

TPSO JOURNAL

วารสาร สนย. ปีที่ 4 ฉบับที่ 30 มกราคม 2557

CLMV ตลาดดาวเด่นของไทยใน AEC

Contract Farming : กลยุทธ์เลื่อนอนกิน

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย เดือนพฤศจิกายน

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร
: ธันวาคม 2556



การตลาดยุคใหม่ (Marketing 3.0)

และแนวโน้มการตลาดออนไลน์ ปี 2557

Editor's note

วารสาร สนย. ก้าวเข้าสู่ศักราชใหม่ไปพร้อมกับผู้อ่าน ในปี 2557 นี้ ทิศทางเศรษฐกิจไทยจะเติบโตได้ดีขึ้นในกรอบ 4-5% อันเนื่องมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ตามที่กูรูหลายสำนักคาดการณ์ไว้หรือไม่...ก็ต้องติดตามกันต่อไป และหากเป็นไปได้ ดังคาด ปัจจัยบวกดังกล่าวก็จะช่วยหนุนการส่งออกของประเทศให้กลับมาขยายตัวมากขึ้น

โดยตลาดส่งออกสำคัญของไทยในเวลานี้ ก็คือ ตลาดเพื่อนบ้านเรานั้นเอง ไม่ว่าจะเป็นกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ หรือเวียดนาม ซึ่งกำลังเร่งพัฒนาประเทศให้ทันต่อการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 โอกาสจึงเป็นของสินค้าไทย

ติดตามรายละเอียดได้ในคอลัมน์ Special Talk : CLMV ตลาดดาวเด่นของไทยใน AEC ในขณะที่การตลาดแบบสังคมออนไลน์เติบโตอย่างน่าจับตาไปพร้อม ๆ กับการตลาดเชิงคุณค่า (Creating Share Values : CSV) ตลอดจนการทำ Contract Farming ก็สร้างประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปของไทยได้ไม่น้อย

ต่อการขยายตลาดการค้าการลงทุนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งผู้อ่านจะพบกับกลยุทธ์เหล่านี้ที่จะสร้างความได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการไทยได้ภายในเล่ม และขอแนะนำผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดเรียงความภายใต้โครงการนักศึกษาไทยกับอาเซียนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ผู้อ่านได้ชื่นชมความสามารถของเด็กไทย ที่ท้ายเล่ม หวังว่าทุกท่านจะพึงพอใจกับสาระความรู้ในวารสาร สนย. และขอให้ผู้อ่านมีความสุข สวัสดิ ตลอดปี 2557 นะคะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนย.

Contents

CLMV ตลาดดาวเด่นของไทยใน AEC	3
การตลาดยุคใหม่ (Marketing 3.0) และแนวโน้มการตลาดออนไลน์ ปี 2557	4-5
Contract Farming : กลยุทธ์เพื่อนอนกิน	6-7
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย : พหุศักราช 2556	10
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ธันวาคม 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 with TPSO ฉบับต้อนรับปีใหม่ 2557 ขอพาท่านผู้อ่านไปร่วมกิจกรรมกับ สนย. กันอีกครั้ง กับโครงการพัฒนาแบบจำลองพยากรณ์การค้าระหว่างประเทศ ล่าสุด สนย. จัดสัมมนาบ่อย เมื่อวันที่ 7 พ.ย. 56 ที่ผ่านมา เพื่อเสนอผลการวิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบของ AEC ต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป ซึ่งได้แก่ แบบจำลอง GTAP และแบบจำลอง CGE ของไทย ผลการวิเคราะห์ที่ได้พบว่าไทยจะได้รับประโยชน์โดยรวม โดย Welfare และ Real GDP ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.23 และร้อยละ 15.56 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ท่านผู้อ่านสามารถติดตามรายละเอียดผลการวิเคราะห์ได้ในวารสาร สนย. ฉบับเดือน พฤศจิกายน 2556 ที่ผ่านมา

จากการพัฒนาแบบจำลองพยากรณ์ทางเศรษฐกิจดังกล่าว สนย. จะได้จัดสัมมนาครั้งใหญ่อีกครั้ง ปลายเดือน ม.ค. 57 นี้ เพื่อนำเสนอผลการพยากรณ์การค้าระหว่างประเทศทั้งภาพรวม และกับคู่ค้าสำคัญของไทย และผลการศึกษาจากการพัฒนาแบบจำลองที่ใช้สำหรับการศึกษาสินค้าและบริการเป็นรายสินค้า ผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นไปในทิศทางใด ขอตัวไปติดตามเพื่อมาแนะนำให้ทราบกันในคราวต่อไป นะคะ 



CLMV ตลาดดาวเด่นของไทยใน AEC

โดย ดร.ไพศาล มะระพะฤกษ์วรรณ
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

ช่วงนี้กระแสเมฆาเริ่มพัดแรงสู่บ้านเราสร้างความเบิกบานสำราญใจต้อนรับปีใหม่ 2557 แก่ชาวเรากันอย่างถ้วนหน้า เฉากเช่นกับกระแสเศรษฐกิจโลกที่กำลังพัดหวนคืนกลับสู่เอเชียอย่างไม่หยุดยั้งส่งผลให้ตลาดเอเชียเริ่มคึกคักสำหรับสินค้าไทย โดยเฉพาะ CLMV ที่กำลังเป็นดาวรุ่งพุ่งแรงอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) รายงานว่าในปี 2553 เอเชียมีส่วนแบ่งใน GDP โลก คิดเป็น 24% (ขณะที่ส่วนแบ่งของประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ และยุโรปกลับมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง) พร้อมกับคาดว่าเอเชียในปี 2593 จะมีส่วนแบ่ง GDP เพิ่มขึ้นเป็น 52% ของ GDP โลก หรือราว 174 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ อีกทั้งระดับรายได้ของคนเอเชียในปี 2593 จะขยับเข้าใกล้เคียงกับยุโรปในปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าเอเชียกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของโลกยุคใหม่ ถนนทุกสายกำลังมุ่งหน้าเข้าสู่เอเชียในขณะนี้ไม่ว่าจะเป็นการค้า การลงทุน มีการกระจายการลงทุน (FDI) ไปยังหลากหลายประเทศในเอเชียมากขึ้น เช่น การผลิตสมาร์ตโฟนและชิ้นส่วน (ที่กำลังเข้ามาเบียดส่วนแบ่งตลาดคอมพิวเตอร์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง) ก็กำลังหลั่งไหลสู่จีน ไทย และเวียดนาม อย่างรวดเร็ว ในขณะที่อุตสาหกรรมยานยนต์ก็เติบโตอย่างมาก (มากกว่าภูมิภาคใด ๆ ในโลก) ทั้งในจีน อินเดีย ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม แสดงให้เห็นว่าทิศทางเศรษฐกิจโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคสมัยแห่งเอเชียอย่างแท้จริง

ปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้เอเชียมีบทบาทในเศรษฐกิจโลกมากขึ้นก็คือการรวมกลุ่มของ AEC และการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของ AEC กับคู่ค้าสำคัญในรูปแบบของ FTA อาทิเช่น อาเซียน +3 ซึ่งประกอบด้วยสมาชิก 13 ชาติ คือ 10 ชาติสมาชิกอาเซียน รวมกับจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ส่งผลให้ไทยสามารถขยายโอกาสทางการตลาดภายในกลุ่มที่ใหญ่ขึ้นถึงกว่า 2,000 ล้านคน หรือคิดเป็นหนึ่งในสามของประชากรโลก และเมื่อรวม GDP ของอาเซียน +3 เข้าด้วยกันจะมีมูลค่าสูงถึง 9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (16% ของ GDP โลก) ส่วนในแง่ของเงินสำรองต่างประเทศจะมีมูลค่ารวมสูงถึง 3.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งมากกว่าครึ่งหนึ่งของเงินสำรองต่างประเทศของโลก


นอกเหนือจากอาเซียน +3 ที่เป็นตลาดสำคัญของไทยแล้ว ยังมีอีกตลาดหนึ่งที่ไทยควรให้ความสำคัญคือตลาด CLMV (กัมพูชา ลาว

เมียนมาร์ และเวียดนาม) ที่ปัจจุบันเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับ 1 ในกลุ่มอาเซียนโดยมีการค้ารวมกับไทยปี 2556 (ม.ค. - ต.ค.) 23,023 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แชนหน้ามาเลเซีย (22,002 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และสิงคโปร์ (16,801 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ไปเรียบร้อยแล้ว

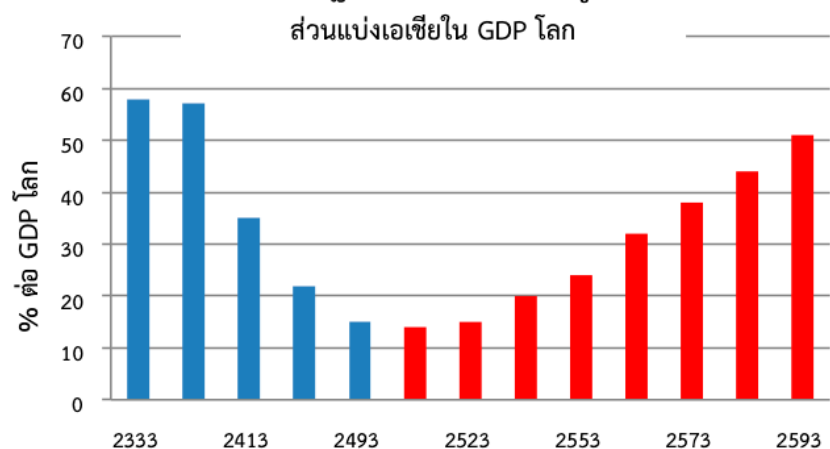
CLMV กำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญ เนื่องจากอยู่ระหว่างช่วงฟื้นฟูประเทศ และทุกประเทศกำลังเร่งรัดพัฒนาประเทศครั้งใหญ่ เพื่อให้ทันกับ AEC ปี 2558 ดังนั้นทุกประเทศจึงมีการนำเข้าสินค้า “ความเจริญสู่เศรษฐกิจ” จากไทย เพื่อนำไปพัฒนาประเทศจำนวนมาก อันได้แก่น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์และชิ้นส่วน เครื่องจักร เครื่องดื่ม ผ้าผืน ปูนซีเมนต์ วัสดุก่อสร้าง เครื่องปรับอากาศ และน้ำตาลทราย เพื่อไปใช้สำหรับปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน บ่อนสายการผลิตอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าและเพื่อการบริโภคที่กำลังขยายตัว

สำหรับกัมพูชา และเมียนมาร์ เริ่มดึงดูดการลงทุน (FDI) มากยิ่งขึ้นเป็นลำดับเนื่องจากได้รับ GSP ชนิดปลอดภาษี และปลอดโควตาจากประเทศพัฒนาแล้ว เช่น EU นอกจากนั้น เมียนมาร์เอง

ก็มองข้ามข้อดีไปสู่การเป็นฮับของภูมิภาคโดยการพัฒนากรุงเนปิดอว์และทวายให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อเศรษฐกิจใหญ่ ๆ อย่างอินเดีย จีน และไทย ส่วนลาวนั้น ภายหลังจากการเปิดสะพานข้ามโขงแห่งที่ 4 ที่ห้วยทรายเมือกลางเดือนธันวาคม 2556 เชื่อมการขนส่งทางบก ไทย-ลาว-จีนตอนใต้แล้ว ก็มองว่าเป็นสะพานเศรษฐกิจเชื่อมต่อระหว่างจีนและอาเซียนทั้งหมด ยกเว้นลาวเป็นสิงคโปร์ 2 แห่งอาเซียน ส่วนเวียดนามนั้น ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาที่มีพัฒนาการที่ก้าวกระโดดด้วยการเป็นผู้ส่งออกสมาร์ตโฟนและชิ้นส่วนอันดับ 7 ของโลก สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ CLMV มีกำลังซื้อสูงชันและจะส่งผลให้การค้าชายแดนของไทยขยายตัวขึ้นเป็นเงาตามตัว ในอีกด้านหนึ่ง ตลาดฟิลิปปินส์ก็เป็นตลาดที่ไม่ควรมองข้ามเช่นกันเนื่องจากผลกระทบจากซูเปอร์ไต้ฝุ่นไห่เยี่ยนที่ทำให้ฟิลิปปินส์จะต้องเร่งรัดฟื้นฟูประเทศอย่างมากในช่วง 3-4 ปีข้างหน้าไม่ต่างจากประเทศ CLMV มากนัก

ปี 2557 นี้เห็นที่จะต้องพูดว่า สวัสดิ์ปี AEC เสียแล้ว 

กระแสเศรษฐกิจโลกหวนคืนกลับสู่เอเชีย :



ที่มา : ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB)

ศาสตราจารย์ฟิลิป คอตเลอร์ปรมาจารย์ด้านการตลาดระดับโลกเจ้าของแนวคิด Marketing 3.0 ได้บรรยายเรื่อง “Values Driven Marketing” โดยให้ความเห็นว่า การทำธุรกิจจากนี้ไปต้องปรับวิธีคิด จากอดีตที่คิดว่า “อะไรที่ดีต่อธุรกิจคือดีต่อสังคม” แต่จากนี้ไปควรเปลี่ยนมุมมองใหม่คือ “อะไรที่ดีต่อสังคมถือว่าดีต่อธุรกิจ” เพราะการทำธุรกิจได้ในระยะยาว คือ การเอาชนะ “จิตวิญญาณ” ของผู้บริโภค ด้วยการทำให้ผู้บริโภคเห็นคุณค่าหรือแบรนด์ของธุรกิจ นั่นคือแนวคิด Marketing 3.0 ที่คอตเลอร์เน้นว่าจำเป็นต้องทำการตลาดให้ครบทุกมิติ โดยเฉพาะการตลาดในมิติของสังคมซึ่งเป็นพัฒนาการต่อจากการตลาดที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) กลายเป็นการตลาดเชิงคุณค่า (Creating Share Values: CSV) ที่จะทำให้แบรนด์มีความแข็งแกร่งและยั่งยืน นอกจากนี้คอตเลอร์ยังมองว่าการตลาดยุคแก่แบบผู้บริโภคนิยม คือ เน้น Mass Marketing กำลังเปลี่ยนไปสู่การตลาดแบบสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่สะท้อนพลังของผู้บริโภคผ่านอินเทอร์เน็ต Facebook Twitter Google มากขึ้นเนื่องจากความสามารถกระจายข้อมูลของธุรกิจได้ทั่วถึงและรวดเร็วขึ้นจนสามารถตรวจเช็คสินค้าที่ต้องการซื้อได้ทันทีว่าดีหรือไม่ดีอย่างไรผ่านเครือข่าย Social Media จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่ธุรกิจจะโฆษณาอะไรเกินจริงเพราะถ้าทำเช่นนั้นจะอยู่ไม่ได้จะถูกคัดค้านจากสังคมออนไลน์ ประการสำคัญธุรกิจออนไลน์จะทำให้ผู้บริโภคมีบทบาทในการออกแบบความต้องการสินค้ามากขึ้น ในขณะที่นักการตลาดหรือผู้ผลิตสินค้าที่จะมีบทบาทลดน้อยลง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสรรคคุณค่าหรือนวัตกรรมร่วมกันในที่สุด

ทั้งนี้ คอตเลอร์มองว่าแนวโน้มธุรกิจออนไลน์ในอนาคตอันใกล้นี้จะเติบโตมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็น 50% ของธุรกิจค้าปลีกทั่วโลก (จากปัจจุบันมีสัดส่วนเพียง 10%) จึงกล่าวได้ว่า การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) จะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญจึงขอเสนอข้อมูล “แนวโน้มการตลาดออนไลน์ 7 ประการในปี 2557” ของ Jayson Demers ซึ่งตีพิมพ์ในวารสาร Forbes เมื่อเดือนกันยายน 2556 ดังนี้

1. Content Marketing จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังนั้น ควรสร้างสรรค์หัวข้อและเนื้อหาทางการตลาดออนไลน์ที่มีคุณค่าผ่านช่องทางที่หลากหลาย

2. Social Media Marketing จะต้องการความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น นอกจากการตลาดผ่าน Social Media แบบดั้งเดิม ได้แก่ Facebook Twitter แล้ว ควรใช้ Social Media ใหม่ ๆ ได้แก่ Pinterest, Google+ Tumblr Instagram เป็นต้น



3. รูปภาพจะดึงดูดความสนใจได้มากกว่า เพราะช่วยสื่อสารได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ดังนั้น ควรสื่อสารด้วยรูปภาพเพื่อแสดงเนื้อหาหลัก รวมทั้งการใช้ Infographics เพื่อช่วยแปลงข้อมูลเป็นรูปภาพ ซึ่งจะช่วยให้สื่อสารได้ดีมาก

4. ข้อความสั้น ๆ จะดึงดูดความสนใจได้มากกว่า ดังนั้น ควรใช้ข้อความสั้น ๆ เพื่อสื่อสารทางการตลาด สร้างแบรนด์ และสะท้อนความเป็นตัวตนของธุรกิจ

5. สมาร์ทโฟนมือถือ เพราะแนวโน้มการใช้ Smart Phone และ Tablet ที่มากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งกำลังเข้ามาแทนที่ PC และ Notebook ดังนั้น ธุรกิจควรใช้การตลาดออนไลน์รองรับกับอุปกรณ์มือถือต่าง ๆ ด้วย

6. Ad Retargeting จะเป็นกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ โดยจะมีโปรแกรมในการเก็บข้อมูลเว็บไซต์ของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่าเข้าไป โดยจะประมวลผลเพื่อแสดงโฆษณาของผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ดังกล่าวให้แก่ลูกค้าซ้ำๆ ในเว็บไซต์อื่น ซึ่งจะเป็นการช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ดังกล่าวอยู่ในใจลูกค้าเป็นอันดับต้น ๆ

7. SEO จะเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เพราะ SEO (Search Engine Optimization) และการแชร์ผ่าน Social Media จะช่วยให้ข้อความในการทำการตลาดออนไลน์หาได้ง่ายขึ้น เมื่อใช้ Search Engine



ศาสตราจารย์ฟิลิป คอตเลอร์

จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการตลาดยุคใหม่ (Marketing 3.0) และการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์โปรแกรมบนมือถือโดยใช้แนวโน้มการตลาดออนไลน์ข้างต้น เพื่อช่วงชิงโอกาสและสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ เพราะสามารถเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ขาย และผู้ซื้อที่หลากหลาย นำไปสู่การสร้างเครือข่าย (Networking) และสร้างสรรคคุณค่าร่วมกัน (Value Co-creation) ซึ่งเป็นการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันให้ธุรกิจนั่นเอง

อ้างอิง

- <http://thaipublica.org/2013/03/philip-kotler-values-driven-marketing/>
- <http://www.forbes.com/sites/jayson-demers/2013/09/17/the-top-7-online-marketing-trends-that-will-dominate-2014/>



Contract Farming : กลยุทธ์เลื่อนอนกัน

โดย ดร. ฤทัยชนก จริงจิตร
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร

Contract Farming คือการทำเกษตรแบบมีสัญญาระหว่างฝ่ายผู้รับซื้อผลผลิตกับเกษตรกร โดยมีการทำสัญญาก่อนการผลิต ซึ่งมีข้อตกลงเกี่ยวกับราคาผลผลิต คุณภาพ และปริมาณรับซื้อ ผู้ขายมีหน้าที่ทำการผลิตให้สอดคล้องกับข้อตกลง ส่วนผู้ซื้อมักมีบทบาทในการส่งเสริมผู้ขายในด้านต่าง ๆ

รูปแบบของสัญญา

1. การประกันรายได้ เป็นกรณีที่เกษตรกรมีที่ดินในครอบครอง แต่ขาดความสามารถในการผลิตเนื่องจากไม่มีประสบการณ์ทั้งในการผลิตและการตลาด จึงมีความกังวลในด้านรายได้จากการจำหน่ายผลผลิต ดังนั้นฝ่ายผู้รับซื้อ จะให้การสนับสนุนด้านปัจจัยการผลิต ที่สำคัญคือให้คำแนะนำด้านเทคโนโลยีและวิชาการ เมื่อได้ผลผลิต ผู้รับซื้อจะประเมินคุณภาพสินค้าและจ่ายค่าตอบแทนแก่เกษตรกร

2. การประกันราคา เป็นกรณีที่เกษตรกรมีที่ดินในครอบครอง มีเงินลงทุน รวมทั้งมีประสบการณ์ในการผลิต แต่ไม่ต้องการรับความเสี่ยงด้านราคาและตลาด ฝ่ายผู้รับซื้อ จึงมีเพียงบทบาทในการให้คำแนะนำด้านเทคโนโลยีและวิชาการ ที่สำคัญคือมีหน้าที่รับซื้อผลผลิตตามราคาที่รับประกันไว้

3. การประกันตลาด เป็นกรณีที่เกษตรกรมีเงินทุนในการทำเกษตร และยอมรับความเสี่ยงด้านราคาผลผลิต แต่ขาดความสามารถในการทำตลาดเนื่องจากไม่มีความรู้ความชำนาญ จึงรับหน้าที่ทำการผลิต และมอบการทำตลาดให้แก่ผู้รับซื้อ

ส่วนใหญ่ของการทำ Contract Farming จะเป็นรูปแบบการเซ็นสัญญาระหว่าง 2 ฝ่าย (Bipartite Model) คือ เกษตรกรกับผู้รับซื้อ ซึ่งผู้ซื้อดำเนินการโดยตรงกับเกษตรกรเพื่อว่าจ้างให้ผลิตโดยไม่มีหน่วยประสานงานและพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรจึงต้องรับภาระเกี่ยวกับการผลิตทั้งหมดโดยไม่มีผู้สนับสนุน ดังนั้นในบางกรณีจึงมีการดำเนินงานในรูปแบบไตรภาคีสัญญา (Tripartite Model) ซึ่งหมายถึงการทำสัญญาร่วมกับ

หน่วยงานอื่นที่ช่วยในการบริหารจัดการ โดยรูปแบบการดำเนินงานและความรับผิดชอบของหน่วยงานจะขึ้นอยู่กับข้อตกลงในสัญญา การทำ Contract Farming ในลักษณะดังกล่าวจะเป็นการลดภาระของเกษตรกร อาทิ ด้านการบริหารจัดการและโลจิสติกส์ นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างงานให้กับชุมชน

เงื่อนไขของสัญญาที่ต้องพิจารณา

1. ราคา วิธีกำหนดราคาในการรับซื้อ อาทิ ตามราคาตลาดหรืออัตราคงที่ ราคาสูงสุด/ต่ำสุด การประกันราคา และการกำหนดราคาโดยการประเมินคุณภาพสินค้า

2. ปริมาณ การคำนวณปริมาณรับซื้อ อาทิ จำนวนผลผลิตต่อไร่/ต่ออิกิลกรม หรือปริมาณการรับซื้อขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้า

3. คุณภาพ การกำหนดรายละเอียดคุณภาพสินค้า และข้อตกลงในกรณีที่เกิดผลผลิตสินค้าไม่ได้ตามคุณภาพที่กำหนด

4. ต้นทุนการผลิต ที่มาของปัจจัยการผลิต ราคา จำนวน ผู้รับผิดชอบต้นทุน เงื่อนไขการชำระต้นทุนกรณีเกษตรกรเป็นผู้รับผิดชอบ และการประกันการผันผวนของต้นทุน

5. วิธีการผลิต ระดับสุขอนามัยในการผลิต การใช้ปุ๋ย อาหารสัตว์ สายพันธุ์พืชหรือแม่พันธุ์สัตว์ และกำหนดผู้รับผิดชอบด้านวิธีการผลิต

6. เทคโนโลยีการผลิต เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิต ที่มา การอบรมความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี ความเป็นเจ้าของเทคโนโลยีและผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

7. โครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนในสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ ที่มาของเงินทุน สัดส่วนการลงทุนระหว่างเกษตรกรกับผู้รับซื้อ การกู้เงิน การคืนทุน และอัตราดอกเบี้ย

8. โลจิสติกส์ วิธีจัดส่งสินค้า ช่วงเวลา จำนวนครั้ง การจัดเก็บผลผลิต และผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

9. การประกันความเสี่ยง การทำประกัน อาทิ ในกรณีผลผลิตเสียหายจากภัยธรรมชาติ เพื่อป้องกันไม่ให้เกษตรกรเกิดหนี้สินจากสัญญารวมทั้งการกำหนดอำนาจในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของสัญญาของทั้ง 2 ฝ่าย

Contract Farming ภายในประเทศ

ในประเทศไทยมีการทำ Contract Farming มาเป็นระยะเวลานาน ที่ชัดเจนที่สุดคือ

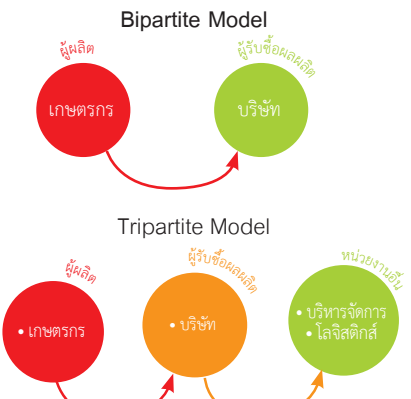
โครงการของ บมจ. เจริญโภคภัณฑ์อาหาร (CPF) ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การทำสัญญาเลี้ยงสัตว์กับเกษตรกรรายย่อย โดยเกษตรกรและบริษัทร่วมลงทุนด้านปัจจัยการผลิต และบริษัทเป็นผู้รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรตามคุณภาพและราคาที่ตกลงไว้ โดยบริษัทเป็นผู้รับความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาและความต้องการของตลาด โครงการแรกเป็นการทำสัญญาเลี้ยงไก่กระທးที่ จ.ชลบุรี ตั้งแต่ปี 2518 และได้ขยายไปในหลายจังหวัดจนครบทุกภูมิภาค ปัจจุบันผู้เข้าร่วมมีกว่า 15,000 ราย ซึ่งครอบคลุมการผลิตไก่กระທး ไก่ไข่ สุกร และปลาทั้งทีมน

Contract Farming ในประเทศเพื่อนบ้านและความสำคัญของ ACMECS

นอกจากในประเทศแล้ว การทำสัญญาผลิตในประเทศในเพื่อนบ้านเริ่มทวีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากผลผลิตการเกษตรบางประเภทเริ่มขาดแคลน และราคาสูงขึ้นจากความต้องการในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป ส่งผลให้ผู้ประกอบการแสวงหาวัตถุดิบการเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ Contract Farming ยังถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง ระหว่างกัมพูชา ลาว พม่า ไทย และเวียดนาม (ACMECS) ซึ่งมีเป้าหมายในการส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีบทบาทในการพัฒนาภาคเกษตรกรรมของประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว และพม่า ด้วยการใช้ออกาสจากทรัพยากรในการผลิต แล้วรับซื้อผลผลิตในฤดูเก็บเกี่ยว

ในส่วนของไทย คณะรัฐมนตรีมีมติให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานรับผิดชอบร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการจัดทำแผนการลงทุนเกษตรแบบมีสัญญากับประเทศเพื่อนบ้าน และเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาในแต่ละปี สำหรับแผนการลงทุนฯ ปี 2556 มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 60 รายจาก 11 จังหวัด ซึ่งมีพรมแดนติดกับกัมพูชา ลาว และเมียนมาร์ รวมทั้งได้มีการกำหนดพืชเป้าหมายทั้งสิ้น 10 ชนิด ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง ถั่วเขียวถั่วมัน มันสำปะหลัง ข้าวโพดหวาน งา ถั่วลิสง ลูกเดือย ละหุ่ง และไม้ยูคาลิปตัส โดยสินค้าเป้าหมายที่มีมาตรการในการนำเข้าได้แก่

1. ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ องค์การคลังสินค้าได้รับอนุญาตให้นำเข้าได้ตลอดทั้งปี ส่วนผู้นำเข้า



ทั่วไปทำได้ในช่วง 1 มี.ค.- 31 ส.ค. หลังจากได้มีมติให้ขยายระยะเวลาการนำเข้าจากเดิมที่สิ้นสุดในเดือนก.ค.ให้เลื่อนเป็นเดือนส.ค. และให้นำเข้าได้โดยไม่จำกัดจำนวน

2. ก่อเลี้ยง คณะกรรมการพืชน้ำมันและน้ำมันพืชกำหนดให้ 7 สมาคมกับอีก 9 บริษัทเป็นผู้นำเข้าเพื่อป้องกันผลกระทบต่อการผลิตภายในประเทศ ส่วนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในแผนการลงทุนฯ แต่ไม่มีสิทธิ์นำเข้าสามารถขอให้พิจารณาเป็นผู้นำเข้ารายใหม่ หรือสมัครเป็นสมาชิกสมาคมที่มีสิทธิ์ในการนำเข้า

3. บันล้าปะหลัง ต้องมีหนังสือรับรองการนำเข้าตามประกาศกระทรวงพาณิชย์และขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้า

4. ข้าวโพดหวาน การนำเข้าในรูปแบบที่มีเฉพาะจากลาวเท่านั้นที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร

5. ไม้ยูคาลิปตัส การนำเข้าจากเมียนมาร์และกัมพูชาต้องมีหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

พืชเป้าหมาย: จากปัญหาสู่ความจำเป็น
พืชเป้าหมายของ Contract Farming ครอบคลุมพืชไร่เศรษฐกิจที่เหมาะสมในการย้ายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งได้เปรียบเรื่องค่าแรงและพื้นที่เพาะปลูก เนื่องจากพืชดังกล่าวส่วนใหญ่ต้องใช้แรงงานในการเก็บเกี่ยว และมีความจำเป็นต้องนำเข้า ซึ่งในบรรดาพืชเป้าหมายมีกลุ่มพืชสำคัญที่ควรส่งเสริมการทำ Contract Farming เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านการผลิตภายในประเทศมากเป็นพิเศษดังนี้

พืชเป้าหมายสำคัญและข้อจำกัด

1. ก่อเลี้ยง ความต้องการนำเข้าสูงมากเนื่องจากการบริโภคมีมากกว่าการผลิต สายพันธุ์ในปัจจุบันให้ผลผลิตต่ำ เกษตรกรขาดทักษะการใช้เครื่องนวดเพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ การกระจายเมล็ดพันธุ์ทำได้ไม่ทั่วถึง มีปัญหาศัตรูพืชทำให้ผลผลิตลด การใช้ปุ๋ยตามชนิดดินยังไม่เหมาะสม ต้นทุนการผลิตสูง

2. ก่อเลี้ยง คุณภาพผลผลิตค่อนข้างต่ำ มีสารอะฟลาทอกซิน การซื้อขายเป็นระบบคละเกรด ซึ่งไม่สร้างแรงจูงใจในการผลิตสินค้าคุณภาพ การกระจายพันธุ์ยังไม่ทั่วถึง ขาดระบบมาตรฐานรับรองผลผลิตเพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค พื้นที่ปลูกและปริมาณการผลิตไม่แน่นอน ต้นทุนการผลิตสูง

3. ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ พื้นที่ปลูกลดลง ในขณะที่ความต้องการใช้ในการผลิตอาหารสัตว์เพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพการผลิตต่ำเนื่องจากฝนทิ้งช่วง ดินเสื่อมโทรม และมีสารอะฟลาทอกซินในระยะต้นฤดู ส่วนช่วงปลายฤดูฝนมีการระบาดของโรคและแมลง ผลผลิตส่วนใหญ่ออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม เมล็ดพันธุ์ราคาสูง

4. ข้าวโพดหวาน ต้นทุนการผลิตสูงจากปุ๋ยเคมี และต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ผักสดต้องเก็บเกี่ยวในเวลาที่เหมาะสมเพื่อรักษาคุณภาพ

เนื่องจากเป็นปัจจัยกำหนดราคา ปัจจุบันยังขาดพันธุ์ที่ให้ผลผลิตและคุณภาพสูง ทนต่อโรคราน้ำค้าง และตอบรับกับตามความต้องการของตลาด อาทิ ขนาดที่ได้มาตรฐาน และขาดเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวในการรักษาคุณภาพ

5. ก่อเลี้ยงอวบ ผลผลิตต่อไร่ต่ำขาดพันธุ์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับแหล่งปลูกและการใช้ประโยชน์ เมล็ดพันธุ์ราคาสูง มีการระบาดของโรคและแมลง โดยเฉพาะด้วงสีไม่สม่ำเสมอและมีเชื้อรา การสุกของฝักไม่พร้อมกันทำให้คุณภาพต่ำ ให้แรงงานจำนวนมากในการเก็บเกี่ยวทำให้ต้นทุนสูง ราคาผันผวน และไม่มีมาตรฐานคัดเกรดในการกำหนดราคา

ใครได้ประโยชน์จาก Contract Farming?

ประโยชน์ต่อเกษตรกร เป็นโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดสินค้า เกษตรกรที่ขาดประสบการณ์หรือความรู้ด้านการตลาดสามารถทุ่มเทให้กับการผลิต และมีความเสี่ยงน้อยลง โดยเฉพาะการทำแบบประกันราคา เกษตรกรสามารถรู้ราคาผลผลิตล่วงหน้า จึงลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของราคาและตลาดในอนาคต ซึ่งจะมีส่วนช่วยแบ่งเบาภาระของภาครัฐในการพยุงราคาสินค้าเกษตร นอกจากนี้ยังอาจได้รับการสนับสนุนจากผู้ซื้อในด้านปัจจัยการผลิตสินเชื่อ รวมทั้งคำแนะนำด้านเทคโนโลยีและวิชาการ เกษตรกรที่ทำการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพจึงมีโอกาสได้รับผลตอบแทนและรายได้ที่มากขึ้น

ประโยชน์ต่อผู้บริโภค เนื่องจาก Contract Farming เป็นการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานซึ่งครอบคลุมการผลิตจนถึงการตลาด จึงทำให้ขั้นตอนการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ไปถึงกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรสามารถทำได้ง่าย ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้รับสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น รวมทั้งการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงถูกอาจทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ในราคาที่ต่ำลง

ประโยชน์ต่อผู้รับซื้อผลผลิต ธุรกิจไม่ต้องทำการผลิตเองจึงมีเวลาในการทุ่มเทให้กับการทำการตลาดสินค้า อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจในสังคม เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาด้านการตลาดสินค้าให้กับเกษตรกร รวมทั้งลดความเสี่ยงด้านราคาและภาวะตลาดผันผวนที่เกษตรกรต้องแบกรับ นอกจากนี้ยังเป็นการลดความเสี่ยงในส่วนของธุรกิจเอง ซึ่งจะสามารถวางแผนการตลาด หรือการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปได้อย่างมีประสิทธิภาพหลังจากที่ได้มีการกำหนดปริมาณ ราคา และมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบไว้ในสัญญา จึงสามารถเสนอขายและกำหนดราคาสินค้าแปรรูปให้แก่ผู้ซื้อได้ล่วงหน้า

Contract Farming ก็การขายการกำการลงทุนสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

ไทยได้ประโยชน์จากการขยายโอกาสด้านพื้นที่เพาะปลูก สามารถเข้าถึงวัตถุดิบในราคา

ที่ต่ำลง และลดต้นทุนการผลิต จึงเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมที่ใช้สินค้าเกษตรเป็นปัจจัยการผลิต รวมทั้งเพิ่มความแน่นอนด้านปริมาณและคุณภาพวัตถุดิบ จึงช่วยยกระดับการวางแผนการผลิตให้กับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป การส่งเสริม Contract Farming ในการผลิตมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ไทยต้องการเพื่อผลิตพลังงานชีวภาพ มีส่วนช่วยในการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน ซึ่งเป็นการลดมลภาวะ และรักษาสิ่งแวดล้อม ในอีกมิติหนึ่ง Contract Farming มีบทบาทในการลดปัญหาด้านความมั่นคงบริเวณแนวชายแดน พร้อมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจตามตะเข็บชายแดน นอกจากนี้ยังบรรเทาปัญหาเกี่ยวกับการเข้ามาในไทยของแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ซึ่งมีทางเลือกในการทำการผลิตสินค้าเกษตรในประเทศของตน รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน จากการเพิ่มอัตราการจ้างงาน และรายได้ของเกษตรกร


ประเด็นอ่อนไหว

ประเด็นที่ควรคำนึงถึงคือ การเพิ่มขึ้นของปริมาณอุปทานสินค้าเกษตรในประเทศจากสินค้าของประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งอาจกระทบต่อราคาสินค้าเกษตรภายในประเทศ ภาครัฐจึงควรพิจารณาการบริหารจัดการช่วงเวลาและปริมาณการนำเข้าเพื่อรักษาสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

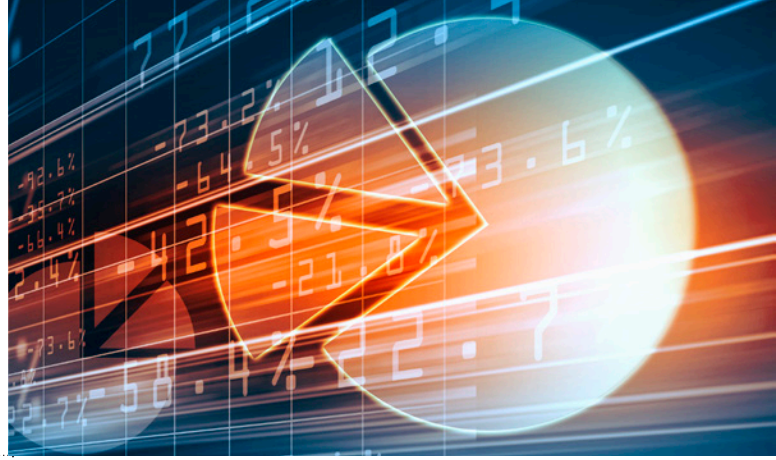
มุมมองด้านโครงสร้างภาคการเกษตรในยุค AEC

Contract Farming อาจเป็นกลไกสำคัญในกระบวนการปรับโครงสร้างภาคการเกษตรของไทย โดยเป็นหนึ่งในทางเลือกให้กับกลุ่มสินค้าที่ประสบปัญหาจากข้อจำกัดด้านการผลิตภายในประเทศ ซึ่งทำให้ต้องปรับตัว โดยการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่เหมาะสมกว่าในด้านค่าแรง พื้นที่เพาะปลูก และทรัพยากร ซึ่งถือเป็นฐานการผลิตเดียวกันในยุคของการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC สำหรับไทยอาจหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มสินค้าเกษตรดังกล่าว จากกระบวนการแปรรูปและการตลาด รวมทั้งอาจขยายสัดส่วนการผลิตสินค้าในประเภทที่ไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้มากยิ่งขึ้น

unสรุป

การทำ Contract Farming นอกจากไทยจะได้ประโยชน์จากการขยายพื้นที่เพาะปลูกและลดต้นทุนการผลิตแล้ว ยังเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยเพิ่มความแน่นอนด้านปริมาณและคุณภาพวัตถุดิบ ดังนั้น Contract Farming จึงเป็นอีกหนึ่งหนทางของสินค้าที่มีข้อจำกัดด้านการผลิตในประเทศในการปรับตัวโดยใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบของประเทศเพื่อนบ้านที่นับเป็นฐานการผลิตเดียวกันจากการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย



ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อ	Real GDP	คาดการณ์ ปี 56
	เฉลี่ย ม.ค. - พ.ย. 56	ปี 55 (%y-o-y)	GDP
ไทย	2.24	6.5	3.0
มาเลเซีย	2.00	5.6	5.1
ฟิลิปปินส์	2.80	6.6	6.0
สิงคโปร์	2.40	1.3	3.0
จีน	2.65	7.8	8.0
อินโดนีเซีย	6.84	6.2	6.3
อินเดีย	6.07	5.1	5.0
เวียดนาม	6.65	5.0	5.2

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 55	ปี 56			
		Q2	Q3	ต.ค.	พ.ย.
Real GDP (%y-o-y)					
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	6.5	2.9	2.7	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ					
ดุลการค้าตามระบบกรมศุลกาฯ (พันล้านUSD)	-20.8	-8.4	-1.9	-1.8	-0.6
ดุลบัญชีเดินสะพัด (ล้าน USD)	-1,469.6	-6,663.6	-888.4	375.7	2,294.1
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านUSD)	181.6	170.8	172.3	172.1	167.5
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	3.02	-	-	1.46	1.92
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	2.09	-	-	0.71	0.85
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	43.7	44.5	45.5	-	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.7	0.8	0.6	-
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)					
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	2.99	-2.20	-1.65	-0.67	-4.08
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	9.27	2.76	-2.01	-5.37	-8.60
อุปทาน (%y-o-y)					
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	4.0	1.8	-4.1	5.9	5.33
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-9.7	-0.4	2.1	-0.2	0.46
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	2.5	-4.9	-3.5	-4.0	-10.6
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	99.5	93.4	91.2	92.8	90.3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	16.0	19.4	26.1	14.7	11.9
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)					
ภาษีมูลค่าเพิ่ม	14.1	-0.2	-7.3	2.6	-8.3
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	86.6	-3.3	-24.8	-42.0	-48.0
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	5.8	-6.2	-8.7	-11.1	-16.7
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	-6.4	-1.6	-4.8	2.9	1.9
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	0.1	7.8	6.2	6.4	-4.5
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)					
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปUSD	21.3	-1.5	-7.9	-14.9	-18.7
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	76.2	3.2	-26.2	-33.3	-24.8
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	20.6	11.0	22.0	14.9	3.5
ยอดขายปูนซีเมนต์	10.6	14.6	3.0	-1.1	3.6
ยอดขายเหล็ก	5.3	15.6	15.7	-2.0	-

เศรษฐกิจของไทย เดือนพฤศจิกายน 2556 ในภาพรวมชะลอตัวลง เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา ตามการหดตัวของการบริโภคภาคเอกชน การลงทุนภาคเอกชน และภาคการส่งออก เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกค่อนข้างล่าช้า ส่วนการท่องเที่ยวยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยวของจีน และเหตุการณ์ทางการเมือง ทั้งนี้ เศรษฐกิจของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2556 สศช. คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.0

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนพฤศจิกายน 2556 อยู่ในเกณฑ์ดี โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ขยายตัวที่ร้อยละ 1.92 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน อัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำ ข้อมูลล่าสุดเดือนตุลาคม 2556 อยู่ที่ร้อยละ 0.6 ของกำลังแรงงานรวม และสัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุดเดือนกันยายน 2556 อยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 45.5 ซึ่งสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้ คือไม่เกินร้อยละ 60.0 **ส่วนเสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** อยู่ในระดับมั่นคง โดยทุนสำรองระหว่างประเทศเดือนพฤศจิกายน 2556 อยู่ในระดับสูงที่ 167.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้

ภาคอุปทาน เดือนพฤศจิกายน 2556 ในภาพรวมยังคงทรงตัว เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ขยายตัวดีอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 11.9 ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและดัชนีราคาสินค้าเกษตรขยายตัวเช่นกัน ที่ร้อยละ 5.33 และ 0.46 ตามลำดับ ส่วนดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 10.6 เป็นผลทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 90.3 จากระดับ 92.8 ในเดือนก่อนหน้า

การบริโภคภาคเอกชน เดือนพฤศจิกายน 2556 ในภาพรวมชะลอตัวลง สะท้อนได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง และยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่หดตัวร้อยละ 48.0 และ 16.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ หดตัวที่ร้อยละ 8.3 เช่นกัน ส่วนรายได้เกษตรกรที่แท้จริง ขยายตัวร้อยละ 1.9 ตามผลผลิตสินค้าเกษตรและราคาสินค้าเกษตรที่ขยายตัวสูงขึ้น

การลงทุนภาคเอกชน เดือนพฤศจิกายน 2556 ยังคงทรงตัว เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยยอดการจัดเก็บภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ ขยายตัวสูงขึ้นต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ซึ่งขยายตัวร้อยละ 3.5 และยอดขายปูนซีเมนต์ ขยายตัวร้อยละ 3.6 ส่วนปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปดอลลาร์สหรัฐ และยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ หดตัวร้อยละ 18.7 และ 24.8 ตามลำดับ

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



ตัวชี้วัด เศรษฐกิจการค้า

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนธันวาคม 2556 จากการคำนวณสินค้าและบริการทั่วประเทศจำนวน 450 รายการ ดัชนีราคาสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอลง ตามภาวะเศรษฐกิจราคาน้ำมันในตลาดโลก และการใช้จ่ายภาคครัวเรือน โดยดัชนีมีค่าเท่ากับ 106.01 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.67 เป็นการสูงขึ้นของราคาสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ เนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ ไข่และผลิตภัณฑ์นม เครื่องประกอบอาหาร เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ หมวดยาสูบ การขนส่ง และการสื่อสาร หมวดยานยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีสูงขึ้นร้อยละ 0.14 และเฉลี่ยปี 2556 เทียบกับเฉลี่ยปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 2.18 ซึ่งอยู่ในช่วงที่คาดการณ์ไว้ว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.1-2.6

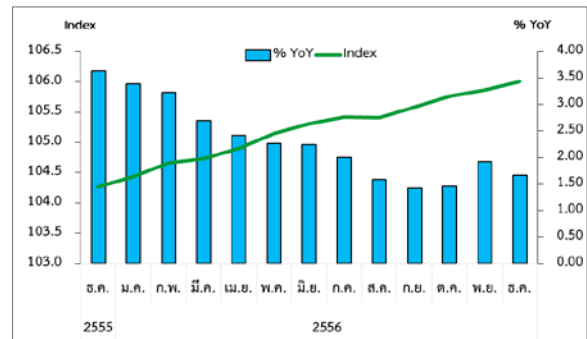
สำหรับคาดการณ์เงินเฟ้อปี 2557 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.0 - 2.8

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ จากการคำนวณสินค้าและบริการ จำนวน 312 รายการ (ไม่รวมสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงานจำนวน 138 รายการ) เดือนธันวาคม 2556 เท่ากับ 103.64 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 0.91 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.10 และเฉลี่ยปี 2556 เทียบกับเฉลี่ยปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 1.00

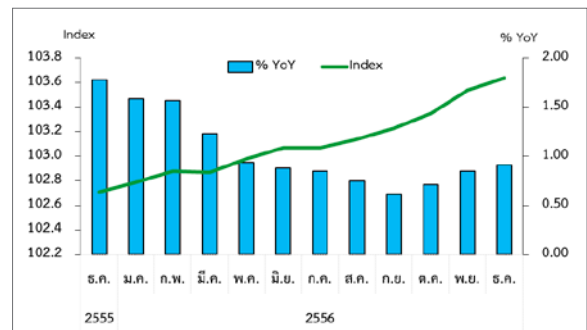
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนธันวาคม 2556 เท่ากับ 140.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.0 จากการสูงขึ้นของหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ตามการสูงขึ้นของราคาปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ แร่โลหะและแร่อื่น ๆ หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ตามการสูงขึ้นของราคาปลาและสัตว์น้ำ สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ และหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตามการสูงขึ้นของราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ผลิตภัณฑ์หนังและรองเท้า และผลิตภัณฑ์อโลหะ เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตสูงขึ้นร้อยละ 0.8 และเฉลี่ยปี 2556 เทียบกับเฉลี่ยปี 2555 ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.3

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนธันวาคม 2556 เท่ากับ 126.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.5 จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดซีเมนต์ ตามการสูงขึ้นของราคาปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ตามการสูงขึ้นของราคาเสาเข็มคอนกรีตอัดแรง-เสริมเหล็ก พื้นคอนกรีตสำเร็จรูปอัดแรง คอนกรีตบล็อก และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ ได้แก่ ทราย หิน ยางมะตอย เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและหาแหล่งผลิตยากขึ้น ส่วนหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ดัชนีราคาลดลงตามราคาเหล็กในตลาดโลก และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น ร้อยละ 0.2 และเฉลี่ยปี 2556 เทียบกับเฉลี่ยปี 2555 สูงขึ้นร้อยละ 0.9

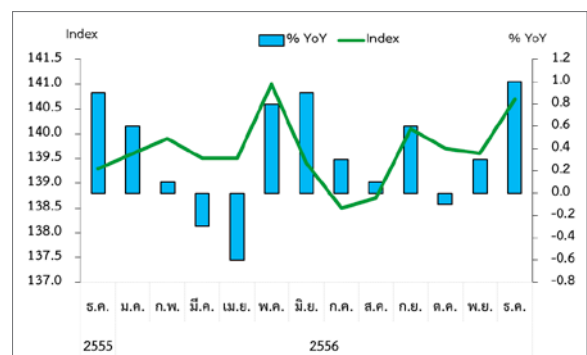
ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



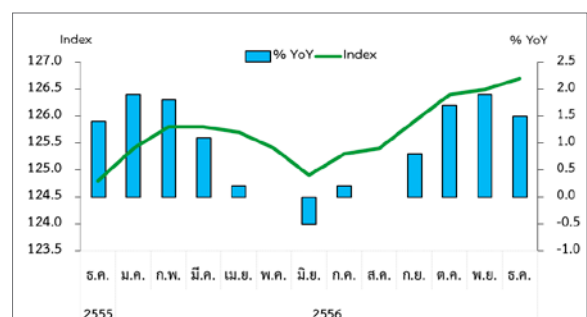
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



การค้าระหว่างประเทศของไทย : พหุศจิกายน 2556

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ต.ค. 56	พ.ย. 56	ม.ค.-พ.ย. 56	ต.ค. 56	พ.ย. 56	ม.ค.-พ.ย. 56
ส่งออก	19,393.5	18,757.2	210,090.1	-0.67	-4.08	-0.49
นำเข้า	21,164.1	19,314.2	231,997.9	-5.37	-8.60	1.22
ดุลการค้า	-1,770.6	-557.0	-21,907.8			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือนพหุศจิกายน 2556

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
รถยนต์ และ อุปกรณ์	1,884.4	-3.9	10.0	จีน	2,602.2	8.5	13.9
คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์	1,642.4	3.7	8.8	สหรัฐฯ	1,996.6	5.0	10.6
น้ำมันสำเร็จรูป	1,268.3	11.4	6.8	ญี่ปุ่น	1,948.2	-1.0	10.4
ยางพารา	753.3	13.1	4.0	มาเลเซีย	1,126.8	2.1	6.0
เม็ดพลาสติก	744.9	2.4	4.0	ฮ่องกง	1,006.1	-16.1	5.4

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนพหุศจิกายน 2556

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
น้ำมันดิบ	3,020.0	32.5	15.6	จีน	3,372.6	-1.9	17.5
เครื่องจักรกล	1,984.5	-24.1	10.3	ญี่ปุ่น	3,177.3	-38.2	16.4
เคมีภัณฑ์	1,288.5	10.4	6.7	สหรัฐฯ อาหรับ	1,261.0	44.0	6.5
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,219.5	-29.9	6.3	สหรัฐฯ	1,177.9	19.4	6.1
เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	954.4	-30.6	4.9	มาเลเซีย	948.3	-7.9	4.9

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ก.ย. 56	ต.ค. 56	พ.ย. 56	ต.ค. 56	พ.ย. 56	ม.ค.-พ.ย. 56
ส่งออก	-0.2	0.1	-0.3	-1.0	-1.3	-0.4
นำเข้า	0.2	0.4	-0.3	-1.5	-1.5	-2.2

การส่งออก

เดือนพหุศจิกายน 2556 มีมูลค่า 18,757.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.08 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรม เกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 2.5 โดยข้าว (-25.7%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋อง และแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-6.2%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-25.9%) ผักและผลไม้ (-2.8%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 5.2 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (-3.9%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (+3.7%) น้ำมันสำเร็จรูป (+11.4%) ยางพารา (+13.1%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (+8.5%) สหรัฐฯ (+5%) ญี่ปุ่น (-1%) มาเลเซีย (+2.1%) และฮ่องกง (-16.1%)

ระยะ 11 เดือนของปี 2556 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่า 210,090.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.49 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรม เกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 5.7 โดย ข้าว(-6.6%) อาหารทะเลแช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป (ไม่รวมกุ้ง) (-4.7%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-27.8%) น้ำตาล (-27.6%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 0.1 โดยคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-7.7%) น้ำมันสำเร็จรูป (-3.1%) อุปกรณ์และเครื่องประดับ (-25.4%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (0%) สหรัฐฯ (+0.5%) ญี่ปุ่น (-5.4%) ฮ่องกง (+1.2%) มาเลเซีย (+5.5%)

การนำเข้า

เดือนพหุศจิกายน 2556 มีมูลค่า 19,314.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของเครื่องจักรกล (-24.1%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-29.9%) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ (-30.6%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (-1.9%) ญี่ปุ่น (-38.2%) สหรัฐอาหรับฯ (+44%) สหรัฐฯ (+19.4%) และมาเลเซีย (-7.9%)

ระยะ 11 เดือนของปี 2556 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่า 231,997.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.22 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของน้ำมันดิบ (+32.5%) เคมีภัณฑ์ (+10.4%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-16.8%) จีน (+2.3%) สหรัฐอาหรับฯ (+6.8%) สหรัฐอเมริกา (+5.9%) และมาเลเซีย (+5.2%)

ดุลการค้า

เดือนพหุศจิกายน 2556 ขาดดุลการค้ามูลค่า 557 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
ระยะ 11 เดือนของปี 2556 (ม.ค.-พ.ย.) ขาดดุลการค้ามูลค่า 21,907.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนพหุศจิกายน 2556 อยู่ที่ 98.8 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าเกษตรกรรม หมวดอุตสาหกรรมการเกษตร และหมวดอุตสาหกรรม ร้อยละ 2, 0.2 และ 1.6 ตามลำดับ ในขณะที่หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนพหุศจิกายน 2556 อยู่ที่ 97.8 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของหมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง หมวดสินค้าเชื้อเพลิง ร้อยละ - 4.2, 3.2 และ 0.1 ตามลำดับ ขณะที่หมวดสินค้าทุน และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 และ 0.3 ตามลำดับ ▲



สถานการณ์ ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ธันวาคม 2556

ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนธันวาคมปรับตัวลดลง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 18,772.92 บาท ลดลงร้อยละ 2.19 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยราคาทองคำได้รับแรงกดดันจากรายงานตัวเลขเศรษฐกิจที่สำคัญของสหรัฐฯ ที่ออกมาดีส่งสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ทำให้ในช่วงกลางเดือนธันวาคม (17-18 ธันวาคม 2556) ที่ประชุมธนาคารกลางสหรัฐฯ มีมติปรับลดมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ลง 1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ จากเดิม 8.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐต่อเดือน เหลือ 7.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐต่อเดือน ส่งผลให้เงินเหรียญสหรัฐแข็งค่าขึ้น กระตุ้นนักลงทุนเทขายทองคำซึ่งเป็นสินทรัพย์ปลอดภัยและหันไปลงทุนเก็งกำไรในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูงอย่างตลาดหุ้นแทน นอกจากนี้ ในช่วงวันหยุดยาวของเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ปริมาณการซื้อขายทองคำลดลง ส่งผลให้ราคาทองคำปรับตัวลดลง

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนธันวาคมปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 107.83 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 106.06 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เนื่องจากในช่วงต้นเดือนราคาน้ำมันดิบปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ที่ปรับตัวลดลงในรอบ 3 เดือน อีกทั้ง ราคาน้ำมันได้รับแรงหนุนจากการปรับลดมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ของสหรัฐฯ นอกจากนี้ เศรษฐกิจสหรัฐฯ มีความแข็งแกร่งยังส่งผลให้ความต้องการพลังงานเพิ่มขึ้น ราคาน้ำมันจึงปรับเพิ่มขึ้นรับอุปสงค์ นอกจากนี้ ความไม่สงบในประเทศผู้ผลิตน้ำมันทั้งแอฟริกาและตะวันออกกลาง ก็เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น เนื่องจากความกังวลต่ออุปทานน้ำมัน

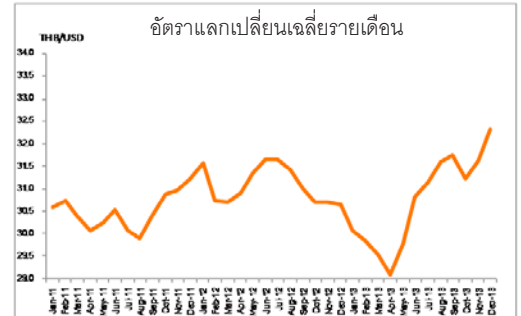
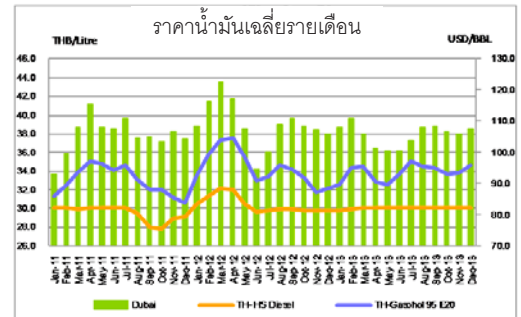
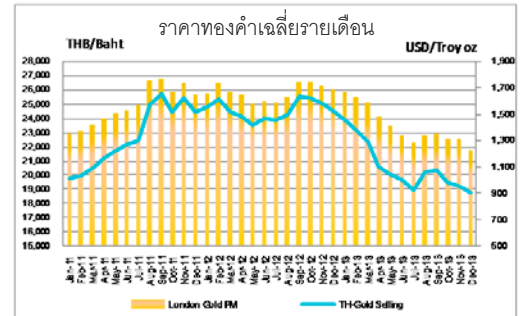
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนธันวาคมปรับตัวอ่อนค่าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 32.34 บาทต่อเหรียญสหรัฐ อ่อนค่าจาก 31.63 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากการปรับลดมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (QE) ของสหรัฐฯ ส่งผลให้เงินเหรียญสหรัฐแข็งค่าขึ้นกดดันค่าเงินบาท นอกจากนี้ ปัญหาการเมืองภายในประเทศที่ยังไม่มีทีท่าว่าจะคลี่คลายลงสร้างความไม่มั่นใจให้นักลงทุน ทำให้มีแรงเทขายหุ้นและพันธบัตรไทย

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,266.50 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,292.78 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากคณะกรรมการนโยบายข้าวแห่งชาติ (กขช.) ได้อนุมัติให้เปิดประมูลข้าวขาว 5% ใหม่ ผ่านตลาด AFET ผู้ประกอบการคาดว่าราคาประมูลข้าวขาวจะมีแนวโน้มสูงขึ้น จึงเร่งซื้อข้าวขาวมาเก็บในสต็อก ในขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ปรับตัวลดลงจาก 3,355 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 3,238.33 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากประเทศผู้นำเข้า เช่น สิงคโปร์ หันไปนำเข้าข้าวจากเวียดนามและกัมพูชาแทน รวมทั้งอินเดียและเวียดนามมีการผลักดันการส่งออกข้าวอีกด้วย สำหรับแนวโน้มเดือนมกราคม 57 คาดว่าราคาข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 อาจปรับตัวลดลง เพราะถูกแย่งตลาดส่งออกข้าว โดยเฉพาะข้าวคุณภาพสูงที่เวียดนามและกัมพูชามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ไทยถูกมองว่าคุณภาพข้าวด้อยลง

ยางพารา ราคาขายแผ่นดิบและยางแผ่นรมควันชั้น 3 (ไม่อัดก้อน) ณ ตลาดกลางยางพาราสงขลา เดือนธันวาคม 2556 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 73.51 บาท และ 76.91 บาท ตามลำดับ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายเร่งซื้อเพื่อส่งมอบก่อนที่จะสิ้นสุดการงดเก็บค่า Cess สิ้นเดือนธันวาคม 2556 นี้ ประกอบกับนักลงทุนมีมุมมองในทิศทางบวกว่าเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวทั่วโลก จะทำให้อุปสงค์ยางโดยรวมเพิ่มขึ้น สำหรับราคาขายยางในเดือนมกราคม 2557 คาดว่าจะปรับตัวลดลง เนื่องจากในหลายพื้นที่ปลูกยางของไทยมีฝนตกทิ้งช่วง ส่งผลให้อุปทานยางออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ประกอบกับนักลงทุนมีความกังวลเกี่ยวกับสต็อกยางของจีนที่มีอยู่จำนวนมาก ซึ่งจะกดดันให้ราคาขายยางปรับตัวลดลง



ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	พ.ย.-56	ธ.ค.-56	%Δ (MOM)	ม.ค.-ธ.ค. 55	ม.ค.-ธ.ค. 56	%Δ (YOY)
ข้าว : (THB/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,266.50	1,292.78	2.07	1,646.20	1,451.04	-11.85
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,355.00	3,238.33	-3.48	3,017.62	3,286.79	8.92
ยางพารา : (THB/Kg)						
แผ่นดิบ ชั้น3	72.14	73.51	1.90	93.83	77.45	-17.46
แผ่นรมควัน ชั้น3	74.39	76.91	3.38	96.98	80.24	-17.26
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/ Troy oz.)	1,275.82	1,223.04	-4.14	1,668.90	1,410.87	-15.46
ไทย (THB/Baht)	19,194.00	18,772.92	-2.19	24,577.35	20,539.07	-16.43
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
Dubai	106.85	107.82	0.91	109.01	105.67	-3.07
WTI	106.06	107.83	1.68	94.10	100.32	6.61
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	31.63	32.34	2.25	31.08	30.73	-1.15

ที่มา : CEIC



ร้อยรัก รวมใจ เด็กไทย AEC

“โลกเราหมุนไปไบนานี้
อนาคตคงมาบอรับไกล
จะเคลื่อนย้ายถ่ายเทเศรษฐกิจ
ทั้งสินค้า กายี สารพัน

แปรรูปผ่านกาลสมัย
เราคนไทยต้องก้าวไปให้เท่ากับ
สร้างชีวิตสร้างโอกาสให้สูงส่งดี
ล้วนรวมกันอยู่ที่ AEC”

จากบทประพันธ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าโลกของเราที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามกาลเวลาและยุคสมัย ปัจจุบันเป็นโลกแห่งยุคทองของระบบเศรษฐกิจที่เรียกกันว่ายุคทุนนิยม ซึ่งเป็นยุคที่ให้ความสำคัญของระบบเศรษฐกิจมาเป็นอันดับหนึ่ง เพราะประเทศจะพัฒนาได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับการแข่งขันของระบบเศรษฐกิจของประเทศนั้นเอง ดังนั้นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงมีการรวมกลุ่มในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจครั้งสำคัญที่เรียกว่า “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” ซึ่งมีประเทศไทยรวมอยู่ด้วย และสิ่งที่ตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือการแข่งขันที่สูงขึ้น แน่แน่นอนว่าผู้ที่เก่งที่สุดและพร้อมที่สุดเท่านั้นที่จะยืนอยู่ได้ หากเป็นเช่นนั้นแล้ว เราเด็กไทยยุคใหม่ผู้เป็นอนาคตของชาติจะนิ่งเฉยอยู่ก็คงไม่ได้ จะต้องปรับตัวและเตรียมความพร้อมอย่างไร เพื่อที่จะสามารถรับมือและเอาตัวรอดได้ในภาวะนี้ต่อไป

คำว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) หรือที่เราเรียกกันโดยทั่วไปว่า “AEC” เป็นประชาคม 1 ใน 3 ประชาคมหลักแห่งประชาคมอาเซียน ที่จัดตั้งขึ้นจากแนวความคิดอันเป็นผลมาจากการประชุมสุดยอดผู้นำแห่งอาเซียน 10 ประเทศสมาชิก ได้แก่ ไทย ลาว พม่า เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน การรวมตัวของทั้ง 10 ประเทศนี้เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน อาทิเช่น การทำธุรกิจ เศรษฐกิจ การนำเข้า และการส่งออก เป็นต้น โดยจุดประสงค์และเป้าหมายหลักของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็คือ เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของแต่ละประเทศอย่างเต็มที่ ในการผลิตสินค้าและบริการที่แต่ละประเทศมีความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้แต่ละประเทศต้องพัฒนาและแสดงศักยภาพของตนเองออกมาให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะได้เป็นเจ้าของสินค้าและบริการเหล่านั้น ตลอดจนมีการนำเข้าและส่งออกผลผลิตที่แต่ละประเทศผลิตไปยังประเทศในภูมิภาคโดยปราศจากปัญหาทางด้านความแตกต่างของกฎระเบียบทางการค้า พิธีการทางศุลกากรและอัตราภาษีที่สูงและทันทีที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเกิดขึ้น ต้นทุนสินค้าที่ไม่จำเป็นเหล่านี้จะไม่ถูกนำมาคำนวณเป็นราคาสำหรับผู้บริโภคต้องจ่ายอีกต่อไป

และในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 นี้อาเซียนจะมีสถานะเป็นเขตการค้าเสรี หรืออาเซียนมีตลาดและฐานการผลิตเดียวกันนั่นเอง เมื่อเป็นเช่นนี้ การเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานที่มีฝีมือย่อมโยกย้ายถ่ายเทอย่างเสรี ดังนั้นอนาคตที่หลายคนมองว่าสวยหรู

ก็ไมอาจเป็นเช่นนั้นอีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้วเด็กไทยยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้านั้น มักให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มากกว่าการศึกษาและการแสวงหาความรู้กับตน เมื่อการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้มีความสามารถมากกว่าย่อมได้เปรียบ “ปลาใหญ่กินปลาเล็กฉันใด ผู้ที่ด้อยฝีมือย่อมพ่ายแพ้ผู้ที่มีฝีมือฉันนั้น” วิชาชีพที่มีการเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล สถาปนิก วิศวกร นักบัญชี และนักสำรวจ

มีคำพูดที่กล่าวว่า “The English Language is the working language of ASEAN” โดยหมายถึงขณะนี้ภาษาอังกฤษคือภาษาที่ใช้กันเป็นภาษากลางของโลกและยังเป็นภาษาราชการของอาเซียนอีกด้วย และนี่อาจเป็นเหตุผลประการหนึ่งที่ว่า “ทำไมเด็กไทยต้องรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ AEC” ดังนั้นถ้าหากเราไม่รู้จักเตรียมตัว เราก็คงตามคนอื่นไม่ทัน เราก็คงเสียประโยชน์จากโอกาสต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านั้น เพราะบนเวทีนี้จะเป็นเวทีที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ถ้าไม่เก่งจริง ดีจริง ไม่มีคุณภาพจริงก็ยืนอยู่ไม่ได้ คนที่มาติดต่อกับเราเขาคาดหวังว่าเราจะไปพูดกับเขาด้วยภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษ และนี่คือปัญหาของประเทศไทยและเด็กไทยที่ภาษาอังกฤษค่อนข้างอ่อนแอ ความเปลี่ยนแปลงของอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้นทำทลายคุณทุกคน เรียกร้องความเป็นเลิศจากทุกคนต้องการความสามารถสูงสุดของทุกคนออกมาให้ได้ มีศักยภาพในตัวเองเท่าไรต้องพัฒนาให้สมบูรณ์ที่สุด ต้องพูดภาษาอังกฤษได้เพราะฉะนั้นทุกคนต้องปรับตัว ทุกคนจะต้องเรียนรู้ ทุกคนจะต้องเปลี่ยนเกียรติยศหน้า เด็กไทยสมัยใหม่อาจจะไม่เข้าใจว่าเปลี่ยนเกียรติยศคืออะไรเพราะสมัยนี้ขับเกียรติยศโตเมติกเปลี่ยนเกียรติยศว่าของไม่ได้แล้ว อยู่เกียรติ 1 ไม่ได้แล้ว เกียรติ 2 ก็ไม่ได้แล้ว เพราะเพื่อนเขาไปเกียรติ 4-5 กันแล้ว คือมันเร็วขึ้นเต็มมีเท่าในการที่จะวิ่งบนเวทีเพราะฉะนั้นทุกคนที่จะเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต้องเตรียมในทุก ๆ ด้าน

นอกจากทักษะทางภาษาและการสื่อสารที่เด็กไทยจะต้องรับรู้ เข้าใจ และพัฒนาให้พร้อมแล้วทักษะกระบวนการคิดก็เช่นกัน ซึ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าทักษะทางภาษาและการสื่อสาร เพราะทักษะกระบวนการคิดเป็นทักษะขั้นพื้นฐานที่จะนำไปสู่ด้านอื่น ๆ ต่อไป เมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทักษะกระบวนการคิดของเด็กไทยจะต้องพัฒนาให้มากขึ้น อันเนื่องมาจากเด็กไทยส่วนใหญ่

ยังขาดกระบวนการคิดเป็นต้นทุนเดิม คือ จะต้องเปิดโอกาสให้เด็กพูด คิด แสดงความเห็นมากขึ้น ควรต้องสอนหรือพูดให้น้อยลง เพื่อให้เด็กได้ฝึกคิดและแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง โดยครูมีส่วนสำคัญที่จะช่วยต่อยอดความคิดอย่างมีกระบวนการ เพื่อให้เกิดการจัดการกับปัญหาหรืออุปสรรคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเกิดเป็นพลังความเข้มแข็งในตัวตนเอง และเป็นทักษะกระบวนการคิดที่สุดยอดของเด็กแบบ I am I have I can ถ้าเด็กไทยทำได้เช่นนี้ เชื่อได้เลยว่าเด็กไทยก็ไม่แพ้ชาติใดในอาเซียนหรือชาติใดในโลก

ถึงแม้ว่า ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งจะได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับเตรียมความพร้อมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชนคนในชาติ ที่จะต้องช่วยกันคนละไม้คนละมือในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศ ด้วยการทำหน้าที่และบทบาทของตนให้ดีที่สุด ดังพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวตอนหนึ่งว่า “คนทุกคนมีภาระต้องทำ แม้เป็นเด็ก ก็มีภาระอย่างเด็ก คือ ศึกษาเล่าเรียน หมายความว่าต้องเรียนให้รู้วิชา ฝึกหัดทำการงานต่าง ๆ ให้เป็น อบรมขัดเกลาความประพฤติและความคิดจิตใจให้ประณีต ให้สุจริตแจ่มใสและเฉลียวฉลาดมีเหตุผล เพื่อจักได้เติบโตขึ้นเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถและมีประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง” หากเปรียบประเทศชาติเป็นยานพาหนะแล้วนั้น เศรษฐกิจก็จะเปรียบเสมือนเชื้อเพลิงชั้นเยี่ยมที่เป็นตัวกระตุ้นหรือขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว แต่ทว่าเพียงยานพาหนะและเชื้อเพลิงเท่านั้นแล้ว ก็เป็นการยากที่พาหนะนั้นจะขับเคลื่อนไปได้โดยปราศจากผู้ขับที่ ผู้ขับขึ้นที่นั่น ก็จะเป็นใครไปมิได้นอกจากพลเมืองของประเทศนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพลเมืองวัยเด็ก เพราะเด็กในวันนี้คือ ผู้ใหญ่ในวันหน้า ถ้าเด็กในวันนี้เป็นเด็กที่มีคุณภาพและมีความพร้อมที่จะรับมืออุปสรรคแล้วไซ้ ก็เป็นการง่ายที่ประเทศจะก้าวหน้าและพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว และจากที่กล่าวไปแล้วในช่วงต้นจึงเป็นข้อสรุปที่ว่า “ทำไมเด็กไทยต้องรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ AEC” แล้วคุณคิดว่า “คุณพร้อมแล้วหรือยัง?” กับการเป็นพลเมืองประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นนี้ **II**

นายคมสัน ภูสีเขียว โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น
รางวัลชนะเลิศประกวดเรียงความ “ทำไมเด็กไทยต้องรู้และเข้าใจเกี่ยวกับ AEC” ระดับมัธยมปลาย

