดับจังหวัด/กรุงเทพฯ เพื่อสร้างแบรนด์สินค้า OTOP ไทย
 - 2) คณะอนุกรรมการการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
 - 3) คณะอนุกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย
 - 4) คณะอนุกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึก
 - 5) คณะอนุกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
- คณะอนุกรรมการฯ (คณะที่ 2) – 5) จัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รายประเภทตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

จากยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะสนับสนุนให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของสินค้า OTOP อย่างเป็นระบบ เนื่องจากการวางแผนพัฒนาในเชิงธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์วางแผนการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า (Branding) การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

ทั้งในด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต เทคโนโลยีแรงงาน ผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน ระบบการจัดจำหน่ายและตลาด จัดทำและปรับปรุงมาตรฐานและประเมินระดับมาตรฐานสินค้า (ระดับดาว) เพื่อยกระดับสู่สากล สร้าง/พัฒนาเครือข่ายรายประเภทผลิตภัณฑ์ที่สำคัญดังกล่าว

6) คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาคและจังหวัด ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการตามยุทธศาสตร์และแผนงานการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และกำหนดกรอบหลักเกณฑ์ในการกลั่นกรองผลิตภัณฑ์ พิจารณาความเหมาะสมแผนงานและกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP ดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนของคณะอนุกรรมการฯ ระดับจังหวัดในทุกจังหวัด และแก้ไขปัญหาอุปสรรค

7) คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดในทุกจังหวัด ตั้งขึ้นเพื่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในแต่ละจังหวัด/ชุมชน ดำเนินการ/คัดเลือก/ตรวจสอบ/กลั่นกรองผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล จัดทำแผนและกิจกรรมเสริมสร้างเครือข่าย OTOP ในชุมชน แก้ไขปัญหาอุปสรรคระดับจังหวัดและท้องถิ่น

จากกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีบทบาทในการเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการในทุกคณะ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในทุกระดับตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด จนถึงระดับสากล และเป็นกลไกของที่จะนำไปสู่การบูรณาการอย่างสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่มุ่งหวังจะพัฒนานสินค้า OTOP อย่างยั่งยืน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย



ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อ	Real GDP	คาดการณ์ ปี 56
	เฉลี่ย ม.ค. - ก.ย. 56	ปี 55 (%y-o-y)	GDP
ไทย	2.36	6.5	4.1
มาเลเซีย	1.80	5.6	5.1
ฟิลิปปินส์	2.77	6.6	6.0
สิงคโปร์	2.49	1.3	3.0
จีน	2.54	7.8	8.0
อินโดนีเซีย	6.50	6.2	6.3
อินเดีย	5.80	5.1	5.0
เวียดนาม	6.83	5.0	5.2

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 55	ปี 56			
		Q1	Q2	ส.ค.	ก.ย.
Real GDP (%y-o-y)					
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	6.5	5.4	2.8	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ					
ดุลการค้าตามระบบกรมศุลกาฯ (พันล้านUSD)	-20.8	-7.4	-8.4	-0.09	0.5
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	2,728.0	1,267.3	-5,076.5	1,284.7	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านUSD)	181.6	177.8	170.8	168.8	172.3
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.02	3.09	2.70	1.59	1.42
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.09	1.47	1.23	0.75	0.61
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	43.7	44.3	44.5	44.6	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.7	0.7	0.8	-
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)					
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	2.99	4.26	2.18	3.92	-7.09
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	9.27	6.75	2.02	-2.07	-5.23
อุปทาน (%y-o-y)					
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	3.9	0.4	-0.5	-3.12	-4.31
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-9.1	-4.3	0.0	4.23	1.75
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	2.5	2.9	5.2	-3.12	-2.9
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	99.5	95.4	93.4	91.3	90.4
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	16.0	18.9	19.4	28.0	27.6
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)					
ภาชีมูลค่าเพิ่ม	14.1	6.9	-0.2	1.7	-19.4
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	86.6	97.2	-3.3	-16.4	-30.7
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	5.8	5.4	-6.2	-8.9	-11.1
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	-6.5	-7.6	-3.6	-2.4	-5.1
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	0.1	4.4	7.8	5.4	4.2
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)					
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	21.3	3.7	-1.5	-7.7	-12.7
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	76.2	19.4	3.2	-28.0	-26.0
ภาชีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	20.6	32.5	11.0	25.2	12.6
ยอดขายปูนซีเมนต์	10.6	15.9	14.6	4.7	3.4
ยอดขายเหล็ก	5.3	9.3	15.5	8.3	-

เศรษฐกิจของไทย เดือนกันยายน 2556 ในภาพรวมชะลอตัวลง เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา แต่เศรษฐกิจของไทยยังได้ปัจจัยสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวและการลงทุนในหมวดก่อสร้าง ทั้งนี้ เศรษฐกิจของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2556 สศช. คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.8-4.3

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนกันยายน 2556 อยู่ในเกณฑ์ดีและมีความแข็งแกร่ง โดยอัตราเงินเฟ้อขยายตัวร้อยละ 1.42 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุดเดือนสิงหาคม 2556 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 44.6 ซึ่งสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้ คือไม่เกินร้อยละ 60.0 และอัตราการว่างงานเดือนสิงหาคม 2556 อยู่ที่ร้อยละ 0.8 **ส่วนเสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** อยู่ในระดับมั่นคง โดยสะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศเดือนกันยายน 2556 อยู่ในระดับสูง 172.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนกันยายน 2556 ในภาพรวมขยายตัวเล็กน้อย สะท้อนได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศและดัชนีราคาสินค้าเกษตรที่ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยขยายตัวร้อยละ 27.6 และ 1.75 (เดือนสิงหาคม 2556 ขยายตัวร้อยละ 28.0 และ 4.23) ส่วนการผลิตภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมชะลอตัวลง โดยดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 4.31 และ 2.9 ตามลำดับ และดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมลดลงอยู่ที่ระดับ 90.4 จากระดับ 91.3 ในเดือนก่อนหน้า

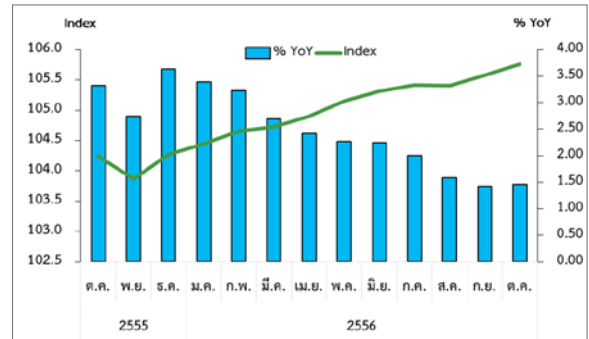
การบริโภคภาคเอกชน เดือนกันยายน 2556 ในภาพรวมชะลอตัวลง สะท้อนได้จากยอดการจับจ่ายสินค้าเพิ่ม ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งและยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ โดยหดตัวร้อยละ 19.4 30.7 และ 11.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากฐานสูงตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ส่วนปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูปดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 4.2

การลงทุนภาคเอกชน เดือนกันยายน 2556 ชะลอตัวลงเล็กน้อย แต่ยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการลงทุนในหมวดก่อสร้าง โดยยอดขายปูนซีเมนต์ และยอดการเก็บภาชีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ ขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ซึ่งขยายตัวร้อยละ 3.4 และ 12.6 ตามลำดับ (เดือนสิงหาคม 2556 ขยายตัวร้อยละ 4.7 และ 25.2) ส่วนปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปดอลลาร์สหรัฐ และยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ ยังคงหดตัวร้อยละ 12.7 และ 26.0 ตามลำดับ **ii**

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่าง ๆ, IMF

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ เดือนตุลาคม 2556 จากการคำนวณสินค้าและบริการทั่วประเทศจำนวน 450 รายการ ดัชนีสูงขึ้นเล็กน้อย โดยดัชนีมีค่าเท่ากับ 105.76 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.46 เป็นการสูงขึ้นของสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่และสัตว์น้ำ ไข่และผลิตภัณฑ์นม ข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง และเครื่องประกอบอาหาร เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า หมวดเคหสถาน และหมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีสูงขึ้นร้อยละ 0.17 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - ตุลาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.27



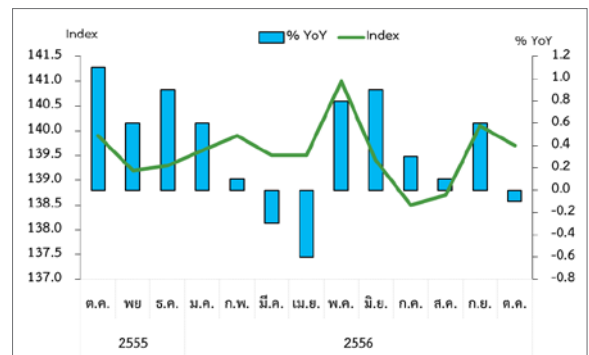
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)

สำหรับภาคการถนอมพืชปี 2556 กระทรวงพาณิชย์ได้ปรับค่าคาดการณ์ใหม่ (1 พฤศจิกายน 2556) เป็นร้อยละ 2.1 - 2.6 (เดิมร้อยละ 2.8 - 3.4)



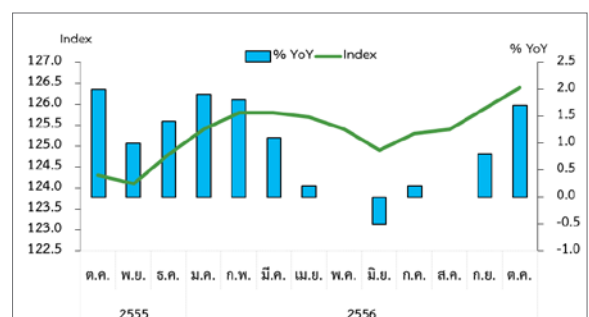
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2554 = 100)

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ จากการคำนวณสินค้าและบริการ จำนวน 312 รายการ (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงานจำนวน 138 รายการ) เดือนตุลาคม 2556 เท่ากับ 103.35 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 0.71 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.12 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - ตุลาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.03



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนตุลาคม 2556 เท่ากับ 139.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ลดลงร้อยละ 0.1 จากการลดลงของหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตามการลดลงของราคามลทินที่ยางและพลาสติก โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น หมวดยานยนต์จากเหมือง ตามการลดลงของราคาปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ ส่วนหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ดัชนีราคาสูงขึ้นตามการสูงขึ้นของราคาปลาและสัตว์น้ำ สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตลดลงร้อยละ 0.3 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - ตุลาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.2



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนตุลาคม 2556 เท่ากับ 126.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 1.7 จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดซีเมนต์ ตามการสูงขึ้นของราคาปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม หมวดยานยนต์คอนกรีต ตามการสูงขึ้นของราคาเสาเข็มคอนกรีตอัดแรง พื้นคอนกรีตสำเร็จรูปอัดแรง และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ ได้แก่ ทนย หินยอย ดินถมที่ เนื่องจากแหล่งวัตถุดิบหายากส่งผลให้ต้นทุนค่าดำเนินการเพิ่มขึ้น ส่วนหมวดดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่ลดลง ได้แก่ หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ปรับลดลงตามราคาในตลาดโลก และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างสูงขึ้นร้อยละ 0.4 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - ตุลาคม 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.7

ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



การค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2556

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ส.ค. 56	ก.ย. 56	ม.ค.-ก.ย. 56	ส.ค. 56	ก.ย. 56	ม.ค.-ก.ย. 56
ส่งออก	20,467.9	19,303.7	172,139.8	3.92	-7.09	0.05
นำเข้า	20,562.6	18,830.5	189,813.9	-2.07	-5.23	2.21
ดุลการค้า	-94.7	473.2	-17,674.1			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือนกันยายน 2556

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ และ อุปกรณ์	2,410.3	7.6	12.5	จีน	2,161.0	1.2	11.2
คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์	1,493.4	0.4	7.7	สหรัฐฯ	1,952.7	-0.7	10.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,227.1	-51.8	6.4	ญี่ปุ่น	1,767.6	-13.6	9.2
น้ำมันสำเร็จรูป	1,097.2	-6.3	5.7	ฮ่องกง	1,516.5	-1.3	7.9
แผงวงจรไฟฟ้า	782.0	25.8	4.0	มาเลเซีย	1,148.9	20.5	5.9

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนกันยายน 2556

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,896.9	-7.0	15.4	ญี่ปุ่น	3,066.3	-20.2	16.3
เครื่องจักรกล	1,868.9	-7.0	9.9	จีน	2,970.7	-0.1	15.8
เคมีภัณฑ์	1,186.9	3.6	6.3	สหรัฐฯ อาหรับ	1,336.0	26.7	7.1
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,173.4	-23.3	6.2	มาเลเซีย	1,230.1	8.0	6.5
เพชรพลอยอัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	1,005.0	18.2	5.3	สหรัฐฯ	1,188.3	8.6	6.3

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ก.ค. 56	ส.ค. 56	ก.ย. 56	ส.ค. 56	ก.ย. 56	ม.ค.-ก.ย. 56
ส่งออก	-0.2	-0.1	-0.2	-0.5	-0.9	-0.2
นำเข้า	-0.1	0.8	0.2	-1.7	-1.9	-2.3

การส่งออก

เดือนกันยายน 2556 มีมูลค่า 19,303.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 7.09 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตรภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 โดยข้าว (+8.7%) ยางพารา (-4.1%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-31.5%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-11.4%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-23.6%) น้ำตาล (+24.5%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลง 9.1 โดยอัญมณีและเครื่องประดับ (-51.8%) น้ำมันสำเร็จรูป (-6.3%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (+1.2%) สหรัฐอเมริกา (-0.7%) ญี่ปุ่น (-13.6%) ฮ่องกง (-1.3%) มาเลเซีย (+20.5%)

การส่งออกในระยะ 9 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่า 172,139.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.05 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.1 โดยข้าว (-0.5%) ยางพารา (-11.9%) อาหารทะเลแช่แข็งกระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-3.8%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-29.4%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (-0.4%) น้ำตาล (-30.3%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (+11.9%) เคมีภัณฑ์ (+9.2%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-2.5%) สหรัฐอเมริกา (-0.1%) ญี่ปุ่น (-5.1%) ฮ่องกง (+5.2%) และมาเลเซีย (+5.7%)

การนำเข้า

เดือนกันยายน 2556 มีมูลค่า 18,830.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.23 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-7%) เครื่องจักรกล (-7%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-23.3%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-20.2%) จีน (-0.1%) สหรัฐอาหรับ (+26.7%) มาเลเซีย (+8%) และสหรัฐฯ (+8.6%)

การนำเข้าในระยะ 9 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่า 189,813.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.21 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (+26.4%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+4.3%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-12.4%) จีน (+3.6%) สหรัฐอาหรับ (+7.7%) สหรัฐอเมริกา (+22.4%) และมาเลเซีย (+2.7%)

ดุลการค้า

เดือนกันยายน 2556 เกิดดุลการค้ามูลค่า 473.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ **ระยะ 9 เดือนแรกของปี 2556 (ม.ค.-ก.ย.)** ขาดดุลการค้ามูลค่า 17,674.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกันยายน 2556 อยู่ที่ 99.0 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 0.9

เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม สินค้าแร่และเชื้อเพลิง ร้อยละ 0.9, 1.1 และ 0.5 ตามลำดับ ส่วนหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกันยายน 2556 อยู่ที่ 97.7 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเชื้อเพลิง สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ร้อยละ 1.8, 4 และ 3.9 ตามลำดับ ขณะที่หมวดสินค้าทุน และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 และ 0.5 ตามลำดับ



สถานการณ์ ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ตุลาคม 2556

ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนตุลาคมปรับตัวลดลง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 19,451.92 บาท ลดลงร้อยละ 4.06 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยราคาทองคำปรับตัวลดลงมากในช่วงต้นเดือน จากความกังวลเกี่ยวกับปัญหาทางการคลังของสหรัฐฯ ที่ยังไม่มีความชัดเจน ทำให้นักลงทุนเทขายทองคำเพื่อทำกำไรจนส่งผลให้ราคาทองคำปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ดี ราคาทองคำในช่วงปลายเดือนตุลาคมเริ่มมีสัญญาณที่ดีจากการเดินทางเข้ามาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของธนาคารกลางสหรัฐฯ ซึ่งสามารถเรียกความเชื่อมั่นของนักลงทุนกลับมา รวมทั้งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากตัวเลขเศรษฐกิจจีนที่มีความแข็งแกร่งเกินคาดและยังสามารถขยายตัวได้ดีจะช่วยหนุนความต้องการทองคำให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีการนำเข้าทองคำเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนตุลาคมยังคงปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 100.54 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ลดลงจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 106.29 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการปรับตัวลดลงของราคาน้ำมันดิบในช่วงปลายเดือนตามรายงานของสำนักสารสนเทศด้านพลังงานสหรัฐฯ (EIA) ว่าปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งบ่งชี้ว่าความต้องการภายในประเทศปรับตัวลดลง และแรงกดดันจากการแข็งค่าของเงินเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับสกุลเงินหลัก ๆ ภายหลังจากธนาคารกลางสหรัฐฯ เดินทางกระตุ้นเศรษฐกิจโดยใช้มาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) นอกจากนี้ราคาน้ำมันยังได้รับแรงกดดันจากการประชุมเพื่อพัฒนาโครงการนิวเคลียร์ของอิหร่านกับกลุ่มประเทศ P5+1

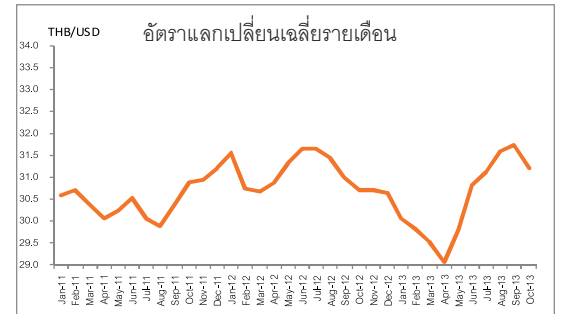
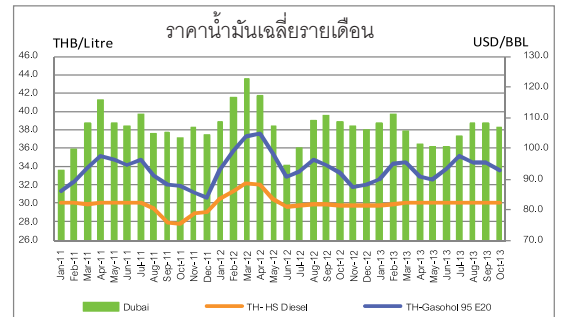
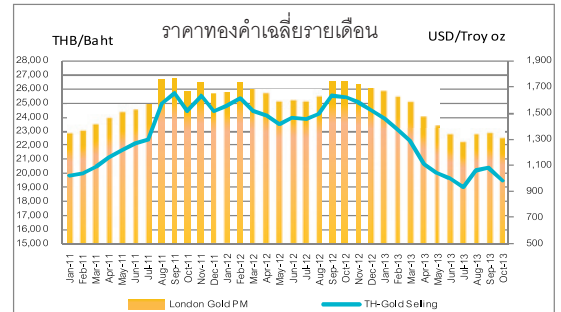
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนตุลาคมแข็งค่าติดต่อกันเป็นเดือนที่ 2 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 31.22 บาทต่อเหรียญสหรัฐ ซึ่งเดือนก่อนหน้า อยู่ที่ 31.71 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เพราะมีแรงซื้อของนักลงทุนต่างชาติ ที่มีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาทางการคลังของสหรัฐฯ ส่งผลให้เงินไหลเข้ามาจนทำให้เงินบาทแข็งค่าขึ้น ประกอบกับรายงานตัวเลขเศรษฐกิจจีนที่ปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้เงินหยวนแข็งค่าขึ้นส่งผลต่อภาพรวมของสกุลเงินเอเชีย

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาจาก 1,294.52 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,246.36 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากฝนตกชุก และผลผลิตข้าวบางพื้นที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม ทำให้ผู้ประกอบการกังวลในคุณภาพข้าว ในขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ทรงตัวอยู่ที่ 3,355 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าส่งคำสั่งซื้อสำหรับบริโภคในช่วงสั้น ๆ และมีปริมาณน้อย ทำให้ราคายังคงทรงตัว สำหรับแนวโน้มเดือนพฤศจิกายน คาดว่าราคาข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 อาจปรับตัวลดลง เนื่องจากข้าวฤดูกาลใหม่ทยอยออกสู่ตลาด และผู้ประกอบการคาดการณ์ว่าสต็อกข้าวรัฐบาลมากเกินไป ซึ่งอาจถูกกดกันให้ระบายข้าวออกมา

ยางพารา ราคายางแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนตุลาคม 2556 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 74.06 บาท และ 75.35 บาท ตามลำดับปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากโรงงานหลายแห่งมีสินค้าในสต็อกจำนวนมากที่รอการขายและส่งออก ประกอบกับความต้องการซื้อจากต่างประเทศยังคงชะลอตัวเช่นกัน โดยเฉพาะจีนผู้ซื้อรายใหญ่ที่มีวันหยุดยาว (วันชาติ) ในช่วงต้นเดือน อีกทั้งราคายางยังได้รับแรงกดดันจากการที่สหรัฐฯ ปิดหน่วยงานของรัฐบาลกลางบางส่วน สำหรับราคายางในเดือนพฤศจิกายน 2556 คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากพื้นที่ปลูกยางทางภาคใต้ของไทยอยู่ในช่วงมรสุม มีฝนตกชุกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผลผลิตยางออกสู่ตลาดน้อยลง



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ก.ย.-56	ต.ค.-56	%Δ (MOM)	ม.ค.-ค.ศ. 55	ม.ค.-ค.ศ. 56	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,294.52	1,246.36	-3.72	1,648.33	1,485.32	-9.89
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,355.00	3,355.00	0.00	3,014.95	3,284.81	8.95
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นดิบ ชั้น3		77.74	74.06	-4.73	96.45	78.38	-18.74
แผ่นรมควัน ชั้น3		79.52	75.35	-5.26	99.76	81.16	-18.64
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,348.80	1,316.18	-2.42	1,661.72	1,443.15	-13.15
ไทย (THB/Baht)		20,276.00	19,451.92	-4.06	24,533.04	20,850.19	-15.01
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
Dubai		108.08	106.85	-1.13	109.49	105.33	-3.79
WTI		106.29	100.54	-5.41	95.49	98.13	2.77
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		31.71	31.22	-1.56	31.17	30.47	-2.22

ที่มา : CEIC



การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กระทรวงพาณิชย์ได้รับมอบหมายจากรัฐบาล และคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ ด้านการตลาดสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ โดยให้รับผิดชอบด้านการตลาดในทุกมิติเพื่อขยาย ช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย (Distribution Channel) การส่งเสริมภาพลักษณ์ และตราสินค้า (Branding) การส่งเสริมการตลาดโดยผู้ค้า (Trading Company) และการจัดกิจกรรมส่งเสริม การตลาด (Marketing Promotion) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนมาก กระทรวงพาณิชย์ได้ขับเคลื่อนการส่งเสริมตลาดสินค้า OTO ในเดือนกันยายน ดังนี้

1. ดำเนินการคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ (OTO Select 2013) ระหว่างวันที่ 16 - 20 กันยายน 2556 เพื่อต่อยอดการพัฒนาศักยภาพและขยายช่องทางการจำหน่าย ให้ผู้ประกอบการ OTO ต่อไป ซึ่งมีผู้ประกอบการ OTO เข้าคัดสรร จำนวน 2,746 ราย
2. การจัดงาน OTO Select 2013 “OTO ไทยก้าวไกลสู่สากล” ระหว่างวันที่ 24 - 26 กันยายน 2556 ณ บริเวณลานเอนกประสงค์ ชั้น 3 กระทรวงพาณิชย์โดยในงานดังกล่าวจัดให้มีการ เสวนา เรื่อง “ผลักดันการตลาดสินค้า OTO ไทยให้ก้าวไกลสู่สากล” การเจรจาธุรกิจ (Business Matching) รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTO) และ OTO ชวนชิม
3. ทำพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTO ไทย” ระหว่างกระทรวงพาณิชย์กับ บริษัท ดิงเพาเวอร์ แแท็กซ์พี จำกัด ในวันที่จันทร์ที่ 30 กันยายน 2556 เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTO และส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า OTO สู่อุตสาหกรรม ขาวโลกต่อไป [T](#)