

TPSO JOURNAL

วารสาร สนค.

ปีที่ 5 ฉบับที่ 50 กันยายน 2558



ISSN 2408-2465



ความท้าทายของการค้าไทย...
จากนี้ถึงปี 2030

“วันนี้เราจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการ
เชื่อมโยงกับภาคเอกชน และบูรณาการ
กับภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวก
ในการทำธุรกิจและการค้า”

สินค้าทุเรียนสดไทย
ในตลาดจีน

การค้าระหว่างประเทศของไทย :
กรกฎาคม 2558

MOC
ZERO
CORRUPTION

วารสาร สนค. ฉบับนี้ ขอร่วมฉลองการเปิดตัวอย่างเป็นทางการของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของเรา ที่มาพร้อมโลโก้ใหม่ และภารกิจในการชี้นำเศรษฐกิจการค้าไทยให้ขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างมีหลักการ

นางอภิรดี ตันตราภรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้ให้เกียรติมอบนโยบายแก่ สนค. ในฐานะ “คลังสมอง” ของประเทศ ที่มีหน้าที่จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการค้าเชิงรุกของไทย เราจึงได้นำถ้อยแถลงของท่านที่กล่าวถึงบทบาทสำคัญของ สนค. มาถ่ายทอดอีกครั้งในคอลัมน์ Special Talk เพื่อเป็นตั้งเข็มทิศนำทางการทำงานแก่เหล่าข้าราชการ สนค. และแน่นอนว่าข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ถูกต้อง นำเชื่อถือและทันสมัยนี้ ย่อมจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทยเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ เราได้สรุปการสัมมนาหัวข้อ “ความท้าทายของการค้าไทยจากนี้ถึงปี 2030” มาให้ติดตามกันในคอลัมน์ Special Report โดยผู้ทรงคุณวุฒิในด้านเศรษฐกิจการค้าไทยมาร่วมกันคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจการค้าไทยในอีก 15 ปีข้างหน้าจะพัฒนาปรับเปลี่ยนไปในทิศทางใด อีกทั้งความท้าทายสำคัญที่รออยู่ ถือเป็นคาดการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนร่วมกันทำงานเพื่อประเทศชาติอย่างมีเป้าหมายมากขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการภาคเกษตร ฉบับนี้เรามีบทวิเคราะห์เกี่ยวกับ “ทุเรียน” มาฝากกัน โดยประเทศไทยเราถือเป็นผู้ผลิตและส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะในตลาดจีน ซึ่งยังเต็มไปด้วยโอกาสทางการค้า ขณะเดียวกันก็มีจุดอ่อนหรืออุปสรรคที่เราต้องช่วยกันฟันฝ่าแก้ปัญหา เพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกและขยายตลาด เพื่อครองแชมป์การเป็นผู้ส่งออก “ราชาแห่งผลไม้” ในตลาดจีนต่อไป

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Contents

วารสาร สนค. ปีที่ 5 ฉบับที่ 50 กันยายน 2558

“วันนี้เราจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการเชื่อมโยงกับภาคเอกชน และบูรณาการกับภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจและการค้า”	3
ความท้าทายของการค้าไทย...จากนี้ถึงปี 2030	4-5
สินค้าทุเรียนสดไทยในตลาดจีน	6-7
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย : กรกฎาคม 2558	10
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : สิงหาคม 2558	11
Global News	12

บรรณาธิการ

ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผู้จัดทำ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

563 ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687

Getting Around with TPSO

“เปิดตัวแล้วจ้า” สำหรับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) พร้อมโลโก้ใหม่ สดใส และมุ่งไปข้างหน้าอย่างมีหลักการ

วารสาร TPSO ฉบับเดือนกันยายนนี้ จึงเป็นการฉลองการเปิดตัวและแนะนำบทบาทภารกิจอย่างเป็นทางการของ TPSO เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2558 ภายใต้ชื่องาน “ฝ่าคลื่นความท้าทายทางการค้าเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยได้รับเกียรติจากท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นางอภิรดี ตันตราภรณ์) มาเป็นประธานในพิธีเปิดงาน ซึ่งท่านคาดหวังให้ TPSO เป็นหน่วยงานคลังสมองของ พณ. ในการเป็นเสาหลักเรื่องการจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการค้าเชิงรุกของประเทศไทย และจัดทำข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ถูกต้อง นำเชื่อถือ และทันสมัย โดยบุคลากรที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความรู้ ประสบการณ์ด้านการค้าอย่างมีหลักการ และในมุมมองที่หลากหลาย

นอกจากนี้ ในช่วงที่สองของงานมีการเสวนาในหัวข้อ “ความท้าทายของการค้าไทยจากนี้ถึงปี 2030” โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ นอกเหนือจาก ผอ.สนค. แล้ว ยังมี ดร.พจน์ อร่ามวัฒนานนท์ รองประธานกรรมการสภาหอการค้าฯ ดร.วิโรจน์ สันติประภพ ว่าที่ผู้ว่าฯ รพท. และ ดร.เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ ผู้อำนวยการวิจัย ด้านการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจ TDRI โดยเนื้อหาการเสวนาสามารถติดตามได้ในหัวข้อ Special Report ของเราในเล่มนี้ค่ะ



วันนี้เราจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการเชื่อมโยงกับภาคเอกชน และบูรณาการกับภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกใน การทำธุรกิจและการค้า

ดิฉันฝากความคาดหวังไว้กับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ซึ่งถือเป็นกรมน้องใหม่ของกระทรวงพาณิชย์ และจะมีบทบาทและภารกิจสำคัญในการเป็น “คลังสมอง” ของกระทรวงฯ ในการวางนโยบายด้านเศรษฐกิจการค้า เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในอนาคต ภารกิจของ สนค. ต่อจากนี้ จะท้าทายและหนักหน่วงยิ่งนัก แต่ดิฉันไม่ได้หวั่นใจเลย เพราะเห็นขนาดลวดว่าผู้บริหารและข้าราชการของ สนค. เป็นบุคลากรที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ มีความกระตือรือร้นที่จะทำงานด้วยความมุ่งมั่น อุตสาหะ และมีความมานะพยายาม เพื่อให้ผลมาของ สนค. เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ และทำให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมสูงสุดต่อประชาชนคนไทยในทุกระดับชั้น



แม้จะรับตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ไม่นาน แต่ท่านอภิรติ ดันตราภรณ์อดีตผู้บริหารในหลายภารกิจของกระทรวงพาณิชย์มายาวนาน ได้ให้ความสำคัญกับการตั้งหน่วยงานน้องใหม่ “สนค.” เป็นอย่างมาก โดยท่านได้มอบนโยบายให้แก่ สนค. ในงาน “แนะนำบทบาทภารกิจของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า” เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2558 ที่ผ่านมา เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานให้กับข้าราชการ สนค. ทุกคน

“ดิฉันมีความคาดหวังเป็นอย่างสูงกับ สนค. เพื่อจะดำเนินการตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด 3 ประการได้แก่

1) การจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการค้าของประเทศไทย หรือเป็น Think Tank เรื่องการค้า

งานของกระทรวงพาณิชย์มีทั้งการกำหนดและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เร่งด่วนที่ต้องผลักดันให้เห็นผลเป็นรูปธรรมโดยเร็ว โดยจัดทำแผนปฏิบัติการระยะสั้นและระยะกลาง และการกำหนดและขับเคลื่อน

ยุทธศาสตร์ที่จะวางรากฐานเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้เข้มแข็งและเติบโต ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการวางยุทธศาสตร์ในระยะยาว โดยการประสานงานและบูรณาการระหว่างแต่ละกรมภายในกระทรวงพาณิชย์ และร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอื่นๆ ตลอดจนสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) การเป็นหน่วยงานเสนาธิการ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การค้าในเชิงรุก และจัดทำข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายให้ทันทั่วถึง

การตัดสินใจกำหนดนโยบายเศรษฐกิจการค้า “ข้อมูล” เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นพื้นฐานของการวิเคราะห์ กำหนดนโยบายทิศทางการพัฒนาได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ดิฉันจึงมีความคาดหวังเป็นอย่างสูงให้ สนค. เป็นผู้นำเสนอข้อมูลที่ “ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และทันสมัย” ให้กับผู้บริหารกระทรวงฯ เพื่อกำหนดและขับเคลื่อนนโยบาย/ยุทธศาสตร์การค้า ยึดโยงนโยบายแห่งรัฐ นโยบายของกระทรวงฯ และการขับเคลื่อนแบบวันต่อวัน

3) การวางยุทธศาสตร์ Cluster และแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการค้าแบบ Cross Cutting Issues

โดยให้ความสำคัญกับ Cluster ที่โดดเด่นของรัฐบาล เช่น ยานยนต์และชิ้นส่วน เกษตรแปรรูปและอาหาร และสินค้า High-Tech และ IT แฟชั่น Lifestyle อัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน และเร่งสร้าง Roadmap ในการพัฒนาธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจบริการ เช่น โลจิสติกส์ Health and Beauty และการค้าปลีกและแฟชั่น เป็นต้น โดยต้องมีการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยที่เกี่ยวข้อง เร่งอำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาที่เป็นอุปสรรคทางการค้า แก้ปัญหาเรื่องบริการทางการเงิน พัฒนา SME เร่งส่งเสริมผู้ประกอบการ Start-Ups และส่งเสริมการใช้ e-Commerce บูรณาการกับนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ และการพัฒนาขีดความสามารถ

ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย

ภารกิจต่างๆ เหล่านี้ นับเป็นส่วนสำคัญในการตอบโจทย์ภาคส่วนต่างๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร ผู้ประกอบการภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป เช่น การยกระดับราคาสินค้าเกษตร สร้างรายได้ให้เกษตรกร พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) การดูแลแก้ปัญหาเรื่องค่าครองชีพ เร่งพัฒนาการค้าภาคบริการ ทั้งสินค้าบริการและการบริการต่อเนื่องจากธุรกิจต่างๆ การปรับปรุง พรบ. การแข่งขันทางการค้า พรบ. การนำเข้า-ส่งออก เป็นต้น ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญ คือต้องเปิดรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงแก้ไขการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ได้ดำเนินการให้ประชาชนและสังคมเข้าใจ รวมทั้งต้องมีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และไม่ก่อให้เกิดปัญหาใหม่ตามมา

ดิฉันเข้าใจใจค่ะ ภารกิจ สนค. ต่อจากนี้ จะท้าทายและหนักหน่วงยิ่งนัก แต่ดิฉันมั่นใจว่าผู้บริหารและข้าราชการ สนค. ทุกคนเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความกระตือรือร้นที่จะทำงานด้วยความมุ่งมั่น อุตสาหะ ประกอบกับ ดิฉันมีนโยบายให้ทุกหน่วยงานของกระทรวงพาณิชย์สนับสนุนการทำงานของ สนค. อย่างเต็มที่ด้วยแล้ว ดิฉันมั่นใจว่าผลงานของ สนค. จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ และเกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนคนไทยในทุกระดับชั้น”

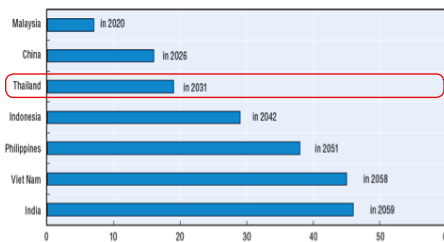
ผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงฯ มั่นใจใน สนค. ขนาดนี้ พวกเราชาว สนค. สัญญาว่าจะปฏิบัติงานด้วยความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ และพร้อมที่จะทุ่มเททำงาน เพื่อให้บรรลุความคาดหวังของท่านรัฐมนตรีภาคเอกชน และประชาชนชาวไทยอย่างสุดความสามารถ

ความท้าทายของการค้าไทย...

จากนี้ถึงปี 2030

ทำไมถึงปี 2030?

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development : OECD) ภาครณวิไว้ใน Economic Outlook for Southeast Asia, China and India 2014 : Beyond The Middle Income Trap ว่าในปี 2031 ประเทศไทยจะก้าวข้ามจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ตามรอยญี่ปุ่นเกาหลีใต้ และสิงคโปร์



(Source: OECD Development Centre)

รูปที่ 1: การคาดการณ์ best scenario ของ OECD สำหรับปีที่ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่จะก้าวข้าม Middle Income Trap¹

นอกจากนี้ การที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (ปี 2555-2559) จะสิ้นสุดในเดือนกันยายน พ.ศ.2559 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้วางเป้าหมายด้านเศรษฐกิจของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 สำหรับขับเคลื่อนประเทศระหว่างปี พ.ศ.2560-2564 ระบุว่าเมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ในปี 2564 (2021) ประเทศไทยจะ หลุดพ้นจาก Middle Income Trap การเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อประชากรต่อปี (GDP Per Capita) เพิ่มขึ้นเป็น 317,051 บาท (ประมาณ 96,000 ดอลลาร์สหรัฐ² อัตราแลกเปลี่ยน 33 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ²) ภายใต้เงื่อนไขทางเศรษฐกิจว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะขยายตัวได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 การลงทุนรวมโดยเฉลี่ยขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8 และการส่งออกขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 4 ต่อปี

แม้ว่า สศช. จะคาดการณ์ว่าไทยจะก้าวข้าม Middle Income Trap ในอีกประมาณ 6 ปีข้างหน้า ซึ่งเร็วกว่าการคาดการณ์ของ OECD ถึง 10 ปี แต่ สศช. ก็ยอมรับว่าการทำให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากการเป็นประเทศรายได้ปานกลางนั้นไม่่ง่าย เพราะถ้าคิดบนพื้นฐานว่า GDP ของประเทศโตได้ปีละร้อยละ 3.7 ก็ต้องขยายตัวต่อเนื่องกันในระดับนี้ไม่ต่ำกว่า 15 ปี ประเทศไทยจึงจะหลุดพ้น Middle Income Trap ได้ นอกจากนี้ เศรษฐกิจไทยยังเผชิญข้อจำกัดและอุปสรรคสำคัญที่ต้องเผชิญอีกหลายด้าน ทั้งจากปัจจัยภายในประเทศและในระดับโลก เช่น การหดตัวของประชากรวัยแรงงานของไทย การปรับโครงสร้าง



การผลิตอุตสาหกรรมที่ยังไม่ทันต่อสภาวะการแข่งขันในตลาดโลก ภาระงบประมาณที่เพิ่มขึ้นจากการดูแลประชากรผู้สูงอายุ และผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจโลก เป็นต้น

ข้อมูลเหล่านี้ จึงเป็นการจุดประเด็นคำถามสำหรับ สนค. ว่าในอีกประมาณ 15 ปีข้างหน้า เศรษฐกิจการค้าไทยจะมีการพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต การค้า การลงทุนในสินค้าและบริการ และมีประเด็นความท้าทายสำคัญๆ อะไรบ้าง

สนค. จึงใช้โจทย์นี้เป็นที่มาของหัวข้อการเสวนาเรื่อง “ความท้าทายของการค้าไทยจากนี้ถึงปี 2030” ในงานเปิดตัวและแนะนำบทบาทภารกิจของ สนค. อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2558 ที่ผ่านมา โดยได้รับเกียรติอย่างสูงจากผู้ทรงคุณวุฒิ 4 ท่าน ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในเรื่องเศรษฐกิจการค้าในแง่มุมต่างๆ เป็นอย่างดี ได้แก่ นายสมเกียรติ ตรีรัตนพันธ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ดร.พจน์

อร่ามวัฒนานนท์ รองประธานกรรมการสภาการค้าแห่งประเทศไทย ดร.วิโรท สันติประภพ ว่าที่ผู้จัดการธนาคารแห่งประเทศไทย และดร.เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ ผู้อำนวยการวิจัย ด้านการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) โดยวิทยากรทั้ง 4 ท่านได้ให้มุมมองความท้าทายทางเศรษฐกิจการค้าของไทยในปัจจุบันและอนาคตได้อ่างน่าสนใจ

อุปสรรคความท้าทายทางการค้าเป็น “คลื่น” ที่เราต้องฝ่า หรือมีลักษณะอย่างไร

ดร.วิโรท เห็นว่าภาคเศรษฐกิจการค้าของไทยกำลังเผชิญปัญหาที่ไม่ใช่เป็นแค่ “คลื่น” ที่มองเห็นเพียงผิวเผิน แต่อยู่ลึกลงไปในระดับโครงสร้างไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างประชากรของประเทศคู่ค้าไทยที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้สัดส่วนการบริโภคในสินค้าอุปโภคบริโภคน้อยลง กำลังการผลิตส่วนเกิน (Excess Supply or Excess Capacity) ซึ่งส่งผลต่อ

¹ข้อมูลอยู่บนพื้นฐานของเกณฑ์ World Bank สำหรับการจำแนกเศรษฐกิจ โดยประเทศที่มีรายได้สูงต้องมี GNI Per Capita มากกว่า 12,000 ดอลลาร์สหรัฐในปี 2013 อัตราการเติบโต ดัชนีราคาผู้บริโภค และอัตราแลกเปลี่ยนในการคาดการณ์นี้สอดคล้องกับ MPF-2014 และการคาดการณ์จำนวนประชากรอยู่บนพื้นฐานข้อมูลของ United Nations : UN

²จากข้อมูลของ World Bank ในปี 2014 ไทยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อประชากรต่อปี (GDP Per Capita) 5,560.7 ดอลลาร์สหรัฐ

ราคาสินค้าส่งออกให้ปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับราคาสินค้านำเข้า และประเด็นความได้เปรียบทางการค้าของไทยที่ลดลง เนื่องจากภาวะเบียดเบียนทางการค้าของประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในยุโรป ซึ่งมีข้อตกลงการค้าข้ามแดนระหว่างประเทศ ทำให้เกิดการเชื่อมต่อห่วงโซ่การผลิตในภูมิภาคกันเอง (Regionalization) ทำให้ต่อยอด Supply Chain กันได้ หรือกรณีสหรัฐอเมริกา มีการทำความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategy Economic Partnership Agreement : TPP) กับหลายประเทศ ถ้าไทยไม่วางยุทธศาสตร์ตรงนี้ให้ดีก็กระทบต่อการส่งออกได้

ปัญหาเรื่องการส่งออกเป็นเพียงปลายเหตุ ต้นทางจริงๆ เกิดจากการลงทุน โดยเฉพาะหลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ ต่อด้วยสถานการณ์การเมืองในประเทศ ทำให้ความมั่นใจของนักลงทุนหายไป การลงทุนของนักลงทุนต่างประเทศในช่วงหลัง ไม่ใช่การตั้งฐานการผลิตที่เป็นโครงการใหญ่ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และเคมีภัณฑ์ เหมือนที่ผ่านมา แต่มักเป็นการลงทุนต่อเนื่องจากการลงทุนที่มีอยู่แล้ว เช่น การขยายโรงงาน หรือเป็นเพียงอุตสาหกรรมเสริมจากสินค้าเดิม

ดร.พจน์ ให้ความเห็นว่า ที่ผ่านมามีไทยมีทั้งศักยภาพและความโชคดีในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ๆ โดย ณ ปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ในจุดการเปลี่ยนแปลงครั้งที่ 4 ที่เราต้องมองทั้งสามมิติคือเรื่องการบริการ การค้า และการลงทุน สิ่งที่ทำหายในตอนนี้ คือภาคการค้าไม่ได้ขยายเคลื่อนย้ายที่มีคุณภาพเพียงอย่างเดียว แต่ต้องรวมถึงการบริการในสินค้าด้วย ทั้งการกระจายสินค้า การจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย การบริการจุดเก็บสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ การเมืองระหว่างประเทศก็เป็นปัจจัยความท้าทายทางการค้า ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเรื่องมาตรการกีดกันทางการค้า (NTBs) การทำประมงผิดกฎหมาย (IUU) ปัญหาการค้ามนุษย์ และปัญหาแรงงานต่างด้าว ต่างสะท้อนว่ารูปแบบการค้ามีมาตรฐานสูงขึ้น

ดร.เดือนเด่น เห็นว่าคลื่นเศรษฐกิจที่ไทยกำลังเผชิญ เกิดขึ้นจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในประเทศ ที่สำคัญ คือความไม่ชัดเจนของการกำหนดโครงสร้างและนโยบายของไทย เช่น กระทรวงพาณิชย์ที่มีอำนาจและเครื่องมือในการดำเนินงานมาก แต่กรมภายในกระทรวงฯ มีภารกิจเชื่อมโยงการค้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งหาก สนค. สามารถบูรณาการภารกิจทั้งหมดให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นจากผลของการเจรจาการค้าและภาวะเบียดเบียนทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งผลักดันให้เกิดการเตรียมความพร้อมอย่างเป็นรูปธรรมได้ การค้าของไทยจะมีการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างมาก

ไทยจะต่อสู้กับความท้าทายเหล่านี้ได้อย่างไรบ้าง

ดร.วิโรท เห็นว่าในภาคการส่งออก ไทยควรขยายช่องทางไปยังตลาดอินเดียและแอฟริกามากขึ้น เพราะเป็นสังคมที่มีคนหนุ่มสาวมาก จึงมีแนวโน้มที่จะต้องการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคจากไทยมากกว่าตลาดหลัก นอกจากนี้ ต้องให้ความสำคัญกับการเพิ่ม

ประสิทธิภาพและมูลค่าในการผลิตด้วย สำหรับการผลักดันยุทธศาสตร์ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ จำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดผลได้จริง ต้องคิดว่า จะสร้างแรงจูงใจอะไรให้ผู้ที่เรายกให้ผลักดันนโยบายและยุทธศาสตร์ อะไรจะโน้มน้าวให้ภาคเอกชนเข้ามาช่วย ถ้าภาครัฐมองไม่เห็น ก็อาจจะให้ภาคเอกชนเข้ามาช่วยมองช่วยคิด หรือหากบางภารกิจ ภาคเอกชนอาจจะทำได้ดีกว่าภาครัฐ ก็อาจให้เอกชนเป็นผู้นำ เราต้องเปิดกว้างความคิด และต้องทำงานแบบ Backwards โดยเริ่มต้นจากเป้าหมายก่อน และคิดย้อนกลับมาว่าจะทำอย่างไรให้บรรลุเป้าหมายนั้น ต้องออกแบบแรงจูงใจอย่างไร

ดร.พจน์ ระบุว่าประเทศไทยต้องตัดสินใจให้ได้ว่าจะจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาด้านต่างๆ อย่างไร ภาคส่วนใดควรได้รับการส่งเสริมเป็นอันดับแรก เพราะแรงจูงใจระยะสั้นอาจจะไม่เพียงพอ ต้องสร้างแรงจูงใจระยะยาวด้วย เช่นเดียวกับความคิดของ **ดร.เดือนเด่น** ที่เน้นว่าการพัฒนาประเทศเพื่อให้ก้าวข้ามกับดักของประเทศรายได้ปานกลาง ภาครัฐต้องเป็นกลไกหลักในการจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาแต่ละภาคส่วน เพราะรัฐบาลไม่สามารถสนับสนุนภาคธุรกิจได้ทั้งหมด นอกจากนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ถูกต้อง เพียงพอ และมีการศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียด โดยใช้ข้อมูล Primary Data ควบคู่กับ Secondary Data เพื่อความแม่นยำ แต่ก็ต้องระมัดระวังความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ หากภาครัฐเข้ามาภาคธุรกิจก็จะผลักดันผิดไป อาจทำให้การพัฒนาหลงทาง และแะไปกว่าเดิมก็เป็นไปได้

การผลิต SME ไปสู่ตลาดโลกก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ซึ่งอาจทำได้โดยการส่งเสริมภาคบริการ อาทิ ธุรกิจค้าปลีก บริการสุขภาพ และบริการก่อสร้างให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ ด้วยการสนับสนุนให้ SME ไทย เปิดตลาดต่างประเทศไปพร้อมๆ กับธุรกิจของบริษัทขนาดใหญ่ อันจะเป็นการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าการค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ ผอ.สนค. เสริมว่าเราต้องให้ความสำคัญในการเปลี่ยน “ผู้ส่งออก” ให้เป็น “ผู้ค้า” คือมองให้ตลอดห่วงโซ่การค้า การทำธุรกิจจึงจะประสบความสำเร็จมากขึ้น เราต้องอยู่บนจุดจบของคลื่น ไม่ใช่อยู่ได้คลื่น

เครื่องยนต์ภาคบริการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ

ดร.วิโรท ชี้ว่าการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านบริการเป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยเฉพาะภาคบริการที่ต่อเนื่องจากการผลิต เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานยาวขึ้น เป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย เช่นเดียวกับ **ดร.เดือนเด่น** ที่ระบุว่าการลงทุนที่เข้ามาในภูมิภาคอาเซียนในปัจจุบันกว่าร้อยละ 60 เป็นการลงทุนภาคบริการ ในขณะที่ไทยมีข้อจำกัดเรื่องภาวะเบียดเบียนการลงทุนภาคบริการหลายอย่าง เช่น กฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว เป็นต้น ส่งผลให้การลงทุนจากต่างชาติในไทยส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคการผลิตมากกว่าภาคบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับกระแสการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในอาเซียน อีกทั้งภาคบริการด้านการธนาคารและการเงิน ยังมี Productivity ต่ำ ทำให้ต้นทุนของธุรกิจสูง และอาจส่งผลให้ธุรกิจปลายน้ำไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ ดังนั้น ไทยจึงควรพัฒนาภาค

บริการเพื่อมาสนับสนุนภาคการผลิตให้มีผลิตภาพสูงขึ้น (Modern Services) และเป็นภาคบริการที่สามารถส่งออกได้

ปัจจัยด้านแรงงาน

ดร.วิโรท เห็นว่าบุคลากรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานของไทยในปัจจุบันยังมีน้อย เราต้องสร้างแรงจูงใจ และอาจเปิดเสรีให้ต่างชาติเข้ามาทำงานในภาคส่วนที่แรงงานไทยยังไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น บุคลากรด้านการแพทย์ที่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี เพื่อใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นต้น รวมทั้งการกำหนดคนโยบายด้านเศรษฐกิจของภาครัฐบางเรื่อง ส่งผลให้เกิดการสร้างแรงงานหรือเคลื่อนย้ายแรงงานที่ไม่เหมาะสมต่อสภาพตลาด อาทิ การที่ภาคอุตสาหกรรมต้องการแรงงานที่มีทักษะและมีความคิดสร้างสรรค์ (Skilled and Initiative Labor) มากขึ้น แต่บางนโยบายกลับสนับสนุนให้แรงงานเลือกที่จะสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีในสาขาที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพียงเพื่อให้ได้ค่าแรงขั้นต่ำ คล้ายคลึงกับความเห็นของ **ดร.เดือนเด่น** ที่เห็นว่าบุคลากรที่สำเร็จการศึกษามากไม่ตรงกับความต้องการของตลาดภาคอุตสาหกรรม รวมทั้ง แรงงานไทยส่วนใหญ่ไม่ได้รับ Certificate ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ทำให้ไม่สามารถไปทำงานในต่างประเทศได้ ดังนั้นในระยะยาวต้องมีแผนการพัฒนาบุคลากรเพื่อสนองตอบตลาดแรงงานอย่างชัดเจน เพื่อให้ได้แรงงานที่มีความรู้และทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง และก่อให้เกิด Productivity อย่างเต็มที่

สนค. ควรมีบทบาทหน้าที่อย่างไรบ้าง

ดร.วิโรท เสนอว่าปัญหาของการกำหนดและผลักดันยุทธศาสตร์ที่ผ่านมา คือเราไม่ได้เน้นที่ Outcome เป็นหลัก และยังประสบปัญหาเรื่องการประสานการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกัน (Coordination Failure) สื่อสารกับภาคเอกชน และประชาชน ดังนั้น สนค. อาจปฏิบัติหน้าที่เป็นคลังสมอง แต่อาจไม่ต้องเป็นสมองเองทั้งหมด ควรทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมยุทธศาสตร์/นโยบาย/แผนงานจากหน่วยงานต่างๆ มาผลักดันให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและวัดผลได้จริง นอกจากนี้ อาจพิจารณาให้ทุนวิจัย หรือให้ภาคเอกชนช่วยคิดวิเคราะห์และแนะนำนโยบายเพื่อเป็นทางเลือกในการปฏิบัติงาน และเป็นการรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อให้การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างแท้จริง

ในวันเกิดชวปีแรก ชาว สนค. ได้เปิดมุมมองความท้าทายทางการค้าจากวิทยากรทั้ง 4 ท่านที่จุดประกายความคิดให้เริ่มต้นทำงานอย่างกระตือรือร้นได้มากขนาดนี้ ในอนาคต สนค. คงต้องขอความคิดเห็น ความรู้ และคำแนะนำจากภาคเอกชนและประชาชน อีกหลายครั้งแน่นอน เพราะเรา...จะเดินไปพร้อมกัน ○

สินค้าทุเรียนสดไทยในตลาดจีน

ทุเรียนเป็นพืชพื้นเมืองของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอินโดนีเซียมีความหลากหลายสายพันธุ์มากที่สุด สำหรับสายพันธุ์ที่นิยมบริโภคมากที่สุดในโลก ได้แก่ หมอนทอง ชะนี และก้านยาว ชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้ความสำคัญกับผลไม้ชนิดนี้เพราะมีเอกลักษณ์กลิ่น สีส และรสชาติเฉพาะตัว “ทุเรียน” ใต้รับการขนานนามให้เป็น “ราชาแห่งผลไม้ หรือ King of Fruits” นอกจากนี้ ทุเรียนยังจัดเป็นหนึ่งในพืชสวน 11 ชนิด ตามพระราชบัญญัติพืชพันธุ์พืช ซึ่งห้ามมิให้ผู้ใดส่งออก “พืชสวน” เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากรัฐมนตรี เพื่อประโยชน์ในการทดลอง หรือวิจัยในทางวิชาการเท่านั้น ผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสี่พันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ทั้งนี้ เนื่องมาจากเกรงว่าหากพันธุ์พืชที่ตีเหล่านี้ถูกนำไปปลูกในต่างประเทศและจะกลับมาเป็นคู่แข่งทางการค้าได้



ไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก โดยส่งออกทุเรียนสด ประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ในปี 2557 ไทยส่งออกทุเรียนสด มีมูลค่ารวม 387.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 59.31 โดยมีจีนเป็นตลาดหลักสำคัญของไทย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกทุเรียนสด คิดเป็น 160.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556

ตลาดส่งออกทุเรียนสดของไทย ปี 2556-2557

ประเทศ	มูลค่า : ล้านดอลลาร์		อัตราขยายตัว %		สัดส่วน %	
	2556	2557	2556	2557	2556	2557
จีน	142.99	160.92	11.89	12.54	58.82	41.55
ฮ่องกง	84.61	198.34	71.34	134.42	34.81	51.22
ไต้หวัน	6.34	10.16	-14.44	60.25	2.61	2.62
อินโดนีเซีย	4.41	8.86	-67.93	100.91	1.81	2.29
เวียดนาม	2.24	6.86	833.33	206.25	0.92	1.77
อื่นๆ	2.50	2.12	12.61	-15.2	1.03	0.55
รวม	243.09	387.26	21.09	59.31	100	100

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดจีน คือ มาเลเซีย โดยเฉพาะพันธุ์คุณยิตเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศจีนได้รับการขนานนามว่าเป็นราชาแห่งทุเรียนมาเลเซีย “Musang King” แต่ไม่มีการพัฒนาสายพันธุ์ รสชาติสู้ทุเรียนไทยไม่ได้ ผลผลิตจะออกสู่ตลาด 2 ช่วงคือ เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม และระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม แต่ละปี มาเลเซียผลิตทุเรียนได้ประมาณ 300,000 ตัน ส่วนใหญ่จะบริโภคในประเทศและส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียงคือ สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ทุเรียนมาเลเซียมีข้อจำกัดในการขนส่ง ทำให้โอกาสในการส่งออกทุเรียนสดของมาเลเซียไปตลาดจีนเป็นไปได้ยาก รวมไปถึงต้นทุนที่ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม จีน-มาเลเซีย ได้ทำ MOU ของสินค้าเกษตรตั้งแต่ปี 2555 โดยจีนอนุญาตให้นำเข้าทุเรียนสดจากมาเลเซียได้ สำหรับผู้ซื้อจะเป็นเฉพาะกลุ่มที่ประสงค์จะทานทุเรียนมาเลเซียสดจริงๆ โดยผู้ขายจะรับคำสั่งซื้อล่วงหน้า (Pre-Order) เพื่อสามารถควบคุมจำนวนและระยะเวลาในการขนส่งให้สั้นที่สุด เนื่องจากทุเรียนก่อนที่จะส่งมานั้นสุกมากแล้ว ดังนั้นระยะเวลาในการเก็บรักษาจะสั้นมาก รวมถึงต้องใช้เทคโนโลยีในการควบคุมความสดตลอดการขนส่งด้วย อันจะส่งผลให้ทุเรียนสดของมาเลเซียมีต้นทุนที่สูงขึ้น

ศักยภาพทุเรียนสด/แช่แข็งของไทยในตลาดจีน

ในปี 2557 ไทยส่งออกทุเรียนสด/แช่แข็งไปจำหน่ายในตลาดจีน สัดส่วนร้อยละ 41.55 ของปริมาณการส่งออกทุเรียนสดทั้งหมด ถึงแม้ว่าจีนจะมีฐานะเป็นประเทศคู่แข่งในตลาดผลไม้ แต่ขณะเดียวกันก็เป็นผู้บริโภครายใหญ่และหลายมณฑลยังเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าไทยได้เป็นอย่างดี ผลไม้ที่ได้รับความนิยมนอกจากทุเรียนแล้ว ยังมีลำไยมังคุด กัลยไช้ ซึ่งวางจำหน่ายทั่วไปในซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่จนถึงร้านขายผลไม้ขนาดเล็ก จีนมีข้อตกลงอนุญาตให้ไทยนำเข้าผลไม้ได้ 23 ชนิดคือ กัลยไช้ มะเฟือง ส้มโอ ส้ม มะพร้าว น้อยหน่า ฝรั่ง ขนุน ลองกอง มะละกอ เสาวรส ชมพู เงาะ ละมุด สละ มะขาม ส้มเขียวหวาน สับปะรด มะม่วง ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ และมังคุด โดยจะต้องมีฉลากและระบุข้อความ

ตามข้อกำหนด คือ Fruit type, Origin และ Export to the People's Republic of China และข้อกำหนดในการนำเข้าผลไม้เขตร้อนของไทย 5 ชนิดตามพิธีสารความร่วมมือด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชระหว่างไทยกับจีน คือ มะม่วง ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ และมังคุด ซึ่งจะต้องปลอดจากศัตรูพืชที่ควบคุมของจีน (Regulated Pests) และมีเงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติ เช่น ต้องมาจากแปลงปลูกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (GAP) และมาจากโรงคัดบรรจุที่ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานตามระบบการผลิตที่ดี (GMP)

การวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านกลยุทธ์การตลาด

จุดอ่อน (Weaknesses)	จุดแข็ง (Strengths)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลผลิตทุเรียนส่งออกสู่ตลาดพร้อมกันเกิดการกระจุกตัว ทำให้ราคาต่ำลง 2. สถาบันเกษตรกรขาดความรู้ด้านบริหารจัดการขาดเงินทุนสนับสนุน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สภาพภูมิอากาศ/ภูมิประเทศเอื้อต่อการเพาะปลูกโดยเฉพาะภาคตะวันออกและภาคใต้ ทำให้ไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของโลก 2. ภาครัฐและเกษตรกรมีการพัฒนาสายพันธุ์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องทำให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตทุเรียนนอกฤดู เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ 3. ภูมิประเทศของไทยตั้งอยู่ตรงกลางของกลุ่มประเทศ CLMV ทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมของภูมิภาครวมทั้งการส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง 4. มีคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์ผลไม้ และแก้ไขปัญหาต่างๆ
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. จีนเป็นตลาดส่งออกผลไม้ที่สำคัญของไทย หลังจากการเปิดเสรีการค้าผักและผลไม้ตามพิธีการค้าเสรีการค้าการทรมวที่ 07-08 ระหว่างไทย-จีน ในกรอบ FTA ASEAN-จีน และการลดภาษีนำเข้าผลไม้เหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี 2003 ทำให้ไทยได้รับประโยชน์อย่างมากในการขยายปริมาณการส่งออกผลไม้เมืองร้อนไปยังตลาดจีน 2. การพัฒนาเส้นทางการขนส่งทางบก โดยใช้เส้นทาง R3a R9 และ R12 ผ่านด่านการค้าชายแดนฝางเสียง มณฑลกว่างซี และกระจายผลไม้ต่อไปยังมณฑลเจ้อเจียง มณฑลเจียงซู และนครเซี่ยงไฮ้ ผลไม้ไทยจะถูกนำมาที่ตลาดกลางผลไม้เจียงหนาน (กวางโจว) ตลาดหลงอู๋ (เซี่ยงไฮ้) และตลาดวินฟาดี้ (ปักกิ่ง) ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าส่งสำหรับกระจายไปยังมณฑลและเมืองอื่นๆ ของจีนต่อไป ทางทะเล ส่วนใหญ่จะนำเข้าผ่านทาง ฮองกง-เซินเจิ้น-กวางโจว และนครเซี่ยงไฮ้ ล่าสุดท่าเรือฝางเฉิงก่างได้รับอนุมัติให้เป็นด่านนำเข้าผลไม้อย่างเป็นทางการจากสำนักงานควบคุมคุณภาพตรวจสอบและกักกันโรคแห่งชาติจีน (AQSIQ) ซึ่งท่าเรือดังกล่าว เป็นด่านนำเข้าสินค้าสุกกว่างซีและพื้นที่ภาคตะวันออกของจีน และมีท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศไทย จึงประหยัดเวลา/ค่าขนส่งสามารถรักษาความสดใหม่และขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การขนส่งทางทะเลถึงแม้จะมีต้นทุนต่ำ และขนส่งได้ในปริมาณมาก แต่กองเรือที่ให้บริการขนส่งมีเพียงไม่กี่รายและเป็นของต่างชาติทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจในการต่อรองต่ำ และต้นทุนสินค้ามีไม่เพียงพอในช่วงที่มีการส่งออกมาก 2. การค้าผลไม้กับจีนยังคงเป็นระบบฝากขาย (Consignment) ผลไม้ไทยต้องอยู่ภายใต้กลไกที่ผู้ประกอบการจีนเป็นผู้กำหนดประเภทผลไม้และราคาซื้อ-ขาย ทำให้ผู้ส่งออกไทยไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาในตลาด ตลอดจนภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งผู้รับฝากขายจะหักออกจากยอดขาย 3. ผู้ส่งออกไทยไม่สามารถเข้าไปตั้งร้านค้าจำหน่ายผลไม้ได้โดยตรงต้องผ่านผู้นำเข้าในประเทศจีนและต้องมีใบอนุญาต (Import License) 4. การเข้ามาทำธุรกิจทุเรียนของพ่อค้าต่างชาติในไทย โดยไม่ได้จดทะเบียนธุรกิจการค้าและเสียภาษี ทำให้เป็นการเอาเปรียบและเกิดการแข่งขันทางธุรกิจไม่เป็นธรรม 5. การส่งออกทุเรียนไทยพึ่งพาดตลาดจีนเป็นหลักการถูกกีดกันด้วยมาตรการสุขอนามัย ทำให้อำนาจการต่อรอง (Bargaining Power of Buyers) ของผู้ส่งออกไทยมีน้อยมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ควบคู่กับวิจัยความต้องการของตลาด รสนิยมของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของระบบการค้า รวมทั้งการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ ช่องทางการขนส่งและการกระจายสินค้าในประเทศจีน
2. พัฒนาการผลิตทุเรียนนอกฤดู การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ การรับรองคุณภาพ และการแปรรูปเพื่อยืดอายุแบบ Fresh Chill / การเก็บรักษาขณะขนส่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
3. การขยายตลาดด้วยการส่งเสริมการบริโภคผลไม้สดชนิดใหม่ทดแทนผลไม้เดิม ซึ่งจีนยังไม่สามารถผลิตได้หรือผลิตได้แต่คุณภาพด้อยกว่าของไทย เช่น ชมพู ฝรั่ง สับปะรด กล้วยไข่ น้อยหน่า และขนุน เป็นต้น ซึ่งผลไม้เหล่านี้มีศักยภาพในการทำตลาดในประเทศจีนทั้งในตลาดบน และตลาดล่าง
4. การขยายตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาด ด้วยการจัด Thai Fruit Fair ในหลายๆ มณฑลอย่างต่อเนื่อง โดยให้ผู้เข้าชมชิมผลไม้สดตามฤดูกาล และผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปต่างๆ พร้อมทั้งเพิ่มการให้การศึกษาและข้อมูลแก่ผู้บริโภค
5. ภาครัฐควรจะต้องเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพของทุเรียนไทย เพื่อให้ไทยรองรับความเป็นผู้นำ รวมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย ○



¹ยุทธศาสตร์การพัฒนาองเรือพาณิชย์ไทย สำนักส่งเสริมการขนส่งทางน้ำและการพาณิชย์

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจของไทย เดือนกรกฎาคม ปี 2558 ในภาพรวมชะลอตัว เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา ตามการชะลอตัวของภาคบริการและการลงทุนภาคเอกชน ตลอดจนภาคการส่งออกตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่มีความเปราะบาง อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจของไทยยังมีภาคการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของภาครัฐเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนกรกฎาคม 2558 ยังอยู่ในเกณฑ์ดีและมีเสถียรภาพ โดยอัตราการว่างงานสูงขึ้นเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 1.0 ของกำลังแรงงานรวม อัตราเงินเฟ้อทั่วไปหดตัวร้อยละ 1.1 ตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิงและการปรับลดค่าไฟฟ้า สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมิถุนายน 2558 อยู่ที่ร้อยละ 42.4 ซึ่งถือว่าสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือไม่เกินร้อยละ 60.0 **เสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** เดือนกรกฎาคม 2558 อยู่ในระดับมั่นคงและสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ สะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูงที่ 156.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนกรกฎาคม 2558 ยังได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวในอัตราสูงที่ร้อยละ 38.0 ซึ่งสะท้อนได้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยมีความแข็งแกร่ง และเป็นแรงสนับสนุนที่สำคัญของเศรษฐกิจไทย สำหรับภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมยังคงชะลอตัว โดยดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและดัชนีราคาสินค้าเกษตร หดตัวร้อยละ 9.9 และ 6.3 ตามราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกที่ราคาทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ อาทิ ข้าวและยางพารา ส่วนดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวลงร้อยละ 5.3 ตามภาวะเศรษฐกิจโลก

การบริโภคภาคเอกชน เดือนกรกฎาคม 2558 ชะลอตัวลง เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า สะท้อนได้จากยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ หดตัวร้อยละ 1.7 ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งและยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ หดตัวลงเช่นกัน ที่ร้อยละ 25.1 และ 23.2 ตามลำดับ การใช้จ่ายใช้สอยของประชาชนลดลงเนื่องจากมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวชัดเจนและมีความเปราะบาง อย่างไรก็ตาม ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD ยังคงขยายตัวเล็กน้อย ที่ร้อยละ 1.4

การลงทุนภาคเอกชน เดือนกรกฎาคม 2558 ในภาพรวมชะลอตัวลง ตามการลดลงของการลงทุนภาคเอกชนในหมวดก่อสร้าง สะท้อนได้จากยอดจำหน่ายปูนซีเมนต์ที่ลดลงร้อยละ 2.0 ขณะที่ยอดการจัดเก็บภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวร้อยละ 8.8 สำหรับหมวดเครื่องมือเครื่องจักรลดลงเช่นกัน โดยยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์และปริมาณนำเข้าสินค้าทุนหดตัวร้อยละ 3.1 และ 22.1 ตามลำดับ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจ ○

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ

ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย	Real GDP (%y-o-y)	
	ม.ค.-ก.ค. 2558	ปี 57	Q2 ปี 58
ไทย	-0.85	0.9	2.8
มาเลเซีย	1.4	6.0	4.9
ฟิลิปปินส์	2.1	6.1	5.6
สิงคโปร์	-0.4	2.9	1.8
อินโดนีเซีย	6.9	5.0	4.7
เวียดนาม	0.9	6.0	6.4
อินเดีย	5.2	7.1	-
จีน	1.3	7.4	7.0

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 57	ปี 58			
		Q1	Q2	มิ.ย.	ก.ค.
Real GDP (%y-o-y)					
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	0.9	3.0	2.8	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ					
ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้าน USD)	14.2	8.2	1.1	0.9	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	157.1	156.3	160.3	160.3	156.9
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	1.9	-0.5	-1.1	-1.1	-1.1
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	1.6	1.5	-1.0	-0.9	0.9
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	46.1	43.3	42.4	42.4	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.8	0.9	0.9	0.8	1.0
การส่งออก-นำเข้า (%y-o-y)					
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	-0.4	-4.7	-5.0	-7.9	-3.6
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	-9.0	-6.4	-9.4	-0.2	-12.7
อุปทาน (%y-o-y)					
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	0.5	-3.7	-8.7	-5.4	-9.9
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-6.2	-7.2	-5.8	-4.6	-6.3
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	-4.6	-5.3	-7.5	-7.7	-5.3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	-6.7	23.1	37.6	53.1	38.0
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)					
ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่	0.4	1.0	1.8	5.3	-1.7
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	-41.4	-12.5	-27.3	-35.4	-25.1
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	-14.3	10.9	-2.9	12.5	-23.2
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	1.5	10.8	2.0	6.5	1.4
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)					
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	-2.9	0.9	2.1	6.0	-22.1
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-26.8	-11.3	-17.3	-4.5	-3.1
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	-2.3	7.3	1.7	4.9	8.8
ยอดขายปูนซีเมนต์	-3.2	-2.5	-0.2	3.1	-2.0



ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

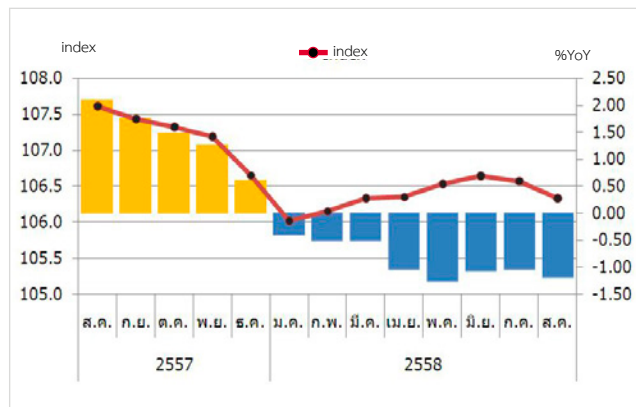
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนสิงหาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 106.33 เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2558 ดัชนีลดลงร้อยละ 0.23 และเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2557 ลดลงร้อยละ 1.19 จากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญ ได้แก่ น้ำมันดีเซล และกลุ่มแก๊สโซฮอล์ รวมทั้งราคาก๊าซหุงต้มที่ปรับตัวลดลงจากมติปรับลดราคาขายปลีกก๊าซแอลพีจีของคณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน และการปรับตัวลดลงของราคาอาหารสด ตามปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมากเพียงพอต่อการบริโภค ขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (ไม่รวมกลุ่มราคาอาหารสดและพลังงาน) ยังคงขยายตัวสูงขึ้นที่ร้อยละ 0.89 สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคเทียบเฉลี่ย 8 เดือน (มกราคม-สิงหาคม 2558) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ลดลงร้อยละ 0.89

สำหรับภาคการถ่านหินเพื่อปี 2558 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 0.6-1.3

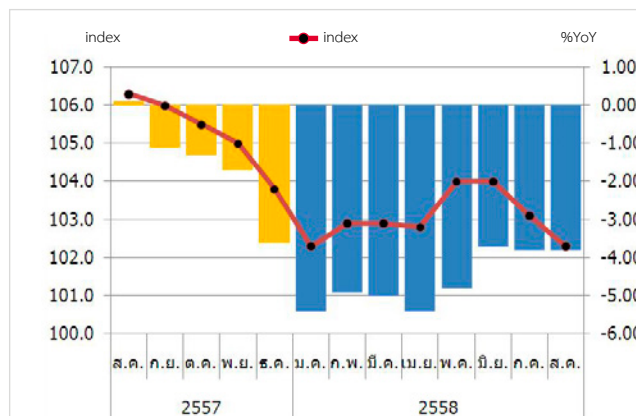
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนสิงหาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 102.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนลดลงร้อยละ 3.8 จากการลดลงของหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมร้อยละ 5.2 ตามการลดลงของราคาหมวดผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบร้อยละ 0.5 หนังกุ้ง ผลิตภัณฑ์หนังและรองเท้าร้อยละ 0.1 ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ร้อยละ 0.1 ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมร้อยละ 30.6 เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เคมีร้อยละ 3.5 ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกร้อยละ 4.4 โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะร้อยละ 4.1 เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 2.2 สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ ร้อยละ 0.2 ส่วนหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ดัชนีราคาสูงขึ้น ได้แก่ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอร้อยละ 0.4 เยื่อกระดาษ ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์ร้อยละ 1.5 ผลิตภัณฑ์โลหะร้อยละ 0.3 เครื่องจักร ส่วนประกอบและอุปกรณ์ร้อยละ 0.1 ยานพาหนะ และอุปกรณ์ร้อยละ 0.1 หมวดผลผลิตจากเหมือง ดัชนีราคาถ่านหินร้อยละ 0.2 ตามการลดลงของลิกไนต์ ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติร้อยละ 1.1 แร่โลหะและแร่อื่นๆ ร้อยละ 0.4 ขณะที่หมวดผลผลิตเกษตรกรรมที่ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 3.3 ตามการสูงขึ้นของผลผลิตการเกษตรร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้าดัชนีราคาผู้ผลิตลดลงร้อยละ 0.8 เฉลี่ยช่วงเดือน (มกราคม-สิงหาคม 2558) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ดัชนีราคาถ่านหินร้อยละ 4.6

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนสิงหาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 119.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 5.6 ซึ่งดัชนีราคาที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ หมวดซีเมนต์ลดลงร้อยละ 3.7 หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตลดลงร้อยละ 0.8 หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กลดลงร้อยละ 16.5 หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปาลดลงร้อยละ 5.5 และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ ลดลงร้อยละ 2.5 เนื่องจากต้นทุนด้านพลังงานและวัตถุดิบลดลงตามราคาปิโตรเลียม ราคาเหล็กในตลาดโลกลดลงตามราคาแร่เหล็ก หมวดดัชนีราคาที่สูงขึ้นได้แก่ หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ สูงขึ้นร้อยละ 0.7 หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง ได้แก่ หมวดกระเบื้อง หมวดวัสดุนิยมนิย และหมวดสุขภัณฑ์ เนื่องจากการก่อสร้างชะลอตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน ผู้ประกอบการภาคก่อสร้างมีทรัพย์สินที่ขายออกการลงทุนโครงการใหม่ โดยนโยบายเพิ่มยอดขายจากโครงการเดิมและเร่งให้มีการโอนกรรมสิทธิ์มากขึ้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้าดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวลดลงร้อยละ 0.5 และเฉลี่ยเดือน (มกราคม-สิงหาคม 2558) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ลดลงร้อยละ 4.4 ○

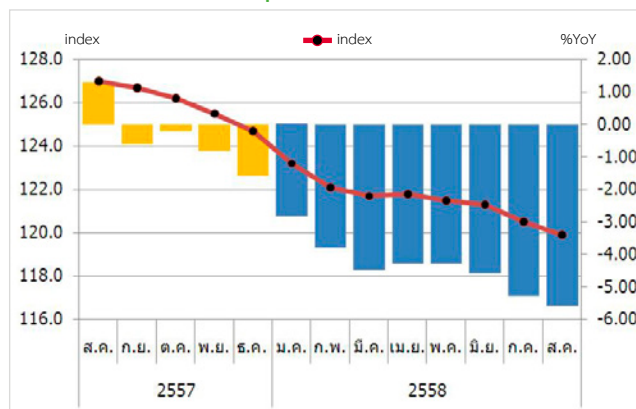
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2553 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ที่มา : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

การค้าระหว่างประเทศของไทย : กรกฎาคม 2558

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า		การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	กรกฎาคม 58	ม.ค.-ก.ค. 2558	กรกฎาคม 58	ม.ค.-ก.ค. 2558
ส่งออก	18,223	125,078	-3.56	-4.66
นำเข้า	17,452	120,835	-12.73	-8.64
ดุลการค้า	770	4,243		

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 58

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์และส่วนประกอบ	2,306	6.8	12.7	สหรัฐอเมริกา	2,056	1.7	11.3
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	1,405	-8.4	7.7	จีน	2,036	-1.6	11.2
น้ำมันสำเร็จรูป	833.0	-9.8	4.6	ญี่ปุ่น	1,724	-9.4	9.5
เม็ดพลาสติก	733.4	-10.0	4.0	มาเลเซีย	910	-16.8	5.0
อัญมณีและเครื่องประดับ	684.6	12.5	3.8	ฮ่องกง	886	-1.5	4.9

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 58

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
น้ำมันดิบ	1,795	-24.9	10.3	จีน	3,589	10.7	20.6
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,648	-13.6	9.4	ญี่ปุ่น	2,611	-12.7	15.0
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,318	-2.1	7.6	สหรัฐอเมริกา	1,041	-33.3	6.0
เคมีภัณฑ์	1,137	-13.0	6.5	มาเลเซีย	1,039	1.7	6.0
เครื่องเพชรพลอยอัญมณี เงินทองคำ	1,122	60.3	6.4	อินโดนีเซีย	711	-1.9	4.1

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	พ.ค. 58	มิ.ย. 58	ก.ค. 58	ก.ค. 58	ม.ค.-ก.ค. 58
ส่งออก	0.1	0.1	-0.6	-2.5	-1.8
นำเข้า	0.8	0.2	-0.9	-10.4	-10.3

หมายเหตุ มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ

การส่งออก

เดือนกรกฎาคม 2558 มีมูลค่า 18,223 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.56 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 5.1 โดยข้าว (-22.8%) น้ำตาล (-14.1%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-17.3%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-7.1%) ผัก ผลไม้สดแช่แข็งกระป๋องและแปรรูป (-10.5%) ไม้สดแช่แข็งและแปรรูป (-2.0%) ในขณะที่ยางพารา (+18.5%) สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญภาพรวมลดลงร้อยละ 2.6 โดยคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-8.4%) น้ำมันสำเร็จรูป (-9.8%) เม็ดพลาสติก (-7.5%) ในขณะที่รถยนต์และอุปกรณ์ (+6.8%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (+1.7%) จีน (-1.6%) ญี่ปุ่น (-9.4%) มาเลเซีย (-16.8%) ฮ่องกง (-1.5%)

ระยะ 7 เดือนของปี 58 (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่า 125,078 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.66 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.2 โดยยางพารา (-21.7%) ข้าว (-8.9%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-13.5%) น้ำตาล (-1.6%) ผัก ผลไม้สดแช่แข็งและแปรรูป (-0.7%) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (+14.7%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญภาพรวมลดลงร้อยละ 3.2 โดยคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-2.1%) น้ำมันสำเร็จรูป (-20.6%) เม็ดพลาสติก (-10.7%) อัญมณีและเครื่องประดับ (-2.4%) ในขณะที่ยานยนต์และอุปกรณ์ (+1.6%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (-3.7%) จีน (-6.3%) ญี่ปุ่น (-7.0%) ฮ่องกง (-9.2%) และมาเลเซีย (-16.6%)

การนำเข้า

เดือนกรกฎาคม 2558 มีมูลค่า 17,452 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 12.73 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-24.9%) เครื่องจักรกล (-13.6%) เคมีภัณฑ์ (-13.0%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-2.1%) ในขณะที่เหล็ก (+2.2%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+10.7%) ญี่ปุ่น (-12.7%) สหรัฐอเมริกา (-33.3%) มาเลเซีย (+1.7%) อินโดนีเซีย (-1.9%)

ระยะ 7 เดือนของปี 58 (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่า 120,835 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 8.64 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-37.2%) เครื่องจักรกล (-9.8%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (-8.0%) เคมีภัณฑ์ (-5.0%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-1.0%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+8.6%) ญี่ปุ่น (-10.2%) สหรัฐอเมริกา (+4.3%) มาเลเซีย (+2.7%) และสหรัฐอเมริกา (-26.9%)

ดุลการค้า

เดือนกรกฎาคม 2558 ไทยเกินดุลการค้ามูลค่า 770 ล้านเหรียญสหรัฐ
ระยะ 7 เดือนของปี 58 (ม.ค.-ก.ค.) ไทยเกินดุลการค้ามูลค่า 4,243 ล้านเหรียญสหรัฐ

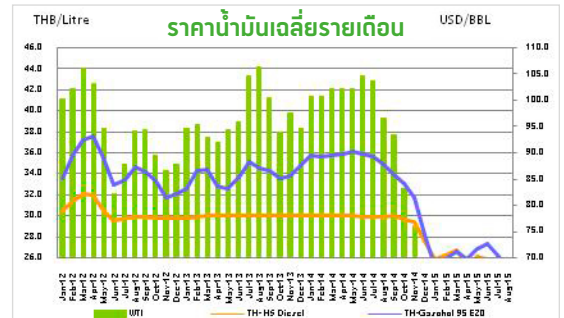
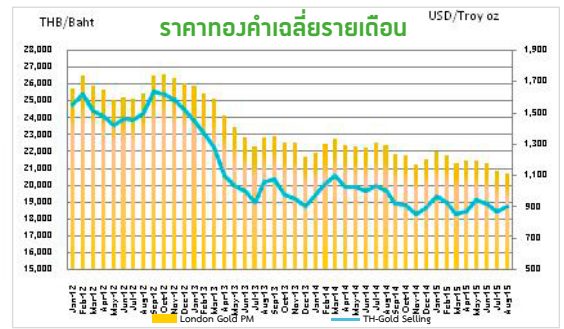
ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกรกฎาคม 2558 อยู่ที่ 96.6 (ปี 2555 = 100) ลดลงร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคาส่งออกทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 1.5 หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิงลดลงร้อยละ 9.7 หมวดสินค้าเกษตรกรรมลดลงร้อยละ 2.5 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ลดลงร้อยละ 5.9

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกรกฎาคม 2558 อยู่ที่ 87.4 (ปี 2555 = 100) ลดลงร้อยละ 10.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคานำเข้าทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าเชื้อเพลิงลดลงร้อยละ 34.3 หมวดสินค้าทุนลดลงร้อยละ 3.5 หมวดสินค้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปลดลงร้อยละ 4.9 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภคลดลงร้อยละ 2.1 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งลดลงร้อยละ 8.0 ○

สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : สิงหาคม 2558



ราคากองคำ

ราคาทองคำเดือนสิงหาคมโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 18,722 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.63 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ราคาทองคำปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากได้รับแรงหนุนจากค่าเงินบาทอ่อนค่า (อ่อนค่าสู่ระดับ 35 บาทต่อดอลลาร์) โดยการอ่อนค่าของเงินบาทเป็นไปตามกลไกตลาดภูมิภาค เนื่องจากตลาดยังไม่มั่นใจต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของจีน นอกจากนี้ การพุ่งขึ้นของราคาทองคำโลกหลังเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าจากที่ตลาดคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) จะไม่รีบปรับขึ้นดอกเบี้ยในเร็ว ๆ นี้ เนื่องจากความวิตกกังวลเกี่ยวกับอัตราเงินเฟ้อของสหรัฐฯ ที่ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนสิงหาคมปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 42.84 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ลดลงจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 51.14 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ราคาน้ำมันดิบปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องจากความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงหลังตลาดหุ้นจีนปรับตัวลดลงอย่างรุนแรง รวมถึงความกังวลต่ออุปทานส่วนเกินที่เพิ่มขึ้นจากผู้ผลิตในกลุ่มโอเปกและสหรัฐฯ ที่ไม่มีแนวโน้มว่าจะลดกำลังการผลิตลงถึงแม้ว่าราคาน้ำมันดิบจะอยู่ในภาวะตกต่ำก็ตาม

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนสิงหาคมอ่อนค่า โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 35.43 บาทต่อเหรียญสหรัฐ อ่อนค่าจาก 34.31 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยค่าเงินบาทอ่อนค่าตามค่าเงินทั้งภูมิภาค หลังธนาคารกลางจีนปรับลดคาดการณ์ค่าเงินหยวนให้อ่อนค่า เนื่องจากมองว่านโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ ต้องมีการใช้นโยบายอื่นเพิ่มเติม เช่น นโยบายทางการเงิน เป็นต้น จึงทำให้นักลงทุนต่างชาติทยอยขายเงินสกุลภูมิภาคและเข้าถือครองสินทรัพย์ปลอดภัย ส่งผลให้ค่าเงินบาทในระยะนี้อ่อนค่าระยะสั้นๆ จากปัจจัยดังกล่าว นอกจากนี้ ความวิตกกังวลของนักลงทุนเกี่ยวกับเหตุการณ์ระเบิดที่เกิดขึ้นที่แยกราชประสงค์เมื่อช่วงกลางเดือนที่ผ่านมา ทำให้นักลงทุนทยอยขายเงินบาท จากความเชื่อมั่นต่อประเทศและเศรษฐกิจที่ลดลง โดยค่าเงินบาทได้ปรับตัวอ่อนค่ามากที่สุด

สินค้านำเข้า

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวลดลงจากเดือนกรกฎาคม 2558 จากราคา 1,209.52 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,187.22 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากปริมาณและความต้องการของตลาดต่างประเทศลดลง การซื้อขายมีไม่มาก ประกอบกับปัญหาทางเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว กำลังซื้อของประเทศคู่ค้าโดยเฉพาะแอฟริกาลดลง สาเหตุรายได้จากการขายน้ำมันดิบลดลง ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 2,750.48 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,791.67 บาท/100 กิโลกรัม ทั้งนี้ราคาข้าวขาวและข้าวหอมมะลิเริ่มอ่อนตัวลงในช่วงปลายเดือนและคาดว่าจะต่อเนื่องถึงเดือนกันยายน เนื่องจากความต้องการข้าวจากตลาดต่างประเทศยังมีน้อยและปัญหาเศรษฐกิจยังชะลอตัว รวมทั้งประเทศคู่ค้ายังชะลอการสั่งซื้อข้าวจากไทย

ยางพารา ราคาขายแผ่นรมควัน ชั้น 3 และราคาขายแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนสิงหาคม 2558 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 52.49 บาท และ 47.68 บาท ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงจากเดือนกรกฎาคม 2558 ร้อยละ 7.80 และ 5.61 ตามลำดับ ซึ่งน่าจะมาจากปัจจัยสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อราคายางพาราไทย คือ อุปสงค์ยางพาราในตลาดโลก ราคาน้ำมันดิบ โดยราคาน้ำมันดิบยังลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความต้องการยางรถยนต์ที่ลดลงเช่นกันและยังไม่มีปัจจัยใหม่ๆ มากระตุ้นตลาด ส่งผลให้สถานการณ์ราคายางพาราปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง

ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	ก.ค. 58	ส.ค. 58	%Δ (MOM)	ม.ค.-ส.ค. 57	ม.ค.-ส.ค. 58	%Δ (YOY)
สินค้า						
ข้าว : (Baht/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,209.52	1,187.22	-1.84	1,217.35	1,187.99	-2.41
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	2,750.48	2,791.67	1.50	2,981.74	2,782.77	-6.67
ยางพารา : (Baht/Kg)						
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)	56.93	52.49	-7.80	68.98	57.88	-16.09
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)	50.51	47.68	-5.61	59.35	49.36	-16.83
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,130.04	1,117.48	-1.11	1,294.24	1,185.57	-8.40
ไทย (THB/Baht)	18,471.15	18,772.00	1.63	19,892.47	18,807.28	-5.46
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
WTI	51.14	42.84	-16.23	100.80	51.79	-48.62
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	34.31	35.43	3.26	32.43	33.43	3.09

ที่มา : CEIC



ผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มในเขตคันไซของญี่ปุ่น (เป็นเขตที่ตั้งของเมืองโอซากะซึ่งเป็นเมืองอุตสาหกรรมเมืองท่าโกเบะ เมืองหลวงเก่าเกียวโตและนาระ) ตัดสินใจซื้อสินค้าไทยล็อตใหญ่ภายในงาน Thai Fashion & Textile Fair in Osaka เมื่อเร็วๆ นี้ ด้วยเหตุผลว่า (1) คุณภาพสูงเหมาะสมกับราคา (2) สามารถรับออเดอร์ครั้งละไม่มาก (Small Lot) ได้ และ (3) ตรงต่อเวลาในการจัดส่ง (ต้องส่งสินค้าภายใน 1-2 เดือน) ต่างจากประเทศอื่นบางประเทศที่ราคาถูก แต่ถูกเบียดประจําจึงเป็นโอกาสสามสำหรับผู้ประกอบการ SME ไทยในการเข้าสู่ตลาดคันไซ แต่จุดอ่อนสินค้าเสื้อผ้าไทยที่ต้องปรับปรุงคือการจัดวาง Pattern ซึ่งเป็นจุดขายสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคญี่ปุ่น เนื่องจากคนญี่ปุ่นพิถีพิถันในการแต่งตัวมาก อีกทั้งสินค้าไทยควรมีความหลากหลายและมีแบบให้เลือกมากกว่าคู่แข่ง เช่น เสื้อผ้า สิ่งทอ หมวก ถุงมือ ถุงเท้า เคหะสิ่งทอ ส่วนประกอบของเสื้อผ้าและผ้าฝืน



นวัตกรรมการเกษตรก้าวไกลไม่หยุดเมื่อกลุ่ม โอเซียนริฟ กรุ๊ป ของอิตาลี กำลังทดลองปลูกพืชในโดมบอลูนยักษ์คล้ายเรือนกระจกใต้ทะเล ภายใต้โครงการ “นีโมสการ์เดน” (Nemo’s Garden) เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ต่อบริการกับภาวะแปรปรวนของสภาวะอากาศโลกซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อภาคเกษตรเป็นอย่างมาก ในโดมดังกล่าวจะมีการปลูกพืชหลายชนิด ทั้ง กะหล่ำปลีแดง, ผักกาดหอม, ฝักถั่ว และสตรอว์เบอร์รี่ สำหรับน้ำจะเป็นน้ำจืดที่สกัดมาจากน้ำทะเลหลังกรองด้วยระบบ Hydroponic ซึ่งไม่ต้องใช้ดิน ผลผลิตที่ได้จะปราศจากมลพิษโดยสิ้นเชิง เหมาะอย่างยิ่งกับพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำจืดแต่มีเงิน เช่น สิงคโปร์ มัลดีฟส์ หรือแถบตะวันออกกลาง เกษตรกรไทยคงต้องก้าวให้ทันเทคโนโลยีใหม่ๆ กันมากขึ้นแล้ว จึงขอเรียนเชิญเกษตรกรไทยเข้าร่วมงาน SIMA ASEAN Thailand 2015 ระหว่างวันที่ 17-19 กันยายน 2558 ณ อิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งเป็นแสดงเทคโนโลยีทางการเกษตรสมัยใหม่ของอาเซียนที่ไม่น้อยหน้าใครเช่นกัน



เศรษฐกิจเยอรมนีที่มีความผูกพันกับการส่งออกสูง (ประมาณ 50% ของ GDP) ดังนั้นสาเหตุที่เศรษฐกิจของประเทศดำเนินไปได้ด้วยดี (แม้จะมีปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในยุโรป) ก็เป็นผลจากการส่งออกเช่นกัน ในปี 2014 เยอรมนีส่งออกสูงเป็นประวัติการณ์ บริษัทเยอรมนีมียอดจำหน่ายรวมกันกว่า 1.1 พันล้านยูโร และร้อยละ 38 เป็นการส่งออกสู่ประเทศในเขตยูโรโซน (ประเทศที่ใช้เงินยูโร) การส่งออกสู่ประเทศเหล่านี้เยอรมนีไม่ต้องคำนึงถึงอัตราแลกเปลี่ยน และการที่ค่าเงินยูโรในปี 2014 ลดค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินเหรียญสหรัฐก็ยิ่งช่วยผลักดันให้บริษัทเยอรมนีส่งออกได้มากขึ้น และเศรษฐกิจที่ตีสองครั้งว่างงานในเยอรมนีต่ำตามไปด้วย เหตุผลที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ สินค้าส่งออกของเยอรมนีเป็นสินค้าไฮเทคและสินค้าเพื่อการพัฒนาประเทศเป็นหลัก เช่น ระบบรถไฟฟ้าของซีเมนส์ รถยนต์ราคาแพง เครื่องกำเนิดไฟฟ้า เครื่องจักรอุตสาหกรรม และระบบกำจัดน้ำเสีย เป็นต้น ซึ่งความต้องการในสินค้านี้ทั่วโลกมีแต่จะเพิ่มขึ้นทุกปี เพราะทุกประเทศต่างก็มุ่งพัฒนาประเทศสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ ล่าสุด BMW ตัดสินใจขยายโรงงานในไทยเพื่อเป็นประตูเจาะตลาด AEC จีน และอินเดียที่มีเศรษฐกิจใหม่เพิ่มมากขึ้นติดอันดับโลก



คนฟิลิปปินส์ได้เปรียบหลายชาติในอาเซียนในเรื่องพูดภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่วเหมือนฝรั่งเป็ยจึงสามารถทำงานต่างประเทศก็ได้หรือจะทำงานใน MNC ในฟิลิปปินส์เองก็ได้เช่นกัน จึงเป็นปัจจัยดึงดูดการลงทุนสำคัญของฟิลิปปินส์ เศรษฐกิจฟิลิปปินส์เติบโตอย่างต่อเนื่องในหลายปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าในปี 2558 นี้จะขยายตัว 6.7% สูงสุดเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน โดยพบว่าภาคบริการมีการขยายตัวสูงสุด ร้อยละ 5.6 โดยมีธุรกิจ Call Center, การพัฒนา Software และศูนย์ Back Office ในธุรกิจธนาคารและการรักษาพยาบาลเป็นฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจสำคัญ โดยกลุ่มธุรกิจบริการดังกล่าวกำลังแข่งขันกันไปแล้ว รวมทั้งแต่ละปีคนฟิลิปปินส์หันเหเลส่งกลับรายได้มีมูลค่าสูงถึง 2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐต่อปี ส่งผลให้คนฟิลิปปินส์มีกำลังซื้อสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สินค้าฟุ่มเฟือยก็เริ่มเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น สินค้าไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังฟิลิปปินส์ ได้แก่ 1) สินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ โดยเฉพาะรถยนต์ส่วนบุคคล 2) ข้าว เนื่องจากปริมาณผลผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอต่อการบริโภคสำหรับประชากร 100 ล้านคน 3) เครื่องดื่ม (เครื่องดื่มชูกำลัง ชากาแฟ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์) 4) เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว เนื่องจากชนชั้นกลาง-ล่าง หันมาสนใจเรื่องสุขภาพและความงามกันมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกและสมุนไพร โดยสินค้ากลุ่มเครื่องสำอางของไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึง 30% ฟิลิปปินส์จึงเป็นตลาดที่กำลังมาแรงสำหรับสินค้าไทยอย่างมาก

