

TPSO JOURNAL

สัมภาษณ์พิเศษ
รองปลัดกระทรวงพาณิชย์

(นายวุฒิชัย ทวงรัตน์, นายสมชาติ สร้อยทอง)
ในโอกาสเกษียณอายุราชการ ปี พ.ศ. 2559



ก้าวสู่ประเทศไทย 4.0

และการขับเคลื่อนภาคการค้าบริการ

ISSN 2408-2465



9 772408 246502

TPSO
Trade Policy and Strategy Office

MOC
ZER
CORRUPTION

Editor's Note

วารสาร สนค. ยังคงมีบทสัมภาษณ์ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ที่เกษียณอายุราชการในปี พ.ศ. 2559 ให้ได้ติดตามกัน แต่ฉบับนี้มีความพิเศษตรงที่เราได้รับเกียรติจากรองปลัดกระทรวงพาณิชย์ ผู้มากประสบการณ์ถึง 2 ท่าน คือ ท่านวุฒิชัย ดวงรัตน์ หัวหน้ากลุ่มภารกิจ ด้านการค้าต่างประเทศ และ ท่านสมชาติ สร้อยทอง หัวหน้ากลุ่มภารกิจ ด้านการค้าภายในประเทศ ที่จะมาให้มุมมองและข้อคิดที่นำไปสู่ความสำเร็จในชีวิตและเติบโตก้าวหน้าในการรับราชการ

คอลัมน์ Special Talk นำเสนอเนื้อหาสาระที่อยู่ในความสนใจของนักลงทุนในขณะนี้ ประเดิมด้วยบทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในการวางวิสัยทัศน์ใหม่สู่อนาคต 4 นโยบาย (4 Shifts) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย 'ประเทศไทย 4.0' เพื่อขับเคลื่อนภาคการค้าบริการสาขาต่างๆ ของไทย ที่มีการขยายตัวสูงสวนทางกับเศรษฐกิจโลก รวมทั้งเผยข้อมูลสถานการณ์การส่งออกภาคบริการของประเทศไทยระดับอาเซียนและระดับโลก เพื่อเป็นแนวทางในการแสวงหาโอกาสและสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 ต่อไป

อีกประเด็นที่ต่อเนื่องจากนโยบายประเทศไทย 4.0 คือ ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งทางกระทรวงพาณิชย์มีเป้าหมายที่จะสนับสนุนการส่งออก 'คอนเทนต์' หรือนัยหนึ่งคือ 'วัฒนธรรมไทย' ไปทำเงินทั่วโลก ไม่ต่างจากเกาหลีและสหรัฐอเมริกาที่สำเร็จและได้รับการยอมรับมาแล้ว สำหรับผู้ประกอบการไทยจะมีพื้นที่ในตลาดคอนเทนต์โลกหรือไม่ เชิญพลิกอ่านต่อได้ในคอลัมน์ Special Talk 2

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO



สนค. ชียุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตรไทย

ต้องมุ่งสินค้านวัตกรรมและสร้าง Startup รองรับ Thailand 4.0

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ระบุว่ายุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตรไทยต้องมุ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรม และสร้าง Startup ที่เป็นเกษตรกรและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการตลาด และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ตัดสินใจเพื่อการผลิต เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด

ในปี 2559 นี้ สนค. ได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การค้าสร้างโอกาสการค้าการลงทุน และพัฒนานวัตกรรมธุรกิจการค้าสินค้าเกษตร เพื่อให้ประเทศไทยมีเป้าหมายการค้าสินค้าเกษตรที่ชัดเจนมากขึ้นในระยะ 3 ปีข้างหน้านี้ รวมทั้งมีต้นแบบธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในการออกไปสู่ตลาดต่างประเทศ

เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2559 นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร รอง ผอ. สนค. ได้เป็นประธานเปิดงานและร่วมสัมมนาเผยแพร่และรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเด็นการปรับตัวสินค้าเกษตรไทยสู่ Trading Nation ซึ่งมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจเข้าร่วมงานและให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำยุทธศาสตร์ฯ เป็นอย่างมาก

ผลการศึกษาพบว่า การค้าสินค้าเกษตรไทยจะต้องปรับตัวโดยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ใช้นวัตกรรมขั้นสูง เนื่องจากราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกนั้นมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันด้านราคาเป็นไปได้ยากยิ่ง ดังนั้นจึงต้องสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรดั้งเดิม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจกระบวนการค้าเพื่อยกระดับการผลิตสินค้าให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล นอกจากนี้จะต้องสร้าง Startup ที่เป็นเกษตรกรและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการค้า และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ตัดสินใจในการผลิต เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างๆ ได้เป็นอย่างดี รวมทั้งต้องพัฒนารัฐกิจให้มีศักยภาพสอดคล้องกับเศรษฐกิจปัจจุบันที่เชื่อมโยงกับภาคบริการเพิ่มมากขึ้น

TPSO JOURNAL

วารสาร สนค.

ปีที่ 6 ฉบับที่ 62 กันยายน 2559

3 | Special Talk

ก้าวสู่ประเทศไทย 4.0

และการขับเคลื่อนภาคการค้าบริการ

4 | Special Interview

สัมภาษณ์พิเศษรองปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นายวุฒิชัย ดวงรัตน์)
ในโอกาสเกษียณอายุราชการ ปี พ.ศ. 2559

6 | Special Interview

สัมภาษณ์พิเศษรองปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นายสมชาติ สร้อยทอง)
ในโอกาสเกษียณอายุราชการ ปี พ.ศ. 2559

8 | Special Talk

การส่งออกวัฒนธรรม โอกาสของไทยในธุรกิจคอนเทนต์

9 | Economic Highlight

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

10 | Price Indices

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

11 | International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย :
กรกฎาคม 2559

12 | Commodities & FX

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร :
สิงหาคม 2559

บรรณาธิการ

ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผู้จัดทำ

TPSO
Trade Policy and Strategy Office

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

ก้าวสู่ประเทศไทย 4.0

และการขับเคลื่อนภาคการค้าบริการ

ก้าวสู่ประเทศไทย 4.0

ในยุคที่หลายประเทศได้กำหนดโมเดลเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 อาทิ A Nation of Makers ของสหรัฐอเมริกา Design of Innovation ของอังกฤษ นโยบาย Made in India ของอินเดีย และ Creative Economy ของเกาหลีใต้ ประเทศไทยได้กำหนดทิศทางในการพัฒนาประเทศไทยด้วยนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” (Thailand 4.0) คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไทยไปสู่ “เศรษฐกิจฐานคุณค่า” (Value-Based Economy) จากโมเดลเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ “ทำมาก ได้น้อย” ไปสู่ “ทำน้อย ได้มาก” เพื่อก้าวข้ามจากการเป็นประเทศรายได้ปานกลาง ซึ่งหมายถึงการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติที่สำคัญ คือ 1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่อุตสาหกรรม “นวัตกรรม” 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และ 3. เปลี่ยนจากภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ได้ขานรับนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยวางวิสัยทัศน์ใหม่สู่อนาคต 4 นโยบาย (4 Shifts) เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการค้าไทยไปสู่เศรษฐกิจฐานคุณค่า (Value Based Economy) ที่ทำน้อย แต่ได้ผลมาก (Less for More) สอดรับกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ได้แก่

- 1. การใช้ความต้องการตลาดเป็นตัวนำ (Demand Driven) :** การปรับเปลี่ยนจากการค้าที่มุ่งตอบสนองอุปทานไปเป็นการค้าที่เน้นการผลิตเพื่อตอบสนองอุปสงค์เป็นสำคัญ
- 2. การสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) :** การปรับจากการรับจ้างผลิต/บริการ ซึ่งได้ผลประโยชน์เพิ่มต่ำและไม่ยั่งยืน ไปสู่การเป็นผู้ค้าและผู้ประกอบการที่มีเอกลักษณ์และแบรนด์ของตนเอง
- 3. การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการ (Service Based Economy) :** ก้าวสู่การเป็นเศรษฐกิจการค้าที่ใช้ภาคบริการเป็นตัวนำ
- 4. การอำนวยความสะดวกและพัฒนาธุรกิจ (Facilitator & Developer) :** การปรับกฎระเบียบที่เป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคต่อการค้า และปรับบทบาทกระทรวงฯ ให้เป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมให้มากขึ้น

ภาพรวมธุรกิจบริการ

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ในช่วงที่การค้าสินค้าของโลกอยู่ในภาวะซบเซา เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวช้ากว่าคาดการณ์ ราคามันนี่ที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และผลผลิตภาคเกษตรที่หดตัวในระดับสูงจากความแปรปรวนของสภาพอากาศ การค้าบริการกลับขยายตัวสูงสอดคล้องกับการคาดการณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ที่ระบุว่าในปี 2559 มูลค่าการค้าสินค้าโลกจะหดตัวร้อยละ 3.2 แต่มูลค่าการค้าบริการโลกจะขยายตัวร้อยละ 2.5 ซึ่งทิศทางดังกล่าวได้สะท้อนในตัวเลขการส่งออกบริการของไทยช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2559 ที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 8.1 เทียบกับการส่งออกสินค้าที่ขยายตัวเพียงร้อยละ 0.9

ในปี 2558 การส่งออกบริการของไทยขยายตัวสูงถึงร้อยละ 9.6 และภาคบริการของไทยมีส่วนสูงถึงร้อยละ 60.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ขณะที่ภาคเกษตรเหมืองแร่ และอุตสาหกรรม มีสัดส่วนร้อยละ 9, 3 และ 27 ของ GDP ไทยตามลำดับ (ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, กองทุนการเงินระหว่างประเทศ)

การส่งออกภาคบริการไทย-อาเซียน-โลก

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในอาเซียน คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น พบว่า ในภาพรวมการส่งออกภาคบริการของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าประเทศอื่นๆ กล่าวคือการส่งออกภาคบริการของไทยในปี 2558 ขยายตัวร้อยละ 9.6 ในขณะที่การส่งออกภาคบริการของสิงคโปร์ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา เกาหลี และญี่ปุ่น ตัดลบร้อยละ 7.4, 16.9, 0.1, 12.7 และร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกภาคบริการของไทยมาจากสาขาการท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 73 ในปี 2558 สาขาการท่องเที่ยวของไทยทำรายได้ให้ประเทศถึง 44,521 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราการขยายตัวร้อยละ 15.8 ส่วนสาขาที่ทำรายได้สูงอันดับรองลงมา คือ สาขาบริการทางธุรกิจ (8,566 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, สัดส่วนร้อยละ 14) และขนส่ง (5,715 ล้านดอลลาร์สหรัฐ, สัดส่วนร้อยละ 9)

ในภาพรวมปี 2558 การส่งออกภาคบริการของไทยมีมูลค่าสูงกว่ามาเลเซีย แต่ย่ำต่ำกว่าประเทศพัฒนาแล้วอยู่มาก อาทิ สิงคโปร์มีรายได้จากการส่งออกภาคบริการ 139,610 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เกาหลีใต้ 97,877 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ญี่ปุ่น 162,172 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสหรัฐอเมริกา 710,171 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ล้วนมีความหลากหลายของสาขาของการส่งออกบริการมากกว่าไทย และมีสาขาที่ทำรายได้หลัก 4-5 สาขาขึ้นไป อาทิ สิงคโปร์ สาขาบริการที่ทำรายได้หลักในการส่งออก คือ สาขาขนส่ง บริการทางธุรกิจ การเงิน และการท่องเที่ยว มาเลเซีย มีสาขาท่องเที่ยว บริการทางธุรกิจ ขนส่ง และโทรคมนาคม สหรัฐอเมริกา สาขาท่องเที่ยว บริการทางธุรกิจ ลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา การเงิน และขนส่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกภาคบริการของโลก พบว่า ภาคบริการที่มีอัตราการขยายตัวสูง คือ สาขาที่ใช้เทคโนโลยีความรู้ ได้แก่ สาขาการเงิน ลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา โทรคมนาคม และสาขาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) ได้แก่ การท่องเที่ยว บริการที่เกี่ยวข้องกับสันทนาการและวัฒนธรรม ซึ่งสาขาเหล่านี้เป็นสาขาที่ไทยยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการส่งออก ยกเว้นสาขาท่องเที่ยวเพียงสาขาเดียวที่ไทยทำรายได้สูง (ที่มา : www.trademap.org)



บทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในการขับเคลื่อนภาคการค้าบริการ

ในขณะนี้ กระทรวงพาณิชย์จึงกำหนดวิสัยทัศน์เรื่องการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของกระทรวงฯ ธุรกิจบริการที่จะมุ่งผลักดันในระยะแรก ได้แก่ 1. การบริการเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี สุขภาพและความงาม (Wellness, Health & Beauty) 2. การบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (เช่น โรงแรม/ร้านอาหาร) 3. บริการเชิงสร้างสรรค์ และธุรกิจ Digital Content (เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์/แอนิเมชัน) 4. บริการก่อสร้าง วิศวกรรม และสถาปนิก 5. บริการธุรกิจ (เช่น บริการวิชาชีพ และบริการอสังหาริมทรัพย์) และ 6. บริการโลจิสติกส์ การค้า บริการค้าปลีก และแฟรนไชส์ อีกทั้งจะเข้ามาดูแลการกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ รวมทั้งสั่งด้วย ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์จะทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ดังกล่าว เนื่องจากในภาคบริการมีหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่หลายแห่ง สำหรับการดำเนินงานระยะต่อไป กระทรวงพาณิชย์จะรวบรวมปัญหา/อุปสรรคด้านกฎระเบียบและการอำนวยความสะดวกในการค้าการลงทุนภาคบริการ และการดำเนินการด้านพัฒนาธุรกิจบริการ/การสร้างศักยภาพผู้ประกอบการก่อนการจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการภาพรวมของประเทศไทยต่อไป โดยที่ผ่านมาได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในสาขาดิจิทัลคอนเทนต์ และ Health & Wellness แล้วเมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา

สัมภาษณ์พิเศษ

รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นายวุฒิชัย ดวรรัตน์)

ในโอกาสเกษียณอายุราชการ ปี พ.ศ. 2559

สำหรับวารสาร สนค. ฉบับนี้ มีความพิเศษคือ การสัมภาษณ์ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ 2 ท่านด้วยกัน ท่านแรกคือ รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นายวุฒิชัย ดวรรัตน์) หัวหน้ากลุ่มภารกิจ ด้านการค้าต่างประเทศ และท่านที่สองคือ รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นายสมชาติ ศรีอภัย) หัวหน้ากลุ่มภารกิจ ด้านการค้าภายในประเทศ ซึ่งทั้ง 2 ท่าน เป็นผู้ที่ับประสบการณ์หลากหลาย ทำให้เราได้เห็นมุมมองการทำงานทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ท่านไม่เพียงช่วยบอกเล่าประสบการณ์การทำงานที่มีคุณค่า แต่ยังให้มุมมองในเรื่องต่างๆ ตลอดจนข้อคิดแก่ข้าราชการรุ่นใหม่ในการปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลง การพัฒนาตนให้มีความแตกต่าง เป็นมืออาชีพ และไม่ลืมที่จะรักษาความสมดุลของชีวิต

ทีมงาน : ขอให้ท่านเล่าถึงชีวิตการทำงานตั้งแต่วันแรก โดยเฉพาะช่วงที่เป็นข้าราชการใหม่

รองปลัดฯ : พี่เรียนมัธยมปลายถึงปริญญาเอกที่ฝรั่งเศส ก่อนที่จะมารับราชการ เคยทำงานธนาคารอยู่ 2 ปี ในฝ่ายอำนวยการสินเชื่อ และได้มีโอกาสมาเป็นอาจารย์ที่ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นระยะเวลา 1 ปี 8 เดือน แล้วจึงโอนมารับราชการที่กระทรวงพาณิชย์

พี่ได้เริ่มงานที่กระทรวงพาณิชย์ ที่ฝ่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ กองแผนงาน กรมพาณิชย์สัมพันธ์ ขณะนั้นกระทรวงฯ มีความต้องการคนที่พูดภาษาต่างประเทศได้ดี ทำให้ได้รับมอบหมายงานที่หลากหลาย และมีท่านพิมพ์พรหม ชาญศิลป์ เป็นหัวหน้าฝ่าย และท่านจรจิตฯ เป็นผู้อำนวยการกองแผนงาน ทั้งสองท่านเป็นผู้บังคับบัญชาคนแรก ในชีวิตราชการที่กระทรวงพาณิชย์ ถือว่าพี่โชคดีมาก เพราะหัวหน้างานคนแรกจะเป็นแบบอย่างที่สำคัญที่สุดในการทำงาน ซึ่งพี่โชคดีที่ได้เรียนรู้จากทั้งสองท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่กรุณาสอนงานและให้คำแนะนำในเรื่องงานและชีวิตราชการได้เป็นอย่างดี

หลังจากทำงานที่ส่วนกลางได้ 2 ปีครึ่ง พี่ก็ได้รับคัดเลือกให้ไปประจำการในสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองลียง ประเทศฝรั่งเศส เนื่องจากกระทรวงพาณิชย์อยู่ระหว่างการเปิดสำนักงานใหม่ที่ลียง งานเปิดสำนักงานเป็นงานที่ท้าทาย ทั้งการเลือกทำเลที่ตั้งที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของสำนักงาน และภารกิจหลักของสำนักงาน คือการสร้างความสัมพันธ์กับนักธุรกิจ ซึ่งจุดแข็งของสำนักงาน คือการมีเครือข่ายที่หลากหลาย ทั้งหอการค้า สมาคมอุตสาหกรรม และธนาคารต่างๆ ในประเทศนั้นๆ ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกในเรื่องการทำธุรกิจ การที่พี่เคยผ่านงานในสายธนาคารมาก่อน ทำให้พี่รู้ว่าเครือข่ายในสายงานธนาคารเป็นหนึ่งในคลังข้อมูลชั้นดี มีข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ในหลายด้าน ที่สามารถสนับสนุนงานด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี

หลังจากประจำการที่เมืองลียง พี่ได้รับคัดเลือกให้ไปประจำการที่เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี เป็นเวลา 8 ปี สิ่งแรกที่พี่ทำเมื่อไปประจำการที่มิลานคือ เรียนภาษาอิตาเลียน เพราะพี่เชื่อว่าการได้ภาษาจะเป็นประตูไปสู่ความเข้าใจด้านต่างๆ ในเชิงลึก ตั้งแต่วัฒนธรรม วิถีคิด ไปจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค

นอกจากนี้ สิ่งที่พี่พยายามทำที่มิลานคือ การแสวงหาตลาดใหม่ หรือตลาดเมืองรอง (เมืองที่สอง) ให้ผู้ส่งออก แทนที่จะยึดกับตลาดหลักในเมืองหลวงและปริมณฑลเท่านั้น ซึ่งความหลากหลายของตลาดถือเป็นเรื่องสำคัญในการขยายช่องทางการค้าให้กับผู้ประกอบการไทย ตลาดใหม่ๆ ที่สามารถจะรองรับสินค้าและบริการไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าให้มากยิ่งขึ้น

ทีมงาน : ท่านมีมุมมองในด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศไทย และของโลก อย่างไร

รองปลัดฯ : พัฒนาการด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยเริ่มจากการนำเข้ามาเพื่อการบริโภค การผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และจึงมาสู่การผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งประเทศไทยมีการผลิตเพื่อการส่งออกมาเป็นเวลานานกว่า 20 ปีแล้ว ในยุคหลังจากนี้



จะต้องมองไปข้างหน้าและให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิต เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน

ณ วันนี้ ตลาดของไทยไม่ใช่แค่ตลาดในประเทศ แต่คือตลาดอาเซียนที่มีประชากร 600 ล้านคน ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญสำหรับไทย ในขณะที่เดียวกันเราก็ไม่ควรประมาท ในวันที่การลงทุนจากต่างชาติ เช่น ในสาขาอิเล็กทรอนิกส์เริ่มเคลื่อนย้ายไปประเทศเพื่อนบ้านของไทย เช่น เวียดนาม เราอาจต้องถามตนเองว่าจะปรับตัวอย่างไรเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันไว้

ประเด็นหนึ่งที่พี่อยากฝากให้คิดคือ สังคมที่ว่าความแน่นอนคือความไม่แน่นอน ตอนพี่เด็กๆ ทำเรือมาร์แซย์ (Marseille) เป็นท่าเรือสำคัญที่สุดในยุโรป เพราะเป็น



ท่าเรือที่คลื่นลมสงบ อากาศดีตลอดปี อยู่ในจุดภูมิศาสตร์ที่ดีมาก คืออยู่กึ่งกลางของยุโรป แต่ต่อมาท่าเรือรอตเตอร์ดาม (Rotterdam) กลับมีความสำคัญขึ้นมาแทนที่ท่าเรือมาร์แซย์ ทั้งๆ ที่รอตเตอร์ดามเป็นช่องแคบที่ลมแรงมาก มีคลื่นอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้น ในโลกทุกวันนี้ เราต้องปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ینگปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน โลกแคบลงมาก สถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพราะฉะนั้นการก้าวให้ทันกระแสโลกเป็นสิ่งที่จะต้องทำ ที่ถึงเห็นว่าบุคลากรกระทรวงพาณิชย์นอกจากจะต้องทันสมัย ทันทต่อเหตุการณ์แล้วยังต้องสามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงให้ได้ ให้ดี และให้ทัน

จากยุคของการสร้างความยุติธรรม “ให้แก่ตลาด” ไปสู่การสร้างความยุติธรรม “ให้กับผู้บริโภค”

เวทีการเจรจา และองค์กรระหว่างประเทศมีวิวัฒนาการไปตามบริบทของการเปลี่ยนแปลง ในยุคก่อน GATT ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อสร้างความยุติธรรม “ให้แก่ตลาด” (level playing field) ในเวทีการค้าระหว่างประเทศ และต่อมาวิวัฒนาการเป็น WTO มาถึงยุคนี้เป็นยุคของ “การสร้างความยุติธรรมให้กับผู้บริโภค” (fair trade) ซึ่งมีขอบเขตที่กว้างกว่าสินค้าเกษตร แต่หมายถึงกระแสของการตระหนักรู้ (conscious) ของผู้บริโภคในทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า

การรวมกลุ่มทางการค้าในรูปแบบใหม่จึงมีประเด็นทางสังคม ทั้งเรื่องแรงงาน สิ่งแวดล้อม หรือแม้แต่จริยธรรมเข้ามา เนื่องจากผู้บริโภคต้องการเห็นสังคมที่

ไม่เอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน ไม่สร้างมลภาวะ องค์กรระหว่างประเทศก็มีการปรับตัว โดยตลอด และประเด็นเหล่านี้จะเป็นทิศทาง (trend) ของโลกการค้าในอนาคต

ทีมงาน : ท่านมีแนวคิดในการทำงาน และมีวิธีการสร้างสมดุลในการทำงานกับชีวิตส่วนตัวอย่างไร

รองปลัดฯ : ที่บ้านที่เป็นครอบครัวข้าราชการ และมองว่าการรับราชการคือการทำประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ในการทำงาน หลักคิดของพี่ ที่จะตั้งคำถามง่ายๆ 3 ข้อคือ 1. ความเป็นมา เรื่องนั้นมีที่มาที่ไปอย่างไร 2. สถานะล่าสุด ความคืบหน้า และความชัดเจนว่ากำลังทำอะไรอยู่ และ 3. สิ่งที่ต้องดำเนินการต่อในอนาคต เพราะงานราชการต้องมีการประสานงานกับหลายฝ่าย พี่เชื่อว่าหากจับหลักการ 3 ข้อนี้ได้แล้ว ขั้นตอนการทำงานจะมีทิศทางที่ถูกต้อง และชัดเจน

ส่วนการสร้างสมดุลของชีวิต มีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 3 ด้าน คือ 1. เรื่องครอบครัว 2. ที่ทำงาน และ 3. เรื่องส่วนตัว เราจะต้องรักษสมดุลของแต่ละเรื่องให้ดี ทั้ง 3 ด้านนี้จะต้องไปด้วยกัน ไม่สามารถแยกส่วนได้ เพราะถ้าหากเราเจอปัญหาหรือผลกระทบในด้านใดด้านหนึ่ง อีกด้านที่เหลือจะคอยส่งเสริม สนับสนุน และเป็นแรงผลักดันให้เราสามารถผ่านปัญหาอุปสรรคไปได้

นอกจากนี้ พี่มองว่าการมองโลกในแง่ดี มองผู้อื่นในแง่ดี และปรับเปลี่ยนตนเอง อยู่เสมอเป็นเรื่องสำคัญ

ทีมงาน : ในฐานะผู้บริหาร ท่านมีทัศนคติอย่างไรต่อบุคลากรรุ่นใหม่ที่เกิดเติบโตขึ้นมาในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากบุคลากรรุ่นก่อน และขอให้ท่านฝากแนวคิดในการทำงานให้กับข้าราชการรุ่นใหม่

รองปลัดฯ : โลกเรามีวิวัฒนาการไปเรื่อยๆ ถ้าจะให้คนรุ่นก่อนมาคิดแทนคนรุ่นหลังคงจะไม่สามารถทดแทนได้ทั้งหมด เพราะบริบททางสังคมมีความแตกต่างกัน ในช่วงปี 1980 มีการพูดกันมากกว่า โลกในอนาคตจะเป็นยุคของการสื่อสาร (communication) ตอนนั้นไม่มีใครเข้าใจว่าคืออะไร มาถึงตอนนี้จึงได้เข้าใจดี ว่าโลกของคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ไม่เหมือนกัน โลกยุคใหม่มี social media ในรูปแบบต่างๆ เข้ามา ทั้ง Line Facebook และสื่อต่างๆ โลกนี้จากนี้จะมีหมุนเร็วมาก

พี่เชื่อว่าทุกคนมีวิถีคิด มีตรรกะของตนเอง คุณพ่อพี่สอนว่า ความรู้ไม่ได้มาจากการศึกษาที่สูงเท่านั้น แต่มาจากการพิจารณาเรื่องต่างๆ อย่างแตกฉาน “ความแตกฉาน” ไม่ใช่แค่ความรู้ แต่รวมถึงความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในงานที่ทำ และความเป็นมืออาชีพ

พี่ขอฝากไว้ว่า ขอให้มีความรักในงานที่ทำ คิดบวก มีความสุขกับการทำงาน พยายามพัฒนาตนเองให้มีความแตกฉานในหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบ ในขณะที่เดียวกันรักษาสมดุลของชีวิตให้ดี ทั้งการทำงานและชีวิตส่วนตัว



สัมภาษณ์พิเศษ รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ (นายสมชาติ สร้อยทอง)

ในโอกาสเกษียณอายุราชการ ปี พ.ศ. 2559

ทีมงาน : นับจากวันแรกที่ท่านเข้ารับราชการที่กระทรวงพาณิชย์จนถึงปัจจุบัน ท่านมีประสบการณ์ในการทำงานแต่ละช่วงอย่างไรบ้าง

ท่านรองปลัดฯ : ด้วยความที่บ้านประกอบธุรกิจส่วนตัว และต้องมีการติดต่อกับราชการอยู่บ่อยๆ ซึ่งในแต่ละครั้งก็เห็นว่ามีปัญหายากซับซ้อนและล่าช้าเป็นอย่างมาก จึงมีความคิดอยากรู้ถึงระบบการทำงานของราชการ เมื่อมีโอกาสจึงสอบเข้ารับราชการ โดยเริ่มงานราชการแรกที่กรมการค้าภายใน ฝ่ายตรวจสอบ สมัยก่อนต้องไปทำงานที่ท่าเตียน และงานแรกที่ได้รับมอบหมาย คือ การตรวจสอบราคาสินค้า ในช่วงแรกที่เข้ารับราชการก็ได้ช่วยงานที่บ้านควบคู่ไปด้วย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบงานราชการกับธุรกิจที่บ้านในตอนนั้นแล้ว งานราชการถือว่าไม่ได้หนักอย่างที่คิด ช่วงนั้นงานราชการจึงเปรียบเสมือนงานอดิเรก และธุรกิจที่บ้านเปรียบเสมือนงานหลัก ทั้งนี้ การช่วยงานที่บ้านของผมก็ไม่ได้ทำให้งานราชการเสียหาย

ผมทำงานอยู่ฝ่ายตรวจสอบที่ส่วนกลางประมาณ 2 ปีครึ่ง ได้รับความก้าวหน้าเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม ด้วยเจตนาธรรมและอุดมการณ์ในสมัยเรียนที่ชอบทำงานในชนบทต่างจังหวัด เมื่อมีการเปิดรับสมัครเจ้าหน้าที่ไปทำงานที่สำนักงานส่วนภูมิภาค จึงได้ไปสมัคร และไปปฏิบัติงานที่จังหวัดราชบุรี

ระยะเวลาการทำงานที่จังหวัดราชบุรีประมาณหนึ่งปีครึ่ง โดยมีหน้าที่รับผิดชอบ 9 จังหวัดของภาคตะวันตก ซึ่งวันแรกที่ย้ายไปทำงาน ด้วยความที่เป็นสำนักงานตั้งใหม่ ทำให้ยังไม่มีอุปกรณ์สำนักงานหรือสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก การทำงานก็ตื้อตึงทำงานกับพื้น ไม่มีโต๊ะเก้าอี้ การเดินทางไปปฏิบัติราชการจังหวัดอื่นๆ ก็มีรถยนต์เพียง 1 คัน ไม่มีพนักงานขับรถ ทำให้ต้องขับรถออกพื้นที่เอง ทุกอำเภอของ 9 จังหวัดภาคตะวันตก ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ชีวิตที่ดีจนกระทั่งสมัยท่านอธิบดีเพชร (ในขณะนั้น) ผมได้ย้ายกลับเข้าส่วนกลางอีกครั้ง หลังจากนั้นได้ย้ายก็ไปอยู่งานส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ อยู่ได้ประมาณ 2 ปี ก็ย้ายไปเป็นหัวหน้าพัสดุ แต่ทำงานพัสดุได้แค่ 10 เดือน มีการปรับเปลี่ยนหัวหน้ากองการเจ้าหน้าที่ ผมได้ย้ายมาเป็นหัวหน้ากองการเจ้าหน้าที่ ซึ่งการเปลี่ยนงานเช่นนี้ถือเป็นความโชคดีของผม ทำให้ผมได้มีโอกาสเรียนรู้งานที่หลากหลายทั้งงานงานตรวจสอบ งานต่างจังหวัด งานส่งเสริม งานอำนวยความสะดวกทางพัสดุและงานกองการเจ้าหน้าที่ ผมทำงานอยู่กองการเจ้าหน้าที่กรมการค้าภายในได้ประมาณ 7 ปี ก็ได้เลื่อนตำแหน่งมาเป็นระดับแปด (ซี 8) ที่กลุ่มงานส่งเสริมอีกครั้ง ต่อมาประมาณหนึ่งปีท่านปลัดสมพล เกียรติไพบูลย์ ได้ชักชวนผมไปทำงานที่สำนักงานปลัดกระทรวง เนื่องจากขณะนั้นการเจ้าหน้าที่ของกระทรวงเป็นเพียงฝ่ายเท่านั้น โดยผมอยู่ช่วยตั้งกองเจ้าหน้าที่และปฏิบัติหน้าที่อยู่ 6 ปี จึงย้ายกลับกรมการค้าภายในไปเป็น ผอ. กองส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ และในปี 2545 ได้มีการปฏิรูประบบราชการขึ้น ซึ่งกลุ่มงานส่งเสริมถูกรวมไปอยู่กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กรมทะเบียนการค้าเดิม)

ทีมงาน : ท่านมีวิธีการสร้างสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัวอย่างไร

ท่านรองปลัดฯ : โดยปกติแล้วผมเป็นคนไม่มีงานอดิเรก เวลาว่างส่วนใหญ่จากงานราชการผมก็จะช่วยธุรกิจครอบครัว ดังนั้น เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ผมก็จะต้องขับรถขับล่อส่งหินทรายและวัสดุก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ช่วงที่ธุรกิจครอบครัวมีงานมากหลังจากเลิกงานราชการก็ต้องกลับไปช่วยงานที่บ้านเพิ่มเติมด้วย แต่เมื่อตำแหน่งหน้าที่การงานมาถึงระดับกลางแล้วก็ไม่ได้ช่วยที่บ้านเหมือนแต่ก่อน เนื่องจากต้องรับผิดชอบงานราชการซึ่งเป็นหน้าที่หลัก เมื่อว่างจากงานจึงทำให้พอมีเวลาที่จะอ่านหนังสือหรือเล่นกีฬาบ้าง โดยเฉพาะกีฬาแบดมินตัน



ทีมงาน : ท่านเคยมีวิกฤตการณ์จากการทำงานที่จดจำได้บ้างไหม

ท่านรองปลัดฯ : วิกฤตการณ์จากการทำงานของผมที่ทำให้จดจำจนถึงทุกวันนี้ เป็นเหตุการณ์ที่น่าตื่นเต้นตอนไปออกตรวจราคาสินค้าแถวย่านบางกะปิ ซึ่งตอนนั้นไปตรวจร้านขายวัสดุก่อสร้างที่ขายเกินราคา แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ เจ้าของร้านไม่ยอมให้จับกุมส่งสถานีตำรวจ และยั่วยุให้คนงานที่มีเครื่องมือก่อสร้างมาปิดล้อมเรา และพนักงานที่ไปด้วย ในขณะที่หัวหน้าสาย (ท่านกรมรงค์ ฤทธิ์ฤทัย) ได้ไปตามตำรวจที่สถานีหัวหมากมาช่วย เนื่องจากสมัยก่อนยังไม่มีโทรศัพท์มือถือ และถนนยังเป็นถนนลาดยาง ขับรถสวนทาง 2 เลน ก่อให้เกิดความล่าช้าในการเข้าช่วยเหลือ (ประมาณครึ่งชั่วโมง) อย่างไรก็ตาม สุดท้ายแล้วเราได้ทำใจสู้เสื่อ ตั้งสติ และชี้แจงกับกลุ่มคนที่ปิดล้อมจนสามารถรอดออกมาได้อย่างปลอดภัย

ทีมงาน : ท่านมีแนวคิด ปรัชญา หรือวิธีการพัฒนาตนเองอย่างไรบ้างเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในหน้าที่การงาน

ท่านรองปลัดฯ : สิ่งที่ผมอยากจะบอกน้องๆ คือ ทุกแห่งที่ได้ทำงานมีความรู้ให้เราเก็บเกี่ยวอยู่ทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่าเราจะสามารถเก็บเกี่ยวได้มากน้อยแค่ไหน ดังนั้น อยากจะบอกว่าทำงานมาก ได้ประสบการณ์มาก และเนื่องจากทุกวันนี้โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความคิดในการทำงานต้องปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของผม การเป็นคนช่างสังเกต การมีความรอบรู้ในงานที่เราทำ การรู้กฎระเบียบ ส่งผลให้ผู้ใหญ่เชื่อมั่นในตัวเรา แต่เมื่อเป็นระดับสูงแล้ว จะต้องใช้ประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาในอดีต รวมทั้งประสบการณ์ในการเรียนรู้เรื่องคนเพื่อแก้ไขสถานการณ์ปัญหาต่างๆ ที่สำคัญต้องมีไหวพริบดีถึงจะทำงานบริหารได้

นอกจากนี้ ศิลปะการพูดเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการทำงาน อย่างเช่นเมื่อเราต้องการจะปฏิเสธก็ควรต้องปฏิเสธไปแบบที่รักษาน้ำใจคนฟัง ดังนั้น ศิลปะการพูดถือเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จอย่างหนึ่ง จะพูดอย่างไรให้เป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงาน

ทีมงาน : ท่านมีเทคนิคหรือวิธีพัฒนาตนเองหรือฝึกพูดให้มีศิลปะได้อย่างไร

ท่านรองปลัดฯ : ส่วนตัวผมแนะนำให้ฟังจากคนที่เก่งๆ เวลาเขาพูด และสังเกตว่ามีการใช้คำพูดอย่างไร ซึ่งการสังเกตดังกล่าวจะเป็นการเรียนรู้ที่ดีมาก โดยของผมนจะคอยสังเกตจากหัวหน้าว่าแต่ละท่านมีเทคนิคการพูดอย่างไรบ้าง หากประโยคใดประทับใจก็จะนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบุคลิกของตัวเองเพื่อนำไปใช้ต่อไป ดังนั้น ผมจะคอยบอกข้าราชการที่เพิ่งบรรจุใหม่เรื่องการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ หากได้ทำงานกับคนเก่งก็ถือว่าโชคดีที่จะได้เรียนรู้แนวทาง ข้อคิด และเทคนิคการทำงานที่ดี ส่งเสริมให้เราได้พัฒนาตนเองได้เป็นอย่างดี

ทีมงาน : ท่านมีกังวลใจกับคนรุ่นใหม่ หรือมีข้อคิดฝากถึงคนรุ่นใหม่อย่างไรบ้าง

ท่านรองปลัดฯ : ส่วนตัวไม่กังวลมากนัก แต่อยากฝากคนรุ่นใหม่ให้นำประสบการณ์ของคนรุ่นเก่ามาใช้ให้เป็นประโยชน์ อย่ามองว่าความคิดของคนรุ่นเก่าเป็นความคิดที่ล้าสมัย ในบางครั้งบางสถานการณ์/ปัญหา ก็อาจจะสามารถแก้ไขได้จากแนวคิดเดิมของผู้ที่มีประสบการณ์ ตัวอย่างสิ่งที่คนรุ่นเก่ามีแต่คนรุ่นใหม่ยังไม่มี เช่น คนรุ่นใหม่ยังไม่ค่อยเข้าใจในการเรียนรู้นิสัยคน (เพื่อนร่วมงาน) และใส่ใจในความรู้สึกของเพื่อนร่วมงานน้อยกว่าคนรุ่นเก่า ทำให้ในบางครั้งการพูดหรือการกระทำที่ออกมาจากก่อให้เกิดความน้อยใจแก่คนรอบข้าง เป็นสาเหตุให้ความสัมพันธ์ของคนรุ่นใหม่ไม่แน่นแฟ้นเท่าคนรุ่นเก่า

ทีมงาน : ท่านมองบทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในอนาคตเป็นอย่างไร

ท่านรองปลัดฯ : มุมมองของผมมองว่า ด้านการค้าการลงทุนในอนาคต ภาคเอกชนจะสามารถขับเคลื่อนธุรกิจได้ด้วยตัวเอง ดังนั้น บทบาทของกระทรวงพาณิชย์จะเป็นไปในทิศทางกรอำนวยความสะดวก และสนับสนุนการดำเนินงานของภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมและสนับสนุนของกระทรวงฯ ในอนาคต ควรจะต้องมีการสำรวจความต้องการของภาคธุรกิจด้วยว่าต้องการให้กระทรวงฯ ช่วยเหลือในแบบใด เพื่อให้โครงการที่กระทรวงดำเนินการสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาของธุรกิจได้ตรงประเด็น



ทีมงาน : ช่วงชีวิตที่รับราชการท่านมีความภาคภูมิใจในเรื่องใดบ้าง

ท่านรองปลัดฯ : ผมมีประสบการณ์ชีวิตข้าราชการหลายอย่าง เช่น ในเรื่องที่ผมได้รับความไว้วางใจจากผู้ใหญ่หลายท่านให้ทำงานในหลากหลายหน้าที่ ทำให้ตัวเองได้เรียนรู้งาน เรียนรู้คน และเพิ่มพูนประสบการณ์ของตัวเองไปด้วยในขณะเดียวกัน ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีในการทำงาน บางคนไม่ชอบการเปลี่ยนงาน เพราะไม่อยากหาเพื่อนใหม่ ไม่อยากปรับตัวใหม่ ซึ่งเป็นความคิดที่ผิด ผมมองว่าการเปลี่ยนงานทำให้เราได้มีโอกาสเรียนรู้งานในหลากหลายด้าน ขณะเดียวกันต้องเรียนรู้งานให้รู้อย่างถ่องแท้ อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการที่จะได้เรียนรู้ว่าตัวเองมีความถนัดในงานหน้าที่อย่างไรบ้าง นอกจากนี้ ได้เรียนรู้คนเพื่อใช้ปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งผมเห็นว่าหากมีโอกาสก็ควรไปสัมผัสงานในต่างจังหวัดบ้างจะได้เรียนรู้งานของกระทรวงในอีกรูปแบบ เพราะต่างจังหวัดต้องทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ จากทุกกระทรวงที่อยู่ในจังหวัด ได้ทำงานประสานโดยตรงกับผู้ประกอบการ เกษตรกรและชาวบ้าน โดยลักษณะงานจะทำให้เรามีความเข้มแข็ง เนื่องจากงานในต่างจังหวัดมีความหลากหลาย นอกจากนี้ ผมมีเรื่องที่ยอยากฝากน้องๆ ข้าราชการ คือ 1) เรื่องความสุจริต การทำงานต้องยึดมั่นความสุจริต ไม่ข้องแวะกับผลประโยชน์ที่มีใครหรือบุคคลใดมาเสนอให้ การทำงานต้องตั้งอยู่บนความถูกต้องตามระเบียบ ข้อบังคับของทางราชการ โดยยึดหลักตามที่กระทรวงพาณิชย์ได้วางแนวทางไว้เกี่ยวกับ Zero Corruption หากเรายึดมั่นสิ่งนี้ในการทำงาน ชีวิตการรับราชการก็จะมีคามมั่นคงและมีความสุข 2) ให้มีความสุขในการทำงาน ความเครียดไม่ช่วยให้งานสำเร็จได้ หากเราได้เป็นหัวหน้าก็ไม่ควรไปสร้างคามเครียดให้กับลูกน้อง ควรสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี สร้างทีมในการทำงานร่วมกัน โดยมองเป้าหมายความสำเร็จของงานและผลประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ



การส่งออกวัฒนธรรม โอกาสของไทยในธุรกิจคอนเทนต์

ณ พิธีปิดกีฬาโอลิมปิก 2016 หรือริโอเกมส์ โอลิมปิกสมัยครั้งสำคัญของมานคือ การที่นายกรัฐมนตรี ชินโซะ อาเบะ ของญี่ปุ่น ปรากฏภายในชุดช่วงประปาจากการ์ตูน มาริโอ แล้วขอความช่วยเหลือจากโถงมอนโห้ช่วยเจาะอุโมงค์จากโตเกียวไปริโอเดจาเนโร และโผล่ขึ้นจากอุโมงค์สีเขียว ก่อนจะกดชุดช่วงประปาออกมาเป็น ชินโซะ อาเบะ นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่น แทนนอนว่าจากนี้ได้รับการวางแผนเป็นอย่างดีจากประเทศช่วงคิดอย่างญี่ปุ่น เพื่อสื่อความหมายว่าญี่ปุ่นได้กลับมาทวงตำแหน่งความยิ่งใหญ่คืนแล้ว ภายใต้นโยบาย "Cool Japan"

ในขณะที่ญี่ปุ่นต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจชะงักงัน หรือที่เรียกว่า "ทศวรรษแห่งความสูญเปล่า" (The Lost Decade) เมื่ออัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นไม่ถึงร้อยละ 1 มาเป็นเวลาเกือบสองทศวรรษ ประกอบกับปัญหาค่าเงินเยนแข็งค่าขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมต่างๆ ออกไปตั้งโรงงานยังต่างประเทศ เพื่อรับมือกับปัญหาดังกล่าว รัฐบาลญี่ปุ่นจึงได้ใช้นโยบาย Cool Japan เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศ ด้วยการเผยแพร่และส่งออกวัฒนธรรมญี่ปุ่นในรูปแบบของสินค้าและบริการต่างๆ 5 สาขา คือ อนิเมชัน อาหาร การขนส่งสินค้าในประเทศ (Delivery Service) เรียวกัง (โรงแรมแบบญี่ปุ่น) และศิลปหัตถกรรม (Art and Craft) นอกจากนี้ นโยบาย Cool Japan นี้ มีการตั้งเป็นหน่วยงานขึ้นมาดูแล โดยมีรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจ ทำหน้าที่รับผิดชอบและดูแลการพัฒนาเกี่ยวกับดูแลโครงการนี้ (Cool Japan Strategy Minister) และมีบริษัท Cool Japan Fund ที่ดูแลด้านการสนับสนุนการส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของญี่ปุ่นด้วย

นอกจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศที่ใช้นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมคอนเทนต์ และประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกคือ ประเทศเกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา ในยุคก่อนที่ซีรีส์เกาหลียังไม่เป็นที่รู้จักในประเทศไทย เกาหลีได้ติดต่อสถานีโทรทัศน์ของไทย ขอนำซีรีส์เกาหลีเข้ามาฉายทุกวัน โดยไม่คิดค่าลิขสิทธิ์ใดๆ ซึ่งกลยุทธ์นี้ทำให้ซีรีส์เกาหลีเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ตามมาด้วยการที่คนไทยจัดทัวร์ไปเที่ยวประเทศเกาหลี ซื้อเครื่องสำอาง ฟังเพลงเกาหลีและใช้สินค้าเกาหลี อย่างแพร่หลายหลังจากนั้น ซึ่งการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจคอนเทนต์ของเกาหลี เนื่องจากความพยายามอย่างต่อเนื่องของรัฐบาลเกาหลีในการสนับสนุนธุรกิจดังกล่าว โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจนคือ กระทรวงการท่องเที่ยว กีฬา และวัฒนธรรมของเกาหลีเป็นผู้กำหนดนโยบาย และในปี 2002 มีการจัดตั้งหน่วยงานชื่อ Korean Creative Content Agency (KOCCA) เป็นหัวหอกในการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล

สำหรับสหรัฐอเมริกา การที่ละครเพลงบรอดเวย์และภาพยนตร์ฮอลลีวูดโด่งดังไปทั่วโลก ก็มีที่มาจากประวัติศาสตร์ที่ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ได้ออกนโยบายชื่อ "The New Deal" ในปี 1929 และส่วนหนึ่งของนโยบายมีการจ้างศิลปินในสาขาต่างๆ รวม 40,000 คน ซึ่งมีผลให้ศิลปินมากความสามารถทั้งหลายออกจากยุโรปเข้ามาอยู่ในสหรัฐอเมริกา และหลังปี 1945 เป็นต้นมา ละครเพลงบรอดเวย์และภาพยนตร์ฮอลลีวูด ก็มีชื่อเสียงโด่งดัง และเป็นรูปแบบหนึ่งของการส่งออกวัฒนธรรมในรูปแบบของ "Soft Power" ของสหรัฐอเมริกา นับจากนั้นเป็นต้นมา คนไทยส่วนใหญ่จะรู้จักอเมริกาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด คู่เนกยกับวิถีชีวิตแบบอเมริกัน รวมทั้งไปเรียนต่อและจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าจากอเมริกาอย่างแพร่หลาย

กรณีศึกษาข้างต้น คืออิทธิพลสำคัญของ "การส่งออกวัฒนธรรม" ซึ่งประเทศต่างๆ ได้ทำในรูปแบบการส่งออกคอนเทนต์ (อาทิ อนิเมชัน เกม ภาพยนตร์) เพราะเข้าใจดีว่าวัฒนธรรมคือรากเหง้าของวิถีชีวิต และในบางครั้งเราอาจรับวัฒนธรรมใหม่ๆ เข้ามาโดยไม่รู้ตัว เช่น คนที่โตมากับการ์ตูนโดราเอมอนก็มีความรู้สึกที่ติดกับประเทศญี่ปุ่น อยากไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เช่นเดียวกับประเทศเพื่อนบ้านของไทยที่ชมละครไทย และมีความรู้สึกติดกับเมืองไทย และซื้อสินค้าไทย

โอกาสสำหรับไทยในธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์

ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นหนึ่งในสาขาหลักที่สนับสนุนนโยบายประเทศไทย 4.0 และ S-Curve เพื่อการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจฐานมูลค่า (Value-Based Economy) ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์มีเป้าหมายเพิ่มการส่งออก โดยเน้นธุรกิจบันเทิง (Entertainment) ที่เป็นส่วนหนึ่งของดิจิทัลคอนเทนต์

จุดแข็งของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ของไทย คือ ไทยมีคอนเทนต์ที่หลากหลาย ผู้ประกอบการมีความสามารถสูง มีมือประณีต และมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ



อีกทั้งค่าบริการต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน และสิงคโปร์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ของไทยขยายตัวสูง อีกทั้งในด้านภาพยนตร์ ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เหมาะสมที่ต่างชาติจะเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์

ความท้าทาย คือ การพัฒนาเนื้อหาของธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ต้องใช้เงินลงทุนและเทคโนโลยีการผลิต (ซอฟต์แวร์) ที่สูง ผู้ประกอบการรายย่อยจึงยากที่จะแข่งขันในตลาดโลก และไทยยังไม่มีเทคโนโลยีการผลิตเป็นของตนเอง รวมทั้งยังขาดช่องทางการขาย/ทำตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันส่วนใหญ่จึงเป็นการรับจ้างผลิตจากบริษัทต่างชาติ

ข้อเสนอแนะ/แนวทางการพัฒนา

การพัฒนาผู้ประกอบการภายในประเทศ

- พัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศ รวมทั้งบริการที่เกี่ยวข้องต่างๆ (อาทิ ICT E-Commerce) และค้นหาเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่จะใช้เป็นจุดขาย รวมทั้งสัญลักษณ์แสดงความเป็นไทยที่สร้างโดยคนรุ่นใหม่ (เช่นเดียวกับตัวการ์ตูนมาริโอของญี่ปุ่น และละคร Winter Love Song/เพลง K-Pop ของเกาหลี)
- เมื่อผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง และสร้างควมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้แล้ว ธุรกิจต่างๆ สามารถต่อยอดสอดแทรกสินค้าและบริการอื่นๆ (โฆษณาแฝง) ภายใต้อุตสาหกรรมก่อนออกสู่ตลาดต่างประเทศ อาทิ เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวที่ไทยมีความได้เปรียบอยู่แล้ว รวมทั้งธุรกิจสนับสนุนอื่นๆ เช่น อาหารไทย มวยไทย และสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น

การออกสู่ตลาดต่างประเทศ

- ภาครัฐและเอกชนร่วมกันทำแผนออกสู่ตลาดโลกแบบองค์รวม (บุกตลาดต่างประเทศทั้งอุตสาหกรรม)
- ร่วมมือผลิต (Co-Production) กับเอกชนในประเทศต่างๆ รวมทั้งการทำ MOU กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ (อาทิ KOCCA ของเกาหลีใต้) ในเรื่องการตลาด การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) การพัฒนาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (เช่น ด้าน Programming) รวมทั้งความร่วมมือกับต่างประเทศในการสนับสนุนให้ภาพยนตร์หรืออนิเมชันของไทยเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ของต่างประเทศได้ (เช่น ความร่วมมือระหว่างเกาหลีใต้และมาเลเซียในการสนับสนุนหนังอนิเมชันให้เข้าฉายในทั้งสองประเทศ)
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาของไทยและต่างประเทศ เพื่อผลิตและแลกเปลี่ยนบุคลากรด้านคอนเทนต์รองรับตลาดโลกที่กำลังเติบโต
- ประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศ ด้านที่ไทยมีศักยภาพแต่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เช่น เรื่องเกม โดยสนับสนุนการประกวดรางวัลในต่างประเทศผ่านการแข่งขันต่างๆ เข้าร่วมงาน Conference และเจาะกลุ่ม Publisher รายใหญ่ๆ เพื่อการนำเสนอคอนเทนต์ใน Platform ต่างๆ

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

เศรษฐกิจของไทย เดือนกรกฎาคม 2559 ปรับตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของบริการภาคเอกชน ซึ่งเป็นผลจากราคาสินค้าเกษตรและผลผลิตสินค้าเกษตรที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับภาคการท่องเที่ยวยังคงขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่รัฐบาลได้ออกมาตรการและเร่งการใช้จ่ายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนและความเปราะบางของเศรษฐกิจโลกยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนกรกฎาคม 2559 อยู่ในเกณฑ์ดีและมีเสถียรภาพ โดยอัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 1.0 ของกำลังแรงงานรวม อัตราเงินเฟ้อทั่วไปขยายตัวร้อยละ 0.1 ตามการสูงขึ้นของราคาหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลัก (อาทิ ผลไม้สด ปลาและสัตว์น้ำ และเนื้อสุกร) สำหรับหนี้สาธารณะต่อ GDP ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมิถุนายน 2559 อยู่ที่ร้อยละ 42.8 ซึ่งถือว่าสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคง และต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้คือไม่เกินร้อยละ 60.0

เสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ เดือนกรกฎาคม 2559 อยู่ในระดับมั่นคงและสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ สะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับสูงที่ 180.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอุปทาน เดือนกรกฎาคม 2559 ในภาพรวมขยายตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา สะท้อนได้จากภาคเกษตรกรรมที่กลับมาขยายตัวอีกครั้ง โดยดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร และดัชนีราคาสินค้าเกษตร ขยายตัวร้อยละ 2.3 และ 16.2 ตามลำดับ ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวได้ดีที่ร้อยละ 10.8 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีน กลุ่มประเทศ CLMV เกาหลีใต้ และอินเดีย สำหรับดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 5.1 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากภาคการส่งออกที่หดตัวลงตามความต้องการของตลาดโลก

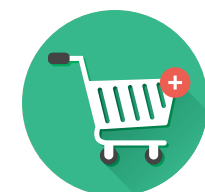
การบริโภคภาคเอกชน เดือนกรกฎาคม 2559 ขยายตัวได้ดีอย่างต่อเนื่องในทุกตัวชี้วัด โดยยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาครั้งที่ ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง และยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ขยายตัวร้อยละ 0.9, 9.6 และ 7.4 ตามลำดับ นอกจากนี้ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD ขยายตัวเช่นกัน โดยขยายตัวที่ร้อยละ 3.0 เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นตามราคาสินค้าเกษตร ประกอบกับรัฐบาลได้ออกมาตรการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคด้านเศรษฐกิจดีขึ้น

การลงทุนภาคเอกชน เดือนกรกฎาคม 2559 ในภาพรวมชะลอตัวลงตามการลดลงของการลงทุนในหมวดเครื่องมือเครื่องจักร สะท้อนได้จากปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD โดยหดตัวร้อยละ 0.7 และยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์หดตัวที่ร้อยละ 6.1 ส่วนการลงทุนในหมวดก่อสร้างหดตัวลงเช่นกัน สะท้อนได้จากยอดการจัดเก็บภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ และยอดจำหน่ายปูนซีเมนต์ ที่หดตัวร้อยละ 20.8 และ 4.0 ตามลำดับ

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่างๆ

ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (ร้อยละ)	Real GDP (%y-o-y)	
	ม.ค. - ก.ค. 2559	ปี 57	ปี 58
ไทย	-0.07	0.9	2.8
มาเลเซีย	2.4	6.0	5.0
ฟิลิปปินส์	1.4	6.1	5.8
สิงคโปร์	-0.8	2.9	2.0
อินโดนีเซีย	3.80	5.0	4.8
เวียดนาม	1.80	6.0	6.7
อินเดีย	5.54	7.1	7.3
จีน	2.1	7.4	6.9

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 58		ปี 59			
	ทั้งปี	Q4	Q1	Q2	มิ.ย.	ก.ค.
Real GDP (%y-o-y)						
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	2.8	2.8	3.2	-	-	-
เสถียรภาพเศรษฐกิจ						
ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้าน USD)	34.84	13.05	16.42	83.75	29.78	-
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	156.5	156.5	175.1	178.7	178.7	180.2
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	-0.9	-0.9	-0.5	0.3	0.38	0.1
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	1.1	0.8	0.7	0.8	0.8	0.8
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	44.4	44.4	44.0	42.8	42.8	-
อัตราการว่างงาน (%)	0.9	0.8	0.9	1.1	1.0	1.0
การส่งออก-นำเข้า (%y-o-y)						
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	-5.8	-8.1	0.9	-4.1	-0.1	-4.4
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	-11.0	-12.6	-12.0	-8.4	-10.1	-7.2
อุปทาน (%y-o-y)						
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	-5.3	-3.2	-1.9	-1.2	-2.0	2.3
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-6.1	-5.8	-5.2	4.9	3.8	16.2
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	0.3	0.2	-1.1	1.5	0.8	-5.1
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	20.4	3.7	15.5	8.2	7.2	10.8
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)						
ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาครั้งที่	1.0	2.0	0.1	3.7	6.5	0.9
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	-19.1	-11.7	-26.6	4.9	19.6	9.6
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	-0.2	2.3	-3.3	7.9	5.2	7.4
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	2.2	-4.4	3.6	3.4	3.4	3.0
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)						
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	-2.2	0.2	-1.0	-11.6	-15.4	-0.7
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-2.6	17.2	4.0	13.6	4.0	-6.1
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	7.7	22.2	4.5	11.5	-7.7	-20.8
ยอดขายปูนซีเมนต์	-0.4	2.1	3.1	-1.6	-3.5	-4.0



ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า

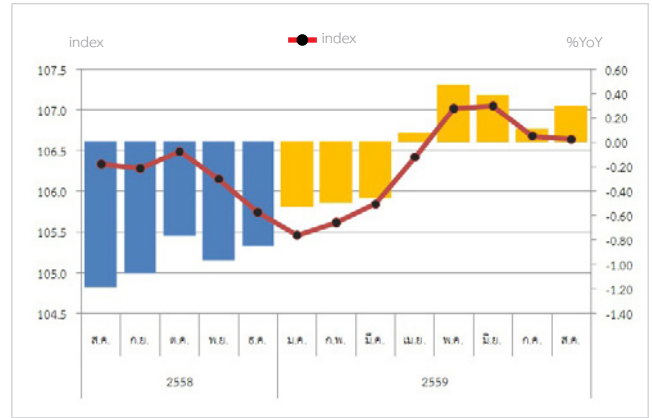
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนสิงหาคม 2559 มีค่าเท่ากับ 106.64 เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2558 ดัชนีสูงขึ้นร้อยละ 0.29 จากการสูงขึ้นของราคาสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ปัจจัยสำคัญมาจากผลไม้สด อาทิ ทุเรียน กัวยาวน้ำว่ามะม่วง มะพร้าวอ่อน กับข้าวสำเร็จรูป ผักสด อาทิ ผักคะน้า ต้นหอม ผักชี มะนาว กระเทียม ปลาและสัตว์น้ำ ไข่ไก่ หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ จากผลสะสมของการปรับอัตราค่าแสตมป์ยาสูบตามมูลค่าเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ทั้งนี้ อัตราเงินเฟ้อขยายตัวได้ต่ำถึงแม้ว่าราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกและราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขยายปฏิกายในประเทศเริ่มปรับตัวสูงขึ้นแต่ราคายังคงต่ำกว่าปีก่อนหน้า ดังนั้น หมวดพาหนะ การขนส่ง และการสื่อสารยังคงกดดันอัตราเงินเฟ้อ เช่นเดียวกับหมวดเคหสถาน ที่ราคาตกลงจากการปรับอัตราค่าไฟฟ้าอัตโนมัติ (Ft) ในรอบเดือนมกราคม-เมษายน เมื่อเทียบเดือนกรกฎาคม 2559 ลดลงร้อยละ 0.04 โดยได้รับอิทธิพลสำคัญมาจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขยายปฏิกายในประเทศ ขณะที่ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปไม่รวมกลุ่มราคาอาหารสดและพลังงาน) ยังคงขยายตัวสูงขึ้นที่ร้อยละ 0.79 (YoY) สำหรับดัชนีราคาผู้บริโภคเทียบเฉลี่ยเดือนมกราคม-สิงหาคม 2559 กับช่วงเดียวกันของปี 2558 ลดลงร้อยละ 0.03

คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2559 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ประมาณการอัตราเงินเฟ้อปี 2559 อยู่ระหว่างร้อยละ 0.0-1.0

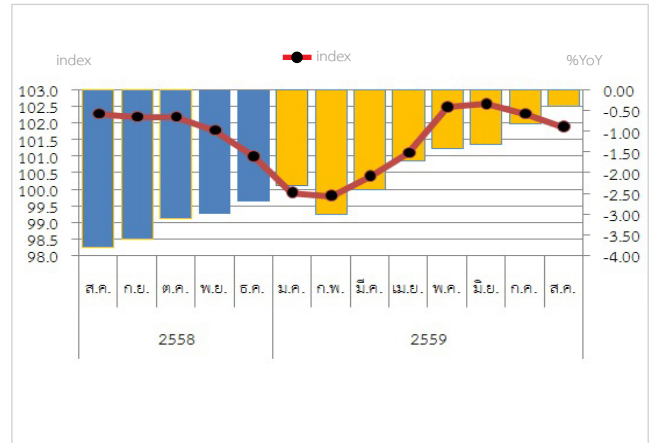
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนสิงหาคม 2559 มีค่าเท่ากับ 101.9 เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2558 ลดลงร้อยละ 0.4 จากการลดลงของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ได้แก่ น้ำมันดีเซล น้ำมันแก๊สโซฮอล์ น้ำมันเครื่องบิน น้ำมันเตา น้ำมันก๊าด ก๊าซปิโตรเลียมเหลวและยางมะตอยตามภาวะราคาตลาดโลก **เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี** ได้แก่ เม็ดพลาสติก ยางสังเคราะห์ (ยางเทียม) ปูนและก๊าซที่ใช้ในอุตสาหกรรม ตามการลดลงของราคาน้ำมัน **โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ** ได้แก่ เหล็กแท่ง เหล็กแผ่น เหล็กโครงสร้างรูปพรรณและผลิตภัณฑ์เหล็ก ราคาเคลื่อนไหวตามภาวะตลาดโลก เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2559 ดัชนีราคาผู้ผลิตลดลงร้อยละ 0.4 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันปิโตรเลียมดิบและก๊าซธรรมชาติ ราคาปรับลดลงตามภาวะตลาดโลก สินค้าเกษตรที่ราคาตกลง ได้แก่ หัวมันสำปะหลังสด ผลปาล์มสด พืชผัก สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ สำหรับดัชนีราคาผู้ผลิตเทียบเฉลี่ยเดือนมกราคม-สิงหาคม 2559 กับช่วงเดียวกันของปี 2558 ลดลงร้อยละ 1.7

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนสิงหาคม 2559 มีค่าเท่ากับ 116.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 3.2 จากการลดลงของราคาสินค้าหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ได้แก่ เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ข้ออ้อย เหล็กตัวไอ ลวดเหล็ก ท่อเหล็กกลางเคลือบสังกะสี เหล็กแผ่นเรียบดำ แม้ว่าปัจจุบันราคาเหล็กเริ่มขยับสูงขึ้น แต่ยังคงต่ำกว่าปีที่แล้วที่ได้รับผลกระทบจากราคาเหล็กในตลาดโลกต่ำจากปริมาณส่วนเกินสูง **หมวดซีเมนต์** ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม เนื่องจากมีปริมาณปูนจำนวนมากทำให้การแข่งขันสูง **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** ได้แก่ เสาเข็มคอนกรีตเสริมเหล็ก คอนกรีตผสมเสร็จ ต้นทุนลดลงตามราคาซีเมนต์ และราคาเหล็กที่เป็นวัตถุดิบในการผลิต **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ** ได้แก่ ยางมะตอย ลดลงตามราคาปิโตรเลียม เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้าดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างสูงขึ้นร้อยละ 0.3 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการสูงขึ้นของราคาสินค้าหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก สำหรับดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเทียบเฉลี่ยเดือนมกราคม-สิงหาคม 2559 กับช่วงเดียวกันของปี 2558 ลดลงร้อยละ 3.6

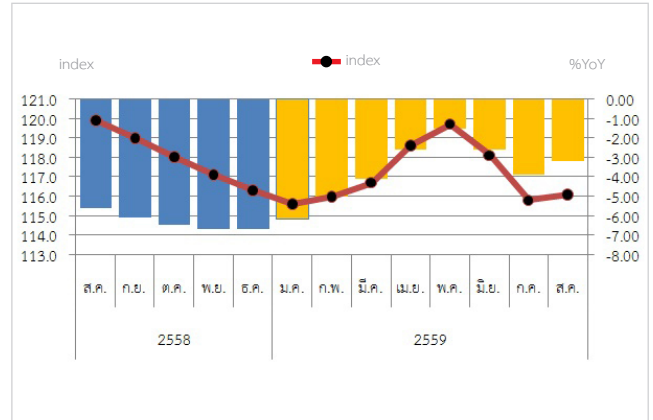
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2553 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)



ที่มา : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

การค้าระหว่าง ประเทศของไทย : กรกฎาคม 2559

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า		การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	กรกฎาคม 59	ม.ค.-ก.ค. 2559	กรกฎาคม 59	ม.ค.-ก.ค. 2559
ส่งออก	17,045	122,183	-6.4	-2.3
นำเข้า	16,202	108,926	-7.2	-9.8
ดุลการค้า	843	13,256		

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 59

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์และส่วนประกอบ	1,767	-22.9	10.4	สหรัฐอเมริกา	2,057	0.0	12.1
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	1,352	-3.7	7.9	จีน	1,761	-13.5	10.3
อัญมณี/เครื่องประดับ	1,296	89.4	7.6	ญี่ปุ่น	1,562	-8.5	9.2
แผงวงจรไฟฟ้า	640	2.4	3.8	ออสเตรเลีย	950	7.4	5.6
เม็ดพลาสติก	625	-14.8	3.7	ฮ่องกง	837	-5.6	4.9

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 59

สินค้า	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,616	-1.9	10.0	จีน	3,646	1.6	22.5
น้ำมันดิบ	1,467	-18.3	9.1	ญี่ปุ่น	2,515	-3.7	15.52
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,250	-5.1	7.7	มาเลเซีย	975	-6.2	6.02
เคมีภัณฑ์	1,131	-0.5	7.0	สหรัฐอเมริกา	926	-11.0	5.72
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	941	-10.9	5.8	เกาหลีใต้	637	-1.0	3.93

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	พ.ค. 59	มิ.ย. 59	ก.ค. 59	ก.ค. 59	ม.ค. - ก.ค. 59
ส่งออก	0.9	0.3	0.1	0.3	-1.3
นำเข้า	1.5	1.0	0.0	-3.4	-5.9

การส่งออก

เดือนกรกฎาคม 2559 มีมูลค่า 17,045 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 6.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 18.6 โดยผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-28.4%) ข้าว (-35.1%) ยางพารา (-34.8%) ผลไม้สดแช่แข็ง (-13.4%) และน้ำตาล (-33.8%) ในขณะที่อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (+2.0%) สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมหดตัวร้อยละ -3.1 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (-22.9%) เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (-3.7%) เม็ดพลาสติก (-14.8%) ขณะที่แผงวงจรไฟฟ้า (+2.4%) อัญมณีและเครื่องประดับ (+89.4%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (+0.0%) จีน (-13.5%) ญี่ปุ่น (-8.5%) ออสเตรเลีย (+7.4%) ฮ่องกง (-5.6%)

ภาพรวมการส่งออกมกราคม-กรกฎาคม ปี 2559 มีมูลค่า 122,183 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 2.3 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.2 โดยยางพารา (-19.0%) อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป (-0.8%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (-24.4%) ข้าว (-5.4%) น้ำตาล (-1.7%) ในขณะที่ผัก ผลไม้สดแช่แข็งและแปรรูป (+5.8%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมหดตัวร้อยละ 0.2 โดยเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (-6.8%) เม็ดพลาสติก (-10.9%) ขณะที่รถยนต์และส่วนประกอบ (-0.2%) อัญมณีและเครื่องประดับ (+57.4%) ในขณะที่ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (-1.1%) จีน (-9.2%) ญี่ปุ่น (-2.0%) ฮ่องกง (-3.9%) ออสเตรเลีย (+9.7%)

การนำเข้า

เดือนกรกฎาคม 2559 มีมูลค่า 16,202 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการหดตัวของเครื่องจักรกล (-1.9%) น้ำมันดิบ (-18.3%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-5.1%) เคมีภัณฑ์ (-0.5%) และเหล็ก เหล็กกล้า (-10.9%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+1.6%) ญี่ปุ่น (-3.7%) มาเลเซีย (-6.2%) สหรัฐอเมริกา (-11.0%) เกาหลีใต้ (-1.0%)

ภาพรวมการนำเข้ามกราคม-กรกฎาคม ปี 2559 มีมูลค่า 108,926 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 9.8 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงของเครื่องจักรกล (-5.4%) เคมีภัณฑ์ (-6.9%) น้ำมันดิบ (-37.3%) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ (-8.4%) ขณะที่เครื่องจักรไฟฟ้า (+4.0%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+3.0%) ญี่ปุ่น (-5.6%) สหรัฐอเมริกา (-20.5%) มาเลเซีย (-13.3%) และเกาหลีใต้ (-5.4%)

ดุลการค้า

เดือนกรกฎาคม 2559 เกิดดุลการค้ามูลค่า 843 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ภาพรวมดุลการค้า 2559 (ม.ค.-ก.ค.) เกิดดุลการค้ามูลค่า 13,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกรกฎาคม 2559 อยู่ที่ 96.9 (ปี2555=100) สูงขึ้นร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ขยายตัวร้อยละ 1.6 ขณะที่หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 0.6

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกรกฎาคม 2559 อยู่ที่ 84.4 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 23.7 ขณะที่หมวดสินค้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 และหมวดสินค้าทุ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6

สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : สิงหาคม 2559

ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนสิงหาคมโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 22,050.00 บาท ปรับตัวลดลงร้อยละ 0.8 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ราคาทองคำปรับตัวลดลงหลังจากสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐแข็งค่าขึ้น นอกจากนี้ตลาดทองคำยังได้รับปัจจัยกดดันจากกระแสคาดการณ์ที่ว่าธนาคารกลางสหรัฐ (Fed) จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในระยะใกล้ขึ้น หลังมีปัจจัยสนับสนุนจากตัวเลขเศรษฐกิจที่สำคัญออกมาดีเกินความคาดหมาย ขณะที่ค่าเงินบาทในประเทศแข็งกดดันราคาทองคำ

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนสิงหาคมปรับตัวลดลงโดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 44.78 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 45.04 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ได้รับแรงกดดันจากภาวะอุปทานน้ำมันดิบที่ล้นตลาดยังไม่คลี่คลาย หลังจากปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ปรับเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ราคาน้ำมันดิบยังคงได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกโอเปกและนอกกลุ่มโอเปก เพื่อรักษาเสถียรภาพราคาน้ำมันดิบ รวมถึงตลาดอาจถูกกดดันจากค่าเงินดอลลาร์สหรัฐที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น เนื่องจากธนาคารกลางสหรัฐ (Fed) อาจพิจารณาปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยภายในปีนี้ หลังจากตัวเลขเศรษฐกิจที่สำคัญออกมาดีเกินความคาดหมาย

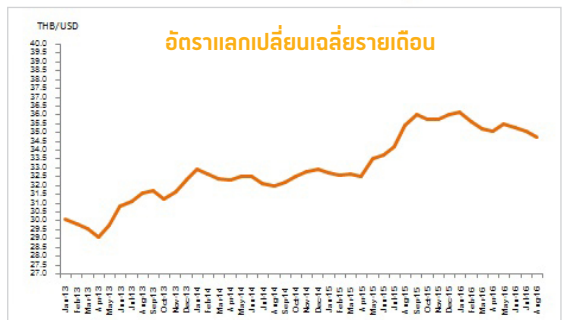
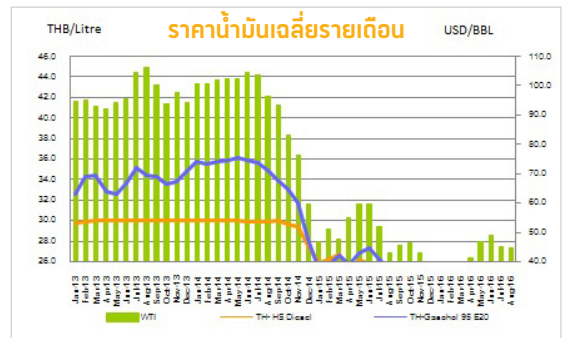
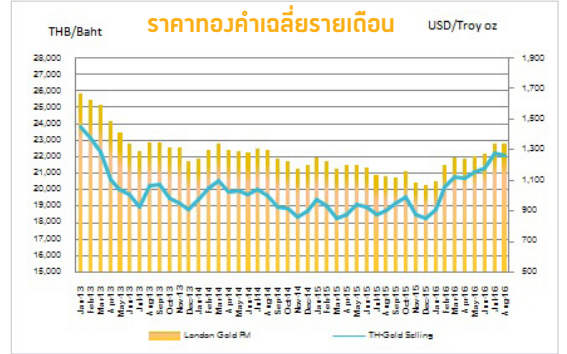
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนสิงหาคมแข็งค่าขึ้น โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 34.73 บาทต่อเหรียญสหรัฐ แข็งค่าจาก 35.08 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ค่าเงินบาทที่แข็งค่าเกิดจากมีเงินทุนต่างชาติไหลเข้ามาจากสถานการณ์ตลาดและเศรษฐกิจโลกที่ยังดีอยู่ หลังธนาคารกลางสหรัฐ (Fed) อาจพิจารณาปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยภายในสิ้นปีนี้ นักลงทุนจึงยังมองหาการลงทุนที่มีผลตอบแทนดีกว่า เช่น สินทรัพย์เสี่ยงในเอเชียรวมถึงไทย

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) และราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) เดือนสิงหาคม 2559 ปรับตัวลดลงจากเดือนกรกฎาคม 2559 จากราคา 1,395.00 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,314.32 บาท/100 กิโลกรัม ส่วนราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวลดลงจาก 2,295.00 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,264.09 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากปริมาณและความต้องการข้าวของตลาดต่างประเทศลดลง ประกอบกับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศน้อยลง อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์จะมีการออกมาตรการกำหนดราคาขึ้นต่ำจะช่วยให้ราคาข้าวส่งออกและราคาข้าวในประเทศมีเสถียรภาพมากขึ้น ซึ่งจะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาราคาข้าวที่ต่ำได้ อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีโอกาสในการขายข้าวให้ฟิลิปปินส์ โดยรัฐบาลฟิลิปปินส์จะเปิดประมูลนำเข้าข้าวขาว และจะเป็นช่องทางระบายผลผลิตข้าวฤดูกาลใหม่ที่จะทยอยออกมาช่วงปลายปี จึงเป็นโอกาสให้ไทยส่งออกข้าวได้เพิ่มขึ้น

ยางพารา ราคาขายแ่นรมควันชั้น 3 และราคาขายแ่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนสิงหาคม 2559 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 58.54 บาท และ 45.04 บาท ตามลำดับ ลดลงจากเดือนกรกฎาคม 2559 คิดเป็นร้อยละ 5.19 และ 1.76 ตามลำดับ โดยราคาขายได้รับแรงกดดันจากปริมาณยางที่เข้าสู่ตลาดน้อย เนื่องจากปัญหาสภาพอากาศของประเทศที่มีฝนตกในเกือบทุกพื้นที่ นอกจากนี้ ราคาขายได้รับแรงกดดันจากราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ค่าเงินบาทของไทยมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ ↯



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ก.ค. 59	ส.ค. 59	%Δ (MOM)	ม.ค.-ส.ค. 58	ม.ค.-ส.ค. 59	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,395.00	1,314.32	-5.78	1,187.99	1,289.60	8.55
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,295.00	2,264.09	-1.35	2,782.77	2,285.39	-17.87
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		61.74	58.54	-5.19	57.88	54.56	-5.74
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		45.85	45.04	-1.76	49.36	45.09	-8.66
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,337.33	1,341.09	0.28	1,185.57	1,249.92	5.43
ไทย (THB/Baht)		22,227.08	22,050.00	-0.80	18,807.28	20,884.65	11.05
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		45.04	44.78	-0.58	51.79	40.88	-21.07
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		35.08	34.73	-1.00	33.43	35.33	5.68