

วารสาร สทศ.

ปีที่ 6 ฉบับที่ 52 พฤศจิกายน 2558

TPSO JOURNAL

Big Bike
โอกาสใหม่อุตสาหกรรม
ยานยนต์ไทย

เครื่องชีวิต
เศรษฐกิจการค้า...
เครื่องชีวิตผลงาน
รัฐบาล



ห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเศรษฐกิจที่องคั่น

ISSN 2408-2465



9 772408 246502

TPSO
Trade Policy and Strategy Office

MOC
ZERO
CORRUPTION

Editor's Note

การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศนับเป็นภารกิจที่ท้าทายยิ่งของรัฐบาลชุดปัจจุบัน โดยกระทรวงพาณิชย์นอกจากจะเป็นหน่วยงานแนวหน้าที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ในเวลาเดียวกันก็อยู่เบื้องหลังการจัดทำข้อมูลเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจสำคัญ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และดัชนีเศรษฐกิจอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจดำเนินนโยบาย 'รุก' และ 'รับ' ของภาครัฐ และเอกชน การจัดทำข้อมูลจึงต้องดำเนินการอย่างละเอียด รอบคอบ กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจ การค้าก็พร้อมสนับสนุนการจัดทำข้อมูลด้วยความภาคภูมิใจ เพื่อประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมั่งคั่ง

เศรษฐกิจโดยภาพรวมจะดีขึ้นได้ เศรษฐกิจฐานรากก็ต้องเข้มแข็ง ดังตึกสูงต้องการเสาเข็มที่แข็งแรง กองคลัง Special Report 1 นำเสนอบทวิเคราะห์ 'ห่วงโซ่มูลค่าเพื่อเศรษฐกิจท้องถิ่น : จากแนวคิด ถึงแนวทาง' ผู้อ่านที่เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไม่ควรพลาดด้วยประการทั้งปวง เพราะจะได้รับทราบถึง แนวทางที่จะช่วยแก้ไขปัญหามากมาย และก้าวสู่การเป็นเอสเอ็มอีพันธุ์ใหม่ ที่พร้อมพัฒนารูปร่างของตน ให้เติบโต และร่วมมือกับพันธมิตรใส่เกียร์เดินหน้าเศรษฐกิจของประเทศ

ถ้าให้ส่องกล้องมองหาโอกาสใหม่ๆ ในโลกธุรกิจ รถจักรยานยนต์คันใหญ่ที่เรียกว่า Big Bike นอกจากน้ามอง น้าซี ยังเป็นธุรกิจที่น่าจับตา คาดว่าจะเติบโตได้ดีทั้งตลาดในประเทศและตลาด ต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน กองคลัง Special Talk ยินดีเป็นฐานข้อมูล ให้นักลงทุนหรือนักธุรกิจไทยได้ใช้วิเคราะห์ เพื่อวางแผนธุรกิจของท่านอย่างถูกต้องและเหมาะสม

กองบรรณาธิการวารสาร สศค.

Getting Around with TPSO



เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2558 สศค. ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จัดสัมมนาเรื่อง "ปรับทางธุรกิจ กำหนดทิศอุตสาหกรรม" ณ โรงแรมเคปปราชา จังหวัดชลบุรี มีผู้ประกอบการจากภาคตะวันออกสนใจ เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก

การสัมมนาในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างความโอกาสทางการค้าการลงทุน และพัฒนาด้านแบบธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโครงการร่วมกันระหว่างสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังที่ทราบกันดีแล้วว่า ประเทศไทยกำลังก้าวสู่การเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 แนวทางที่สำคัญที่จะทำให้ไทยยืนหยัดอยู่ในตลาดโลกและเป็นผู้นำทางการค้าใน AEC ได้อย่างมั่นคงยั่งยืน คือจะต้องก้าวไปสู่การเป็นชาติการค้าที่ใช้การค้าในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นตัวขับเคลื่อนห่วงโซ่มูลค่าของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนและ CLMV เพื่อสร้างและรักษาความเป็นผู้นำทางการค้าสำหรับกลุ่มสินค้าและตลาดเป้าหมาย ผลจากการสัมมนา และข้อคิดเห็นจากที่ประชุมจะถูกนำไปประมวลเพื่อประกอบการจัดทำยุทธศาสตร์การสร้างความโอกาสทางการค้า การลงทุน และพัฒนาด้านแบบธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมที่เป็นรูปธรรมของไทยต่อไป

TPSO JOURNAL

วารสาร สศค.

ปีที่ 6 ฉบับที่ 52 พฤศจิกายน 2558

3 | Special Talk

Big Bike โอกาสใหม่อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

4 | Special Report

ห่วงโซ่มูลค่าเพื่อเศรษฐกิจท้องถิ่น : จากแนวคิด ถึงแนวทาง

6 | Special Report

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า... เครื่องชี้วัดผลงานรัฐบาล

8 | Economic Highlight

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

9 | Price Indices

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

10 | International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2558

11 | Commodities & FX

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ตุลาคม 2558

12 | Global News

บรรณาธิการ

ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผู้จัดทำ

TPSO
Trade Policy and Strategy Office

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนพหลโยธิน ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687

Big Bike

โอกาสใหม่อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สร้างรายได้ให้แก่ไทยเป็นอันดับต้นๆ โดยในปี 2557 มีมูลค่าสูงกว่า 3 หมื่นล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ อุตสาหกรรมยานยนต์นั้นสามารถจำแนกออกได้เป็นสินค้าหลัก 3 ชนิด ได้แก่ 1) รถยนต์ 2) รถจักรยานยนต์ และ 3) ชิ้นส่วน อุปกรณ์ ซึ่งรถยนต์จะหมายถึงรถยนต์นั่ง รถแวน และรถปิคอัพ ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วจะมีสัดส่วนมากที่สุดในมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ประมาณร้อยละ 80

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันด้านรถยนต์ที่เริ่มรุนแรงขึ้น ทำให้ไทยจำเป็นต้องหาสินค้าอื่นมาทดแทนมูลค่าที่ลดลง ในสินค้ารถยนต์ รถจักรยานยนต์จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจในการผลักดันเป็นสินค้าหลักของไทย ปี 2556 ไทยผลิตจักรยานยนต์ได้มากเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน เป็นรองเพียงอินโดนีเซีย และเวียดนาม อย่างไรก็ตาม ไทยคิดที่จะแข่งขันกับสองประเทศดังกล่าว อาจจะเป็นไปได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านค่าแรง ยกเว้นแต่ไทยจะต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตจักรยานยนต์ใหม่ จากรถจักรยานยนต์ขนาดเล็กเป็นรถจักรยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ สมรรถนะสูง เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นรถจักรยานยนต์ที่ต่างประเทศข้างต้น ยังไม่มีความชำนาญในการผลิตเทียบเท่าไทย

Big Bike คืออะไร

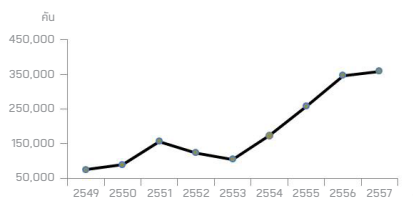
รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่หรือ ‘บิ๊กไบค์’ (Big Bike) เป็นชื่อเรียกมอเตอร์ไซด์ที่มีขนาดใหญ่กว่ามอเตอร์ไซด์ทั่วไป โดยพิจารณาจากขนาดของโครง เครื่องยนต์ และล้อรถ ซึ่งทั่วไปแล้วขนาดเครื่องยนต์ของ Big Bike จะมีความจุตั้งแต่ 250 ซีซี ขึ้นไปจนถึง 2,400 ซีซี และในแต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อจะมีรูปแบบของเครื่องยนต์และระบบส่งกำลังที่แตกต่างกันออกไปอีก ซึ่งจะมีตั้งแต่สูบเดี่ยว ไปจนถึง 6 สูบ จากการที่ Big Bike มีความแตกต่างกันออกไปในเรื่องรูปทรง

สถานการณ์การผลิต และการค้า Big Bike

ตามข้อมูลของสถาบันยานยนต์ พบว่า ตั้งแต่ปี 2549 จำนวนการผลิต Big Bike มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากที่ผลิตได้ 89,339 คันในปี 2550 เป็นผลิตได้ 156,222 คันในปี 2551 สาเหตุมาจากความต้องการ Big Bike ที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทต่างชาติเห็นโอกาสในการเจาะตลาดรถจักรยานยนต์ประเภทดังกล่าว จึงเข้ามาลงทุนในไทยเพื่อตั้งเป็นฐานการผลิต ในการจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก อย่างไรก็ตามการผลิต Big Bike เกิดการชะงักงันในช่วงปี 2552 และ 2553 เนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ แต่ก็ก็เป็นแค่ช่วงระยะเวลาสั้นๆ เมื่อเหตุการณ์เริ่มคลี่คลาย จำนวนการผลิต Big Bike ก็กลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2554 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากไทยมากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แต่หากพิจารณาเฉพาะประเทศในภูมิภาคอาเซียนมากที่สุด คือ อินโดนีเซีย รองลงมาคือ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมาร์ เวียดนาม และลาว ตามลำดับ

แม้ว่าอินโดนีเซียจะมีสัดส่วนการนำเข้าจักรยานยนต์

จากไทยสูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียน แต่หากพิจารณาจากอัตราการขยายตัวแล้วจะพบว่า มีการหดตัวในการนำเข้าเป็นอย่างมากถึงร้อยละ 49.53 และเมื่อเทียบกับประเทศที่มีสัดส่วนน้อยอย่างเมียนมาร์และเวียดนาม จะพบว่าทั้งสองประเทศดังกล่าวมีการขยายตัวการนำเข้าถึงร้อยละ 162.01 และ 108.49 ตามลำดับ แสดงถึงตลาดรถจักรยานยนต์ของทั้งสองประเทศข้างต้นยังสามารถที่จะเติบโตได้อีกมากในอนาคต



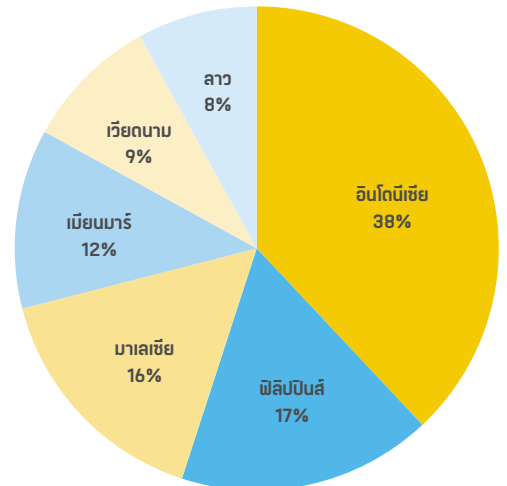
ภาพที่ 1 : ปริมาณการผลิตจักรยานยนต์ขนาดใหญ่
ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์ภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) ของไทยในสินค้ารถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ : กรณีศึกษาเวียดนาม

เวียดนามถือว่าเป็นตลาดที่น่าจับตามองสำหรับ Big Bike กล่าวคือ เวียดนามมีประชากรมากกว่า 90 ล้านคน และวิถีชีวิตคนเวียดนามนิยมใช้รถจักรยานยนต์ในการเดินทาง โดยมีจำนวนรถจักรยานยนต์สูงเป็นอันดับ 4 ของโลก นอกจากนั้นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจเวียดนามมีการเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก (GDP ขยายตัวร้อยละ 6 ต่อปี) ทำให้เวียดนามมีรายได้เข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลถึงรายได้ของประชาชนเวียดนามที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย (รายได้ต่อหัวอยู่ที่ 2,052.3 เหรียญสหรัฐ) นอกจากนั้น BCG เหยื่อว่าในช่วงปี 2556-2563 คนชั้นกลางและชนชั้นบนของเวียดนามจะเพิ่มขึ้น 2 เท่า จาก 12 ล้านคน ในปัจจุบันเป็น 33 ล้านคน ทำให้มีกลุ่มที่มีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าคุณภาพเพิ่มมากขึ้น เปิดโอกาสให้กับสินค้าแบรนด์เนมและสินค้าราคาแพง โดยหากวิเคราะห์ SWOT อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของไทยจะพบว่าประเทศไทยมีจุดแข็งด้านโครงสร้างพื้นฐาน และมีห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ยานยนต์ที่แข็งแกร่ง Big bike ได้รับการส่งเสริมจาก BOI และแรงงานไทยมีทักษะสูงด้านจุดอ่อน เป็นด้านค่าแรงที่สูงกว่าเพื่อนบ้าน แรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้านยังมีจำกัด และยังมีหน่วยงานให้บริการตรวจสอบและทดสอบผลิตภัณฑ์ในจำนวนจำกัด ด้านโอกาส ได้แก่ เศรษฐกิจของประเทศเวียดนามที่มี

การเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก จำนวนชนชั้นกลางและสูงที่เพิ่มขึ้น แต่อุปสรรคสำคัญคือนโยบายของบริษัทอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ถูกกำหนดโดยบริษัทแม่ในต่างประเทศ ทำให้มีโอกาสย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศไทยได้ตลอดเวลาหากมีข้อเสนอจากประเทศอื่นที่ดึงดูดกว่า

สัดส่วนการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากไทย



ภาพที่ 2 : สัดส่วนการนำเข้ารถจักรยานยนต์จากไทยของประเทศในภูมิภาคอาเซียน
ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ/ข้อคิดเห็น

1. ภาคการผลิตจะต้องเตรียมพร้อมปรับตัวกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อยมลพิษทางอากาศและเสียง ที่คาดว่าจะมีความเข้มงวดในการควบคุมมากขึ้นในอนาคต โดยภาคการผลิตสามารถปรับตัวได้โดยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. ภาครัฐควรเพิ่มงบประมาณด้านการใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เช่น สร้างศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์ หรือจัดตั้งพื้นที่พิเศษเพื่อการวิจัยและพัฒนาในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นต้น ซึ่งการลงทุนดังกล่าว นอกจากจะทำให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางการพัฒนาเทคโนโลยีของภูมิภาคแล้ว ยังสามารถดึงดูดให้ชาวต่างชาติมาลงทุนในไทยเพิ่มขึ้นด้วย
3. ภาครัฐควรเร่งสร้างจำนวนแรงงานให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และต้องมีความสามารถเพียงพอในการเป็นแรงงานที่มีทักษะ โดยทักษะที่ควรพัฒนาแก่แรงงานไทย คือ ทักษะด้านภาษาที่ 2 และ 3 ตามประเภทของนักลงทุนสำคัญ เป็นต้น
4. ภาครัฐควรมีการร่วมมือเชิงบูรณาการกับภาคเอกชนในการสร้างแบรนด์รถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่ที่เป็นของไทยเอง เพื่อเตรียมรับมือกับปัญหาการย้ายฐานการผลิตของบริษัทต่างชาติ เช่น รถจักรยานยนต์แบรนด์ CRS และไทยรุ่งที่เป็นแบรนด์ของคนไทย และมีศักยภาพในการต่อยอดสู่การผลิต Big Bike

ข้อมูลอ้างอิง

- 1) วารสาร AUTOMOTIVE NAVIGATOR ฉบับเดือนกรกฎาคม - มีนาคม 2015, สถาบันยานยนต์
- 2) ข้อมูลศูนย์สารสนเทศยานยนต์ สถาบันยานยนต์
- 3) ข้อมูล The World Bank
- 4) ข้อมูลศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
- 5) โครงการจัดตั้งยุทธศาสตร์บริหารนโยบายการนำเข้าของไทย, พฤษภาคม 2548 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

ห่วงโซ่มูลค่าเพื่อเศรษฐกิจท้องถิ่น : จากแนวคิด ถึงแนวทาง

ภาวะกับดักรายได้ปานกลางและความเหลื่อมล้ำได้นำพาประเทศมาติดจุดที่เป็นวิกฤตและโอกาส ทิศทางการปฏิรูปเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาลต่างมุ่งที่จะปรับสมดุลเพื่อสร้างความเข้มแข็งจากภายในไม่เพียงแต่การกระตุ้นการหมุนเวียนภายในประเทศเท่านั้น นโยบาย Local Economy จะผลักดันให้วิสาหกิจทุกระดับได้เกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่า ทั้งในท้องถิ่นและในภูมิภาคที่กว้างขึ้นเป็นลำดับ

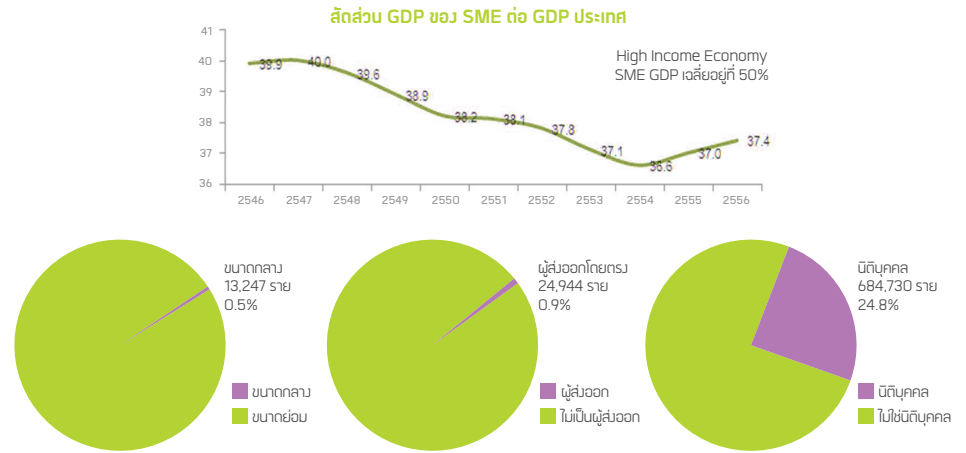
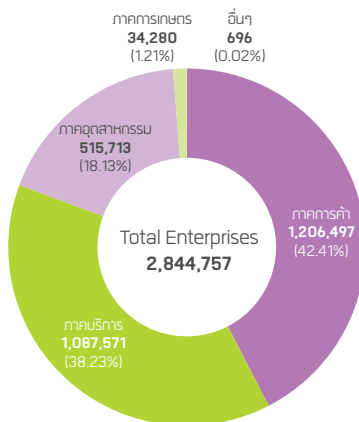
ในระดับนานาชาติ แนวคิดดังกล่าวได้รับการสนับสนุนภายใต้แนวคิด Inclusive Global Value Chain เพื่อการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจระดับฐานรากและขยายโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง อย่างไรก็ตามแนวคิดและนโยบายดังกล่าวจะตอบสนองกลุ่มเป้าหมายใดและมีสถานะอย่างไร การขับเคลื่อนในทางปฏิบัติจะมีรูปแบบใด ยังเป็นสิ่งที่ท้าทายของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งบทความนี้ได้พยายามประมวลข้อมูลเพื่อตอบคำถามเหล่านี้

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในจำนวน SMEs ประมาณ 2.76 ล้านรายเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (S) มากถึง 2.75 ล้านราย ครอบคลุมทั้งที่จดทะเบียนนิติบุคคล ทะเบียนพาณิชย์ และบุคคลธรรมดา รวมถึงวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งกว่า 80% อยู่ในภาคธุรกิจการค้าและบริการ โดยเฉพาะธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีก ซ่อมบำรุงยานยนต์ และก่อสร้าง

ข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ยังสะท้อนถึงข้อจำกัดต่างๆ ของวิสาหกิจฐานราก ดังนี้

(1) วิสาหกิจในภาคเกษตรยังมีจำนวนน้อยมากเพียง 34,280 ราย คิดเป็น 1.21% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเทียบกับจำนวนคนวัยทำงานในภาคเกษตรที่มีมากถึง 17 ล้านคนหรือ 39% ของทั้งหมด สะท้อนว่าเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการผลิตแบบรับจ้าง (Price Taker) มากกว่าที่จะเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อส่งออก (Export Value Chains) และต่อยอดสู่ธุรกิจการค้าและบริการ

(2) มีจุดอ่อนด้านการบริหารและการสร้างสรรค์มูลค่า ในขณะที่มีวิสาหกิจขนาดเล็กรายงานจำนวนมากที่ยังไม่ได้



ภาพที่ 2 : GDP ของ SMEs ไทย, ปัญหา Missing M, และ จำนวนผู้ส่งออกที่เป็น SMEs ที่นับ : สสว., 2557

จดทะเบียนนิติบุคคลเพื่อเข้าถึงการพัฒนาและส่งเสริมตลาดให้เต็มศักยภาพ

(3) มักจำกัดตลาดอยู่ภายในประเทศ โดยมี SMEs ที่เป็นผู้ส่งออกโดยตรงเพียง 0.9% ในขณะที่ต้องอยู่รอดภายใต้การแข่งขันที่เข้มข้นกับธุรกิจรายใหญ่ทั้งของไทยและต่างชาติที่เข้ามามากขึ้นทุกขณะ

(4) ไม่เติบโตต่อเนื่องเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง (M) ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางในสัดส่วนเพียง 0.5% แต่มีสัดส่วนมากถึง 32% ใน GDP ของ SMEs

การพัฒนาคลัสเตอร์เพื่อเศรษฐกิจท้องถิ่น

รัฐบาลในอดีตได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภายในคู่ขนานไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อ

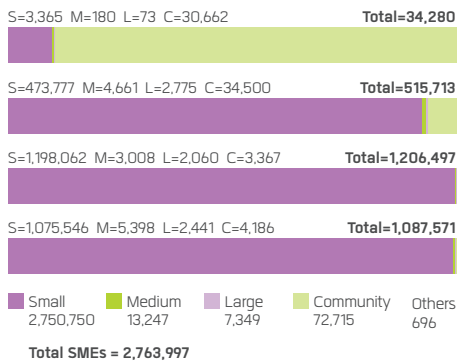
การส่งออก ในปัจจุบันรัฐบาลได้หันหน้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและภูมิภาคมากขึ้น โดยมีแนวทางที่เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบระหว่างวิสาหกิจรายใหญ่ SMEs และเครือข่ายวิสาหกิจฐานราก โดยไม่จำกัดเพียงตลาดภายในประเทศเท่านั้น (Local - Global Value Chains) โดยมีแนวทางการขับเคลื่อนนโยบาย ดังนี้

1. กำหนดคลัสเตอร์ยุทธศาสตร์ โดยพิจารณาจากความได้เปรียบของไทยและห่วงโซ่ที่เชื่อมโยงต่อเนื่องถึงเศรษฐกิจท้องถิ่น อาทิ เกษตรแปรรูปและอาหาร และสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยมีสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจวิสาหกิจรายใหญ่และวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มาลงทุนในพื้นที่ (Local Investment) รวมถึงมีการพัฒนาคน เทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน และกฎระเบียบควบคู่กันไป

2. เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยยกระดับความสามารถของวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และกลุ่มอาชีพ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและมาตรฐานของกลุ่มสินค้าศักยภาพข้างต้น สามารถผลิตและส่งต่อสินค้าให้กับวิสาหกิจในช่วงกลางน้ำ ปลายน้ำได้ ซึ่งอาจตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน

การดำเนินการที่ผ่านมาและข้อจำกัด

การพัฒนาคลัสเตอร์ให้เชื่อมกับเศรษฐกิจท้องถิ่น มีพื้นฐานมาตั้งแต่ปี 2547 อาทิ โครงการแผนที่คลัสเตอร์ โดย สศช. และโครงการยกระดับคลัสเตอร์อุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมทั้งโครงการ Biz Club โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าส่งผลกระทบต่อทั้งธุรกิจในระยะปมเพาะและธุรกิจในเครือข่ายวิสาหกิจต่างๆ อาทิ เกษตรและอาหาร เครื่องสำอาง และแฟชั่น (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



ภาพที่ 1 : จำนวนของวิสาหกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและสาขา ที่นับ : สสว., 2557

รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ)

อย่างไรก็ดี รูปแบบธุรกิจฐานเครือข่ายดังกล่าว ยังไม่พัฒนาเต็มที่เมื่อเทียบกับหลายประเทศ อาทิ อินเดีย (Jewelry Valley) ฝรั่งเศส (Cosmetic Valley) และ เนเธอร์แลนด์ (Food Valley) ในขณะที่ตัวชี้วัดของ WEF สะท้อนว่าระดับการพัฒนาคลัสเตอร์ของไทย (State of Cluster Development) ยังต้องเพิ่มความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการผลักดันให้ก้าวไปอีกระดับหนึ่ง และขยายผลไปในกลุ่มสินค้า/บริการต่างๆ เพื่อยกระดับผลิตภาพและมูลค่าเพิ่มให้สูงขึ้น ทั้งนี้ พบว่ามีข้อจำกัดหลายประการที่ต้องปรับปรุงในระยะต่อไป อาทิ บทบาทของผู้ประสานงานที่เชื่อมโยงความร่วมมือในเครือข่าย (Cluster Agent) ความต่อเนื่องในการพบปะแลกเปลี่ยนและความไว้วางใจของสมาชิกในเครือข่าย และการผลักดันความร่วมมือเพื่อเข้าสู่ตลาดได้

รูปแบบธุรกิจฐานคลัสเตอร์ (Cluster-based Enterprises)

เป็นรูปแบบการบริหารธุรกิจร่วมกันของวิสาหกิจและพันธมิตรแวดล้อม มีที่มาจากแนวคิดว่าการสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้ขยายจากระดับหน่วยธุรกิจ (Firm Level) ไปสู่ระดับเครือข่ายความร่วมมือระหว่างคู่ค้าและภาคีตลอดห่วงโซ่ ทั้งในแนวดิ่งและแนวราบจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคม มหาวิทยาลัย ศูนย์การเรียนรู้ สถาบันการเงิน และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองตลาดเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การร่วมกันวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับแผนการตลาดและการผลิตร่วมกันเพื่อรองรับความต้องการและมาตรฐานใหม่ และการหาตลาดเพื่อค้าส่งซื้อร่วม ซึ่งการรวมกลุ่มวิสาหกิจนี้จะช่วยลดข้อจำกัดและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจฐานรากได้

จากการสำรวจหาต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจฐานรากที่พัฒนาเป็น Cluster-based Enterprises (CBEs) ที่เชื่อมโยงจนเข้าสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถประยุกต์ใช้ในบริบทของไทยได้ พบว่าการพัฒนาและส่งเสริม CBEs สามารถทำได้อย่างน้อย 2 ลักษณะ ได้แก่

1. Demand-driven CBEs คือการส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจที่อยู่ปลายน้ำพัฒนาเครือข่ายกับพันธมิตรที่อยู่ต้นน้ำ กรณีศึกษาที่ชัดเจน อาทิ โครงการ Sister Cluster (Otagai) โครงการ Market Access Partnerships (MAP) for Thai-EU Supply Chains และ

โครงการ Farmer Shop ซึ่งเป็นรูปแบบที่เน้นการบูรณาการในแนวดิ่งเพื่อยกระดับคุณภาพและมูลค่าตลอดห่วงโซ่ โดยตัวอย่างของโครงการ MAP มีธุรกิจปลายน้ำ (สมาคมธุรกิจบริการนำเที่ยว) มีบทบาทนำ (Chain Captain) ในการพัฒนาความร่วมมือกับคู่ค้าและภาคีต่างๆ ในธุรกิจท่องเที่ยวไทย-ยุโรป และช่วยยกระดับให้กลุ่มวิสาหกิจในท้องถิ่นให้พร้อมที่จะเข้าเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าระดับสากล ภายใต้การสนับสนุนของสมาคมธุรกิจของไทย และใน EU รวมถึงสถาบันการศึกษา และ NGOs ด้วยงบประมาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและ EU Commission โดยมีกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

- (1) สนับสนุนให้ธุรกิจปลายน้ำทำโครงการศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดในยุโรป โดยมีนักวิชาการช่วยประสานงานระหว่างสมาคมธุรกิจของไทยและสมาคมตัวแทนจำหน่ายในตลาดเป้าหมาย
- (2) ภาคเอกชนและวิสาหกิจในท้องถิ่นร่วมกันคิดค้นแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา CBEs ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- (3) ให้คำปรึกษาฝึกอบรมแก่ CBEs เพื่อยกระดับมูลค่าของสินค้าและบริการ ตามที่ตลาดต้องการ และพัฒนาระบบบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทาน (จัดหา-ผลิต/จัดเก็บ-กระจาย-ตรวจสอบย้อนกลับ)
- (4) จัดทำสินค้า/บริการนำร่อง (Familiarization Trip) โดยเชิญตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวจากยุโรปมาทดลองใช้บริการ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง ก่อนนำไปส่งเสริมตลาดในต่างประเทศ
- (5) ประชาสัมพันธ์สร้างแบรนด์โดยนำเสนอในงานระดับนานาชาติ อาทิ งาน Thai Travel Mart และเผยแพร่ความสำเร็จของโครงการเพื่อขยายผลให้เกิดโมเดลธุรกิจนี้ในพื้นที่อื่นๆ

2. Supply-driven CBEs รูปแบบธุรกิจนี้มีศูนย์กลางอยู่ที่องค์กรเพื่อสังคม อาทิ สหกรณ์ ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprises) วิทยาเขตของมหาวิทยาลัย ต่างๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น กรณีศึกษาที่ชัดเจน ได้แก่ โครงการ Sus-Chain และโครงการ Short Food Supply Chains ในยุโรป โครงการ Contract Farming สหกรณ์ไทย-ญี่ปุ่น (Teikei System) โครงการคลัสเตอร์มันโคราช และสหกรณ์คลัสเตอร์หัตถศิลป์อีสานในประเทศไทย ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้องค์กรเพื่อสังคมเป็นตัวเชื่อมความร่วมมือระหว่างธุรกิจต้นน้ำ-ปลายน้ำ และหน่วยงานต่างๆ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

- (1) ส่งเสริมให้สถาบันเกษตรกรรวมตัวเป็นเครือข่ายและประสานงานแลกเปลี่ยนข้อมูลความต้องการของวิสาหกิจฐานรากและผู้ซื้อที่มีแนวทางการทำธุรกิจแบบ Fair Trade

- (2) ประสานองค์กรภาคีเพื่อยกระดับการผลิตสินค้าและบริการของสถาบันเกษตรกร (Suppliers) ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่ตลาดต้องการ

- (3) จัดหาทุนส่วนการผลิตและการค้า เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายและกำลังการผลิต อาทิ การหาผู้ร่วมลงทุน สมาชิกผู้บริโภค และสหกรณ์ที่อยู่ต่างภาคและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าหรือเป็นเครือข่ายการผลิตและกระจายสินค้าระหว่างกัน อาทิ ห่วงโซ่มูลค่าสหกรณ์ไทย-อาเซียน และสหกรณ์ไทย-ญี่ปุ่น

- (4) ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และตราสินค้า อาทิ การจัดเทศกาลและการประกวด การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการเป็นแหล่งเรียนรู้/ทัศนศึกษา

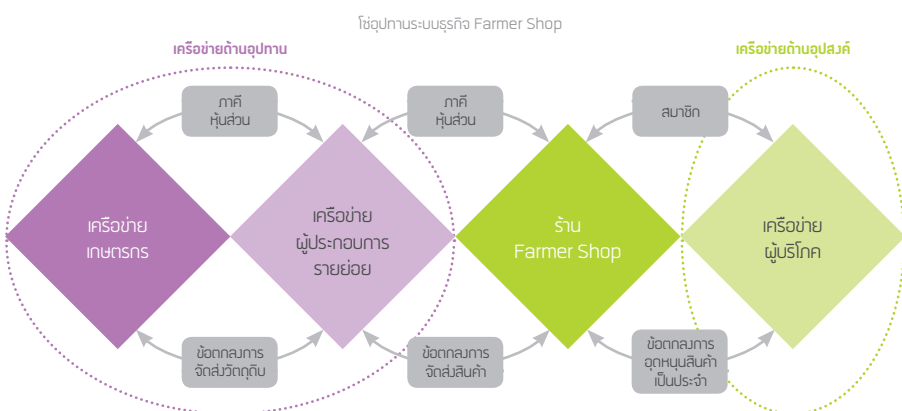
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐและเอกชน

จากการทบทวนข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจฐานราก รวมถึงแนวโน้มนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องและการดำเนินการที่ผ่านมา พบว่าวิสาหกิจฐานรากคลัสเตอร์เป็นรูปแบบธุรกิจที่ควรพัฒนาให้ครบวงจรในลักษณะตลาดนำการผลิต และส่งเสริมให้แพร่หลายในวงกว้างไปในกลุ่มสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งภาครัฐและเอกชน รวมถึงภาควิชาการสามารถดำเนินการมาตรการต่างๆ ร่วมกันได้ อาทิ

- (1) ส่งเสริมการพัฒนาคลัสเตอร์โดยใช้ตลาดนำ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่าย SMEs ในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการวางแผนการตลาดและผลิตร่วมกันที่สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ทั้งในอาเซียนและตลาดโลก โดยประสานชักนำให้วิสาหกิจปลายน้ำเข้ามาร่วมพัฒนา Suppliers โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่มีห่วงโซ่มูลค่าเชื่อมโยงต่อเนื่องถึงวิสาหกิจฐานราก ทั้งนี้ อาจต่อยอดจากการดำเนินโครงการ Thailand Food Valley ที่มุ่งสร้างนวัตกรรมการผลิตและมูลค่าเพิ่มจากส่วนต้นน้ำ แต่ยังไม่ได้มุ่งเน้นการเชื่อมโยงกับธุรกิจการค้าเพื่อตลาดส่งออกอย่างเต็มที่ (Demand Chain Management)

- (2) เพิ่มจำนวนคลัสเตอร์ในธุรกิจการค้าและบริการ ขยายผลโครงการเครือข่ายธุรกิจ และต่อยอดการพัฒนาธนาคารค้าในจังหวัดต่างๆ เพื่อให้มีเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดเกิดขึ้นทั่วประเทศ ทั้งนี้ อาจนำร่องในจังหวัดที่มีเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษทั้ง 10 แห่ง โดยอาศัยภาคีต่างๆ อาทิ มหาวิทยาลัยในท้องถิ่น วิสาหกิจเพื่อสังคม และ โครงการ CSR ของวิสาหกิจรายใหญ่ ในการผลักดันกลุ่มวิสาหกิจรายย่อยให้พร้อมเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่า

- (3) สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาดสำหรับ CBEs ส่งเสริมบทบาทของ Farm Outlet และศูนย์กระจายสินค้าในการสนับสนุนช่องทางสำหรับการค้าของ CBEs รวมทั้งใช้ประโยชน์จาก Cooperative Distribution Center ที่มีอยู่เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่าง CBEs ในจังหวัดและภาคต่างๆ ที่มีความต้องการสินค้าที่สอดคล้องกัน



เครื่องชีวิตเศรษฐกิจการค้า... เครื่องชีวิตผลงานรัฐบาล

การแถลงนโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมากยุคสมัย ต่างให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็มิละเลยที่จะดูแลรักษาเสถียรภาพของระดับราคา โดยเฉพาะการดูแลค่าครองชีพของประชาชนผู้มีรายได้น้อย เหตุเพราะหากปล่อยให้เกิดปัญหาเงินเฟ้อหรือเงินฝืด ก็จะมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ เปรียบเสมือนไฟดับก็ไม่ว่าจะล้มไปทางซ้ายหรือขวา ก็จะส่งผลกระทบต่อไฟบ่ออื่นๆ ให้ล้มติดต่อกันเป็นลูกโซ่ เช่นเดียวกับปัญหาเงินเฟ้อหรือเงินฝืดที่เป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาอื่นๆ ที่ตามมาอีกมากมาย

ในเชิงเศรษฐศาสตร์ ผลกระทบของเงินเฟ้อจากราคาของกินของใช้ที่แพงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น หากเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย (Mild Inflation) เป็นภาวะที่ระดับราคาสินค้าและบริการในประเทศค่อยๆ ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคไม่เดือดร้อนเท่าใดนัก ขณะเดียวกันผู้ผลิตมองเห็นโอกาสหรือผลกำไรที่จะเกิดขึ้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ขยายการผลิตหรือการลงทุน ส่งผลดีต่อการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจให้ขยายตัว แต่ถ้าภาวะเงินเฟ้อเกิดขึ้นในระดับรุนแรง (Hyper Inflation) เป็นภาวะที่ระดับราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จะก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมายและแสดงถึงการไม่มีเสถียรภาพทางด้านราคา เพราะอำนาจซื้อของประชาชนลดลงอย่างรวดเร็ว มักเกิดขึ้นในภาวะสงคราม เช่น ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 หลายประเทศมักพิมพ์ธนบัตรใช้เองทำให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล ส่งผลให้ค่าของเงินลดลง ราคาสินค้าสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด เช่นเดียวกับภาวะที่รัฐบาลไม่สามารถควบคุมปริมาณเงินได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะภาวะที่รัฐบาลขาดวินัยการเงินการคลัง ปล่อยให้ปริมาณเงินในระบบมากเกินไป นอกจากนี้ภาวะราคาเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดนั้นอาจเกิดได้จากระดับราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างรุนแรง ซึ่งทำให้ระดับราคาสูงและอาจจะเสี่ยงต่อการเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจชะงักงัน (Stagflation) เป็นต้น ในภาวะเช่นนี้ทำให้มาตรฐานการครองชีพ ความมั่งคั่งของประชาชนลดลง เปรียบว่าเงินเดือน/รายได้ที่เป็นตัวเงินเท่าเดิม แต่ของแพงขึ้น ส่งผลให้รายได้ที่แท้จริงลดลง เมื่อราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นมากเกินกว่าที่ประชาชนจะรับได้ จะส่งผลให้สินค้าที่ผลิตแล้วไม่สามารถขายได้ ทำให้ผู้ผลิตต้องลดการผลิตและการลงทุน และสุดท้ายการขยายตัวทางเศรษฐกิจของ



ประเทศก็จะลดลง นอกจากนี้ ปัญหาเงินเฟ้อยังส่งผลต่อดุลการค้าและการชำระหนี้ เพราะสินค้าที่ส่งออกไปยังต่างประเทศมีราคาแพงขึ้น ทำให้ส่งออกได้น้อยลง ขณะเดียวกันอาจมีการนำสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่าเข้ามามากขึ้นซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการในประเทศต้องปิดกิจการลง โดยสาเหตุของการเกิดเงินเฟ้อนั้น อาจแบ่งออกเป็น 3 กรณี คือ 1. จากด้านอุปสงค์เป็นตัวตั้ง (Demand-Pull Inflation) ซึ่งหมายถึงระบบเศรษฐกิจมีความต้องการสินค้าและบริการสูงขึ้นโดยที่ปริมาณสินค้าในตลาดยังคงเดิม จะเป็นตัวตั้งให้ราคาสูงขึ้นเป็นไปตามกลไกตลาด 2. ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากต้นทุนเป็นตัวหลัก (Cost-Push Inflation) หรือเป็นภาวะที่ราคาสินค้าปรับขึ้นจากต้นทุนสูงขึ้น อย่างเช่นในสถานการณ์ที่ราคาน้ำมันสูงขึ้นยอมทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นตาม จึงทำให้มีการปรับราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น 3. ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากพ้อค่า

ตั้งราคาสูงเกินควร (Mark-up Inflation) เงินเฟ้อในประเภทนี้เกิดจากพ้อค่าผู้ประกอบการเอากำไรเกินควร ทั้งๆ ที่ภาวะต้นทุนไม่ได้สูงขึ้น มักเกิดจากความไม่มีประสิทธิภาพของตลาด หรือในภาวะตลาดมีลักษณะผูกขาด โดยที่ผู้ซื้อไม่มีอำนาจต่อรอง สภาพตลาดเช่นนี้อาจทำให้ผู้ขายในฐานะผู้ผูกขาดปรับเพิ่มราคาขายได้เอง

ในทางกลับกันหากเกิดปัญหาเงินฝืด (Deflation) ระดับราคาสินค้าและบริการมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ยิ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ เพราะเมื่อผู้ผลิตไม่มั่นใจในอนาคตจนทำให้ต้องชะลอการผลิต เพราะระดับราคาสินค้าและบริการลดต่ำลง ราคาสินค้าไม่คุ้มต้นทุน ทำให้ลดระดับการผลิตและลดการจ้างงาน ทำให้ประชาชนไม่มีรายได้ และไม่มีกำลังซื้อที่เพียงพอ ย่อมส่งผลให้เกิดการถดถอยทางเศรษฐกิจ อาจนำมาซึ่งปัญหาทางสังคมและความมั่นคงที่จะตามมาอีกเป็นจำนวนมาก



แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวทางเศรษฐกิจและเงินเพื่อ/เงินฝืดนั้น รัฐบาลอาจเลือกใช้**นโยบายการเงินหรือนโยบายการคลัง** ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยหากเลือกใช้**นโยบายการเงิน** ธนาคารแห่งประเทศไทยจะควบคุมดูแลปริมาณเงินและสินเชื่อโดยรวมของระบบเศรษฐกิจ และใช้**อัตราดอกเบี้ย**เป็นเครื่องมือสำคัญ หากเลือกใช้**นโยบายการคลัง** กระทรวงการคลัง จะเป็นหน่วยงานในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการใช้รายได้และรายจ่ายของรัฐ และมาตรการทางด้านภาษีเป็นเครื่องมือสำคัญ รวมทั้งภาวะที่ตลาดไม่มีประสิทธิภาพหรือภาวะ



สำคัญกับทุกภาคส่วน จนนำมาสู่การกำหนดนโยบายของรัฐบาลและการบริหารราชการของภาครัฐ ผลสำเร็จหรือล้มเหลวของการบริหารนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลโดยทั่วไปจะมี**เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ 2 ตัว**คือ อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งใช้ชี้วัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนเสถียรภาพของระดับราคา เราจะวัดที่**อัตราเงินเฟ้อ**เงินเฟ้อที่ดูได้จาก**อัตรการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI)**

การบริหารประเทศของรัฐบาลปัจจุบัน (คณะรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) ได้กำหนด**นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ** โดยเน้นการดูแลเกษตรกรให้มีรายได้ที่เหมาะสม ลดอุปสรรคในการส่งออกเพื่อให้เกิดความคล่องตัว ประสานนโยบายการเงินและนโยบายการคลังให้สอดคล้องกัน เพื่อที่จะสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ พร้อมรักษาเสถียรภาพของราคาอย่างเหมาะสม โดยมีกระทรวงต่างๆ นำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติตามบทบาทภารกิจของแต่ละหน่วยงาน

กระทรวงพาณิชย์ภายใต้การนำของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นางอภิรดี ตันตราภรณ์) ยังคงดำเนินการต่อเนื่องตามยุทธศาสตร์เดิมที่ได้ดำเนินการไปแล้วให้เห็นผลเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น และจะเน้นตามแนวนโยบายของนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจ โดยนโยบายเร่งด่วนของกระทรวงพาณิชย์ 4 เรื่อง ได้แก่ การแก้ปัญหาค่าครองชีพ การสร้างรายได้เกษตรกรและผู้มีรายได้น้อย และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) การเร่งผลักดันการส่งออก และการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐ และปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ

ทั้งนี้ แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายเร่งด่วนของกระทรวงพาณิชย์ในการแก้ปัญหาค่าครองชีพเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนเรื่องค่าครองชีพของประชาชน โดยดูแลเรื่องราคาสินค้า กรณีราคาน้ำมันลดแต่ราคาสินค้ายังไม่ลดตามต้นทุนการผลิต ซึ่งกระทรวงพาณิชย์จะเข้าไปกำกับดูแลอย่างเหมาะสมด้วยความยุติธรรมและเป็นไปตามกลไกตลาด “จะต้องไม่มีใครเอารัดเอาเปรียบในสังคม” และส่งเสริม Campaign “ฉลาดซื้อ-ประหยัดใจ” แนะนำผู้บริโภคให้เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ราคายุติธรรม ตลอดจนการดูแลเรื่องค่าครองชีพของประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการบริหารจัดการเรื่องนี้อคือ ต้อง **“จัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคให้มีคุณภาพหลากหลาย ครบถ้วน เพียงพอ และถึงมือผู้บริโภคทุกระดับอย่างสะดวกทั่วถึงและเป็นธรรม”** ส่งเสริมให้มี “Outlet” ที่เพียงพอ และช่วยลดต้นทุนผู้บริโภคให้เข้าถึง Outlet เหล่านั้นได้

นอกจากภารกิจเกี่ยวกับกำกับการดูแลปากท้องของประชาชนแล้ว กระทรวงพาณิชย์ยังมีการกิจสำคัญในการจัดทำ “**เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า...เครื่องชี้วัดผลงานรัฐบาล**” โดยในด้านการรักษาเสถียรภาพของระดับราคากองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า มีหน้าที่จัดทำข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญ



อย่างยิ่งต่อการตัดสินใจดำเนินนโยบายของทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เป็นมาตรฐานสากล นานาประเทศให้การยอมรับ และใช้ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เป็น**เครื่องชี้วัดศักยภาพและความน่าเชื่อถือ**ของประเทศ รวมถึงการจัดทำดัชนีตัวอื่น ๆ ที่สามารถใช้เป็น**เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ**ต่าง ๆ เช่น ดัชนีราคาผู้ผลิต ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ดัชนีราคาส่งออกนำเข้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านผู้ผลิต ผู้ประกอบการผู้ส่งออก ที่บ่งบอกถึงแนวโน้มต้นทุนและรายได้ของเกษตรกร และผู้ประกอบการ ผู้ส่งออก นอกจากนี้ยังได้จัดทำดัชนีเศรษฐกิจที่เป็นข้อมูลบ่งชี้เศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศ เพื่อช่วยให้รัฐสภาพเศรษฐกิจโดยรวมทั้งในปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย ดัชนีวัฏจักรเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการและความเชื่อมั่นผู้บริโภค เครื่องชี้วัดทั้งหลายสามารถนำมาใช้เป็น**เครื่องมือสำคัญ**ในการส่งสัญญาณเตือนภัยทางเศรษฐกิจสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเตรียมตัวรับกับอนาคตที่จะเกิดขึ้น

ความสำคัญของการจัดทำข้อมูลวิชาการจำเป็นต้องอย่างถึงต้องยึดมั่นในหลักการและมี**ทฤษฎีรองรับ**กระบวนการการดำเนินงานทุกขั้นตอน อยู่บนพื้นฐานของความรู้ทางวิชาการ ความใส่ใจในทุกรายละเอียด และการติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการได้รับความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแท้จริง จะทำให้การจัดทำข้อมูลถูกต้องเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ และสามารถทำให้รัฐบาลบริหารประเทศได้อย่างถูกต้องทิศทาง เพราะการส่งสัญญาณที่ถูกต้องจะช่วยให้ประเทศเดินไปในทิศทางที่ถูกต้องหรือสามารถตั้งรับได้อย่างทันท่วงที ตรงกันข้าม หากข้อมูลที่จัดทำขึ้นมีความผิดพลาด ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุของความไม่ใส่ใจของผู้เกี่ยวข้อง การได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือการบิดเบือนข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม จะนำมาซึ่งการตัดสินใจที่ผิดพลาดทั้งการบริหารนโยบายในระดับประเทศ และภาคเอกชน และภาคประชาชนก็จะได้รับผลกระทบจากการดำเนินนโยบายของภาครัฐ ฉะนั้นจึงเป็นความภาคภูมิใจของกองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้าตลอดระยะเวลากว่า 70 ปีที่ผ่านมา ในฐานะหน่วยงานสนับสนุนที่ทำหน้าที่จัดทำข้อมูลสำหรับใช้ชี้วัดผลงานรัฐบาลและเครื่องมือสำคัญที่ใช้ประกอบการบริหารประเทศ กับความทุ่มเทและการปลูกฝังบุคลากรรุ่นต่อรุ่น โดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส และเป็นมาตรฐานสากล จนมีผลงานเป็นที่ยอมรับและสร้างความน่าเชื่อถือของประเทศในเวทีระดับสากล

เงินเพื่อเนื่องจากพ่อค้าตั้งราคาสูงเกินควร รัฐบาลจะใช้วิธีลดเงินเพื่อด้วยการใช้กฎหมายควบคุมราคาสินค้า และกฎหมายที่ควบคุมผู้มีสถานะผูกขาดในตลาดให้มีการตั้งราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม นอกจากนี้รัฐอาจใช้**แนวทางการส่งเสริม**ให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น เช่น สนับสนุนให้มีผู้ขายในตลาดสินค้าที่มีการผูกขาด หรืออาจอนุญาตให้มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้บริโภคไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ ทั้งนี้ การดำเนินนโยบายของรัฐบาลนั้นล้วนมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจของประเทศที่สำคัญ ได้แก่ รักษาเสถียรภาพราคา ส่งเสริมการจ้างงาน รักษาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รักษาดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ และกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

จากที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ปัญหาเงินเฟ้อและเงินฝืด มีความ

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจไทย ไตรมาสที่ 3 และเดือนกันยายน ปี 2558 ในภาพรวมชะลอตัวลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและมีความเปราะบาง สะท้อนจากภาคการส่งออกสินค้า การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนที่หดตัวลง อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยยังได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของภาครัฐเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนกันยายน 2558 อยู่ในเกณฑ์ดีและมีเสถียรภาพ โดยอัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 0.8 ของกำลังแรงงานรวม อัตราเงินเฟ้อทั่วไปหดตัวร้อยละ 1.1 ตามการลดลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ก๊าซหุงต้ม และค่ากระแสไฟฟ้า สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนสิงหาคม 2558 อยู่ที่ร้อยละ 42.8 ซึ่งถือว่าสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและอยู่ในกรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือ ไม่เกินร้อยละ 60.0 **เสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** เดือนกันยายน 2558 อยู่ในระดับมั่นคงและสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ สะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูงที่ 155.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนกันยายน 2558 ยังได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 8.7 แม้ว่าจะขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลง ซึ่งสะท้อนได้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยยังมีความแข็งแกร่งและเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญของเศรษฐกิจไทย ถึงแม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์ระเบิดในกรุงเทพฯ ในช่วงที่ผ่านมาก็ตาม สำหรับภาคเกษตรกรรมยังคงชะลอตัว สะท้อนได้จากดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและดัชนีราคาสินค้าเกษตร หดตัวร้อยละ 6.3 และ 4.6 โดยเฉพาะยางพาราที่ราคาลดลงเนื่องจากเศรษฐกิจโลกยังคงชะลอตัว

การบริโภคภาคเอกชน เดือนกันยายน 2558 ชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากประชาชนยังมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและต่างประเทศ ประกอบกับราคาสินค้าเกษตรทรงตัวในระดับต่ำ สะท้อนได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งและยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ หดตัวที่ร้อยละ 25.5 และ 0.7 ตามลำดับ ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD หดตัวเช่นกันที่ร้อยละ 5.8 สำหรับการจับจ่ายใช้สอยภาคครัวเรือน ราคาคงที่ขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ 2.1

การลงทุนภาคเอกชน เดือนกันยายน 2558 ส่งสัญญาณชะลอตัว สะท้อนได้จากการลงทุนภาคเอกชนในหมวดก่อสร้าง โดยเฉพาะยอดการจัดเก็บภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ที่หดตัวร้อยละ 12.6 ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD หดตัวเช่นกันที่ร้อยละ 20.6 สำหรับยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์และยอดจำหน่ายปูนซีเมนต์ขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.2 และ 0.4 ตามลำดับ

ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย	Real GDP (%y-o-y)	
	ม.ค.-ก.ย. 2558	ปี 57	Q2 ปี 58
ไทย	-0.9	0.9	2.8
มาเลเซีย	1.9	6.0	4.9
ฟิลิปปินส์	1.6	6.1	5.6
สิงคโปร์	-0.4	2.9	1.8
อินโดนีเซีย	6.9	5.0	4.7
เวียดนาม	0.7	6.0	6.4
อินเดีย	4.9	7.1	-
จีน	1.4	7.4	7.0

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 57	ปี 58				
	ทั้งปี	Q1	Q2	Q3	ส.ค.	ก.ย.
Real GDP (%y-o-y)						
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	0.9	3.0	2.8	-	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ						
ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้าน USD)	15.4	8.4	6.2	-	2.6	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	157.1	156.3	160.3	155.5	155.8	155.5
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	1.9	-0.5	-1.1	-1.1	-1.2	-1.1
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	1.6	1.5	-1.0	1.0	0.9	1.0
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	46.1	43.3	42.4	-	42.8	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.8	1.0	0.9	0.9	1.0	0.8
การส่งออก-นำเข้า (%y-o-y)						
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	-0.4	-4.7	-5.0	-5.3	-6.7	-5.5
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	-9.0	-6.4	-9.4	-15.3	-4.8	-26.2
อุปทาน (%y-o-y)						
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	0.5	-3.9	-9.9	-9.3	-11.3	-6.3
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-6.2	-7.2	-5.8	-4.8	-3.3	-4.6
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	-4.6	0.1	-7.5	-	-8.3	-
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	-6.7	23.1	37.6	24.3	25.1	8.7
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)						
ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่	0.4	1.0	1.7	-0.7	-2.4	2.1
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	-41.4	-12.5	-27.3	-24.9	-24.0	-25.5
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	-14.3	10.9	-2.9	-10.6	-6.4	-0.7
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	1.5	10.8	2.0	1.5	10.4	-5.8
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)						
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	-2.9	0.9	2.1	-10.8	17.9	-20.6
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-26.8	-11.3	-17.3	-0.3	0.9	1.2
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	-2.3	7.3	2.9	-0.5	8.4	-12.6
ยอดขายปูนซีเมนต์	-3.2	-2.5	-0.2	-0.7	-0.6	0.4



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

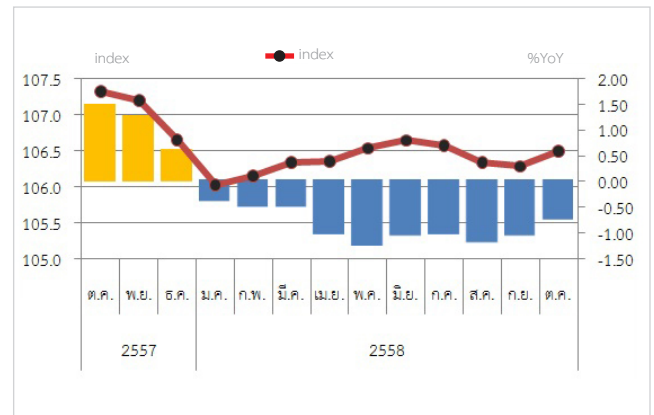
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนตุลาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 106.49 เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2558 ดัชนีลดลงร้อยละ 0.20 จากการปรับขึ้นของราคาผักสด ผลไม้สดหลายชนิดในช่วงเทศกาลกินเจ ส่งผลให้ราคากับข้าวสำเร็จรูปปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขายปลีกในประเทศที่ปรับสูงขึ้น ได้แก่ น้ำมันดีเซลและแก๊สโซฮอล์ 91 และเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2557 ชะลอลดร้อยละ 0.77 ขณะที่ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปไม่รวมกลุ่มราคาอาหารสดและพลังงาน) ยังคงขยายตัวสูงขึ้นที่ร้อยละ 0.95 (YoY) สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคเทียบเฉลี่ย 10 เดือน (มกราคม-ตุลาคม 2558) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ลดลงร้อยละ 0.89

สำหรับคาดการณ์เงินเฟ้อปี 2558 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ (-1.0) ถึง (-0.2)

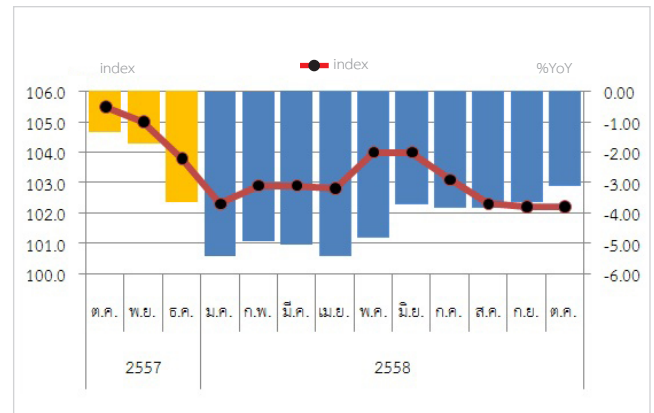
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนตุลาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 102.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 3.1 จากการลดลงของหมวดผลผลิตเกษตรกรรมร้อยละ 0.1 ตามการลดลงของราคาสัตว์มีชีวิตรวมและผลิตภัณฑ์ร้อยละ 2.9 ปลาและสัตว์น้ำร้อยละ 11.0 ขณะที่ผลผลิตการเกษตรสูงขึ้นร้อยละ 2.2 หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดัชนีราคาลดร้อยละ 4.0 ตามการลดลงของราคาหมวดผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบร้อยละ 0.4 ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมร้อยละ 26.5 เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 4.2 ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกร้อยละ 2.9 ผลิตภัณฑ์โลหะร้อยละ 0.1 โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะร้อยละ 4.9 เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 2.1 ส่วนหมวดที่ดัชนีราคาสูงขึ้น ได้แก่ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอร้อยละ 0.7 หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ร้อยละ 0.5 ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ร้อยละ 0.5 ยื่อกกระดาษ ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์ร้อยละ 3.1 เครื่องจักรส่วนประกอบและอุปกรณ์ร้อยละ 0.2 สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ ร้อยละ 3.9 หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมืองสูงขึ้นร้อยละ 2.4 ตามการสูงขึ้นของลิโหนด ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตไม่มีการเปลี่ยนแปลง เฉลี่ยช่วงเดือน (มกราคม-ตุลาคม 2558) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ลดลงร้อยละ 4.4

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนตุลาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 118.0 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 6.5 ซึ่งดัชนีราคาที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ หมวดซีเมนต์ลดร้อยละ 3.7 หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตลดร้อยละ 2.4 หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กลดร้อยละ 19.5 หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปาลดร้อยละ 4.1 และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ ลดลงร้อยละ 3.0 เนื่องจากวัตถุดิบราคาลดลงตามราคาปิโตรเลียม ราคาเหล็กในตลาดโลกลดลง และมีเหล็กจากจีนเข้าสู่ตลาดในประเทศมาก หมวดดัชนีราคาที่สูงขึ้นได้แก่ หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้สูงขึ้นร้อยละ 0.7 เนื่องจากต้นทุนด้านการบริหารจัดการสูงขึ้น หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง ได้แก่ หมวดกระเบื้อง หมวดวัสดุฉนวนผิว และหมวดสุขภัณฑ์ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวลดลงร้อยละ 0.8 และเฉลี่ยเดือน (มกราคม-ตุลาคม 2558) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ลดลงร้อยละ 4.8

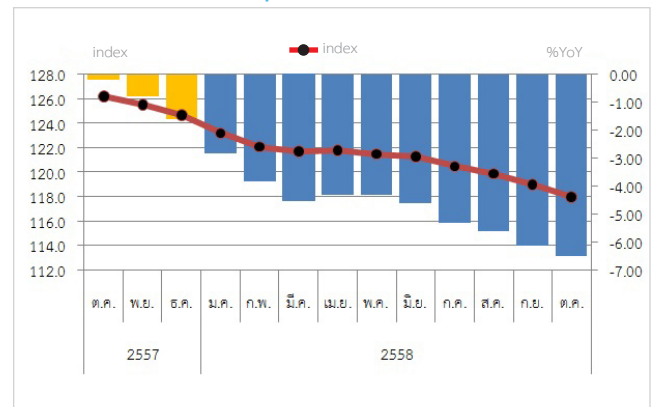
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2553 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



การค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2558

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า		การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	กันยายน 58	ม.ค.-ก.ย. 2558	กันยายน 58	ม.ค.-ก.ย. 2558
ส่งออก	18,816	161,563	-5.51	-4.98
นำเข้า	16,022	153,805	-26.20	-10.46
ดุลการค้า	2,794	7,758		

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.ย. 58

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์และส่วนประกอบ	2,511	20.6	13.4	สหรัฐอเมริกา	2,096	1.1	11.1
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	1,490	-5.2	7.9	จีน	2,082	-1.8	11.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,328	26.7	7.1	ญี่ปุ่น	1,669	-6.9	8.9
แผงวงจรไฟฟ้า	791	2.0	4.2	ฮ่องกง	1,429	1.2	7.6
เม็ดพลาสติก	726	-11.2	3.9	ออสเตรเลีย	908	7.9	4.8

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.ย. 58

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,552	-17.9	9.7	จีน	3,327	-9.0	20.8
น้ำมันดิบ	1,477	-46.8	9.2	ญี่ปุ่น	2,510	-21.9	15.7
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,296	-6.2	8.1	มาเลเซีย	937	-12.0	5.9
เคมีภัณฑ์	1,041	-20.6	6.5	สหรัฐอเมริกา	882	-46.4	5.5
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	984	19.5	6.1	สหรัฐอเมริกา	691	-30.1	4.3

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.ค. 58	ส.ค. 58	ก.ย.58	ก.ย.58	ม.ค.-ก.ย. 58
ส่งออก	-0.6	-0.7	-0.4	-3.1	-2.1
นำเข้า	-0.9	-2.3	-1.6	-12.1	-10.8

การส่งออก

เดือนกันยายน 2558 มีมูลค่า 18,816 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 5.51 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 9.9 จากการลดลงของข้าว (-28.8%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-28.6%) ยางพารา (-7.4%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-15.2%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (-2.2%) ในขณะที่น้ำตาล (+13.1%) ผัก ผลไม้สดแช่แข็งกระป๋องและแปรรูป (+10.1%) ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญภาพรวมลดลงร้อยละ 1.9 จากการลดลงของน้ำมันสำเร็จรูป (-45.6%) เม็ดพลาสติก (-11.2%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-5.2%) ในขณะที่รถยนต์และอุปกรณ์ ปรับเพิ่มขึ้น (+20.6%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (+1.1%) จีน (-1.8%) ญี่ปุ่น (-6.9%) ฮ่องกง (+1.2%) ออสเตรเลีย (+7.9%)

ระยะ 9 เดือนของปี 58 (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่า 161,563 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.98 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.8 จากการลดลงของยางพารา (-16.2%) ข้าว (-14.2%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-13.8%) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (+3.4%) น้ำตาล (+1.2%) ผัก ผลไม้สดแช่แข็งและแปรรูป (+0.0%) ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญภาพรวมลดลงร้อยละ 3.0 จากการลดลงของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-2.9%) น้ำมันสำเร็จรูป (-27.2%) เม็ดพลาสติก (-13.6%) ในขณะที่ยานยนต์และอุปกรณ์ (+4.4%) อัญมณีและเครื่องประดับ (+10.9%) ปรับเพิ่มขึ้น ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (+2.7%) จีน (-5.0%) ญี่ปุ่น (-7.0%) ฮ่องกง (-7.5%) และมาเลเซีย (-17.2%)

การนำเข้า

เดือนกันยายน 2558 มีมูลค่า 16,022 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 26.20 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-46.8%) เคมีภัณฑ์ (-20.6%) เครื่องจักรกล (-17.9%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-6.2%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (-9.0%) ญี่ปุ่น (-21.9%) มาเลเซีย (-12.0%) สหรัฐอเมริกา (-46.4%) สหรัฐอาหรับฯ (-30.1%)

ระยะ 9 เดือนของปี 58 (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่า 153,805 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 10.46 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-40.2%) เครื่องจักรกล (-9.4%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (-11.1%) เคมีภัณฑ์ (-6.5%) ขณะที่เครื่องจักรไฟฟ้า เพิ่มขึ้นเล็กน้อย (+0.3%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+7.7%) ญี่ปุ่น (-11.0%) สหรัฐอเมริกา (-0.9%) มาเลเซีย (-4.3%) และสหรัฐอาหรับฯ (-30.9%)

ดุลการค้า

เดือนกันยายน 2558 เกิดดุลการค้ามูลค่า 2,794 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ระยะ 9 เดือนของปี 58 (ม.ค.-ก.ย.) เกิดดุลการค้ามูลค่า 7,758 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกันยายน 2558 อยู่ที่ 95.5 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคาส่งออกทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 2.0 หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 13.1 หมวดสินค้าเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ 6.3 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ลดลงร้อยละ 3.1

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกันยายน 2558 อยู่ที่ 84.0 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 12.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคานำเข้าทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าเชื้อเพลิงลดร้อยละ 42.3 หมวดสินค้าทุนลดร้อยละ 3.1 หมวดสินค้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปลดร้อยละ 5.5 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ลดลงร้อยละ 2.2 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งลดร้อยละ 6.4

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ตุลาคม 2558

ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนตุลาคมโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 19,572 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.91 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ราคาทองคำปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากข้อมูลตัวเลขเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่ออกมาน่าผิดหวังกว่าที่หลายฝ่ายคาดการณ์ไว้ กดดันให้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลง ซึ่งส่งผลดีต่อราคาสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งรวมถึงโลหะมีค่าอย่างทองคำ และจากปัจจัยดังกล่าวทำให้มีการประเมินว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) อาจเลื่อนการปรับขึ้นดอกเบี้ยออกไป นอกจากนี้ ทองคำยังมีความน่าสนใจในฐานะเป็นสินทรัพย์ที่ปลอดภัย หลังจาก IMF ปรับลดคาดการณ์การขยายตัวของเศรษฐกิจโลกในปีนี้สู่ระดับ 3.1% ซึ่งเป็นระดับต่ำสุดนับตั้งแต่เกิดวิกฤตการเงินในปี 2009

ราคาน้ำมัน


ราคาน้ำมันดิบเดือนตุลาคมปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 46.39 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 45.34 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล หลังจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลงเนื่องจากตัวเลขเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่ออกมาไม่เท่าที่หลายฝ่ายคาดการณ์ไว้ ทั้งนี้ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ ที่อ่อนค่าลงส่งผลให้นักลงทุนที่ถือเงินในสกุลเงินอื่นๆ มองว่าราคาน้ำมันมีราคาต่ำลงอย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมันดิบยังได้รับปัจจัยบวกจากรายงานปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ที่ปรับลดลงภายหลังผู้ผลิตน้ำมันดิบในสหรัฐฯ ยังคงปรับลดการขุดเจาะน้ำมันดิบลง สวนทางกับความต้องการใช้น้ำมันเบนซินในสหรัฐฯ ที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ตลาดมีการคาดการณ์ว่าความต้องการใช้น้ำมันดิบจะมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ราคาน้ำมันยังปรับตัวเพิ่มจากการคาดการณ์ว่าอุปทานอาจลดลง หลังการมีกรรหาวีระระหว่างซาอุดีอาระเบีย รัสเซีย และผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่อื่นๆ เกี่ยวกับประเด็นราคาน้ำมันดิบที่อยู่ในระดับต่ำ และภาวะอุปทานน้ำมันดิบล้นตลาด

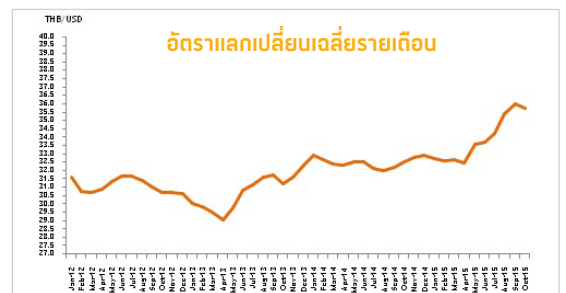
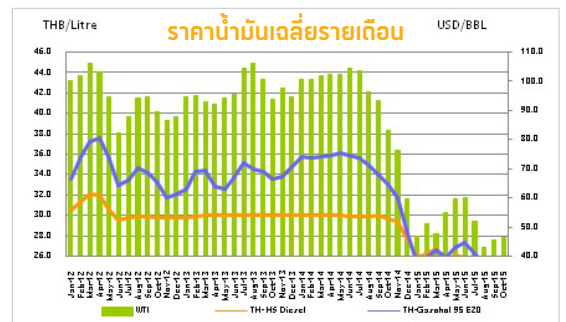
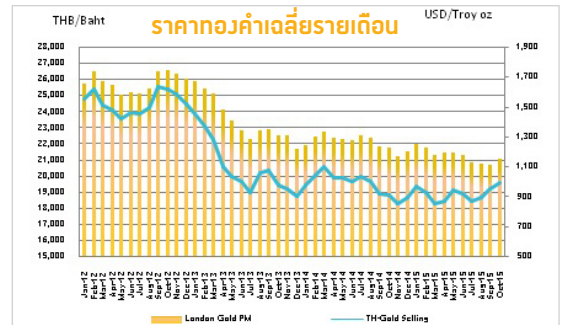
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนตุลาคมแข็งค่า โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 35.72 บาทต่อเหรียญสหรัฐ แข็งค่าจาก 36.02 บาทต่อเหรียญสหรัฐ ในเดือนก่อนหน้า เนื่องจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐปรับตัวอ่อนค่าลงหลังจากการประกาศตัวเลขเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ที่ออกมาค่อนข้างอ่อนแอส่งผลให้ธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) มีโอกาสเลื่อนการปรับขึ้นดอกเบี้ยออกไป อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทเคลื่อนไหวแข็งค่าขึ้นซึ่งเป็นไปตามค่าเงินในภูมิภาคเอเชีย ส่งผลให้เงินทุนจากต่างประเทศไหลกลับเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียอีกครั้งหนึ่ง และด้วยปัจจัยดังกล่าวทำให้เงินสกุลในภูมิภาคเอเชียไม่ว่าจะเป็น มาเลเซียริงกิต อินโดนีเซียรูเปียห์ ต่างแข็งค่าขึ้นตามไปด้วย

สินค้านำเข้า

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน 2558 จากราคา 1,147.38 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,199.50 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากผู้ประกอบการค้าข้าวรายใหญ่มีความต้องการข้าวเพิ่มสูงขึ้น เพื่อเตรียมส่งมอบให้ตามคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ ในขณะที่ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ส่วนราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวลดลงจาก 2,716.90 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,703.50 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากคำสั่งซื้อจากต่างประเทศมีน้อย อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและเอกชนพยายามผลักดันเรื่องการส่งออกข้าวหอมมะลิ เช่น การรักษาส่วนแบ่งการตลาดข้าวหอมมะลิไทยในฮ่องกง โดยการประชาสัมพันธ์เครื่องหมายความรับรองข้าวหอมมะลิไทย การจัดทำสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ บริเวณชุมชน การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าข้าวหอมมะลิไทยเป็นภาษาจีน การจัดการประกวดแข่งขันประกอบอาหารจากข้าวไทย และการเชิญนักข่าวฮ่องกงมาทำสารคดี/บทความเกี่ยวกับข้าวไทย เพื่อเป็นการกระตุ้นการส่งออกข้าวหอมมะลิไทย

ยางพารา ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนตุลาคม 2558 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 47.28 บาท และ 44.85 บาท ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงจากเดือนกันยายน 2558 ร้อยละ 2.72 และ 0.92 ตามลำดับ ซึ่งการที่ราคายางลดลงน่าจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยลบจากปริมาณยางพาราที่ออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก และประเทศจีนที่มีปริมาณยางพาราในสต็อกจำนวนมาก ราคาน้ำมันที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และยังไม่มีการขุดเจาะใหม่ๆ มากกระตุ้นตลาดที่จะทำให้อุปสงค์ยางพาราเพิ่มขึ้นและราคายางพาราสูงขึ้น 



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ก.ย.58	ต.ค.58	%Δ (MOM)	ม.ค.-ค.ค. 57	ม.ค.-ค.ค. 58	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,147.38	1,199.50	4.54	1,225.64	1,185.08	-3.31
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,716.90	2,703.50	-0.49	3,011.44	2,768.25	-8.08
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		48.60	47.28	-2.72	65.80	55.89	-15.05
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		45.26	44.85	-0.92	57.29	48.50	-15.34
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,124.58	1,160.05	3.15	1,281.77	1,176.92	-8.18
ไทย (THB/Baht)		19,205.77	19,572.00	1.91	19,692.25	18,923.60	-3.90
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		45.34	46.39	2.33	98.42	50.61	-48.58
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		36.02	35.72	-0.83	32.41	33.92	4.67

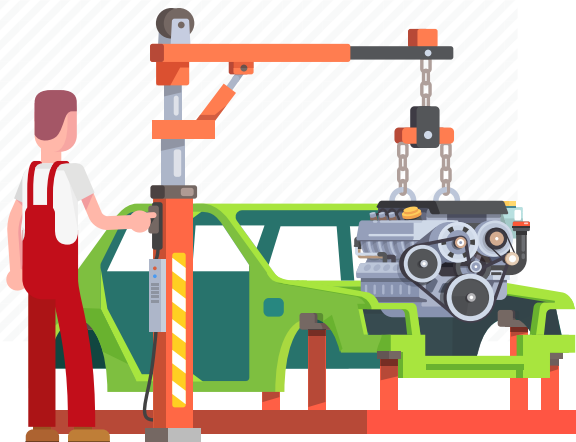
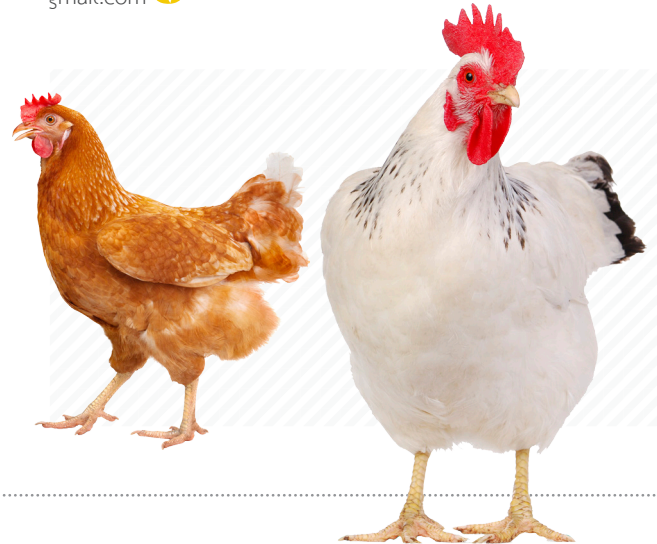


ห้างในบราซิลบึงโอเดียดโลกร้อน ศูนย์การค้า เอล โดราโด (El Dorado) ในบราซิล ปลูกผักและสมุนไพรบนดาดฟ้าโดยใช้ปุ๋ยหมักที่ทำจากเศษอาหารเหลือจากฟู้ดคอร์ต หวังกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้โครงการนี้เรียกว่า Green Roof หรือหลังคาสีเขียว กระบวนการรีไซเคิลจึงเริ่มต้นที่ฟู้ดคอร์ต โดยพนักงานจะช่วยกันคัดแยกเศษอาหารที่เหลือ ก่อนนำมาชั่งน้ำหนัก และเติมเอ็นไซม์ลงไปเพื่อทำเป็นปุ๋ยหมักออร์แกนิก จากนั้นก็นำปุ๋ยหมักที่ได้ไปใช้ปลูกผักปลอดสารพิษบนดาดฟ้าของศูนย์การค้า และนี่คือการพัฒนาที่ยั่งยืน มีเป้าหมายลดปริมาณขยะที่ย่อยสลายได้จากห้างสรรพสินค้า โดยไม่ให้มีขยะเหล่านี้ถูกส่งไปทิ้งตามที่เก็บขยะต่างๆ ภายใน 5 ปีข้างหน้า ซึ่งจะช่วยลดก๊าซเรือนกระจกจากการขนส่งด้วย 🌱



โอกาสดีของฮาลาลไทยเมื่ออีอีพีสนใจซื้อไก่ไทย โดยนาย Hossam Khalil, Chairman บริษัท El Masia International Trading Company สนใจที่จะซื้อไก่สดแช่แข็ง (ขนาดน้ำหนัก 1.00-1.30 กก.) และไก่ทอดกระดุก และตั้งเป้าว่าจะซื้อปีละ 100-150 คอนเทนเนอร์ สนใจติดต่อที่ เลขที่ 5 Ibrahim Abo El Mago, Nasr City, Cairo, Egypt โทร. : +202 24034171 มือถือ : + (20100) 1435272 Fax : +202 24034171 Email : elmasia.imp.exp@gmail.com 🌱

จีนพุ่งเป้าสู่การพัฒนาแบรนด์จีน ชูป้าย Made in China ให้ติดตลาดโลก มุ่งรวบรัดเปลี่ยนการผลิตสินค้า Low-cost สู่การสร้างผลิตภัณฑ์ระดับ Premium บ่อนตลาดโลกภายในปี ค.ศ.2568 ที่เน้นสินค้าประเภท E-commerce พลังงานสีเขียว ชิวเคมี รถไฟความเร็วสูง เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ ยานอวกาศ และอีกมากมาย โดยมองว่าอุตสาหกรรมเหล่านี้คุ้มค่าแก่การบุกเบิกและการลงทุน ซึ่งจีนเองก็เคยปฏิรูปอุตสาหกรรมเงินสม้ยใหม่สำเร็จมาแล้ว และสินค้าจีนจะไม่ใช้สินค้าราคาถูกอีกต่อไป โดยการเปลี่ยนโฉมหน้าใหม่ของจีน จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจีน และเพิ่มสัดส่วนสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นให้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งจากเดิมมีเพียงแค่ 20% เท่านั้น 🌱



ฟิลิปปินส์เป็นอันดับรองที่ 3 ของอาเซียน (นอกเหนือจากไทยและอินโดนีเซีย) รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้ออกกฎหมาย Executive Order 182 หรือโครงการกลยุทธ์ฟื้นฟูอุตสาหกรรมรถยนต์เต็มรูปแบบ (Comprehensive Automotive Resurgence Strategy : CARs) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตรถยนต์ในประเทศ ในช่วงระยะเวลา 6 ปี โดยให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีและด้านอื่นๆ คิดเป็นมูลค่ากว่า 4.5 พันล้านเปโซต่อปี คาดว่าสิทธิพิเศษดังกล่าวจะทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มกว่า 200,000 ตำแหน่ง ทั้งในทางตรงและทางอ้อม และจะสามารถดึงดูดให้เกิดการลงทุนด้านโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 27 พันล้านเปโซ ก่อให้เกิดการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่ากว่า 300 พันล้านเปโซ มีการผลิตรถยนต์เกิดขึ้นอย่างน้อย 600,000 คัน อาจส่งผลให้ฟิลิปปินส์เป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์แห่งที่ 3 ในภูมิภาคอาเซียน 🌱