

TPSO JOURNAL

วารสาร สนย. ปีที่ 4 ฉบับที่ 29 ธันวาคม 2556

การส่งออก "ความเจริญ" : ไม่เค็ดพิชิตตลาดโลก

สิงคโปร์ มหัทศวรรษแห่งเอเชีย

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย เดือนตุลาคม

สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร
: พฤศจิกายน 2556



อนาคต ไก่เนื้อ ไทยในอาเซียน

Editor's note

นับอีกไม่กี่วันก็จะก้าวสู่ศักราชใหม่กันแล้ว การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็ใกล้เข้ามาแล้วเช่นกัน การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและอยู่บนเวทีอาเซียนได้อย่างภาคภูมิ

วารสาร สนย. เป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่บทความอันมีประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของไทย ฉบับนี้ยินดีนำเสนอประเด็นของการส่งออก “ความเจริญ” ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นเทรนด์ใหม่ที่จะช่วยสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” และแปรเป็นรายได้มหาศาลให้กับสินค้า บริการ และอุตสาหกรรม รายละเอียดติดตามได้ในคอลัมน์ Special Talk

สำหรับคอลัมน์ประจำอื่น ๆ ยังคงเข้มข้นด้วยบทวิเคราะห์ที่น่าสนใจ ได้แก่ บทบาทของไทยกับอุตสาหกรรมไก่เนื้อในตลาดอาเซียน ที่มีภาวะวิเคราะห์ไว้อย่างละเอียดเพื่อการเตรียมตัวในการเข้าไปเจาะตลาดธุรกิจอย่างตรงตามเป้าหมาย นอกจากนี้ยังมีบทวิเคราะห์เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศสิงคโปร์ เพื่อนบ้านอาเซียนของไทยไว้สำหรับเป็นกรณีศึกษาได้อย่างน่าสนใจ

ท้ายสุดที่ปกหลัง ขอเปลี่ยนบรรยากาศเป็นการนำเสนอผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดบทความเกี่ยวกับการเข้าสู่ AEC ของไทย ระดับปริญญาตรี ภายใต้โครงการนักศึกษาไทยกับอาเซียน สำหรับระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย เป็นบทความที่น่าสนใจไม่น้อยไปกว่ากัน ซึ่งท่านผู้อ่านจะได้ติดตามในฉบับถัดไป สุดท้ายนี้ขอให้ทุกท่านมีความสุขกับสาระประโยชน์จากวารสาร สนย. ตลอดไปนะคะ

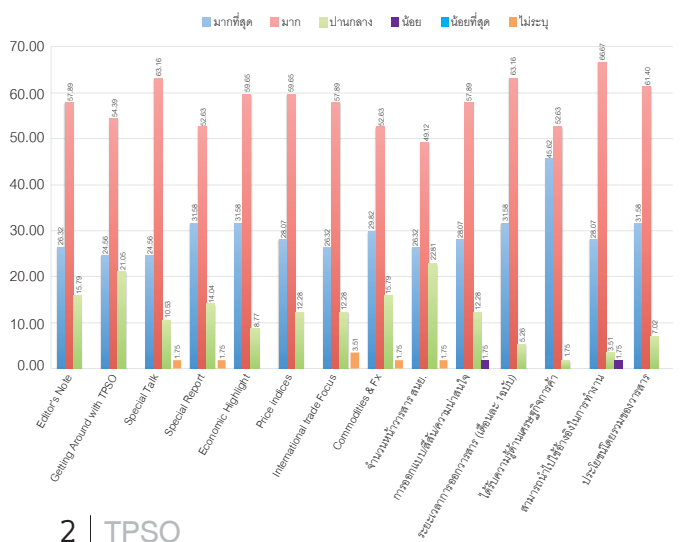
กองบรรณาธิการวารสาร สนย.

Contents

การส่งออก “ความเจริญ” : ไม่ได้คิดพิชิตตลาดโลก	3
อนาคตไก่เนื้อไทยในอาเซียน (AEC)	4-5
สิงคโปร์ มหัศจรรย์แห่งเอเชีย	6-7
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย : ตุลาคม 2556	10
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : พฤศจิกายน 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



วารสาร สนย. เผยแพร่มาเป็นเวลาถึง 2 ปีแล้ว เมื่อเดือนสิงหาคม 2556 เราได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจ เพื่อนำความคิดเห็นของท่านผู้อ่านมาปรับปรุงแก้ไขให้มีเนื้อหาสาระครอบคลุมความต้องการของท่าน พร้อมทั้งต้องขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาตอบแบบสำรวจส่งกลับคืนมาให้ สนย. การสำรวจครั้งนั้นได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำหน้าที่ของทุกฝ่าย ซึ่งท่านผู้อ่านคงได้พบกับความเปลี่ยนแปลงไปแล้วบ้างตั้งแต่ฉบับก่อนหน้านี้

ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อวารสาร สนย. ปรากฏว่ามีความพึงพอใจมาก ระดับที่ 4 (จากกรวัด 5 ระดับ) ในทุกคอลัมน์ และมีการนำไปใช้ประโยชน์มากถึงร้อยละ 66.67 นอกจากนี้ มีหน่วยงานที่ให้ความสนใจขอรับเอกสารเพิ่มเติมจำนวนมาก ซึ่ง สนย. มีความยินดีและได้ดำเนินการจัดส่งเพิ่มเติมเรียบร้อยแล้ว สำหรับท่านผู้อ่านที่ต้องการแสดงความคิดเห็นหรือมีคำถามเพิ่มเติม สามารถแจ้งให้ สนย. ทราบได้ตลอดเวลา และเราจะขอข้อมูลดังกล่าวมาเผยแพร่ใน คอลัมน์ Getting Around with TPSO เพื่อเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่านทุกท่านค่ะ

สำนักบริหารกลาง

การส่งออก “ความเจริญ” : ไม้เด็ดพิชิตตลาดโลก

โดย ดร.ไพศาล มะระพฤกษ์วรรณ

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ



หากถามว่าส่งออกอะไรจึงจะเป็นการส่งออกที่ยั่งยืน คำตอบก็คงจะหนีไม่พ้น การส่งออก “ความเจริญสำเร็จรูป” ทั้งในรูปของสินค้าและบริการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์


“ความเจริญสำเร็จรูป” เป็นปัจจัยการผลิตที่ประเทศผู้ซื้อจำเป็นต้องซื้อหาไปเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศของตนเองในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ระบบรถไฟฟ้า ประปา โรงไฟฟ้า ชิ้นส่วนอุตสาหกรรม และระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย ตัวอย่างเช่น สิงคโปร์ส่งออกการก่อสร้างสนามบินและท่าเรือแบบ Build-Operate-Transfer หรือ BOT (โดยการสนับสนุนของกองทุนเทาเล็ก) ไปยังหลายเมืองในอินเดีย ซึ่งนอกจากจะทำให้ธุรกิจก่อสร้างขยายตัวแล้วยังเป็นการต่อยอดจุดแข็งด้านโลจิสติกส์ของสิงคโปร์อีกด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ ยิ่งประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนามากขึ้นเท่าไร ประเทศนั้น ๆ ก็ยิ่งต้องนำเข้าสินค้า/บริการเหล่านี้มากยิ่งขึ้นเป็นเงาตามตัวเมื่อเร็ว ๆ นี้สถาบันการจัดการนานาชาติ

(International Institute for Management Development: IMD) ได้รายงานผลการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกในหนังสือ World Competitiveness Yearbook 2013 โดยเน้นถึงประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขัน 5 อันดับแรก ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ ฮังการี สวีเดน และสิงคโปร์ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยนั้นถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 27

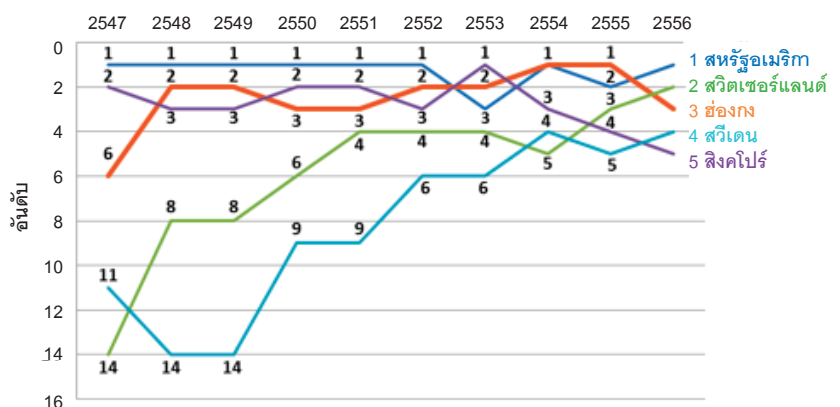
ประเทศที่น่าสนใจอันดับแรก คือ **สวีเดน** ซึ่งสามารถไต่จากอันดับ 11 ในปี 2547 มาเป็นอันดับ 4 อย่างรวดเร็วในปี 2556 สวีเดนเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันดับต้น ๆ ของยุโรป สัดส่วนภาคเกษตรของสวีเดนมีเพียง 1% ของ GDP สินค้าที่ผลิตในสวีเดน 50% เป็นสินค้าที่ใช้ความรู้ด้านนวัตกรรมและวิศวกรรมขั้นสูง ขณะที่ 50% ของสินค้าส่งออกก็เป็นสินค้าด้านวิศวกรรมระดับสูงเช่นกัน สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร เครื่องจักรอุตสาหกรรม ยานยนต์ และยา ส่วนแบรนด์ชั้นนำของสวีเดน ประกอบด้วย Volvo (ยานยนต์ทุกชนิด), Ericsson, Vattenfall (จำหน่ายและติดตั้งโรงไฟฟ้า), Skanska (บริษัท MNC ด้านก่อสร้าง), TeliaSonera (วางระบบโทรศัพท์พื้นฐานและไร้สาย), Sandvik (เครื่องจักรเครื่องมืออุตสาหกรรมและเหมืองแร่), Scania (รถบรรทุกและหัวรถลาก), Atlas Copco (เครื่องอัดลม บั้มลม บริการเดินท่ออุตสาหกรรม) ซึ่งสินค้าเหล่านี้ล้วนเป็นที่ต้องการของประเทศทั่วโลกโดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา

ประเทศที่สองที่น่าสนใจคือ **สวิตเซอร์แลนด์** ไต่จากอันดับที่ 14 ขึ้นไปอยู่ที่ 2 ได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน สวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชั้นนำของยุโรป สินค้าส่งออกสำคัญคือ เคมีภัณฑ์/ยา และเครื่องจักร/อิเล็กทรอนิกส์ ในอีกด้านหนึ่งประเทศ **สิงคโปร์** นั้นก็เด่นด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ น้ำมันสำเร็จรูป (เป็น 1 ใน 3 ผู้กลั่นน้ำมันอันดับต้นของโลก) อุปกรณ์ชุดเจาะน้ำมัน (อันดับ 1 ของโลก) ชิพ wafer output (10% ของการผลิตโลก) ซึ่งไม่ต่างกับกับฮ่องกงและสหรัฐที่เน้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์เช่นกัน

สำหรับประเทศไทยก็ถือได้ว่าเป็นกำลังก้าวสู่ยุคของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ของไทยมุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกชิ้นส่วนอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลกในหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์/คอมพิวเตอร์/สมาร์ตโฟน เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์ อีกทั้งประเทศไทยก็กำลังก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางในหลาย ๆ ด้าน เช่น ศูนย์กลางการวิจัย

และพัฒนา ยานยนต์ การศึกษาพยาบาล และการศึกษา นอกจากนั้นปัจจุบันรัฐบาลไทยยังมีโครงการหลากหลายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น คู่มือของนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ) ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจซอฟต์แวร์ (Software park) ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ก็มีโครงการที่สำคัญที่ส่งเสริมนวัตกรรมหลายด้าน อาทิเช่น โครงการต่อยอดนวัตกรรมสร้างสรรค์ด้วยทรัพย์สินทางปัญญา โครงการ SMEs Pro-Active และโครงการต้นกล้า ทู โกล เป็นต้น ล่าสุดประเทศไทยได้ก้าวสู่นวัตกรรมใหม่ด้านโลจิสติกส์ด้วยการเชื่อมโยงเส้นทางรถไฟความเร็วสูงกรุงเทพฯ-ฉะเชิง (จีน) ซึ่งสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศรัสเซีย และ CIS โดยมีปลายทางที่เมืองท่าแอมท์เวิร์ปของสหภาพยุโรป อันจะเป็นการปฏิวัติการขนส่งสินค้าไทย-ยุโรปทำให้สามารถลดเวลาลงได้ครึ่งหนึ่ง จากเดิม 36 วัน เหลือเพียง 17 วัน อีกทั้งจะเป็นส่วนทำให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประเทศเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนด้วยการเป็นจุดเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างเศรษฐกิจใหญ่ ๆ อย่างอาเซียน จีน รัสเซีย CIS และ EU ให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น 

อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศที่สำคัญ
5 อันดับแรกของโลก



ที่มา : IMD



อนาคตไก่เนื้อไทย ในอาเซียน (AEC)

นางสาวมนิสา นวลเต็ม
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำเกษตร

อุตสาหกรรมไก่เนื้อเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ด้วยปริมาณการส่งออกที่มีมากกว่าร้อยละ 85 ในกลุ่มสินค้าปศุสัตว์ทั้งหมด และในปัจจุบันไก่เนื้อถือได้ว่ามีช่องทางที่ดีในการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ และมีอัตราการเติบโตของ GDP อยู่ในเกณฑ์ดี สะท้อนถึงกำลังซื้อของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งการเปิด AEC จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถกระจายการลงทุนการผลิตไก่เนื้อแบบครบวงจร ตั้งแต่การปลูกวัตถุดิบอาหารสัตว์ การทำธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อ ตลอดจนธุรกิจการแปรรูปไปยังประเทศอาเซียนอื่น ๆ ตามลักษณะเด่นของแต่ละประเทศ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยได้เช่นกัน และจากการที่ไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของศักยภาพในการแข่งขันด้านต่าง ๆ เหนือกว่าประเทศสมาชิกอื่นๆ ทั้งประสิทธิภาพในการผลิต ปัจจัยการผลิต มาตรฐานการผลิต และเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น ส่งผลให้ไทยสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดีกว่าประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ในอาเซียน อีกทั้งผลผลิตไก่เนื้อไทยยังเป็นที่ยอมรับของประเทศสมาชิก AEC และประเทศอื่นๆ อีกด้วย เรียกได้ว่าตลาดอาเซียนเป็นช่องทางการส่งออกที่ดีสำหรับไทยในการส่งออกไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง

มีปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 14.81 มาอยู่ที่ 1.55 ล้านตัน รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย (ร้อยละ +1.32, 1.54 ล้านตัน) มาเลเซีย (ร้อยละ +1.05, 0.96 ล้านตัน) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ +3.95, 0.79 ล้านตัน) และเวียดนาม (ร้อยละ +4.23, 0.74 ล้านตัน) ตามลำดับ สำหรับการบริโภคไก่เนื้อของไทยพบว่า การผลิตเกือบทั้งหมดอยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัทอาหารสัตว์ขนาดใหญ่ 12 บริษัท ซึ่งมีสัดส่วนของปริมาณการผลิตรวมกันมากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการผลิตทั้งประเทศ

การบริโภค : ความต้องการบริโภคเนื้อไก่ของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อัตราเฉลี่ย (ปี 2553-2555) ร้อยละ 4.73 ต่อปี ซึ่งในปี 2555 ปริมาณการบริโภคเนื้อไก่ของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 3.67 มาอยู่ที่ 5.37 ล้านตัน โดยอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีการบริโภคเนื้อไก่มากที่สุด มีปริมาณการบริโภคเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 1.32 มาอยู่ที่ 1.54 ล้านตัน รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย (ร้อยละ +1.02, 0.99 ล้านตัน) ไทย (ร้อยละ +8.14, 0.93 ล้านตัน) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ +4.49, 0.93 ล้านตัน) และเวียดนาม (ร้อยละ +6.67, 0.8 ล้านตัน) ตามลำดับ

จากกราฟจะเห็นว่าประเทศในอาเซียนเกือบทุกประเทศ (ยกเว้นอินโดนีเซีย) มีปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ

จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าเนื้อไก่ และผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ แต่สำหรับไทยนั้นปริมาณการผลิตมีเพียงพอต่อการบริโภค และยังสามารถผลิตเพื่อการส่งออกได้อีกด้วย เนื่องจากไทยมีเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับของประเทศสมาชิก AEC และประเทศอื่นๆ ส่งผลให้สามารถผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นได้ดีกว่าประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ในอาเซียน

การส่งออก และการนำเข้าไก่เนื้อของประเทศในกลุ่มอาเซียน

การส่งออก : การส่งออกเนื้อไก่ของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียนไปยังตลาดโลกขยายตัวเพิ่มขึ้น อัตราเฉลี่ยร้อยละ 12.75 ต่อปี โดยในปี 2555 การส่งออกเนื้อไก่ของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียนไปยังตลาดโลก เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 14 มาอยู่ที่ 0.57 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.33 ของมูลค่าการส่งออกในตลาดโลก ซึ่งไทยมีปริมาณการส่งออกเนื้อไก่สูงที่สุดในตลาดอาเซียน ประมาณ 0.54 ล้านตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.39 ของมูลค่าการส่งออกในตลาดอาเซียน รองลงมาได้แก่ ฟิลิปปินส์ 0.012 ล้านตัน (ร้อยละ 2.11) มาเลเซียและสิงคโปร์ 0.01 ล้านตัน (ร้อยละ 1.75) ตามลำดับ

การผลิต และการบริโภคไก่เนื้อของประเทศในกลุ่มอาเซียน

การผลิต : การผลิตเนื้อไก่ของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อัตราเฉลี่ย (ปี 2553-2555) ร้อยละ 5.47 ต่อปี โดยเวียดนามมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด ร้อยละ 17.26 เนื่องจากเวียดนามมีโครงการปรับปรุงการเลี้ยงสัตว์ปีก ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการผลิตเนื้อสัตว์ปีกให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการเลี้ยงสัตว์ปีกอย่างยั่งยืน จึงทำให้การผลิตมีอัตราการขยายตัวสูงชันทุกปี สำหรับปริมาณการผลิตเนื้อไก่ของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียน ในปี 2555 เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 5.62 มาอยู่ที่ 5.64 ล้านตัน โดยไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด

กราฟเปรียบเทียบปริมาณการผลิต และปริมาณการบริโภคของประเทศที่สำคัญในตลาดอาเซียน ปี 2555



ที่มา : Livestock and Poultry: World Markets and Trade. USDA Foreign Agricultural Service. April. 2013

การนำเข้า: การนำเข้าเนื้อไก่ของประเทศไทยที่สำคัญในอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อัตราเฉลี่ย (ปี 2553-2555) ร้อยละ 13.2 ต่อปี โดยในปี 2555 มีการนำเข้าเนื้อไก่เพิ่มขึ้น จากปี 2554 ร้อยละ 5.56 มาอยู่ที่ 0.39 ล้านตัน ซึ่งฟิลิปปินส์เป็นประเทศผู้นำเข้าเป็นอันดับ 1 คือ 0.15 ล้านตัน รองลงมา ได้แก่ สิงคโปร์ 0.14 ล้านตัน เวียดนาม 0.06 และ มาเลเซีย 0.05 ล้านตัน ตามลำดับ

ส่วนแบ่งทางการตลาดของไทยในตลาดอาเซียน ปี 2555

สินค้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง: HS 0207 ประเทศในอาเซียนที่มีการนำเข้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งจากไทย ได้แก่ ลาว โดยไทยครองส่วนแบ่งทางการตลาดในลาวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน ซึ่งสูงถึงร้อยละ 95.88 รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย (ร้อยละ 30.03) กัมพูชา (ร้อยละ 15.95, ปี 2553) เวียดนาม (ร้อยละ 0.03, ปี 2553) และ ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 0.02) ตามลำดับ

สินค้าไก่แปรรูป: HS 1602 ประเทศในอาเซียนที่มีการนำเข้าไก่แปรรูปจากไทย ได้แก่ ลาว ซึ่งไทยครองส่วนแบ่งทางการตลาดในลาวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน สูงถึงร้อยละ 91.87 รองลงมาได้แก่ กัมพูชา (ร้อยละ 85.57, ปี 2554) สิงคโปร์ (ร้อยละ 44.2) เวียดนาม (ร้อยละ 2.28, ปี 2553) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 0.1) และ มาเลเซีย (ร้อยละ 0.02)

ทิศทางในอนาคตไก่เนื้อของไทยในอาเซียน (AEC)

บรูไน: ควรจะเป็นไปในลักษณะของการเข้าไปเจาะตลาดเนื้อไก่ เพราะปัจจุบันไทยไม่สามารถส่งออกไก่แปรรูปไปยังบรูไนได้ เนื่องจากมีเงื่อนไขการนำเข้า คือ ต้องเป็นไก่ฮาลาลที่ผลิตถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามเท่านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่บรูไนจัดขึ้นในแต่ละครั้ง เพื่อสร้างโอกาสในการสมัครรับบริการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าเพื่อให้ได้รับการประทับตรา Brunei Premium Halal Brand เพื่อขยายตลาดส่งออกไปยังบรูไนในอนาคต ซึ่งในปัจจุบันเนื้อไก่ไทยยังไม่ได้รับการรับรองด้านฮาลาลจากรัฐบาลบรูไน และตราเครื่องหมายฮาลาลของไทยก็ยังไม่เป็นที่ยอมรับในบรูไน ดังนั้น เนื้อไก่สดแช่เย็นแช่แข็งหรือไก่แปรรูปที่มีตรามาตรฐานสินค้าฮาลาลของไทยแล้ว ยังจำเป็นต้องมีตราฮาลาลของประเทศบรูไนกำกับด้วย จึงจะสามารถส่งออกไปยังบรูไนได้ นอกจากนี้ รัฐบาลไทยควรสร้างช่องทางติดต่อกับรัฐบาลบรูไน หรือบริษัทนำเข้าท้องถิ่นของบรูไน เพื่อให้การเปิดตลาดเนื้อไก่ในบรูไนทำได้ง่ายขึ้น

ฟิลิปปินส์: ควรจะเป็นไปในลักษณะของการเข้าสู่ตลาดทั้งการค้าและการลงทุน โดยด้านการค้าผู้ประกอบการไทยต้องรักษาระดับมาตรฐานการผลิตไก่เนื้อให้ได้ตามมาตรฐานที่ฟิลิปปินส์ต้องการ เนื่องจากฟิลิปปินส์มีโอกาสทางการค้าสูง

เพราะฟิลิปปินส์มีประชากรจำนวนมาก และผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคเนื้อไก่ด้วย ส่วนด้านการลงทุน ผู้ประกอบการไทยควรเข้าไปลงทุนทำธุรกิจไก่เนื้อตั้งแต่การเลี้ยง การฆ่าและ ตลอดจนจนถึงการแปรรูป โดยสร้างจุดเด่นในลักษณะของการเลี้ยงไก่ปลอดโรค ซึ่งมีโอกาสทำได้ดีสูง เพราะฟิลิปปินส์มีลักษณะเป็นเกาะทำให้สามารถเลี้ยงไก่ปลอดโรคได้ ซึ่งขณะนี้บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ได้เข้าไปลงทุนในฟิลิปปินส์แล้ว ภายใต้ชื่อ “CPF Philippines Corporation” แต่อย่างไรก็ตาม ด้านการค้ายังมีอุปสรรคในเรื่องของการใช้มาตรการปกป้องสินค้าเกษตรภายในประเทศอยู่ ดังนั้น ในระยะแรกผู้ประกอบการไทยควรเน้นการเข้าไปลงทุนในฟิลิปปินส์มากกว่าการค้า


มาเลเซีย: ควรจะเป็นไปในลักษณะของการเข้าสู่ตลาดมาเลเซียทั้งทางการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมไก่เนื้อ ฮาลาล เพราะมาเลเซียยังขาดแคลนวัตถุดิบ ต้องนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าเกษตรจากต่างประเทศเพื่อแปรรูปและเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อการส่งออก แต่ไทยสามารถนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ เช่น กากถั่วเหลือง ฯลฯ เข้าไป ในมาเลเซียได้ โดยไม่ต้องจ่ายภาษี ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไก่เนื้อฮาลาลไทยได้อีกทั้ง มาเลเซีย ยังมีโอกาสทางการตลาดอีกด้วย เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของไก่เนื้อไทย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไก่เนื้อไทยควรแสวงหาช่องทางเพื่อขยายความร่วมมือโดยใช้ประโยชน์และโอกาสจากการที่มาเลเซียเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมฮาลาลของโลก ตลอดจนร่วมเป็นแกนนำกับมาเลเซียในการขยายความร่วมมือสาขาอุตสาหกรรมการผลิตไก่เนื้อฮาลาลไปสู่ระดับอาเซียนด้วย แต่อย่างไรก็ตาม การจดทะเบียนรับรองสินค้าฮาลาลยังมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น รัฐบาลไทยควรประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การรับรองมาตรฐานฮาลาลให้ลดค่าใช้จ่ายในการขอรับรับรองมาตรฐานฮาลาล พร้อมทั้งให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณและเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าฮาลาลให้แก่ผู้ประกอบการไก่เนื้อไทย เพื่อจูงใจให้มาจดทะเบียนรับรองสินค้าฮาลาลมากขึ้น

สิงคโปร์: ควรจะเป็นไปในลักษณะของการเป็นพันธมิตรทางการค้าระหว่างกัน เพราะสิงคโปร์มีการนำเข้าไก่แปรรูปจากไทยเป็นอันดับ 1 และถือได้ว่าไก่แปรรูปของไทยเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในตลาดสิงคโปร์ โดย NTUC Fairprice ซุปเปอร์มาร์เก็ตของสิงคโปร์ที่มีเครือข่ายทั่วประเทศมีความต้องการสินค้าไก่แปรรูปที่มีคุณภาพจากไทยเพื่อขายให้กับลูกค้าตั้งแต่ระดับสูงจนถึงระดับกลางอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ จากการที่สิงคโปร์มีการนำเข้าไก่แปรรูปจากบริษัท CPF และ Golden Line เท่านั้น เพราะมีมาตรฐานและคุณภาพสอดคล้องกับกฎระเบียบของสิงคโปร์ ดังนั้น ไทยจึงควรปรับปรุงมาตรฐานการผลิตของ

บริษัทอื่น ๆ ที่มีศักยภาพเพื่อให้สามารถส่งออกไปยังตลาดสิงคโปร์ได้เช่นกัน

อินโดนีเซีย: ควรจะเป็นไปในลักษณะของการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมไก่เนื้อฮาลาล เพราะอินโดนีเซียยังไม่เปิดตลาดเนื้อไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและไก่มีชีวิตให้กับไทย แต่ด้านการลงทุนนั้น อินโดนีเซีย มีกฎหมายการลงทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตไก่เนื้ออีกทั้ง ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลของอินโดนีเซียยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสดีของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการอินโดนีเซียในอุตสาหกรรมไก่เนื้อแบบครบวงจร

กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV): ควรจะเป็นไปในลักษณะของการเข้าไปลงทุนขยายฐานการผลิตในกลุ่มประเทศ CLMV แล้วส่งผลผลิตเนื้อไก่ไปขายต่อยังประเทศที่ 3 เนื่องจากกลุ่มประเทศ CLMV มีต้นทุนถูกทั้งในแง่วัตถุดิบและแรงงาน ตลอดจนสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการไทย นอกจากนี้ กลุ่มประเทศ CLMV ยังมีโครงสร้างการลงทุนที่ไม่ซับซ้อน จำนวนคู่แข่งยังมีน้อย อีกทั้ง รัฐบาลยังให้การสนับสนุนการลงทุนด้านการเกษตรอีกด้วย ประกอบกับไทยมีศักยภาพการผลิตเนื้อไก่เหนือกว่ากลุ่มประเทศเหล่านี้ เพราะมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และมีระบบการจัดการฟาร์มที่ได้มาตรฐานสากล การเข้าไปลงทุนของไทยจึงเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มประเทศ CLMV เนื่องจากไทยสามารถช่วยพัฒนาศักยภาพการผลิตเนื้อไก่ให้กับกลุ่มประเทศ CLMV ได้

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นว่าอนาคตไก่เนื้อของไทยในกลุ่มอาเซียนจะมีทั้งการเข้าไปลงทุนขยายฐานการผลิต การเข้าไปเจาะตลาดโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ฮาลาล และการเป็นพันธมิตรทางการค้าอีกทั้ง ยังมีบางประเทศที่ยังไม่เปิดตลาดไก่เนื้อให้กับไทย ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรร่วมมือกันผลักดันการลงทุน และการส่งออกเนื้อไก่ไปยังตลาดอาเซียนที่มีศักยภาพ รวมถึงเจรจาเปิดตลาด เพื่อผลักดันการส่งออกเนื้อไก่ไปยังประเทศที่ยังไม่เปิดตลาดให้กับไทย ช่วยลดการพึ่งพาการส่งออกไปยังตลาดหลักสำคัญอย่าง EU และญี่ปุ่นได้ ทั้งนี้ จากการที่การผลิตเนื้อไก่ของไทยเกือบทั้งหมดอยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัทอาหารสัตว์ขนาดใหญ่ 12 บริษัท ซึ่งมีสัดส่วนของปริมาณการผลิตมากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณการผลิตทั้งประเทศ โดยบริษัทเหล่านี้จะเป็นผู้ควบคุมการผลิตทั้งหมดแบบครบวงจร ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอยู่แล้ว บทบาทของภาครัฐ จึงควรเป็นไปในลักษณะของการให้การสนับสนุนด้านการค้า และการลงทุนแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตไก่เนื้อ รวมทั้งร่วมกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ช่วยผลักดันและแก้ไขปัญหาทางการค้าสินค้าไก่เนื้อด้วย 



จากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสเข้าร่วมการอบรมหลักสูตร Economic Planning and Development ณ ประเทศสิงคโปร์ เมื่อเร็ว ๆ นี้ นับเป็นการเปิดโลกทัศน์ในประเทศเล็ก ๆ ที่มีความน่าสนใจ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม จนสามารถติดอันดับแนวหน้าของโลก จึงถือเป็นโอกาสดีที่จะนำประสบการณ์อันน่าสนใจมาแบ่งปัน

ในอดีต สิงคโปร์เป็นเพียงเกาะเล็ก ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมาเลเซีย ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของคาบสมุทรมาเลย์ มีพื้นที่ 699.4 ตร.กม. (ใกล้เคียงเกาะภูเก็ต) อยู่ภายใต้อาณานิคมของอังกฤษ เป็นประเทศที่รวมความหลากหลายทั้งด้านเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม จากระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา จนถึงปัจจุบัน สิงคโปร์ได้มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างน่าอัศจรรย์ ทั้งที่ไม่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติเช่นประเทศอื่น ๆ โดยสามารถส่งออกน้ำมันแปรรูปติดอันดับ 3 ของโลก คิดเป็นมูลค่า 2.5 เท่าของ GDP หรือ 266.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2011 ราคาน้ำมัน ณ ตลาดสิงคโปร์ จึงถูกนำมาใช้อ้างอิงราคาน้ำมันในตลาดโลกรวมทั้งประเทศไทย

จากข้อมูล WTO ในปี 2012 สิงคโปร์เป็นประเทศส่งออกลำดับ 14 ของโลก ไม่เฉพาะภาคการผลิตสินค้าเท่านั้น แต่ภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยว บริการด้านกฎหมาย บริการการศึกษา การก่อสร้างและบริการสุขภาพ ก็มีส่วนสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ แนวคิด “การส่งออกนำไปสู่การเติบโต (Export-led Growth)” เป็นกลยุทธ์ที่ประเทศกำลังพัฒนาใช้แสวงหาช่องทาง (Niche) เพื่อการส่งออก ทั้งนี้ การผลิตสินค้าและบริการจะต้องมีประสิทธิภาพมีความได้เปรียบทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งจะช่วยให้สินค้าและบริการสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก นอกจากนี้ การลงทุนจากต่างประเทศยังมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของสิงคโปร์ขึ้นอยู่กับ การส่งออกเป็นหลัก เมื่อสภาวะเศรษฐกิจโลก ซึ่งเป็นตลาดหลักชะลอตัวย่อมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสิงคโปร์อย่างหลีกเลี่ยงมิได้

สิงคโปร์

บทศรรมแห่งเอเชีย

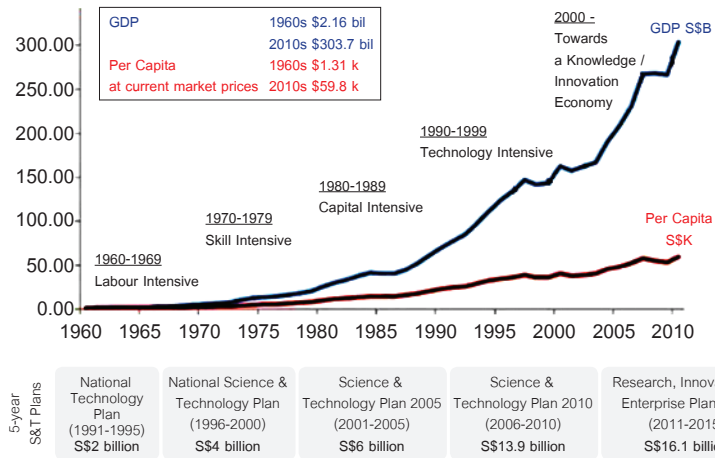
นางสาววนิดา ศักดิ์สงวนมณู
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ (ปี 2012)*	การจัดลำดับชั้น
• จำนวนประชากร 5.35 ล้านคน	• อันดับ 1 ของประเทศที่นำทำการค้าและลงทุนในโลก
• GDP ต่อหัว 65,048 เหรียญสหรัฐ จากภาคอุตสาหกรรม (26.8%) และภาคบริการ (73.2%)	• ชีตความสามารถในการแข่งขันสูงสุด 5 อันดับแรกของโลก
• Real Growth Rate 1.3%	• มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดในกลุ่มสมาชิกอาเซียน
• FDI Inflows 13.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ	• มีการปกป้องด้านทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) อันดับต้น ๆ ของโลก
• การจ้างงาน 3.35 ล้านคน อัตราการว่างงาน 2%	• เป็นประเทศที่สามารถดำเนินธุรกิจได้ง่ายที่สุดของโลก

ที่มา : *Ministry of Trade and Industry , Singapore

การพัฒนาเศรษฐกิจของสิงคโปร์จากอดีต-ปัจจุบัน

Singapore's Economy 1960s to 2000s



ท่าเรือสิงคโปร์...ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง

- เป็นจุดรวมของเรือสินค้าที่เดินทางจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และห่างจากมาเลเซียเพียง 8 กิโลเมตร
- ตั้งอยู่ใกล้ช่องแคบมะละกา เป็นทางผ่านเรือเดินสมุทรที่บรรทุกสินค้าจากเอเชียสู่ยุโรป และจากยุโรปสู่เอเชีย
- เมืองท่าที่มีท่าเทียบเรือลึก เพราะตั้งอยู่ในอ่าว มีร่องน้ำลึกพอให้เรือเดินสมุทรขนาดใหญ่เข้าจอดเทียบท่าได้
- อยู่ห่างจากแหล่งวัตถุดิบ แหล่งผลิตสำคัญของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- เป็นเมืองท่าปลอดภาษี (Free Port) และเป็นเมืองท่าพาณิชย์ (Enterprise) สำคัญของโลก
- ได้รับรางวัลท่าเรือขนส่งสินค้าที่ดีที่สุดของเอเชียในปี 2556 จากการมีค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม มีมาตรการที่เป็นมิตรต่อผู้ขนส่งสินค้า มีระบบสาธารณูปโภคที่เอื้อต่อการขนส่ง และมีการพัฒนาที่เหมาะสมเพียงพอกับความต้องการในอนาคต



การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของสิงคโปร์

ช่วงเวลา (ค.ศ.)	ความท้าทาย (Challenges)	กลยุทธ์การพัฒนา (Developmental Strategies)	ความสำเร็จ (Achievements)
1960 - 1964	<ul style="list-style-type: none"> ประเทศเล็ก ๆ ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติ จำนวนประชากรเพียง 1.6 ล้านคน แต่มีอัตราการเติบโตสูง มีการค้าขายแบบ Entrepot และภาคบริการรองรับฐานทัพอังกฤษ ภาคการผลิตยังมีขนาดเล็ก ยังขาด know-how และเงินทุนในประเทศน้อย 	<ul style="list-style-type: none"> การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า (Import Substitution) เพื่อแก้ไขปัญหาการว่างงานและลดการพึ่งพา Entrepot ตั้งหน่วยงานด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น Economic Development Board ในปี 1961 และ Singapore Tourism Promotion Board ในปี 1964 	<ul style="list-style-type: none"> GDP เติบโตเฉลี่ย 5.3% ต่อปี สัดส่วนภาคการผลิตเพิ่มจาก 11% ในปี 1960 เป็น 13% ในปี 1964
1965 - 1978	<ul style="list-style-type: none"> การแยกตัวจากมาเลเซีย ทำให้การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าหยุดชะงัก การเผชิญหน้ากับอินโดนีเซียส่งผลต่อการเป็นแหล่งการค้าหลักของภูมิภาค การวางแผนองศาของอังกฤษ ใน 5 ปี กระทั่งการจ้างงาน 4 หมื่นคน อัตราการว่างงานสูงประมาณ 10% 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก (Export-oriented) ปรับปรุงสภาพการจ้างงานและการลงทุน ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น Jurong Town Corporation ตั้งบริษัทแห่งชาติ เช่น สิงคโปร์แอร์ไลน์ ธนาคารเพื่อการพัฒนาของสิงคโปร์ 	<ul style="list-style-type: none"> GDP เติบโตเฉลี่ย 10% ต่อปี อัตราการว่างงานเหลือ 3.6% ในปี 1978 สัดส่วนภาคการผลิตเพิ่มจาก 14% ในปี 1965 เป็น 24% ในปี 1978
1979 - 1985	<ul style="list-style-type: none"> ตลาดแรงงานตึงตัว ทำให้ค่าจ้างแรงงานเพิ่มสูงขึ้น ประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่า กลายมาเป็นคู่แข่งในการดึงดูดการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ (MNC) ยังขาดการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายค่าจ้าง 3 ปี เพื่อแก้ไขปัญหาตลาดแรงงานที่ตึงตัวและทำให้เกิดการใช้แรงงานที่มีประสิทธิภาพ เน้นการพัฒนากำลังแรงงานผ่านการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ผลิตโดยใช้ระบบอัตโนมัติ เครื่องจักร เครื่องยนต์ และคอมพิวเตอร์ เน้นนโยบายการเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการลงทุนในสาขาที่ต้องใช้ทักษะ 	<ul style="list-style-type: none"> GDP เติบโตเฉลี่ย 7.7% ต่อปี มูลค่าเพิ่มของแรงงานภาคการผลิตเติบโตจาก 18,400 เหรียญสหรัฐ ในปี 1979 เป็น 27,000 เหรียญสหรัฐ ในปี 1985 การจ้างงานที่มีทักษะเพิ่มเป็น 22% ในปี 1985
1986 - 1997	<ul style="list-style-type: none"> เศรษฐกิจดีแต่มีการเติบโตช้าลง มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร มีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แนวโน้มการแข่งขันสูงขึ้น ทั้งจากประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนา 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างฐานการพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง ส่งเสริมคลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรม เช่น อิเล็กทรอนิกส์ ปิโตรเคมีวิศวกรรม ส่งเสริมภาคการผลิตและบริการให้เป็นเสาหลักของระบบเศรษฐกิจ พัฒนาศักยภาพ ยกระดับตลาดอาเซียน จัดตั้งข้อจำกัดทรัพยากรเชื่อมโยงสู่ OECD 	<ul style="list-style-type: none"> GDP เติบโตเฉลี่ย 8.5% ต่อปี ในปี 1997 สัดส่วนภาคการเงินและภาคบริการเพิ่มเป็น 25% มีนักวิทยาศาสตร์ และวิศวกร 11,302 คน และการลงทุนในต่างประเทศเพิ่มเป็น 75.8 พันล้านเหรียญ
1998 - ปัจจุบัน	<ul style="list-style-type: none"> ในปี 1998 เศรษฐกิจสิงคโปร์หดตัวลง 2.1% หลังจากเติบโต 8.6% ในปี 1997 เศรษฐกิจโลกหดตัว การก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้เศรษฐกิจสิงคโปร์หดตัวลง 2.1% จาก 8.6% ในปี 2000 การเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งขนาดใหญ่ (จีน อินเดีย) เป็นทั้งโอกาส-ความท้าทาย-รักษาความสามารถในการแข่งขันและความยืดหยุ่นของเศรษฐกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> ขยายการค้าการลงทุนในต่างประเทศ ผ่านกรอบความร่วมมือ เช่น WTO FTA ส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศ เน้นการพัฒนานวัตกรรม แสวงหาตลาดใหม่ สร้างการเติบโตภาคการผลิตและบริการ ผ่านการพัฒนาต้นทุนและทรัพยากรมนุษย์ 	<ul style="list-style-type: none"> การเติบโตของ GDP 14.5% ในปี 2010

หมายเหตุ : Entrepot เป็นรูปแบบการค้าอย่างหนึ่งโดยนำเข้าสินค้าเพื่อมารวบรวมแล้วส่งออกหรือกระจายสินค้าต่อไป

สินค้าส่งออกที่สำคัญของสิงคโปร์

อันดับ	ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ		
		2553	2554	2555
1	น้ำมันสำเร็จรูป	2,302.8	3,686.9	3,869.7
2	แผงวงจรไฟฟ้า	1,017.4	946.0	743.0
3	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์-ส่วนประกอบ	989.5	680.6	532.8
4	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	404.2	477.2	476.1
5	เคมีภัณฑ์	324.6	411.1	437.3
6	ส่วนประกอบอากาศยาน-อุปกรณ์การบิน	385.9	520.5	325.0
7	เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	226.0	297.4	291.3
8	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	194.3	218.8	215.4
9	น้ำมันดิบ	176.2	190.8	209.6
10	ข้าว	144.6	161.2	120.8
รวม 10 รายการ		6,165.5	7,590.4	7,220.9
อื่นๆ		2,828.4	3,832.9	3,614.8
รวมทั้งสิ้น		8,993.9	11,423.3	10,835.7

ที่มา : International Cooperation Study Center, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เนื่องจากสิงคโปร์ไม่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติทำให้การส่งออกหลัก คือ การส่งออกต่อ (Re-export) ของสินค้าต่าง ๆ เช่น ปิโตรเลียม อาหาร เครื่องดื่ม เกล็ดกุ้ง กุ้งแช่แข็ง สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโทรคมนาคม เครื่องจักรกล โดยมีตลาดสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฮองกง สหภาพยุโรป จีน สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ใต้หวัน ไทย และออสเตรเลีย

อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจดัชนีความสุขของแกลล์โพล (Gallup Poll) : โพลที่โด่งดังและมีอิทธิพลในวงการสำรวจความคิดเห็นของสาธารณชนมากที่สุดโพลหนึ่งในอเมริกา พบว่าสิงคโปร์มีค่าดัชนีความสุขต่ำสุด เนื่องจากมีระบบกฎหมายที่เข้มงวด ถือเป็นเมือง "FINE CITY" สภาพการดำรงชีพมีการแข่งขันอย่างรุนแรง แม้สิงคโปร์จะเป็นประเทศที่ร่ำรวยที่สุดในอาเซียน แต่หากพิจารณาความสุขของคนในประเทศแล้ว อาจต้องปรับนโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรให้มีความสุขควบคู่ด้วย นั่นคือ ควรมีการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวโดยสรุป สิงคโปร์ปัจจุบันเน้นนวัตกรรมบนพื้นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพิเศษ สำหรับประเทศไทยที่กำลังก้าวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เช่นกัน เนื่องจากภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้มุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วย ฐานความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ การเรียนรู้จากเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์จะเป็นประโยชน์ต่อไทยในการมีส่วนร่วมให้ไทยนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างดี

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย



ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อ	Real GDP	คาดการณ์ ปี 56
	เฉลี่ย ม.ค. - ต.ค. 56	ปี 55 (%y-o-y)	GDP
ไทย	2.27	6.5	3.0
มาเลเซีย	1.90	5.6	5.1
ฟิลิปปินส์	2.78	6.6	6.0
สิงคโปร์	2.44	1.3	3.0
จีน	2.67	7.8	8.0
อินโดนีเซีย	6.68	6.2	6.3
อินเดีย	5.92	5.1	5.0
เวียดนาม	6.74	5.0	5.2

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 55	ปี 56			
		Q1	Q2	ก.ย.	ต.ค.
Real GDP (%y-o-y)					
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	6.5	5.4	2.9	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ					
ดุลการค้าตามระบบกรมศุลกา (พันล้านUSD)	-20.8	-7.4	-8.4	0.5	-
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	2,728.0	1,267.3	-5,076.5	-	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านUSD)	181.6	177.8	170.8	172.3	172.1
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.02	3.09	2.70	1.42	1.46
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.09	1.47	1.23	0.61	0.71
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	43.7	44.3	44.5	45.5	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.7	0.7	-	-
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)					
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	2.99	4.26	-2.18	-7.09	-0.67
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	9.27	6.75	2.02	-5.23	-5.37
อุปทาน (%y-o-y)					
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	3.9	0.4	-0.5	-4.31	5.32
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-9.1	-4.3	0.0	1.75	-0.20
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	2.5	2.9	-5.2	-2.9	-4.0
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	99.5	95.4	93.4	90.4	92.8
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	16.0	18.9	19.4	27.6	14.7
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)					
ภาชีมูลค่าเพิ่ม	14.1	6.9	-0.2	-19.4	2.6
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	86.6	97.2	-3.3	-30.7	-44.1
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	5.8	5.4	-6.2	-11.1	-10.8
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	-6.5	-7.6	-3.6	-5.1	5.1
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	0.1	4.4	7.8	4.2	-
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)					
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	21.3	3.7	-1.5	-12.7	-
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	76.2	19.4	3.2	-26.0	-31.2
ภาชีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	20.6	32.5	11.0	12.6	14.9
ยอดขายปูนซีเมนต์	10.6	15.9	14.6	3.4	-1.1
ยอดขายเหล็ก	5.3	9.3	15.5	-	-

เศรษฐกิจของไทย ไตรมาสที่สามปี 2556 ขยายตัวร้อยละ 2.7 โดยมีภาคการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ซึ่งชะลอลดตัวลงจากไตรมาสที่ผ่านมา ที่ขยายตัวร้อยละ 2.9 ส่วนเศรษฐกิจของไทยเดือนตุลาคม 2556 ในภาพรวมยังทรงตัวเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ เศรษฐกิจของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย สำหรับปริมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2556 สศช. ได้ปรับคาดการณ์ใหม่ว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0 จากเดิมที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.8-4.3

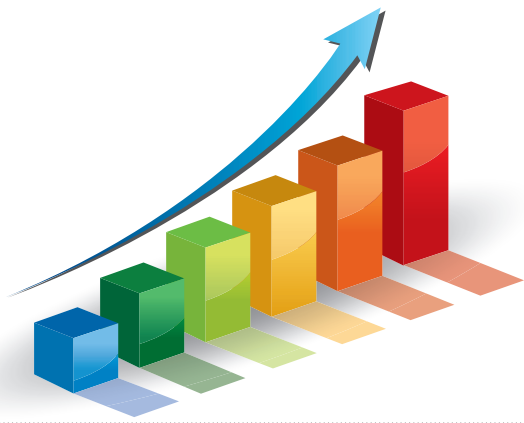
เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนตุลาคม 2556 อยู่ในเกณฑ์ดี และมีความแข็งแกร่ง โดยอัตราเงินเฟ้อขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.46 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน อัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำ ข้อมูลล่าสุดเดือนสิงหาคม 2556 อยู่ที่ร้อยละ 0.8 และสัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุดเดือนกันยายน 2556 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 45.5 ซึ่งสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือไม่เกินร้อยละ 60.0 **ส่วนเสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** อยู่ในระดับมั่นคง โดยสะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศเดือนตุลาคม 2556 อยู่ในระดับสูง 172.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนตุลาคม 2556 ในภาพรวมขยายตัวเล็กน้อย สะท้อนได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศและดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรที่ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยขยายตัวร้อยละ 14.7 และ 5.32 ส่วนดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 4.0 ทั้งนี้ เป็นผลจากการผลิตยานยนต์ที่หดตัวเพราะมีการเร่งผลิตมากในปีก่อน ประกอบกับอุปสงค์ในต่างประเทศมีไม่มากนัก สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยอยู่ที่ระดับ 92.8 จากระดับ 90.4 ในเดือนก่อนหน้า

การบริโภคภาคเอกชน เดือนตุลาคม 2556 ในภาพรวมชะลอลดตัวลง สะท้อนได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง และยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่หดต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยหดตัวร้อยละ 44.1 และ 10.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนรายได้เกษตรกรที่แท้จริงขยายตัวร้อยละ 5.1 ตามผลผลิตสินค้าเกษตรที่เพิ่มสูงขึ้น ถึงแม้ราคาผลผลิตสินค้าเกษตรจะปรับลดลงเล็กน้อย นอกจากนี้ ยอดการจดทะเบียนภาชีมูลค่าเพิ่มกลับมาขยายตัวอีกครั้งที่ร้อยละ 2.6 เช่นกัน

การลงทุนภาคเอกชน เดือนตุลาคม 2556 ยังคงทรงตัวเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยยอดการจดทะเบียนธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ ขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ซึ่งขยายตัวร้อยละ 14.9 ส่วนยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ และยอดขายปูนซีเมนต์หดตัวร้อยละ 31.2 และ 1.1 ตามลำดับ

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ, IMF



ตัวชี้วัด เศรษฐกิจการค้า

ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ เดือนพฤศจิกายน 2556 จากการคำนวณสินค้าและบริการทั่วประเทศจำนวน 450 รายการ ดัชนีสูงขึ้นเล็กน้อย โดยดัชนีมีค่าเท่ากับ 105.86 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.92 เป็นการสูงขึ้นของราคาสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่สำคัญ ได้แก่ เนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ ไข่และผลิตภัณฑ์นม ผักและผลไม้ เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า หมวดเคสสถาน และหมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีสูงขึ้นร้อยละ 0.09 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.24

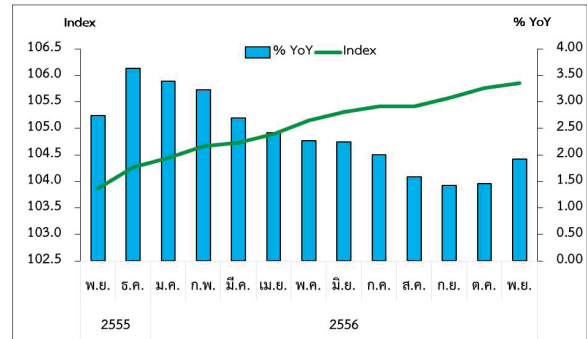
สำหรับภาคการณ้เงินเพื่อปี 2556 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.1 - 2.6

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ จากการคำนวณสินค้าและบริการ จำนวน 312 รายการ (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงานจำนวน 138 รายการ) เดือนพฤศจิกายน 2556 เท่ากับ 103.54 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 0.85 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.18 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.02

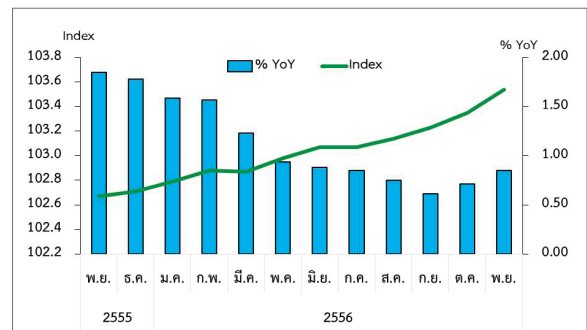
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนพฤศจิกายน 2556 เท่ากับ 139.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.3 จากการสูงขึ้นของหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ตามการสูงขึ้นของราคาปลาและสัตว์น้ำ สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ตามการสูงขึ้นของราคาปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ และแร่โลหะ ส่วนหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดัชนีราคาลดลง ตามการลดลงของราคาผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตลดลงร้อยละ 0.1 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.2

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนพฤศจิกายน 2556 เท่ากับ 126.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 1.9 จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดซีเมนต์ ตามการสูงขึ้นของราคาปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ตามการสูงขึ้นของราคาเสาเข็มคอนกรีตอัดแรง พื้นคอนกรีตสำเร็จรูปอัดแรง คอนกรีตบดบล็อก และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ ได้แก่ ทราวย หินยอย ดินถมที่ เนื่องจากต้นทุนค่าดำเนินการสูงขึ้น ส่วนหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ดัชนีราคาปรับลดลงตามราคาในตลาดโลก และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างสูงขึ้นร้อยละ 0.1 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2556 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.8

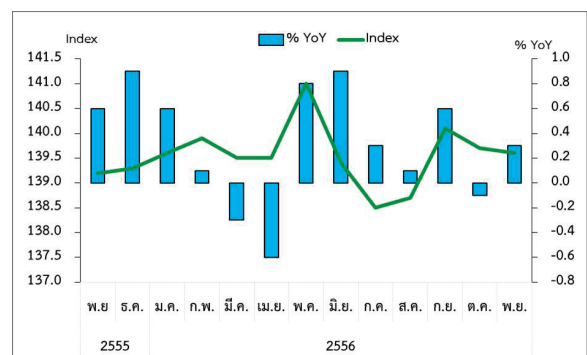
ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



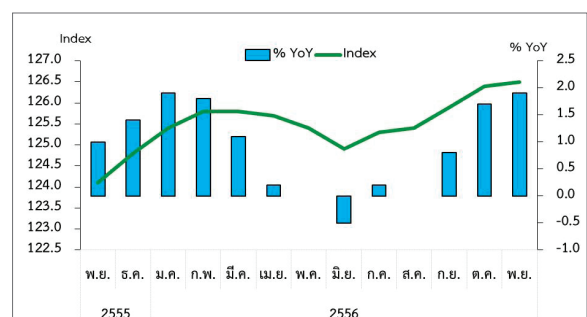
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



การค้าระหว่างประเทศของไทย : ตุลาคม 2556

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ก.ย. 56	ต.ค. 56	ม.ค.-ต.ค. 56	ก.ย. 56	ต.ค. 56	ม.ค.-ต.ค. 56
ส่งออก	19,303.7	19,393.5	191,533.3	-7.09	-0.67	-0.02
นำเข้า	18,830.5	21,164.1	210,978.0	-5.23	-5.37	1.40
ดุลการค้า	473.2	-1,770.6	-19,444.7			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือนตุลาคม 2556

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
รถยนต์ และ อุปกรณ์	2,033.7	1.6	10.5	จีน	2,429.6	14.5	12.5
คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์	1,564.0	2.8	8.1	สหรัฐฯ	2,084.4	6.5	10.7
น้ำมันสำเร็จรูป	1,119.6	3.3	5.8	ญี่ปุ่น	1,817.8	-12.1	9.4
อัญมณีและเครื่องประดับ	869.3	-0.9	4.5	มาเลเซีย	1,081.0	6.8	5.6
เม็ดพลาสติก	731.1	2.9	3.8	ฮ่องกง	926.6	-14.5	4.8

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนตุลาคม 2556

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
น้ำมันดิบ	3,718.7	21.9	17.6	ญี่ปุ่น	3,322.9	-28.1	15.7
เครื่องจักรกล	1,862.0	-20.4	8.8	จีน	3,155.1	-4.4	14.9
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,288.2	-18.3	6.1	สหรัฐฯ	1,642.2	-4.4	7.8
เคมีภัณฑ์	1,187.9	-5.3	5.6	สหรัฐฯ	1,157.3	-7.1	5.5
เพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	1,163.6	-16.7	5.5	มาเลเซีย	1,034.3	-7.8	4.9

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ส.ค. 56	ก.ย. 56	ต.ค. 56	ก.ย. 56	ต.ค. 56	ม.ค.-ต.ค. 56
ส่งออก	-0.1	-0.2	0.1	-0.9	-1.0	-0.3
นำเข้า	0.8	0.2	0.4	-1.9	-1.5	-2.2

การส่งออก

เดือนตุลาคม 2556 มีมูลค่า 19,393.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.67 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 4.3 โดยข้าว (-25.3%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-11.8%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-17.5%) น้ำตาล (-7.6%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.8 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (+1.6%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (+2.8%) น้ำมันสำเร็จรูป (+3.3%) อัญมณีและเครื่องประดับ (-0.9%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (+14.5%) สหรัฐฯ (+6.5%) ญี่ปุ่น (-12.1%) มาเลเซีย (+6.8%) และฮ่องกง (-14.5%)

การส่งออกในระยะ 10 เดือนของปี 2556 (ม.ค.-ต.ค.)

มีมูลค่า 191,533.3 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.02 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 5.9 โดยข้าว (-4.3%) ยางพารา (-10%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-4.3%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-28%) น้ำตาล (-29.5%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (+10.8%) เคมีภัณฑ์ (+8.5%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-0.9%) สหรัฐฯ (+0.6%) ญี่ปุ่น (-5.8%) ฮ่องกง (+3.2%) มาเลเซีย (+5.8%)

การนำเข้า

เดือนตุลาคม 2556 มีมูลค่า 21,164.1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.37 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของเครื่องจักรกล (-20.4%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-18.3%) เคมีภัณฑ์ (-5.3%) เพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (-16.7%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-28.1%) จีน (-4.4%) สหรัฐอเมริกา (-4.4%) สหรัฐฯ (-7.1%) และมาเลเซีย (-7.8%)

การนำเข้าในระยะ 10 เดือนของปี 2556 (ม.ค.-ต.ค.)

มีมูลค่า 210,978 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.40 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของน้ำมันดิบ (+0.8%) เพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (+21.7%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (+1.3%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-14.1%) จีน (+2.8%) สหรัฐอเมริกา (+6.1%) สหรัฐอเมริกา (+18.9%) และมาเลเซีย (+1.6%)

ดุลการค้า

เดือนตุลาคม 2556 ขาดดุลการค้ามูลค่า 1,770.6 ล้านเหรียญสหรัฐฯ **ระยะ 10 เดือนของปี 2556 (ม.ค.-ต.ค.)** ขาดดุลการค้ามูลค่า 19,444.7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนตุลาคม 2556 อยู่ที่ 99.1 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม ร้อยละ 2.9 และ 1 ตามลำดับ ส่วนหมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร สินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 และ 0.3 ตามลำดับ **ราคาสินค้านำเข้า**

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนตุลาคม 2556 อยู่ที่ 98.1 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ร้อยละ 4.2 และ 3 ตามลำดับ ขณะที่หมวดสินค้าทุน สินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 0.5 และ 0.1 ตามลำดับ



สถานการณ์ ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : พฤศจิกายน 2556

ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนพฤศจิกายนปรับตัวลดลง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 19,194 บาท ลดลงร้อยละ 1.33 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยในช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนราคาทองคำปรับตัวและระดับต่ำสุดในรอบ 4 เดือนที่ผ่านมา เนื่องจากรายงานตัวเลขเศรษฐกิจที่ส่งสัญญาณการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ทำให้มีการคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับลดมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ในเร็ว ๆ นี้ ส่งผลให้เงินเหรียญสหรัฐฯ แข็งค่าขึ้น ความต้องการถือครองทองคำซึ่งซื้อขายในรูปสกุลเงินเหรียญสหรัฐฯ ลดน้อยลง กระตุ้นให้นักลงทุนเทขายทองคำเพื่อทำกำไร ส่งผลให้ราคาทองคำร่วงลง

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนพฤศจิกายนยังคงปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 106.06 เหรียญสหรัฐฯต่อบาร์เรล ลดลงจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 106.86 เหรียญสหรัฐฯต่อบาร์เรล ทั้งนี้ ราคาน้ำมันได้รับแรงกดดันจากค่าเงินเหรียญสหรัฐฯ ที่แข็งค่าขึ้นเนื่องจากในช่วงต้นเดือน พ.ย. ธนาคารกลางสหภาพยุโรปประกาศลดอัตราดอกเบี้ยลงสู่ระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ยังเป็นตัวดันซึ่งว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ อาจปรับลดมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ในอนาคตอันใกล้ อีกทั้งรายงานปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการพลังงานภายในประเทศชะลอลง

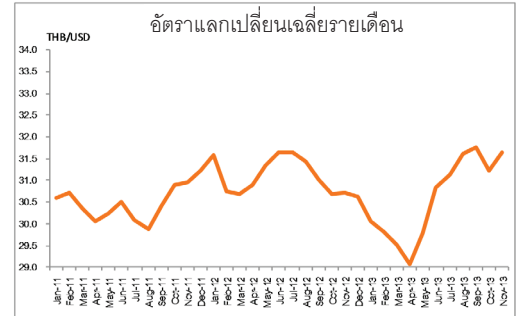
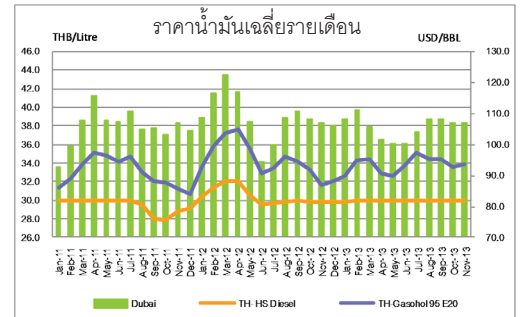
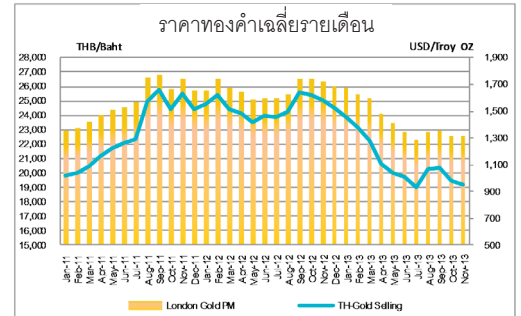
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนพฤศจิกายนปรับตัวอ่อนค่าตลอดทั้งเดือน โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 31.63 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ อ่อนค่าจาก 31.22 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า จากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศ ทำให้นักลงทุนเทขายเงินบาทเพื่อไปถือครองเงินเหรียญสหรัฐฯ มากขึ้น นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ส่งผลให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ อาจปรับลดวงเงินมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ในอนาคตอันใกล้ ส่งผลให้เงินเหรียญสหรัฐฯ แข็งค่าขึ้นกดดันค่าเงินบาท

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาจาก 1,246.36 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,266.50 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากความต้องการข้าวไทยมีสูงขึ้น หลังจากราคาข้าวไทยมีความใกล้เคียงกับคู่แข่งหลัก ในขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ทรงตัวอยู่ที่ 3,355 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากปริมาณสินค้าเข้าสู่ตลาดน้อย และคำสั่งซื้อไม่มากนัก ทำให้ราคาไม่เปลี่ยนแปลง สำหรับแนวโน้มเดือนธันวาคม คาดว่าราคาข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 อาจปรับตัวลดลง เนื่องจากสต็อกข้าวโลกพุ่งสูงในรอบ 12 ปี ในขณะที่ปริมาณการผลิตมากกว่าการบริโภคเกือบ 3 ล้านตัน ส่งผลให้ราคาในประเทศ อาจปรับตัวลดลงตามสถานการณ์ตลาดโลก

ยางพารา ราคาขายแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนพฤศจิกายน 2556 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 72.14 บาท และ 74.39 บาท ตามลำดับ ปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากไม่มีปัจจัยใด ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเข้ามากดดันหรือสนับสนุนราคาขายอย่างชัดเจน ประกอบกับตลาดต่างประเทศค่อนข้างเงียบ โดยเฉพาะจีนที่ยังคงมีปริมาณยางในสต็อกอยู่เป็นจำนวนมาก สำหรับราคาขายในเดือนธันวาคม 2556 คาดว่าจะปรับตัวลดลง จากการที่ผู้ประกอบการบางส่วนชะลอการซื้อเพื่อรอความชัดเจนของมาตรการงดเก็บเงิน CESS ที่จะสิ้นสุดลงในช่วงสิ้นเดือนธันวาคม 2556



ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	พ.ค.-56	พ.ย.-56	%Δ (MOM)	ม.ค.-พ.ย. 55	ม.ค.-พ.ย. 56	%Δ (YOY)
ข้าว : (THB/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,246.36	1,266.50	1.62	1,646.20	1,465.43	-10.98
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,355.00	3,355.00	0.00	3,017.62	3,291.19	9.07
ยางพารา : (THB/Kg)						
แผ่นดิบ ชั้น3	74.06	72.14	-2.60	93.83	77.81	-17.08
แผ่นรมควัน ชั้น3	75.35	74.39	-1.26	96.98	80.55	-16.95
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,316.18	1,275.82	-3.07	1,668.90	1,427.94	-14.44
ไทย (THB/Baht)	19,451.92	19,194.00	-1.33	24,577.35	20,699.63	-15.78
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
Dubai	106.85	106.85	0.00	109.01	105.47	-3.25
WTI	106.86	106.06	-0.75	94.10	99.64	5.88
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	31.22	31.63	1.33	31.08	30.58	-1.62



ร้อยรักร้อยกรอง “อาเซียน”

ขอเรียนร้อยคำเรื่องอาเซียน จากแรกเริ่มก่อตั้งดำเนินการ ย้อนไปเมื่อปีสองห้าหนึ่งศูนย์ ดำรงมั่นปฎิญญามิตรไมตรี ก่อเกิดเป็นสมาคมประชาชาติ ให้มั่นคงยั่งยืนไม่สั่นคลอน

จากบทเรียนสู่บทกลอนทำนองสาร ด้วยสมัครสมานสามัคคี ความร่วมมือเกื้อกูลด้วยศักดิ์ศรี กำเนิดที่กรุงเทพมหานคร รวมอำนาจสร้างสรรคส์โมสร เป็นลายลักษณ์อักษรร่วมสัญญา

ครั้งก่อตั้งประกอบด้วยห้าประเทศ ทั้งชาติไทยมาเลเซียพม่าพัฒนา อีกชาติเศรษฐกิจศูนย์การค้า อาเซียนพัฒนาจนเติบโต พร้อยขยายสมาชิกเป็นสิบชาติ รวมรูในเวียตนามนามระบือ

รอบรั้วอาณาเขตร่วมรักษา พร้อมประชาฟิลิปปินส์และอินโดฯ แหล่งเมืองทำนามเกาะสิงคโปร์ ถือเป็นโมเดลของความร่วมมือ เพิ่มอำนาจความเข้มแข็งน่าเชื่อถือ อีกสามคือพม่าลาวกัมพูชา

จากก้าวแรกสู่ก้าวที่มุ่งมั่น ร่วมกำหนดแนวทางพัฒนา วิสัยทัศน์ในปีสองพันสิบห้า รวมเป็นหนึ่งเดียวไม่ล้มจม แบ่งโครงสร้างพัฒนาเป็นสามด้าน เศรษฐกิจการค้าต้องจับไว

วางเดิมพันเป้าหมายเร่งศึกษา ตั้งมั่นว่าจะกำเนิดประชาคม เหล่าประชาอาเซียนจะสุขสม ประชาคมอาเซียนจะก้าวไกล หนึ่งในประธานการเมืองให้โปร่งใส ยึดมั่นในสังคมนิยมธรรม

เมื่อเราคือส่วนหนึ่งของอาเซียน ให้เข้าใจผลกระทบอย่างจดจำ แน่นนอนว่าผลกระทบมีทุกด้าน อีกการเมืองพร้อมสารพัดภัย ความร่วมมือการศึกษาจะริเริ่ม พร้อมเร่งรัดพัฒนาถิ่นชาติแคว้น

จึงต้องเพียรศึกษาอย่างเนิ่นย้า ได้เลิศล้ำก้าวหน้าอย่างมั่นใจ ทั้งการงานการค้าเรื่องน้อยใหญ่ ที่แสนไกลก็จะใกล้ไร้เขตแดน เพื่อช่วยเสริมขจัดความยากแค้น ทั่วทุกแคว้นก้าวหน้าตั้งปฎิญญา

วัฒนธรรมสังคมที่ยึดมั่น จะก่อเกิดความทุกข์ที่ตามมา การปรับที่เข้าใจการเปลี่ยน เข้าใจพร้อมเข้าถึงไม่เผลอแม้ จะเห็นว่าทุกด้านที่กระทบ จึงต้องสร้างความรับรู้ให้ผู้คน

หากไร้ซึ่งสร้างสรรคส์เป็นปัญหา จึงต้องหมั่นศึกษาและปรับตัว เพียงหมั่นเพียรเรียนรู้ทุกถิ่นทั่ว อย่าถือตัวอวดอ้างในชาติตน ทั้งด้านลบด้านบวกให้สืบสน เพื่อเตรียมตนไม่อับจนในปัญญา

เริ่มจากการพิจารณาตัว สร้างจุดแข็งให้แกร่งพร้อมพัฒนา อะไรขาดให้เสริมเติมตกแต่ง เรงให้การศึกษาประชาชน เรื่องภาษาทั้งอังกฤษและอาเซียน ได้คล่องแคล่วเป็นประโยชน์ก้าวหน้าไกล

ให้ถ้วนทั่วรู้อ่อนด้อยในปัญหา ทั้งรักษาสิ่งที่ดีมีในตน ต้องร่วมแรงทั้งรัฐราษฎร์ทุกแห่งหน เพื่อผู้คนในชาติได้เข้าใจ ต้องหมั่นเพียรเรียนรู้เป็นนิสัย คือหัวใจมิตรเหล่าประชา

สาธารณูปโภคที่ล้ำหลัง รัฐต้องเร่งแก้ไขพัฒนา กฎหมายใดติดขัดให้เร่งแก้ ให้ครอบคลุมเร่งรัดดำเนินการ นี่คือการเตรียมตนอย่างมุ่งมั่น เข้าสู่ประชาคมอย่างแข็งแรง

ไร้พลังขับเคลื่อนเป็นปัญหา ไม่ซักช้าเสียเวลาไม่ทันกาล พร้อมดูแลช่วยเหลือเร่งประสาน เพื่อเป็นฐานรองรับการเปลี่ยนแปลง ร่วมมือกันเป็นชาติที่เข้มแข็ง ทั่วทุกแห่งควรยึดมั่นในแนวทาง

เมื่อพร้อมเข้าร่วมในหุ้นส่วน ทั้งเพื่อนบ้านและองค์กรที่จัดวาง เรื่องสำคัญวัฒนธรรมต้องเรียนรู้ เคารพสิทธิความเชื่อต่างมุ่มมอง พร้อมต้อนรับเหล่าประชาราษฎร์มิตร ลดทิวฮือเยอหยิ่งทรนง

เจ้าก็ควรใส่ใจสิ่งรอบข้าง อีกศูนย์กลางบริหารการปกครอง ตั้งประตูลู่หัวใจทุกชาติผอง ร่วมประคองอาเซียนให้มั่นคง ด้วยดวงจิตดีดีไม่ลุ่มหลง ให้ดำรงด้วยรักสามัคคี

ต่อแต่นี้ใช้ชาติเราจะโดดเดี่ยว ไซ้จะต้องทะเลาะแย่งชิงดี เพราะพวกเขาจะรวมกันเป็นหนึ่ง เป็นองค์กรเพื่อผองประชาชน เราจึงต้องภูมิใจในอาเซียน ให้ดำรงยืนยงทุกคืนวัน ขอพี่น้องผองเพื่อนจงได้คิด ร่วมเรียนรู้ปรับตัวให้กลืนกลม

ไซ้จะต้องขับเคี่ยวแข่งศักดิ์ศรี ไซ้จะมีเรื่องร้ายให้กังวล ที่ค้ำเนิงประโยชน์ร่วมทุกแห่งหน ไม่อับจนแนวทางความสัมพันธ ที่ร่วมเขียนร่วมร่างร่วมสร้างสรรคส์ ร่วมมือกันเดินหน้าประชาคม เคียงคู่มิตรอาเซียนอย่างสุขสม ร้อยรักประชาคมตลอดไป

นางสาวชญญา เลี้ยวไพโรจน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รางวัลชนะเลิศการประกวดบทความเกี่ยวกับอาเซียน ระดับปริญญาตรี
โครงการนักศึกษาไทยกับอาเซียน



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000