

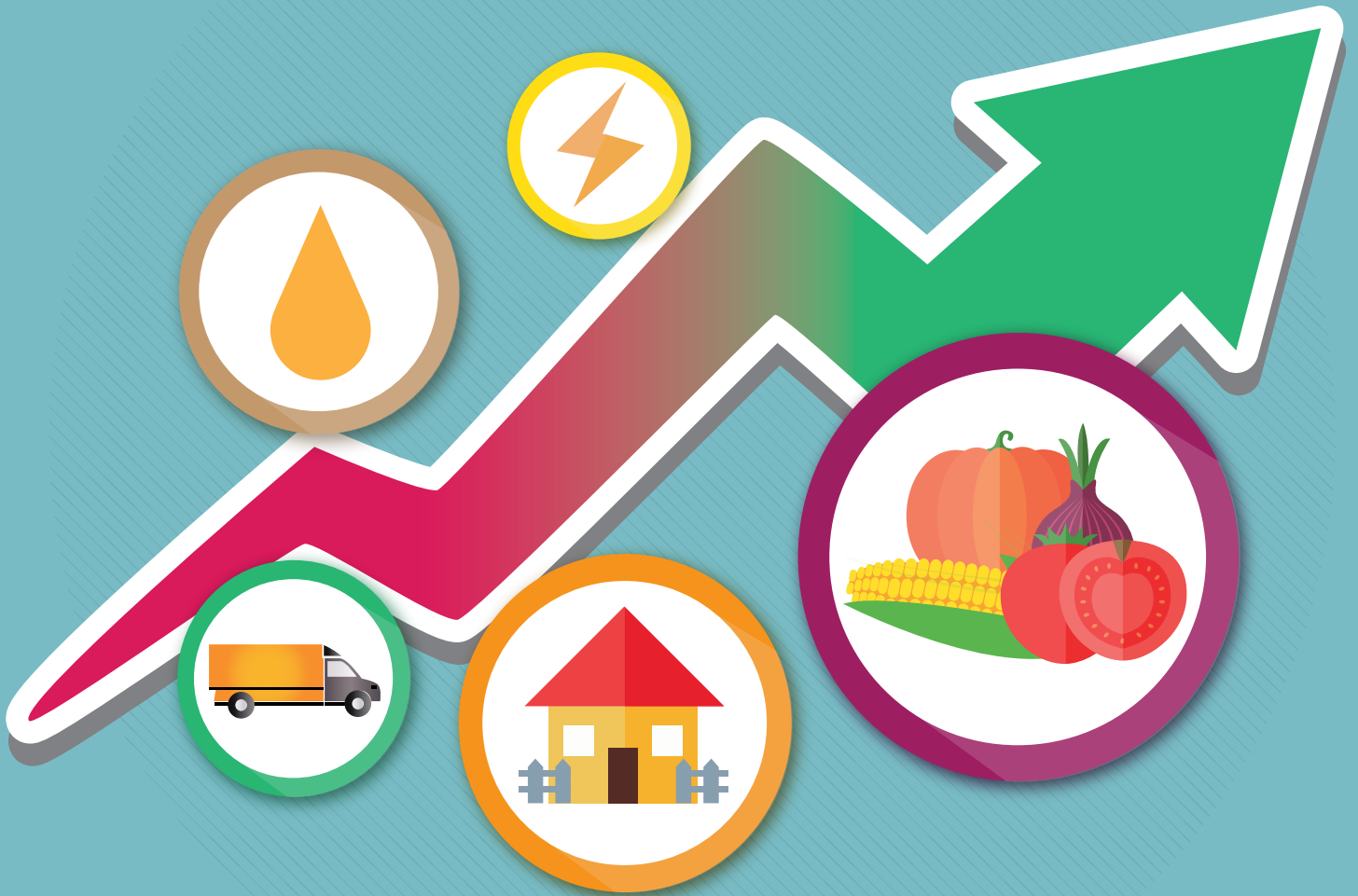
วารสาร สทศ.

ปีที่ 6 ฉบับที่ 54 มกราคม 2559

TPSO JOURNAL

สวัสดิ์ปีใหม่
กับโอกาสใหม่ทางการค้าของไทย

เศรษฐกิจท้องถิ่นไทย
ก้าวใหม่สู่สากล



ดัชนีราคาผู้บริโภค 2558
แนวโน้มปี 2559

ISSN 2408-2465



9 772408 246502

TPSO
Trade Policy and Strategy Office

MOC
ZERO
CORRUPTION

Editor's Note

ในโอกาสเริ่มต้นศักราชใหม่ และต้อนรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการ วารสาร สนค. ขอมอบของขวัญพิเศษให้กับผู้อ่านทุกท่านด้วยบทวิเคราะห์ดีๆ จากทีมงานสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ประเด็นด้วยคอลัมน์ Special Talk กับโอกาสใหม่ทางการค้าไทย รับตลาดส่งออกที่มีแนวโน้มกลับมาสดใส เมื่อเศรษฐกิจโลกค่อยๆ เริ่มฟื้นตัว โดยเฉพาะตลาดในกลุ่ม CLMV ตลาดใกล้ตัวที่มีศักยภาพ ซึ่งผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม และสามารถเริ่มต้นทำการค้าร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายๆ โดยอาศัยจุดแข็งของประเทศที่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน

สำหรับตลาดภายในประเทศ เราได้ทำสรุปความเคลื่อนไหวของดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2558 และคาดการณ์แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อในปี 2559 ไว้ในคอลัมน์ Special Report ผู้ประกอบการจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการประกอบการตัดสินใจวางแผนทำการค้าการลงทุนอย่างรอบคอบ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในยามที่อัตราเงินเฟ้อคาดว่าจะกลับมาขยายตัวเป็นบวก

ในยามที่รัฐบาลยกระดับผู้ประกอบการ SMEs เป็นวาระแห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ของเรามีความภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ได้มีส่วนร่วมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่สากลในหลายๆ โครงการพร้อมกันนี้ได้ร่วมเสนอแนะสิ่งทีภาครัฐและเอกชนควรดำเนินการเพิ่มเติมเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมใหม่ที่เอื้อต่อการสร้าง Global Entrepreneur ในคอลัมน์ Special Report 2 ด้วยหวังว่าจะช่วยเสริมเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ร่วมกับศูนย์ศึกษาการค้ำระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้จัดการสัมมนา “จับกระแสธุรกิจ : พิชิตตลาดเกษตรและเกษตรแปรรูป” เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2558 ณ โรงแรม ดิ ออมเมอรัลด์ กรุงเทพฯ โดยมีนางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เป็นผู้กล่าวเปิดงาน การสัมมนาในครั้งนี้จัดขึ้นภายใต้โครงการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพทางการค้าของไทย (AEC Connect) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลและระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการในธุรกิจสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจาก 3 สินค้าหลัก ได้แก่ ข้าว ทุเรียน และมะพร้าว เพื่อนำไปประกอบการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งออกโอกาสทางการค้าการลงทุน และพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าเกษตรให้กับสินค้าเกษตรต่อไป

นอกจากนี้ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากำลังอยู่ระหว่างจัดทำยุทธศาสตร์อื่นอีกหลายโครงการ เช่น ยุทธศาสตร์การส่งออกโอกาสทางการค้าการลงทุน และพัฒนาต้นแบบธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรม ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ ยุทธศาสตร์การเป็นชาติการค้า และยุทธศาสตร์การรวมกลุ่มภาคี เป็นต้น

TPSO JOURNAL

วารสาร สนค.

ปีที่ 6 ฉบับที่ 54 มกราคม 2559

3 | Special Talk

สวัสดิ์ตีใหม่ กับโอกาสใหม่ทางการค้าของไทย

4 | Special Report

ดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2558 และแนวโน้มปี 2559

6 | Special Report

เศรษฐกิจท้องถิ่นไทย ก้าวใหม่สู่สากล

8 | Economic Highlight

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

9 | Price Indices

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

10 | International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : พฤศจิกายน 2558

11 | Commodities & FX

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ธันวาคม 2558

12 | Global News

บรรณาธิการ

ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผู้จัดทำ

TPSO
Trade Policy and Strategy Office

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

สวัสดีปีใหม่

กับโอกาสใหม่ทางการค้าของไทย

ปี 2559 เป็นปีที่ถืออีกปีหนึ่ง เนื่องจากมีโอกาสทางการตลาดส่งออกหลายด้านที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการไทยจะจับจ้องโอกาสส่งออกมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงห่วงโซ่ Supply Chain กับเมืองต่างๆ ทั่วโลกที่มีการเติบโตสูง การใช้ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลาง AEC ของไทย รวมไปถึงการที่ภาครัฐสนับสนุนให้ SME go inter มากขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

เชื่อมโยงห่วงโซ่ Supply Chain ไปทั่วโลก+ค่านิยม Demand Driven

หากเราพิจารณาเมืองที่มีขนาด GDP ใหญ่ๆ และมีการขยายตัวของประเทศต่างๆ จะพบว่าไม่มีต่ำกว่า 50 เมืองที่ติดอันดับ 50 อันดับแรกของโลก เมืองที่มีจีดีพีสูงที่สุดในโลก อาทิ นิวยอร์ก โตเกียว เซี่ยงไฮ้ ลอนดอน ปักกิ่ง ลอสแอนเจลิส ปารีส ชิคาโก เซินเจิ้น เป็นต้น ซึ่งเมืองเหล่านี้เป็นเมืองที่ภาครัฐและเอกชนควรที่จะร่วมกันผลักดันให้สินค้าและบริการของไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาข้อมูลเชิงลึก ทั้งด้านการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค อาชีพ รายได้ ความชอบ ชีวิตความเป็นอยู่ เป็นเมืองท่องเที่ยว เมืองทำงาน หรือเป็นเมืองอุตสาหกรรมที่สามารถเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานได้ เพื่อจะได้ทำแผนการเจาะตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละเมืองให้มากที่สุด เพื่อให้การเจาะตลาดมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น ผู้ส่งออกไม่ควรมองข้ามตลาด AEC โดยเฉพาะ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) เพราะมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงมาก นอกจากนี้ การค้าระหว่างไทยกับ CLMV สามารถขยายตัวได้อีกมาก โดยเฉพาะการเชื่อมอุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลางน้ำของไทยกับอุตสาหกรรมปลายน้ำใน CLMV โดยจะใช้รูปแบบกระตุ้นการค้าขายแดน สำหรับสินค้าที่จะเน้นเจาะตลาด CLMV จะเป็นสินค้าปัจจัยสี่ ส่วนกลุ่มประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไนนั้น จะเน้นการเป็น Supply Chain การผลิตสินค้าระหว่างกันให้มากขึ้น

AEC Hub

ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางด้านการพัฒนาบุคลากรในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง โดยไทยมีศักยภาพสามารถยกระดับภาคการผลิตให้ก้าวสู่ Innovative Industries การสร้างห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคที่เข้มแข็ง

จุดแข็งของไทย คือ การมีที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค/ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน/บุคลากรและสถาบันการศึกษา และมีความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในปัจจุบัน เช่น Weaving Street/OTAGI/YEN-D เป็นต้น



(YEN-D Young Entrepreneur Network Development Program) เป็นโครงการที่กระทรวงพาณิชย์ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ให้โอกาสทางธุรกิจ และเพิ่มทักษะในการทำธุรกิจระหว่างกัน โดยมีแนวคิดที่จะเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษบริเวณชายแดน เพื่อสร้างความเติบโตไปด้วยกันระหว่างไทยและเพื่อนบ้าน และเพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น

สิ่งที่จะเกิดตามมาคือ การมีบทบาทนำในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง และการขยายการลงทุนของญี่ปุ่น เกาหลี และจีนเข้ามาในภูมิภาคนี้ ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจและใช้ไทยเป็นศูนย์กลางการพัฒนาบุคลากร (HRD), การเป็นศูนย์กลาง International HQ, การวิจัยและพัฒนา (R&D) และการลงทุนใน SEZs

Sector ที่ไทยมีศักยภาพ ได้แก่ ยานยนต์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ บรรจุก๊าซที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม อาหารแปรรูป โลจิสติกส์ แฟรนไชส์ บริการด้านสุขภาพ และผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์/สุขภาพ

SMEs ระเบิดตัวจริงปี 2559

กระทรวงพาณิชย์มี Package การพัฒนา SMEs เพื่อสร้างความมั่นใจในการก้าวสู่ตลาดโลกที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. โครงการ Franchise ไทยสู่ตลาดโลก
 2. SMEs Offline-2-Online
 3. ThaiTrade.com-SOOK (Small-Order OK)
 4. ค้าส่ง-ปลีกไทยสู่ CLMV
 5. นักการค้ามืออาชีพ
 6. สร้างผู้ประกอบการ Social Business
 7. ยกระดับตลาดกลาง
 8. พัฒนาลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น
- ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยพัฒนาผู้ประกอบการ

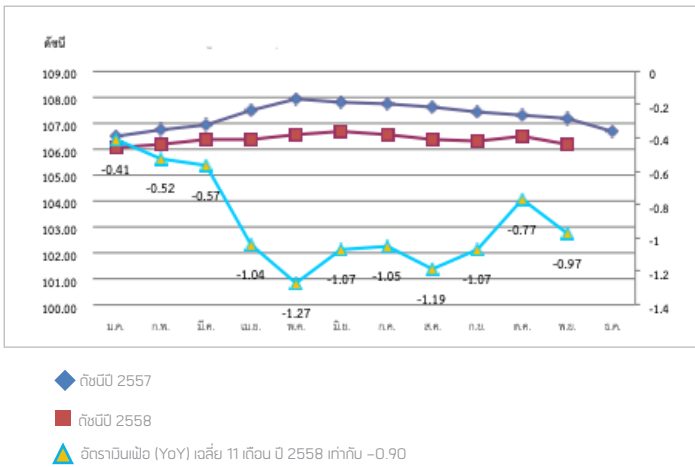
ไทยไปสู่การพัฒนาแบบ Smile Curve โดยแนวคิด The Smile Curve แสดงให้เห็นว่า โครงสร้างห่วงโซ่มูลค่าโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากเมื่อ 30-40 ปีที่แล้วเป็นอย่างมาก โดยอุตสาหกรรมบริการและการจัดการฐานความรู้ เช่น การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การขนส่ง การตลาด มีส่วนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ในระดับที่มากขึ้น ในขณะที่อุตสาหกรรมการผลิตในลักษณะรับจ้างผลิต ซึ่งอยู่กลางน้ำ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในระดับที่ต่ำลง ดังนั้น หากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตน จึงควรร่วมมือกันส่งเสริมให้มีการทำวิจัยและพัฒนาให้มากขึ้น รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และมีตราสินค้าซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าต้นน้ำได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน หากมีการดำเนินการด้านการตลาด การกระจายสินค้า และการบริการต่างๆ ด้วย ก็จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าปลายน้ำได้อีกด้วย 📌

ดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2558 และแนวโน้มปี 2559

ดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไป ปี 2558

อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (Headline Inflation) ปี 2558 (เฉลี่ย ม.ค.-พ.ย. 58) ลดลงร้อยละ 0.90 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปี 2557 เป็นการชะลอตัวลงต่อเนื่องมาตั้งแต่ช่วงกลางปี 2557 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศ ที่มีการปรับลดลงตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกจากภาวะอุปทานล้นตลาด ขณะที่ภาครัฐมีมาตรการการดูแลและลดภาระค่าครองชีพให้กับประชาชน ประกอบกับราคาสินค้าอุปโภคบริโภคอยู่ในระดับที่เหมาะสมทำให้แรงกดดันเงินเฟ้ออ่อนตัวลง จึงส่งผลให้ตัวเลขอัตราเงินเฟ้อทั้งปีติดลบ

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (Headline CPI) ปี 2557-2558



ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.
2557	106.46	106.71	106.94	107.47	107.90	107.79	107.70
2558	106.02	106.15	106.33	106.35	106.53	106.64	106.57

ปี	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย ม.ค.-พ.ย.
2557	107.61	107.43	107.32	107.19	106.65	107.32
2558	106.33	106.28	106.49	106.15		106.35

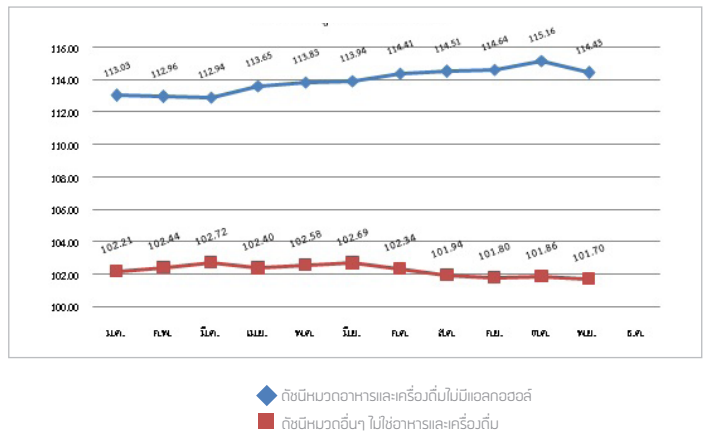
อย่างไรก็ดี อัตราเงินเฟ้อทั่วไปที่ติดลบไม่ได้บ่งชี้ว่าเศรษฐกิจไทยอยู่ในภาวะเงินฝืด เนื่องจากการติดลบของอัตราเงินเฟ้อมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ในขณะที่ราคาสินค้าในหมวดอื่นๆ อาทิ อาหาร (อาหารสำเร็จรูป) เครื่องนุ่งห่ม ค่าเช่าบ้าน ค่ารักษาพยาบาลยังคงขยายตัวเป็นบวกอยู่ รวมทั้งอัตราการว่างงานยังอยู่ในระดับต่ำ อัตราค่าจ้างไม่ได้ปรับลดลง และอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ยังเป็นบวก

ความเคลื่อนไหวของดัชนีราคาผู้บริโภค

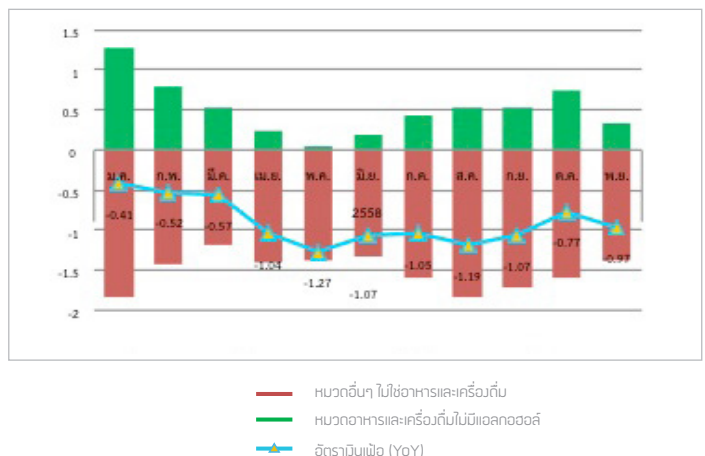
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศโดยเฉลี่ย 11 เดือน (ม.ค.-พ.ย.) ปี 2558 เท่ากับ 106.35 ลดลงจากปี 2557 (107.32) ร้อยละ 0.90 เป็นผลจากความเคลื่อนไหวของดัชนีราคาผู้บริโภคในหมวดสำคัญ ดังนี้

หมวด	2558 (ม.ค.-พ.ย.)	2557 (ม.ค.-พ.ย.)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ AoA)
ดัชนีราคาหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	113.95	112.64	+1.16
ดัชนีราคาหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม	102.24	104.34	-2.01

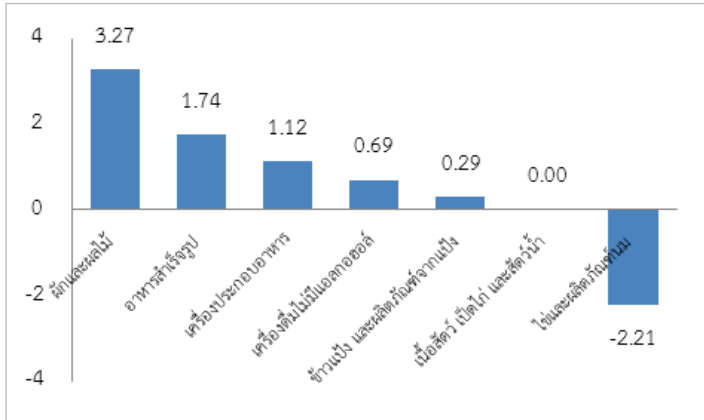
ดัชนีราคาผู้บริโภค (รายหมวด)



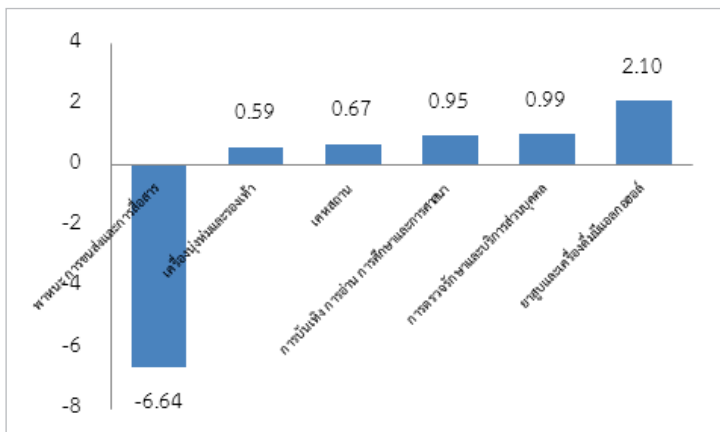
องค์ประกอบของอัตราเงินเฟ้อ



ดัชนีราคาอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (เฉลี่ย 11 เดือน) สูงขึ้นร้อยละ 1.16 เนื่องจากการสูงขึ้นของหมวดผักและผลไม้ (ร้อยละ 3.27) หมวดอาหารสำเร็จรูป (ร้อยละ 1.74) หมวดเครื่องประกอบอาหาร (ร้อยละ 1.12) หมวดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 0.69) หมวดข้าวแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง (ร้อยละ 0.29) ขณะที่หมวดเนื้อสัตว์ เป็ด ไก่ และสัตว์น้ำ ไม่เปลี่ยนแปลง และหมวดไข่และผลิตภัณฑ์นมลดลง (ร้อยละ-2.21)



ดัชนีราคาหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม (เฉลี่ย 11 เดือน) ลดลงร้อยละ 2.01 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการลดลงของหมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร (ร้อยละ-6.64) เป็นการลดลงของหมวดน้ำมันเชื้อเพลิงร้อยละ 21.79 ขณะที่หมวดอื่นๆ ยังคงปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า (ร้อยละ 0.59) หมวดเคหสถาน (ร้อยละ 0.67) หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษาและการศาสนา (ร้อยละ 0.95) หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล (ร้อยละ 0.99) และหมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 2.10)



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราเงินเฟ้อ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราเงินเฟ้อ ได้แก่ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง อัตราค่าไฟฟ้าโดยอัตโนมัติ (Ft) และเหตุการณ์ต่างๆ ปี 2558 ที่กระทบต่อค่าดัชนีมีดังนี้

1. ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศ ปรับลดลงมากตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ลดลงมากกว่าร้อยละ 50 จากปัญหาอุปทานส่วนเกิน
2. คณะกรรมการควบคุมการขนส่งทางบกมีมติปรับลดอัตราค่าโดยสาร “รถร่วม-บขส.” ในวันที่ 16 มกราคม 2558 (2 สตางค์/กิโลเมตร) และวันที่ 20 สิงหาคม 2558 (3 สตางค์/กิโลเมตร) ตามแนวโน้มราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ปรับตัวลดลง
3. อัตราค่าไฟฟ้าโดยอัตโนมัติ (Ft) ปรับลดลงอย่างต่อเนื่องตามต้นทุนก๊าซธรรมชาติที่ลดลง โดยในปี 2558 ได้ปรับลดลงจำนวน 3 รอบ คือ รอบเดือนมกราคม-เมษายน ปรับลดลง 10.04 สตางค์ต่อหน่วย รอบเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม ปรับลดลง 9.35 สตางค์ต่อหน่วย และรอบเดือนกันยายน-ธันวาคม ปรับลดลง 3.23 สตางค์ต่อหน่วย



4. สถานการณ์ภัยแล้ง เริ่มส่งผลกระทบต่อการผลิตข้าวนาปรังตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 ทำให้รัฐบาลต้องประกาศงดการปลูกข้าวนาปรัง 2557/58 และการขอเลื่อนและยุติการปลูกข้าวนาปรัง 2558 ในพื้นที่ชลประทาน 22 จังหวัดของลุ่มน้ำเจ้าพระยา นอกจากนี้ยังเกิดความเสียหายต่อพื้นที่เพาะปลูกสินค้าเกษตร เช่น ผักสด และผลไม้ ส่งผลให้สินค้าพืชผักและผลไม้หลายชนิดมีราคาสูงขึ้น

5. การแก้ไขปัญหาการทำประมงผิดกฎหมาย (IUU) ทำให้เรือประมงจำนวนมากใน 22 จังหวัด หยุดออกเรือ ส่งผลให้ราคาอาหารทะเลโดยรวมปรับตัวสูงขึ้นทั่วทุกภาค โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าอาหารทะเลมีราคาสูงขึ้นกว่าภาคอื่นๆ เนื่องจากต้องขนส่งเป็นระยะทางไกล ขณะที่ในภาคใต้พบว่าอาหารทะเลในตลาดยังมีปริมาณเท่าเดิมแต่ราคาสูงขึ้น

6. การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสำคัญ ยังคงเป็นไปอย่างเปราะบาง โดยเฉพาะเงินที่มีอัตราขยายตัวต่ำสุดในรอบ 6 ปี ในขณะที่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจยุโรปและญี่ปุ่นยังเป็นไปอย่างล่าช้า ส่งผลให้การส่งออกของไทยหดตัว และส่งผลกระทบต่อเงินเฟ้อที่กำลังซ่อที่ลดลง

คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2559

อัตราเงินเฟ้อในปี 2559 คาดว่าจะกลับมาขยายตัวเป็นบวกตามอุปสงค์ในประเทศที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น จากการเร่งลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของภาครัฐ ในขณะที่เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญมีแนวโน้มการฟื้นตัวดีขึ้นกว่าปีก่อน โดยได้แรงขับเคลื่อนจากการขยายตัวในเกณฑ์ดีของสหรัฐฯ การปรับตัวขึ้นของยูโรโซนและญี่ปุ่น รวมถึงค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าอันจะส่งผลดีต่อการส่งออก นอกจากนี้ ราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำจะเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนกำลังซื้อที่แท้จริงของประชาชน โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2559 อยู่ระหว่างร้อยละ 1.0-2.0 โดยมีสมมติฐานหลัก คือ

1. อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ร้อยละ 3.0-4.0
2. ราคาน้ำมันดิบดูไบ อยู่ระหว่าง 48-54 ดอลลาร์สหรัฐ/บาร์เรล
3. อัตราแลกเปลี่ยนอยู่ระหว่าง 36-38 บาท/ดอลลาร์สหรัฐ

เศรษฐกิจท้อถืดไทย ก้าวใหม่สู่สากล

1. ผู้ประกอบการสากล บนเส้นทางปฏิรูป

การเติบโตของเศรษฐกิจไทยตั้งอยู่บนฐานของการส่งออกสินค้า OEM ซึ่งไทยสามารถเกาะเกี่ยวเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตในโลกมาได้ยาวนาน การมุ่งผลิตเพื่อส่งออกสินค้าดังกล่าวส่งผลให้เศรษฐกิจไทยขับเคลื่อนมาได้แม้ว่าจะต้องพึ่งพาการลงทุนจากต่างชาติและการนำเข้าสินค้าชั้นกลางค่อนข้างสูง และมีส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มภายในประเทศ (Domestic Value-added in Export) ได้ไม่มากเท่าที่ควร ผลประโยชน์ที่ตกอยู่กับคนไทยจึงจำกัดอยู่เพียงค่าแรงและการผลิตที่สร้างมูลค่าเพิ่มน้อย ทั้งยังแขวนอยู่กับปัจจัยความเชื่อมั่นของนักลงทุน ในขณะที่การยกระดับทักษะ/องค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Move-up Value Chain) ยังเป็นไปอย่างช้าๆ และมีประเทศเศรษฐกิจใหม่ก้าวขึ้นมาแทนที่ใน Global Value Chain มากขึ้นทุกขณะ นอกจากนี้ วิสาหกิจในท้องถิ่นจำนวนมากยังไม่เข้มแข็งพอที่จะขยายตลาดไปในระดับภูมิภาคและสากลได้ เศรษฐกิจไทยจึงไม่เพียงติดอยู่ในกับดักรายได้ปานกลาง แต่ยังมีความเสี่ยงสูงและเป็นมูลเหตุหนึ่งของวิกฤติการณ์เมืองข้าซาก

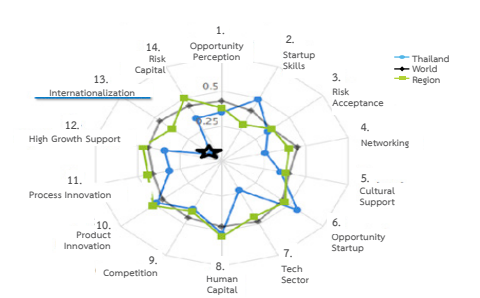
แนวคิดเรื่องการสร้างสังคมผู้ประกอบการได้รับการผลักดันในหลายประเทศ อาทิ ได้หวัน จีน อิสราเอล และนอร์เวย์ เพื่อยกระดับการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Entrepreneurial Growth) โดยมีฐานคิดว่าการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการทำธุรกิจของผู้ประกอบการทุกระดับ และมีการกำกับดูแลความสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจให้อยู่ร่วมกันได้อย่างเกื้อกูล จะทำให้เกิดผู้ประกอบการจำนวนมากที่เข้มแข็งและแข่งขันได้ในระดับสากล ส่งผลให้เกิดการจัดซื้อ จัดจ้างงาน และรายได้ที่เพิ่มสูง รวมทั้งมีการ

ใช้จ่ายในวงกว้าง (Multiple Effects) โดยหัวใจของการเป็นผู้ประกอบการสากล (Global Entrepreneur) คือ 1) เล็งเห็นและเติมเต็มช่องว่างในตลาด (Demand-driven) 2) ตอบสนองผู้บริโภคและมาตรฐานนานาชาติ (Global Mindset) และ 3) การปรับใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Value Creation) บริบทของไทยยังไม่พัฒนาถึงขั้นที่เอื้อให้เกิดผู้ประกอบการสากล สถิติด้านแรงงาน (Labour Force Survey โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ) สะท้อนให้เห็นว่าไทยยังเป็นสังคมเกษตรและรับจ้างผลิต โดยจากจำนวนคนไทยผู้มีงานทำทั้งหมด 38 ล้านคน มีสัดส่วนเกษตรกรมากถึง 1 ใน 3 หรือ ประมาณ 13 ล้านคน และอีก 17 ล้านคนเป็นลูกจ้าง (โดย 2.2 ล้านคนอยู่ในภาครัฐ) ซึ่ง 60% ของคนวัยทำงานมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 6,000 บาท ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในกิจการที่ยังไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคลเพื่อรับการพัฒนาและส่งเสริมอย่างเหมาะสม (75% ของ SMEs อยู่ในนอกระบบภาษี) และเกษตรกรก็ยังไม่ได้รับการสนับสนุนในลักษณะที่เป็นผู้ประกอบการ (Agri-business Entrepreneur) ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่จึงแข่งขันได้ยากในระดับสากลและสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจได้ในวงจำกัด โดยตลอดทศวรรษที่ผ่านมา GDP ของ SMEs ไทยในแต่ละปียังมีสัดส่วนไม่ถึง 40% ของ GDP รวม ในขณะที่ SMEs เกือบทั้งหมด (99.5%) ยังเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กที่ยากจะเติบโตและเชื่อมโยงกับกับห่วงโซ่มูลค่าระหว่างประเทศ (Local-Global Value Chain) ภาพรวมต่างๆ ข้างต้นสะท้อนถึงความท้าทายที่ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องร่วมกันปรับตัวในหลายด้านพร้อมกัน เพื่อสร้างบริบทที่เอื้อต่อการเกิดและเติบโตของผู้ประกอบการในระดับสากล

2. สถานะการสร้างผู้ประกอบการสากลของไทย

ผู้ประกอบการไทย ทั้ง SMEs วิสาหกิจชุมชน และกลุ่ม OTOP ส่วนใหญ่ยังแข่งขันอยู่ในตลาดภายในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดเล็กและยังมีกำลังซื้อจำกัด จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในปี 2557 บ่งชี้ว่ามูลค่าการส่งออกของ SMEs มีสัดส่วนประมาณ 25% ของการส่งออกรวม และมีจำนวน SMEs ไทยที่เป็นผู้ส่งออกโดยตรงประมาณ 25,000 ราย หรือไม่ถึง 1% ของ SMEs (ทั้งหมด 2.76 ล้านราย) สะท้อนให้เห็นว่ายังมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ต้องได้รับการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการสากล ในขณะที่ตัวเลขนวัตกรรมส่งออกของ SMEs และการดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศของ SMEs เป็นประเด็นที่ควรให้ความสำคัญเช่นเดียวกับตัวเลขส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตโดยวิสาหกิจรายใหญ่ของนักลงทุนข้ามชาติ (LEs/MNCs)

Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)



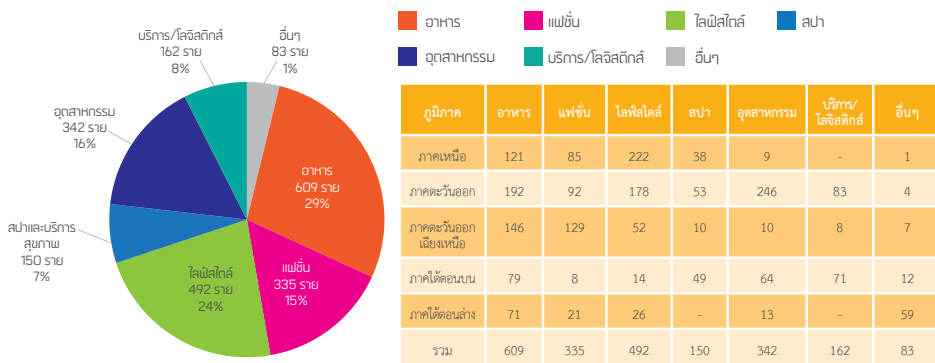
ที่มา : The Global Entrepreneurship and Development Institute, 2014

หลายปีที่ผ่านมาภาครัฐและเอกชนได้ร่วมกันขับเคลื่อนโครงการต่างๆ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจไทยก้าวไปสู่สากล ตัวอย่างในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ โครงการต้นกล้าทุกลด, โครงการฟุ้งน่อง, SMEs Proactive, การยกระดับการบริหารจัดการธุรกิจสู่มาตรฐาน ISO, การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน, คลังข้อมูลการค้าระดับประเทศ-อาเซียน (NTR) และล่าสุดคือ การคัดเลือกและพัฒนา SMEs ช้างเผือกในแต่ละจังหวัดเพื่อพัฒนาสู่สากล โครงการเหล่านี้ช่วยยกระดับวิสาหกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลและวิสาหกิจที่อยู่ในเครือข่ายได้จำนวนมาก อาทิ สมาชิกของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีประมาณ 14,000 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการในต่างจังหวัดประมาณ 2,000 ราย ซึ่งจะสามารถขยายไปสู่ SME และวิสาหกิจท้องถิ่นได้มากขึ้นเป็นลำดับ

	Number	Employment	GDP (Million Baht)	Exports Value (Million Baht)
LEs	7,349 (0.3%)	2,682,323 (19.0%)	5,400,000 (46.0%)	5,026,072.7 (72.8%)
SMEs	2,763,997 (97.2%)	11,414,702 (81.0%)	4,454,939.6 (37.4%)	1,761,518.9 (25.5%)
Others	73,411	1,538	540,000	120,371.21
Total	2,844,757	14,098,563	11,898,710**	6,908,262.8

ที่มา : สำนักคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
** GDP ของประเทศไทยประกอบด้วยภาคเกษตรและภาคส่งออกเกษตร

ผู้ประกอบการส่งออกในภูมิภาคตามประเภทสินค้า



โดยกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ สากลครอบคลุมตั้งแต่ 1) ฝึกทักษะการวิเคราะห์ตลาด เพื่อวางกลยุทธ์ 2) สร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้วยการออกแบบ ภายใต้แนวคิด Translocal 3) ลดต้นทุนด้วยการตลาดและการค้าออนไลน์ การจัดการเอกสารและธุรกรรมทางการเงิน 4) ขยายช่องทางการตลาดด้วยกิจกรรมต่างๆ อาทิ การเชิญผู้นำเข้ามาเยือน และเจรจาการค้า การพาไปทดลองตลาด และการสร้างภาพลักษณ์สินค้าด้วยตรา Thailand Trust Mark รวมถึง การให้บริการข้อมูลและคำปรึกษาผ่าน AEC Business Support Center นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะสร้างผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม (Innovation-driven Economy : IDE) โดยร่วมกับสถาบันการศึกษาและภาคเอกชน ด้วย เมื่อพิจารณาสถานะปัจจุบันของผู้ประกอบการสากล ในประเทศไทยและบทบาทของภาครัฐและเอกชนที่ดำเนิน มาอย่างต่อเนื่อง พบว่ามีปัจจัยภายนอกอีกหลายประการ ที่ต้องผลักดันในระยะยาวควบคู่กันไป อาทิ การสร้างค่านิยม และมุมมองธุรกิจในระดับอาเซียนและสากล เพิ่มทักษะ การตลาดนวัตกรรมและการเงินในหลักสูตรการศึกษาระบบ ประกันรายได้และสวัสดิการเพื่อผู้ประกอบการ การบ่มเพาะ ธุรกิจและการพัฒนาสมรรถนะให้เหมาะสมกับธุรกิจแต่ละ สาขาและช่วงพัฒนาการรวมทั้งการพัฒนาแบบบัญชีและการ ระดมทุนจากในและต่างประเทศ ทั้งนี้ ในการผลักดัน ให้เกิดผู้ประกอบการสากล จำเป็นที่ต้องมีการเริ่มต้นสร้าง สภาพแวดล้อมใหม่ (New Ecosystem) ที่เอื้ออำนาจกับธุรกิจ ยุคใหม่ในหลายด้านด้วยกัน

3. ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐและเอกชนในการสร้าง Global Entrepreneur

- (1) ยกระดับบทบาทของภาคีในพื้นที่**
พิจารณาเพิ่มบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ระดับท้องถิ่นในการวางแผนเศรษฐกิจระดับพื้นที่ (Area-based Cluster) เพื่อเชื่อมโยงวิสาหกิจรายใหญ่ใน SEZs และวิสาหกิจรายเล็กและรายย่อยที่อยู่ในพื้นที่ โดยรอบ โดยเฉพาะอุตสาหกรรม Biotech เพื่อการค้า ข้ามแดนและส่งออก
- (2) การส่งเสริมตลาดสินค้าสร้างสรรค์/นวัตกรรม**
โดยพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานภาคเอกชนเพื่อขยาย ตลาดให้สินค้า/บริการนวัตกรรมในลักษณะของ Exploit Technologies Pte Ltd ของสิงคโปร์ ซึ่งทำธุรกิจจัดหา คู่ค้า/ผู้ร่วมลงทุน รวมถึงประสานอำนวยความสะดวก ทางธุรกิจ โดยมีการหักส่วนแบ่งเพื่อเป็นค่าตอบแทน ให้กับบริษัทและนักวิจัยด้วย เพื่อช่วยลดความเสี่ยงและ เอื้อให้สินค้า/บริการใหม่ก้าวข้ามช่วงเวลาของการสร้าง ธุรกิจ (Valley of Death) ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มักมีแนวโน้ม ที่จะเติบโตได้ในระดับโลก
- (3) เพิ่มจำนวนและศักยภาพของสถาบัน เฉพาะทาง**
เพื่อให้เป็นกลไกควบคู่กับรัฐในการทำ R&D and Design รวมทั้งบ่มเพาะและส่งเสริมผู้ประกอบการ อย่างเข้มข้นและก้าวหน้าในระดับนานาชาติ (International Business Development) โดยให้บริการเฉพาะทาง แบบครบวงจร (Total Solution Center) ตั้งแต่การ วิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ วางแผนธุรกิจและสนับสนุน

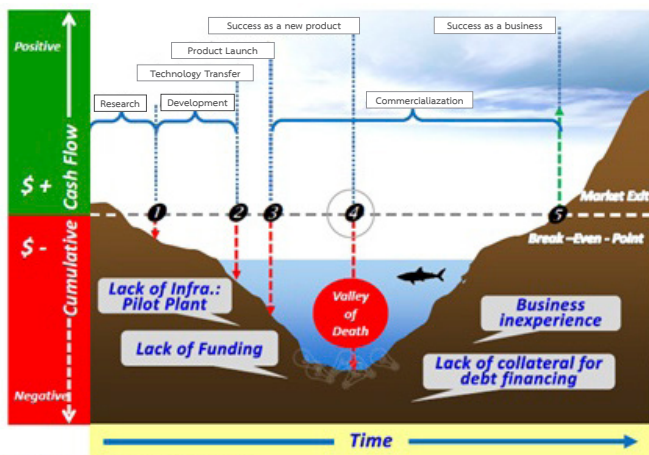
การขอสินเชื่อ ผักอบรมและบ่มเพาะในแต่ละกลุ่มสินค้า/ บริการ (Tailor-made) รวมทั้งการส่งเสริมที่เหมาะสมกับ ขนาด ระดับขั้นการพัฒนาธุรกิจ และจุดเด่นของแต่ละ พื้นที่ (Sectors, Sizes, Stages, Spatial Settings)

(4) **เพิ่มบทบาทภารกิจด้านการส่งเสริมตลาด ภายในประเทศและอาเซียน** โดยการส่งเสริมค่านิยมและ พลังผู้บริโภค (Consumerism) เพื่ออุดหนุนธุรกิจไทย ที่เป็นวิสาหกิจรายย่อย/รายใหม่ การสร้างตัวแทนจำหน่าย สินค้าจากชุมชน และการร่วมพัฒนาเกษตรพันธะสัญญา ที่เป็นธรรมและมีการถ่ายทอดเทคโนโลยี/นวัตกรรม โดยมองว่าอาเซียนเป็นส่วนหนึ่งของตลาดภายในประเทศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งจากตลาดภายในโดยไม่จำกัอยู่ที่เพียง การบริโภคในประเทศ (Domestic Consumption)

(5) **ขยายการส่งเสริมธุรกิจไทยในต่างประเทศ** โดยพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศสำหรับ SMEs และวิสาหกิจระดับท้องถิ่น อาทิ การขยายผล โครงการในลักษณะ Sister Cluster/ Otagai ไทย-ญี่ปุ่น เพื่อให้ผู้ประกอบการในไทยและในตลาดเป้าหมายได้ร่วมกัน วางแผนและผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด (Demand-driven Strategy) การส่งเสริมการค้าใน ธุรกิจในต่างประเทศเพื่อเพิ่มโอกาสในการนำเข้าสินค้า ไทย รวมถึงการส่งเสริมผู้ประกอบการ Startup ให้ร่วม ลงทุนกับหุ้นส่วนจากต่างประเทศ

ทั้งนี้ เงื่อนไขสำคัญคือการมีกลไกการทำงานที่ สามารถให้บริการได้อย่างเพียงพอกับ SME และทั่วถึง ในระดับเมืองหลัก/รอง สามารถให้บริการด้านข้อมูลเชิงลึก ด้านการตลาด กฎระเบียบ/มาตรฐาน และการดำเนิน ธุรกิจในประเทศนั้นๆ ซึ่งอาจจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ในการรับบริการ เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการและ สร้างแรงจูงใจในลักษณะขององค์กรเอกชนภายใต้กำกับ ของรัฐ โดยอาจปรับใช้ประสบการณ์ของต่างประเทศ อาทิ China Council for the Promotion of International Trade (CCPIT) ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ “ก้าวออกไป” (走出去) ของจีน รวมถึงองค์กร JETRO ของญี่ปุ่น

(6) **การอำนวยความสะดวกทางการค้าของ ไทยในต่างประเทศ** (Onshore Trade Facilitation) เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มช่องทางการแสดงและจำหน่าย สินค้าไทยให้ใกล้ชิดผู้บริโภคมากที่สุด โดยส่งเสริมการค้า ในต่างประเทศในต่างประเทศของธุรกิจบริการโลจิสติกส์ และบริการสนับสนุนอุตสาหกรรม รวมถึงธุรกิจบริการ จัดจำหน่ายและแฟรนไชส์ ซึ่งจะเพิ่มโอกาสให้ SMEs และวิสาหกิจในท้องถิ่นได้ทดลองตลาดและเรียนรู้ธุรกิจ ในต่างประเทศได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ จำเป็นต้องอาศัย การเจรจาระหว่างประเทศในมิติของการลงทุนและความ สัมพันธ์/ร่วมมือควบคู่กันไป เพื่อสร้างความได้เปรียบให้ วิสาหกิจรายกลาง/รายใหญ่ที่ออกไปลงทุนและส่งออก สินค้าในต่างประเทศ รวมถึงการร่วมลงทุนและพัฒนา เทคโนโลยีร่วมกับต่างประเทศ (Joint Innovation and Investment) อาทิ โครงการ EU2020



Adapted from source : Osawa and Miyazaki, 2006

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจของไทย เดือนพฤศจิกายน 2558 ในภาพรวมส่งสัญญาณดีขึ้น เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยได้รับแรงสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาลที่กระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ ทั้งการใช้จ่ายภาครัฐและเอกชน และสนับสนุนการลงทุนในประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังขยายตัวได้ดี อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยยังได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัว ส่งผลให้ภาคการส่งออกสินค้าของไทยหดตัวลง

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนพฤศจิกายน 2558 อยู่ในเกณฑ์ดีและมีเสถียรภาพ โดยอัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 0.9 ของกำลังแรงงานรวม อัตราเงินเฟ้อทั่วไปหดตัวร้อยละ 1.0 ตามการลดลงของราคาขายปลีกน้ำมันในประเทศ สัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนตุลาคม 2558 อยู่ที่ร้อยละ 43.8 ซึ่งถือว่าสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและอยู่ในกรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือไม่เกินร้อยละ 60.0 **เสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** เดือนพฤศจิกายน 2558 อยู่ในระดับมั่นคงและสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ สะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูงที่ 155.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนพฤศจิกายน 2558 ยังได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 5.1 นอกจากนี้ ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวเป็นบวกอีกครั้ง โดยขยายตัวร้อยละ 0.1 สำหรับภาคเกษตรกรรมยังคงชะลอตัว สะท้อนได้จากดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและดัชนีราคาสินค้าเกษตร หดตัวร้อยละ 26.23 และ 7.6 โดยเฉพาะมันสำปะหลัง และยางพารา ที่ราคาลดลง เนื่องจากจีนซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญชะลอการสั่งซื้อ เนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

การบริโภคภาคเอกชน เดือนพฤศจิกายน 2558 พื้นตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา สะท้อนได้จากยอดจำหน่ายรถยนต์จักรยานยนต์ และยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ ที่กลับมาขยายตัวอีกครั้งโดยขยายตัวร้อยละ 6.9 และ 3.5 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งหดตัวน้อยกว่าเดือนที่ผ่านมา โดยหดตัวร้อยละ 12.0 (ต.ค. 58 หดตัวร้อยละ 19.5) สะท้อนได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีทิศทางที่ดีขึ้น จากรายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นประกอบกับราคาน้ำมันที่ลดลง ซึ่งส่งผลให้กำลังการซื้อของประชาชนเพิ่มขึ้น

การลงทุนภาคเอกชน เดือนพฤศจิกายน 2558 ในภาพรวมขยายตัวดีขึ้น ตามการขยายตัวของการลงทุนในหมวดเครื่องมือเครื่องจักรและการลงทุนในหมวดก่อสร้าง โดยยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์และยอดการจัดเก็บภาษีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ขยายตัวที่ร้อยละ 15.7 และ 20.3 นอกจากนี้ ยอดจำหน่ายปูนซีเมนต์ขยายตัวเช่นกันที่ร้อยละ 2.6

ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย	Real GDP (%y-o-y)		
	ม.ค. - พ.ย. 2558	ปี 57	Q2 ปี 58	Q3 ปี 58
ไทย	-0.90	0.9	2.8	2.9
มาเลเซีย	2.10	6.0	4.9	4.7
ฟิลิปปินส์	1.40	6.1	5.6	6.0
สิงคโปร์	-0.50	2.9	1.8	1.9
อินโดนีเซีย	6.66	5.0	4.7	4.7
เวียดนาม	0.64	6.0	6.4	6.8
อินเดีย	4.97	7.1	7.0	-
จีน	1.40	7.4	7.0	6.9

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 57	ปี 58				
	ทั้งปี	Q1	Q2	Q3	ต.ค.	พ.ย.
Real GDP (%y-o-y)						
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	0.9	3.0	2.8	2.9	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ						
ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้าน USD)	15.4	8.4	6.2	6.3	5.2	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	157.1	156.3	160.3	155.5	158.3	155.7
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	1.9	-0.5	-1.1	-1.1	-0.8	-1.0
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	1.6	1.5	-1.0	1.0	1.0	0.9
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	46.1	43.3	42.4	43.0	43.8	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.8	1.0	0.9	0.9	0.9	0.9
การส่งออก-นำเข้า (%y-o-y)						
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	-0.4	-4.7	-5.0	-5.3	-8.1	-7.42
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	-9.0	-6.4	-9.4	-15.3	-18.2	-9.53
อุปทาน (%y-o-y)						
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	0.5	-3.9	-9.9	-9.3	-4.8	-26.23
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-6.2	-7.2	-5.8	-4.8	-6.1	-7.6
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	-4.6	0.1	-7.5	-6.1	-4.2	0.1
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	-6.7	23.1	37.6	24.3	1.0	5.1
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)						
ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่	0.4	1.0	1.7	-0.7	-4.0	3.5
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	-41.4	-12.5	-27.3	-24.9	-19.5	-12.0
ยอดจำหน่ายรถยนต์จักรยานยนต์	-14.3	10.9	-2.9	-10.6	-6.5	6.9
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	1.5	10.8	2.0	1.5	-7.4	-
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)						
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	-2.9	0.9	2.1	-10.8	5.4	-
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-26.8	-11.3	-17.3	-0.3	7.2	15.7
ภาษีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	-2.3	7.3	2.9	-0.5	-7.8	20.3
ยอดขายปูนซีเมนต์	-3.2	-2.5	-0.2	-0.7	-0.3	2.6



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

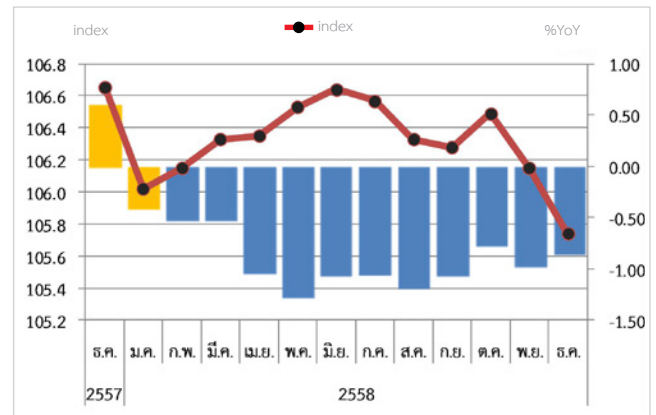
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนธันวาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 105.74 เมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2558 ดัชนีลดลงร้อยละ 0.39 จากการลดลงของหมวดพลังงาน ตามการลดลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขายปลีกในประเทศ ประกอบกับหมวดผักและผลไม้สด รวมทั้งเนื้อสุกร และไข่ไก่ มีราคาปรับตัวลดลงตามปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมาก และเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2557 ลดลงร้อยละ 0.85 ขณะที่ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปไม่รวมกลุ่มราคาอาหารสดและพลังงาน) ยังคงขยายตัวสูงขึ้นที่ร้อยละ 0.68 (YoY) สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคเฉลี่ยปี 2558 เทียบกับเฉลี่ยปี 2557 ลดลงร้อยละ 0.90

สำหรับคาดการณ์ปี 2559 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะอยู่ระหว่างร้อยละ 1.0 - 2.0

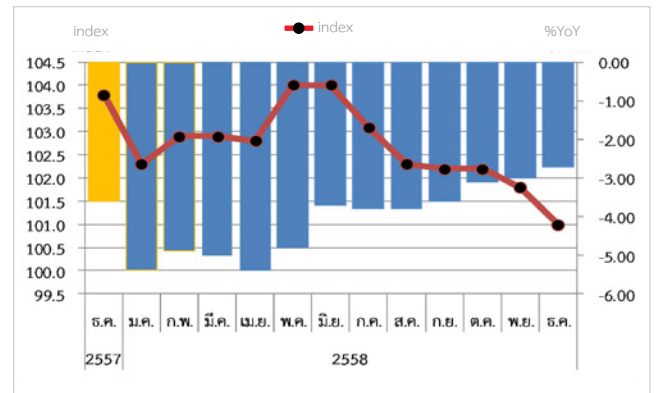
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนธันวาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 101.0 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนลดลงร้อยละ 2.7 จากการลดลงของหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ร้อยละ 3.8 ตามการลดลงของราคาผลผลิตการเกษตรร้อยละ 3.1 สัตว์มีชีวิตรวมและผลิตภัณฑ์ร้อยละ 3.7 ปลาและสัตว์น้ำร้อยละ 9.1 หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดัชนีราคาลดลงร้อยละ 3.1 ตามการลดลงของราคาหมวดผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบร้อยละ 0.3 ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมร้อยละ 21.7 เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ร้อยละ 2.2 ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติกร้อยละ 3.9 ผลิตภัณฑ์โลหะร้อยละ 1.1 โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะร้อยละ 3.6 เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 2.1 ส่วนหมวดที่ดัชนีราคาสูงขึ้น ได้แก่ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอร้อยละ 0.5 หนังสือพิมพ์ผลิตภัณฑ์หนังสือและรองเท้าร้อยละ 0.6 ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ร้อยละ 0.8 เยื่อกระดาษผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์ร้อยละ 3.0 เครื่องจักร ส่วนประกอบและอุปกรณ์ร้อยละ 0.2 สินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ ร้อยละ 0.6 หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมืองสูงขึ้นร้อยละ 11.8 ตามการสูงขึ้นของลิควิด ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติร้อยละ 13.1 แร่โลหะและแร่อื่นๆ ร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้าดัชนีราคาผู้ผลิตลดลงร้อยละ 0.8 เฉลี่ยปี 2558 เทียบกับเฉลี่ยปี 2557 ลดลงร้อยละ 4.1

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนธันวาคม 2558 มีค่าเท่ากับ 116.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 6.7 ซึ่งดัชนีราคาปรับตัวลดลง ได้แก่ หมวดซีเมนต์ลดลงร้อยละ 6.3 หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตลดลงร้อยละ 2.5 หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กลดลงร้อยละ 19.6 หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปาลดลงร้อยละ 3.5 และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ ลดลงร้อยละ 3.2 ทั้งนี้เป็นผลจากราคาวัตถุดิบ เช่น เหล็ก ทองแดง เม็ดพลาสติก รวมทั้งปิโตรเลียมลดลงตามราคาตลาดโลก ประกอบกับการก่อสร้างชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศ หมวดดัชนีราคาที่สูงขึ้นได้แก่ หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้สูงขึ้นร้อยละ 0.7 เนื่องจากต้นทุนด้านการบริหารจัดการสูงขึ้น หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาไม่เปลี่ยนแปลง ได้แก่ หมวดกระเบื้อง หมวดวัสดุฉนวน และหมวดสุขภัณฑ์ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวลดลงร้อยละ 0.7 และเฉลี่ยปี 2558 เทียบกับเฉลี่ยปี 2557 ลดลงร้อยละ 5.1

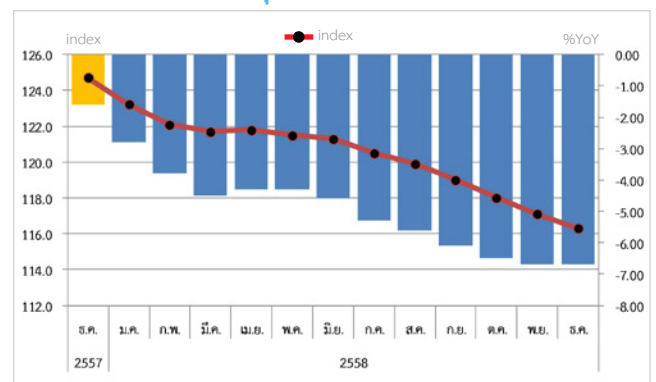
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2553 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ที่มา : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

การค้าระหว่างประเทศของไทย : พฤศจิกายน 2558

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า		การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	พฤศจิกายน 58	ม.ค.-พ.ย. 2558	พฤศจิกายน 58	ม.ค.-พ.ย. 2558
ส่งออก	17,167	197,275	-7.42	-5.51
นำเข้า	16,868	187,041	-9.53	-11.16
ดุลการค้า	299	10,234		

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน พ.ย. 58

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์และส่วนประกอบ	2,236	13.7	13.0	จีน	1,988	-6.1	11.6
คอมพิวเตอร์	1,456	-9.1	8.5	สหรัฐอเมริกา	1,921	-6.3	11.2
อัญมณีและเครื่องประดับ	898	2.5	5.2	ญี่ปุ่น	1,640	-4.7	9.6
แผงวงจรไฟฟ้า	646	5.4	3.8	ฮ่องกง	955	-6.8	5.6
เม็ดพลาสติก	635	-18.7	3.7	เวียดนาม	856	18.2	5.0

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน พ.ย. 58

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,663	0.3	9.9	จีน	3,968	11.5	23.5
อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	1,502	14.9	8.9	ญี่ปุ่น	2,616	-10.2	15.5
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,496	18.0	8.9	สวีเดน	971	103.7	5.8
น้ำมันดิบ	1,201	-44.0	7.1	สหรัฐอเมริกา	957	-34.5	5.7
เคมีภัณฑ์	1,014	-8.1	6.0	มาเลเซีย	929	-6.6	5.5

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.ย. 58	ต.ค. 58	พ.ย. 58	พ.ย. 58	ม.ค.-พ.ย. 58
ส่งออก	-0.4	0.1	-0.3	-2.6	-2.2
นำเข้า	-1.6	-0.1	-1.5	-11.0	-10.8

การส่งออก

เดือนพฤศจิกายน 2558 มีมูลค่า 17,167 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 7.42 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 7.0 จากการลดลงของข้าว (-7.9%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-6.7%) ยางพารา (-12.7%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-14.9%) และน้ำตาล (-32.5%) ในขณะที่ผักผลไม้สดแช่แข็งกระป๋องและแปรรูปเพิ่มขึ้น (+31.9%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.8 จากการลดลงของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-9.1%) น้ำมันสำเร็จรูป (-29.8%) เม็ดพลาสติก (-18.7%) ในขณะที่รถยนต์และอุปกรณ์ (+13.7%) แผงวงจร (+5.4%) ปรับเพิ่มขึ้น ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-6.1%) สหรัฐอเมริกา (-6.3%) ญี่ปุ่น (-4.7%) ฮ่องกง (+6.8%) เวียดนาม (+18.2%)

ระยะ 11 เดือนของปี 58 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่า 197,275 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 5.51 โดย สินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 7.2 จากการลดลงของยางพารา (-15.2%) ข้าว (-14.1%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-15.2%) น้ำตาล (-2.0%) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (+1.1%) ผักผลไม้สดแช่แข็งและแปรรูป (+2.6%) ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญภาพรวม ลดลงร้อยละ 3.7 จากการลดลงของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (-3.4%) น้ำมันสำเร็จรูป (-27.6%) เม็ดพลาสติก (-14.8%) ในขณะที่รถยนต์และอุปกรณ์ (+4.7%) อัญมณีและเครื่องประดับ (+11.6%) ปรับเพิ่มขึ้น ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (+1.4%) จีน (-5.0%) ญี่ปุ่น (-7.5%) ฮ่องกง (-6.6%) และมาเลเซีย (-19.5%)

การนำเข้า

เดือนพฤศจิกายน 2558 มีมูลค่า 16,868 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 9.53 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-44.0%) เคมีภัณฑ์ (-8.1%) ขณะที่เครื่องจักรกล (+0.3%) เครื่องจักรไฟฟ้า (+18.0%) ส่วนประกอบยานยนต์ (+23.5%) ปรับเพิ่มขึ้น แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+11.5%) ญี่ปุ่น (-10.2%) สวิตเซอร์แลนด์ (103.7%) สหรัฐอเมริกา (-34.5%) มาเลเซีย (-6.6%) ระยะ 11 เดือนของปี 58 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่า 187,041 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 11.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-41.9%) เครื่องจักรกล (-8.8%) เคมีภัณฑ์ (-9.27%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (-15.9%) ขณะที่เครื่องจักรไฟฟ้า ปรับเพิ่มขึ้น (+2.9%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+7.8%) ญี่ปุ่น (-11.5%) สหรัฐอเมริกา (-3.3%) มาเลเซีย (-5.4%) และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (-36.3%)

ดุลการค้า

เดือนพฤศจิกายน 2558 เกิดดุลการค้ามูลค่า 299 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ระยะ 11 เดือนของปี 58 (ม.ค.-พ.ย.) เกิดดุลการค้ามูลค่า 10,234 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนพฤศจิกายน 2558 อยู่ที่ 97.8 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคาส่งออกทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 1.4 หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 8.7 หมวดสินค้าเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ 7.5 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ 2.2

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนพฤศจิกายน 2558 อยู่ที่ 92.8 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 11.0 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคานำเข้าทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าเชื้อเพลิงลดลงร้อยละ 38.1 หมวดสินค้าทุนลดลงร้อยละ 2.2 หมวดสินค้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปลดลงร้อยละ 5.2 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ลดลงร้อยละ 1.9 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งลดลงร้อยละ 4.3

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ธันวาคม 2558

ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนธันวาคมโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 18,282 บาท ลดลงร้อยละ 1.12 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ราคาทองคำปรับตัวลดลงเนื่องจากได้รับแรงกดดันจากการแข็งค่าของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ หลังมีกระแสคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) อาจปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย ทั้งนี้ การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของเฟดส่งผลให้นักลงทุนลดการถือครองทองคำ หันไปซื้อสินทรัพย์อื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าอย่างตลาดหุ้น นอกจากนี้ การแข็งค่าของเงินดอลลาร์จะทำให้ทองคำที่ซื้อขายในรูปสกุลเงินดอลลาร์มีราคาแพงขึ้นและไม่น่าดึงดูดใจสำหรับนักลงทุนที่ถือสกุลเงินอื่นๆ

ราคาน้ำมัน


ราคาน้ำมันดิบเดือนธันวาคมปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 37.41 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 42.92 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เนื่องจากแรงกดดันจากอุปทานส่วนเกินในตลาด จากการคงปริมาณการผลิตในระดับสูงเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มโอเปก รวมถึงอิหร่านที่เตรียมเพิ่มการผลิตน้ำมันดิบหลังจากได้รับการยกเลิกการคว่ำบาตรจากกลุ่มชาติมหาอำนาจ (P5+1) กดดันต่อการฟื้นตัวของราคาน้ำมัน นอกจากนี้ ราคายังได้รับแรงกดดันจากการแข็งค่าขึ้นของเงินดอลลาร์สหรัฐ เนื่องจากการคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) จะปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยในเดือนธ.ค. ในช่วงก่อนหน้า

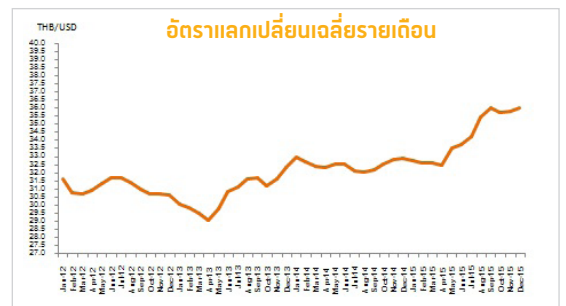
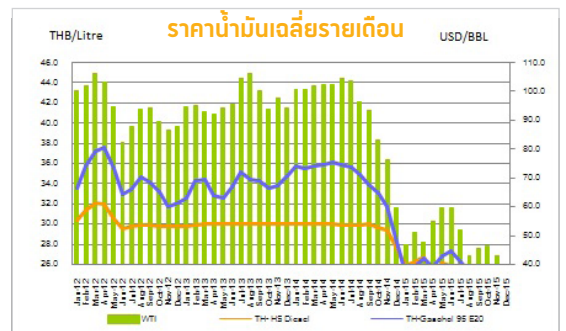
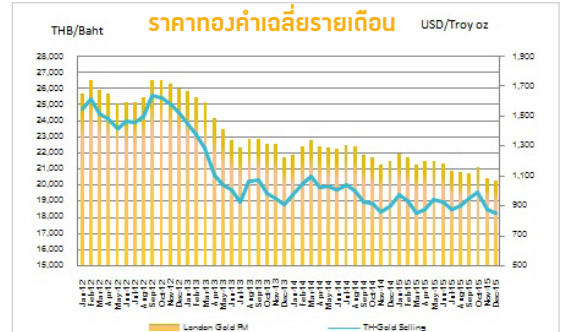
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนธันวาคมอ่อนค่าลง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 36.01 บาทต่อเหรียญสหรัฐ อ่อนค่าจาก 35.78 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าขึ้น ขานรับมาตรการทางการเงินของธนาคารกลางสหรัฐฯ (เฟด) ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย หลังเศรษฐกิจสหรัฐฯ เริ่มมีทิศทางขยายตัวโดยเฉพาะข้อมูลการจ้างงานที่แข็งแกร่ง กดดันให้ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง เคลื่อนไหวตามค่าเงินในภูมิภาค

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคายาส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) เดือนธันวาคมปรับตัวลดลงจากเดือนพฤศจิกายน 2558 จากราคา 1,187.50 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,161.67 บาท/100 กิโลกรัม และราคายาส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวลดลงจาก 2,542.50 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,380.00 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากปริมาณและความต้องการข้าวของตลาดต่างประเทศลดลงจากภาวะเศรษฐกิจโลก ประกอบกับเป็นช่วงที่ใกล้เทศกาลปีใหม่ที่หยุดติดต่อกันหลายวันส่งผลให้ผู้ซื้อข้าวยังชะลอการซื้อในช่วงนี้ ส่วนมาตรการที่รัฐบาลให้ความช่วยเหลือเกษตรกร ปีการผลิต 2558/2559 ซึ่งดำเนินการโดยกระทรวงพาณิชย์ คือ 1. การจัดตลาดนัดข้าวเปลือก 2. การขอความร่วมมือผู้ส่งออกปรับซื้อข้าวหอมมะลิในราคาที่เหมาะสม 3. การจัดคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาขายข้าวในประเทศเป้าหมาย 4. การจำหน่ายข้าวรูปแบบ G to G ซึ่งคาดว่าจะสามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้ โดยกระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าส่งออกข้าวในปี 2559 ไว้ที่ 9 ล้านตัน

ยางพารา ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนธันวาคม 2558 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 45.36 บาท และ 41.97 บาท ตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน 2558 ไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 2.85 ในขณะที่ราคายางแท่ง STR 20 ปรับตัวลดลงจากเดือนพฤศจิกายน 2558 ร้อยละ 0.41 ซึ่งการที่ราคายางลดลงน่าจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยลบของสถานการณ์น้ำมันที่ปรับตัวลดลง จากภาวะอุปทานน้ำมันดิบล้นตลาดและยังไม่มีปัจจัยใหม่ๆ มากระตุ้นตลาด ประกอบกับความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจโลกในปี 2559 ที่คาดว่าชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ราคายางในประเทศปรับตัวลดลงในกรอบจำกัด และมีแนวโน้มทรงตัวเนื่องจากแนวโน้มค่าเงินบาทที่อ่อนค่าและภาวะเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ปรับตัวดีขึ้นทำให้ส่งผลกระทบต่อการส่งออกและความต้องการของโลกได้ 



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	พ.ย. 58	ธ.ค. 58	%Δ (MOM)	ม.ค.-ธ.ค. 57	ม.ค.-ธ.ค. 58	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,187.50	1,161.67	-2.18	1,161.67	1,183.33	1.86
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,542.50	2,380.00	-6.39	2,380.00	2,717.09	14.16
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		44.11	45.36	2.85	45.36	54.03	19.12
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		42.15	41.97	-0.41	41.97	47.43	13.00
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,083.83	1,068.71	-1.40	1,068.71	1,160.15	8.56
ไทย (THB/Baht)		18,490.00	18,282.00	-1.12	18,282.00	18,834.00	3.02
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		42.92	37.41	-12.84	37.41	48.87	30.62
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		35.78	36.01	0.65	36.01	34.25	-4.89

กระแสเข้าปีใหม่ไทยติดตลาดญี่ปุ่น โดยล่าสุดบริษัท Mik Japan สนใจซื้อของขวัญ กลุ่มผลิตภัณฑ์สปาและของตกแต่งบ้านที่เหมาะสมสำหรับทำกระเช้าปีใหม่จากไทย ในรูปแบบ ตะกร้าไม้ไผ่ กล่องกระดาษสา และดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น โดยกำลังมองหาผู้ประกอบการไทย ที่สามารถผลิตสินค้าและบรรจุกระเช้าให้เสร็จสรรพเพื่อส่งไปญี่ปุ่น ทั้งนี้ปัจจุบันชาวญี่ปุ่น นิยมใช้เครื่องสำอางจากธรรมชาติที่มีความอ่อนโยนต่อผิว ซึ่งผู้ผลิตของไทยสามารถพัฒนา กลิ่น สี สัน และบรรจุภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของชาวญี่ปุ่นได้มากขึ้นแล้ว แม้จะเทียบการนำเข้า จะค่อนข้างแพงงวด แต่หากผู้ผลิตไทยสามารถรักษาคุณภาพไว้ได้ และมีลูกค้าที่เชี่ยวชาญในตลาด ก็จะสามารถเจาะตลาดได้ไม่ยาก ผู้สนใจติดต่อ Mik Japan ได้โดยตรงที่ Ms. Ayu HONDA ได้ที่ <http://www.un-mik.co.jp>, <http://www.sabai-arom.jp>, <http://www.un-mik.co.jp>, <http://www.sabai-arom.jp>



รัฐบาลเล็งดู (มณฑลเสฉวน) ของจีนประกาศเดินทางพัฒนาเมืองให้เป็น ศูนย์กลางการช้อปปิ้งโลกภายใน 15 ปีข้างหน้า โดยจะสร้างให้เป็นศูนย์กลาง การค้าของภูมิภาค ดึงแบรนด์ดังและ International HQ ไปเปิดสำนักงานร้านค้า ส่งเสริมร้านค้าปลอดภาษีในสนามบินและแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมธุรกิจ MICE รวมไปถึงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนการเป็นแหล่งช้อปปิ้งโลก มณฑลเสฉวนเป็นมณฑลที่มีประชากรมากที่สุดของจีนตะวันตก เป็นศูนย์กลาง โลจิสติกส์และการท่องเที่ยว ผู้คนมีกำลังซื้อสูงจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ ไทยในกลุ่มสินค้า ฟูมเฟอย เครื่องสำอาง เสื้อผ้า เครื่องประดับและสินค้าอาหาร เป็นต้น อีกทั้งเล็งดูยังสามารถเป็นต้นแบบของไทยในการเป็นศูนย์กลางการ ช้อปปิ้ง AEC และศูนย์กลาง HQ นานาชาติของไทยอีกด้วย

คนฟิลิปปินส์รับประทานอาหารเช้าวันละ 5 รอบ คือ เช้า เที่ยง ค่ำ และอาหารว่างระหว่างวันช่วงสายและบ่ายที่เรียกว่า เมอร์เรียนด้า อาหารจานหลัก คือข้าวเช่นเดียวกับไทย อาหารฟิลิปปินส์ไม่เผ็ดแต่จะรสอื่นนำ เช่น เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม คนฟิลิปปินส์จะเน้นงานเนื้อมากกว่าผัก ไม่ว่าจะเป็นเนื้อวัว เนื้อหมู เนื้อไก่ และปลา และที่โปรดปรานมากพิเศษคือหมูย่าง (ลิตซอน) และ ปลานวลจันทร์ทะเล (บาโงัส) และผักที่นิยมคือ แครอท มะเขือ มะเขือเทศ ใบมะรุ้ม ใบมันเทศ และผักบุง คนฟิลิปปินส์รุ่นใหม่นิยมทำงานบริษัทไอที โดยเฉพาะ Call Center ที่มีรายได้ดี ทำให้มีกำลังซื้อสูงขึ้น จัดเป็นกลุ่มเศรษฐกิจใหม่ และนิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดจานด่วน เช่น ข้าวไก่ทอด สปาเก็ตตี้ พิซซา เบเกอรี่อเมริกัน เช่น แมคโดนัลด์ เคเอฟซี สตาร์บัค แต่ร้านแฟรนไชส์ที่ท้องถิ่น ก็เป็นที่นิยมเช่นกัน เช่น Jollibee และ Inasal จึงเป็นโอกาสของแฟรนไชส์ไทยที่จะ บุกตลาดคนรุ่นใหม่ฟิลิปปินส์ที่นิยมสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้น ย่านที่นำเสนอสนใจจะเป็นย่าน Fort Bonifacio และ มากาตี



รัฐบาล สปป.ลาว ได้ออกหนังสือแจ้งถึงด้านภาษีและภาคส่วนเกี่ยวข้องทั่ว ทั้งประเทศ อนุญาตให้ส่งไม้ซุง ไม้แปรรูป และไม้กึ่งสำเร็จรูปออกไปต่างประเทศอย่างเด็ดขาด ไม้ที่จะส่งออกไปต่างประเทศต้องผ่านกระบวนการแปรรูปและผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป จึงอนุญาตให้ส่งออกได้ ขณะเดียวกันรัฐบาล สปป.ลาว พยายามที่จะผลักดันการส่งออก พลังงานไฟฟ้า ซึ่งมีกรมส่งเสริมภาคเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศเข้าไปลงทุนสร้าง เชื้อนผลิตไฟฟ้าตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล เพื่อเป็นสินค้าส่งออกที่ ยั่งยืนและทดแทนการส่งออกสินค้าวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติ ล่าสุดรัฐบาล สปป.ลาว โดยกระทรวงพลังงานและบ่อแร่อยู่ระหว่างร่างสัญญาการขายพลังงานไฟฟ้าให้แก่ สิงคโปร์ในเบื้องต้น 100 MW ผ่านระบบสายส่งของไทยและมาเลเซีย คาดว่าทั้งสองฝ่าย จะลงนามในสัญญาการซื้อขายภายในเดือนตุลาคม 2558 ปัจจุบันมีการลงทุน ด้านพลังงานไฟฟ้าทั้งจากนักลงทุนในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสิ้น 375 โครงการ มีกำลังการผลิตทั้งหมด 26,147.16 MW และหากทุกโครงการแล้วเสร็จจะสามารถ ผลิตพลังงานไฟฟ้าได้มากกว่า 115,188.29 Gwh ต่อปี ผลักดันให้ลาวเป็นแบตเตอรี่ แห่งอาเซียนอย่างเต็มตัว อย่างไรก็ตาม แม้ว่า สปป.ลาวจะมีกำลังซื้อสูง แต่ค่าครองชีพ ใน สปป.ลาวก็สูงมาก เนื่องจากภาคการผลิตยังมีจำกัด ชาวลาวจึงนิยมมาจับจ่าย ผังไทยมาก จึงเป็นโอกาสแก่ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งตามจังหวัดชายแดนของไทย