

TPSO Journal

วารสาร สทศ.

Trade Policy and Strategy Office www.tpsso.moc.go.th

ปีที่ 8 ฉบับที่ 78 มกราคม 2561



Special Report

สัมภาษณ์พิเศษ ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

Special Talk “สุขภาพกับการค้า”



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

ก่อนอื่น ในนามของ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ต้องขอกล่าวสวัสดิ์ปีใหม่ พุทธศักราช 2561 แก่ผู้อ่านทุกท่าน เพื่อเดินทางสู่โลกแห่งธุรกิจที่หมุนเร็วขึ้นทุกขณะ ส่งผลให้ภารกิจสำคัญในการศึกษาและติดตามสถานการณ์การค้าการลงทุนของเราต้องปรับตัวตามให้ทัน

ข้อมูลแรกที่น่ายินดี คือตัวเลขในการส่งออกของไทยได้ขยายตัวสูงสุดเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2560 นั้นมีตัวเลขสูงถึงร้อยละ 13.4 หรือคิดเป็นมูลค่า 21,435 ล้านดอลลาร์ โดยขยายตัวได้ดีในทุกตลาดที่สำคัญโดยเฉพาะตลาดเอเชียได้ขยายตัวสูงสุดในรอบ 79 เดือน เช่นเดียวกับตัวเลขการส่งออกในรายสินค้าที่ขยายตัวสูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งถือเป็นนิมิตหมายอันดีที่คาดว่าจะสร้างความต่อเนื่องได้ในปีนี้

ขณะเดียวกันในปี 2561 ราคาทองคำมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ ทำให้การลงทุนในทองคำอาจไม่น่าสนใจเท่าสินทรัพย์เสี่ยงชนิดอื่น ในขณะที่ราคาน้ำมัน คาดว่าในปีนี้น้ำมันดิบดูไบจะอยู่ที่ระดับ 50.0 - 60.0 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล จากการรักษาระดับการผลิตของ OPEC ที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานน้ำมันปรับเข้าสู่สมดุล

ส่วนคอลัมน์ Special Talk ฉบับนี้ ได้ใช้พื้นที่ในการนำเสนอบทบาทอีกด้านหนึ่งของกระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสุขภาพของประชาชนตามทิศทางการค้าของโลกปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบจากสินค้าที่จับต้องได้ มาเป็นการค้าภาคบริการมากขึ้น

พร้อมทั้งบทสัมภาษณ์พิเศษที่ได้รับเกียรติจากท่านพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สละเวลามาวายพรปีใหม่แก่พนักงานและผู้อ่านทุกท่าน พร้อมเน้นย้ำจุดยืนในการปฏิบัติภารกิจของ สนค. รวมถึงแผนงานสำคัญที่จะเกิดขึ้นในปี 2561 นี้

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO



▶ เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2560 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ให้การต้อนรับคณะผู้บริหารภาครัฐจากปากีสถาน นำโดยนาย Azmat Ali Ranjha อดีตปลัดกระทรวงพาณิชย์ ในโอกาสที่มาเยือนประเทศไทยภายใต้หลักสูตรของ National School of Public Policy โดยนางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการ สนค. ได้บรรยายสรุปทิศทางการพัฒนา

เศรษฐกิจการค้า การประสานงานระหว่างกระทรวงและบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายความสัมพันธ์ทางการค้าของไทย โดยเฉพาะไทย-ปากีสถาน รวมถึงได้แลกเปลี่ยนแนวทาง การบริหารงานภาครัฐในประเด็นที่ปากีสถานสนใจ อาทิ การสนับสนุนภาคเกษตร โดยไม่เป็นการอุดหนุน การผลักดันนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้วยการจูงใจให้ภาคธุรกิจทำวิจัยและพัฒนา การใช้ประโยชน์จากการ



ขยายตัวของเงินโดยเฉพาะการค้าออนไลน์ และการพัฒนาธุรกิจนอกภาคทางการ (Informal Sector) ที่ต้องมีกลไกรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้เรียนรู้มุมมองในการเจรจาการค้าที่ควรให้ความสำคัญกับมิติด้านความร่วมมือหรือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์มากขึ้น \$



วารสาร สนค.
ปีที่ 8 ฉบับที่ 78 มกราคม 2561
www.tpsococ.go.th

CONTENTS

03 Special Talk

สุขภาพกับการค้า

04 Special Report

สัมภาษณ์พิเศษ
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร

08 Economic Indicator Report

ภาพรวมเศรษฐกิจ

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : พฤศจิกายน 2560

11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร
: ธันวาคม 2560

12 Global News

๘๘ สุขภาพกับการค้า ๘๘

สวัสดิ์ปีใหม่ 2561 ท่านผู้อ่าน TPSO Journal ขอให้ทุกท่านมีความสุขกาย สุขใจ สุขภาพแข็งแรง คงไม่มีพรอันใดจะดีไปกว่าการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่แข็งแรง

หากจะถามว่า กระทรวงใดมีภารกิจโดยตรงที่กำกับดูแลสุขภาพของคนไทย ทุกท่านก็คงตอบได้ว่าเป็น กระทรวงสาธารณสุข แต่ท่านผู้อ่านทราบมั๊ยครับว่า ประเด็นด้านสุขภาพยังมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น ๆ อีกมากมาย และใน TPSO Journal ฉบับนี้ จะขอแนะนำท่านมารู้จักกับบทบาทอีกด้านหนึ่งของกระทรวงพาณิชย์ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสุขภาพของผู้คน

ก่อนอื่น ขอให้ท่านผู้อ่านเข้าใจว่า โลกการค้าในยุคปัจจุบัน ได้ผันเปลี่ยนรูปแบบการค้าจากสินค้าที่จับต้องได้ มาเป็นการค้าภาคบริการมากขึ้น และเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญและมีมูลค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ สาขาบริการที่สำคัญที่กระทรวงพาณิชย์ให้การสนับสนุนและจะกล่าวถึงนี้ คือ บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Healthcare and Wellness)

กระทรวงพาณิชย์มีภารกิจรับผิดชอบด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจการค้า มีสินค้าและบริการจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้คน อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม ยา วัคซีน บริการรักษาสุขภาพต่าง ๆ จึงมีการทำงานร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข ทั้งในรูปของการเข้าร่วมให้ความเห็นในคณะกรรมการ/ คณะอนุกรรมการ/ คณะทำงานต่างๆ ที่กระทรวงสาธารณสุขตั้งขึ้น ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้า/บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และประเด็นด้านสุขภาพที่มีความเชื่อมโยงกับการค้า (Trade-Related Issues) และในรูปของการศึกษาเชิงลึกร่วมกันในหลายประเด็น ในโอกาสนี้ ขอยกตัวอย่างบทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในประเด็นด้านสุขภาพที่สำคัญ ดังนี้

๘๘ การจัดทำฐานข้อมูลและสถิติการค้าบริการสุขภาพ

รัฐบาลได้วางนโยบายประเทศไทย 4.0 เพื่อยกระดับประเทศไทยให้ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง มีภาคบริการเป็นตัวนำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Service-based Economy) บริการสุขภาพนับเป็นบริการศักยภาพของไทย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ในฐานะหน่วยงานกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ภาคบริการ จึงเห็นความจำเป็นของการจัดทำฐานข้อมูลสถิติการค้าบริการสุขภาพ เพื่อฉายภาพรวมทิศทาง/แนวโน้มบริการสุขภาพและมูลค่าการค้าบริการสุขภาพดังกล่าวของประเทศ และนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายต่อไป โดยได้ริเริ่มหรือโครงการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลสถิติกับหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานภายในกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งภาคเอกชนต่าง ๆ ฐานข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ไม่เพียงแต่กระทรวงพาณิชย์ แต่ยังเป็นประโยชน์ต่อกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานอื่น ในการสนับสนุนภารกิจของตนด้วย

๘๘ โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสาขาบริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ (Healthcare and Wellness)

ด้วยกระแสการดูแลสุขภาพอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตผู้คน ความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการเข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aging Society) ของทั้งประเทศไทยและโลก บริการสุขภาพจึงทวีความสำคัญยิ่งขึ้น ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบมากมาย ทั้งการมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมระดับโลก มีบริการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าเป็นที่ยอมรับจากคนใช้ต่างชาติในราคาที่แข่งขันได้ โดยมีเทคโนโลยีทางการแพทย์สมัยใหม่เข้ามาเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม อาจยังมีอุปสรรคด้านกฎระเบียบอีกมากที่รอกการปลดล็อก (UnLock) เพื่อปลดปล่อยศักยภาพ (Unleash) ของผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนาและสร้างนวัตกรรมด้านสุขภาพได้อย่างเต็มที่ สนค. จึงได้จัดทำโครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องในสาขานี้ โดยร่วมกับศูนย์ความเป็นเลิศด้านโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ศึกษาปัญหา/อุปสรรค/ข้อจำกัดด้านกฎหมายระดมความเห็นจากทุกภาคส่วน จัดทำข้อเสนอแนะ แนวทางการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาภาคบริการสุขภาพและการค้าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องต่อไป คาดว่าโครงการนี้จะแล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน 2561

๘๘ การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub)

รัฐบาลได้กำหนด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curves) มุ่งให้เป็นเครื่องจักรใหม่ของการพัฒนาเศรษฐกิจตามนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยมีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) และอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) เป็น 2 ใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมสนับสนุน

บริการสุขภาพ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงเป็นเจ้าภาพในการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 - 2569) กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมเป็นคณะกรรมการ Medical Hub เพื่อวางแนวทางและกำหนดนโยบายในภาพรวม ทั้งนี้ มีคณะกรรมการเพื่อส่งเสริมในอีก 4 สาขาย่อย ได้แก่ บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) บริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) และบริการวิชาการ (Academic Hub) โดยกระทรวงพาณิชย์เข้าร่วมเพื่อให้ความเห็นด้านการส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการสุขภาพ

๘๘ การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อ

กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมควบคุมโรค มียุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อ (Non-Communicable Diseases : NCD) อาทิ โรคหัวใจ หลอดเลือด เบาหวาน มะเร็ง โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง เนื่องจากในปัจจุบัน โรคเหล่านี้เป็นสาเหตุของการเสียชีวิตของคนไทยสูงถึงร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตทั้งหมด (ราว 320,000 คนต่อปี) ซึ่งสามารถป้องกันได้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม อาทิ การลดการบริโภคอาหารที่มีน้ำตาล ไขมันสูง และการออกกำลังกาย ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบาย/มาตรการทางเศรษฐกิจการค้า และแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริม/ควบคุมสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เพื่อส่งเสริมนโยบายการป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อของชาติ

๘๘ การพัฒนาพาณิชย์การเจริญพันธุ์แห่งชาติ

กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมอนามัย มีนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาอนามัยการเจริญพันธุ์แห่งชาติ เพื่อส่งเสริมการเกิดและการเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ เนื่องจากในปัจจุบันประชากรไทยมีอัตราการเกิดต่ำ คนรุ่นใหม่อยู่เป็นโสดมากขึ้น แต่งงานช้า ชะลอการมีบุตร มีบุตรน้อย และยังมีปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม ปัญหาการอนามัยเจริญพันธุ์ในเด็ก กรมอนามัยจึงขอความร่วมมือหน่วยงานต่าง ๆ ร่วมกำหนดมาตรการทางกฎหมายต่อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการของมารดา ทารกและเด็ก อาทิ นม กระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าภายใน ซึ่งมีภารกิจในการกำกับดูแลราคาสินค้าเหล่านี้ให้เหมาะสมและเป็นธรรม รวมทั้งให้มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ได้ดำเนินการหลายประการ อาทิ ออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ กำหนดให้นมผงและนมพร้อมบริโภคชนิดเหลว เป็นสินค้าควบคุม และกำหนดให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้แทนจำหน่ายจะต้องขออนุญาตก่อนตั้ง/ปรับราคา ต้องแสดงราคาจำหน่ายให้ชัดเจน และห้ามจำหน่ายเกินกว่าราคาที่กำหนดไว้

จากส่วนหนึ่งของความร่วมมือที่ยกมาข้างต้น ท่านผู้อ่านจะเห็นได้ว่า กระทรวงพาณิชย์ทำงานใกล้ชิดกับกระทรวงสาธารณสุขในส่วนของสินค้าและธุรกิจบริการสุขภาพ เพื่อผลักดันเศรษฐกิจการค้าไทยให้ก้าวหน้า ทั้งในและต่างประเทศ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพประชาชนไปพร้อมกัน เพื่อประโยชน์ของประชาชนชาวไทยอย่างยั่งยืน \$



สัมภาษณ์พิเศษ

ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย และยุทธศาสตร์การค้า

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร

เดือนมกราคม 2561 ถือเป็นเดือนแรกของปีพุทธศักราชใหม่ตามหลักสากล ที่ประชาชนจะเข้ารับคำอวยพรจากผู้หลักผู้ใหญ่ เนื่องในโอกาสเข้าสู่ปีใหม่ และเพื่อความเจริญรุ่งเรืองตลอดทั้งปี วารสาร สนค. ฉบับต้อนรับปีใหม่ พ.ศ. 2561 ได้รับเกียรติจากคุณพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) ให้สัมภาษณ์ และถือเป็นการเข้ารับคำอวยพรปีใหม่ เพื่อความเป็นสิริมงคลของชาว สนค. ตลอดปี 2561 ด้วย

ผอ.สนค. ได้ชื่อว่าเป็นผู้บริหารสมัยใหม่แห่งยุค 4.0 ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ก้าวทันเทคโนโลยี รวมทั้งสนใจติดตามปรากฏการณ์ในด้านต่าง ๆ ของโลก (Mega Trends) เพื่อเตรียมการด้านนโยบายการค้าและเศรษฐกิจไทย ให้สอดคล้องกับแนวโน้มใหม่ๆ และท่านยังเป็นผู้ดำเนินการตั้งกลุ่ม “Young Talents” หรือ กลุ่ม “คนรุ่นใหม่ ไฟแรงสูง” ขึ้นในกระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข้อมูล และระดมความคิดเห็นต่อทิศทางการค้าในมุมมองของข้าราชการรุ่นใหม่

“

จกราบความเห็นของท่านต่อบทบาท
และการกิจของ สนค. รวมถึงแผนงานสำคัญในปี 2561

...

ที่คิดว่า ในปี 2561 สนค. ควรเน้นงานสำคัญ 3 กลุ่ม คือ (1) การทำยุทธศาสตร์การค้าใหม่สู่อนาคต (2) การสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก และ (3) Trade Big Data เพื่อประกอบการกำหนดนโยบายการค้าทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

1. New Trade Strategy for New Economy

นับแต่ตั้งกรมมา 2 ปีเศษ สนค. เน้นการทำยุทธศาสตร์เป็นงานหลักส่วนหนึ่ง ซึ่งขณะนี้มียุทธศาสตร์ภาพรวม ยุทธศาสตร์การปรับตัวสู่การเป็นชาติการค้า (Trading Nation Strategy) ยุทธศาสตร์เกษตร บริการ และยุทธศาสตร์อาเซียนรายประเทศแล้ว ดังนั้น ในปี 2561 พยายามให้ สนค. นำเสนอยุทธศาสตร์การค้าไทย ในบริบทเศรษฐกิจใหม่ เพื่อรองรับนโยบายการปฏิรูปของรัฐบาลที่กำลังชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ พร้อมกับรองรับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และจะมีผลกระทบต่อการค้าขายในอนาคตอย่างแน่นอน ทั้งการค้าในประเทศและระหว่างประเทศ

ซึ่งการทำยุทธศาสตร์ เพื่อยากให้ สนค. “เชื่อมโยง” มิติต่าง ๆ ให้ได้ ต้อง “ตีโจทย์ให้แตก” เพราะการค้าในอนาคตจะแยก (กันคิด) เป็นส่วนๆ ไม่ได้ เช่น ต้องคิดถึงการเชื่อมโยงท้องถิ่นกับภูมิภาคไปจนถึงต่างประเทศ (Local to Global) การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐกันเอง และรัฐกับเอกชนสถาบัน การศึกษา รวมไปถึงการเชื่อมโยงระหว่างภาคเศรษฐกิจจริง (เช่น เกษตร อุตสาหกรรม) เข้ากับการบริการ เช่น การใช้บริการโลจิสติกส์ บริการจัดจำหน่าย การซื้อขายผ่าน e-commerce มาช่วยส่งเสริมสนับสนุนภาคเกษตร การวางยุทธศาสตร์ต้อง “สลายแห่ง” ความรู้ให้หลอมรวมกันมาเป็นหนึ่งเดียวให้ได้

นอกจากนี้ ต้องคิดอะไรที่ Practical จับต้องได้ เป็นประโยชน์ ทั้งต่อผู้ประกอบการและเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ดีไม่ควรจบที่ What แต่จะต้องมี How To ด้วย คือ ต้องบอกวิธีการที่จะไปถึงเป้าหมายนั้น ๆ ให้ได้ด้วย ซึ่งเรื่องนี้เป็นสิ่งที่ สนค. จะต้องเสริมสร้าง (step up) ขึ้นมา เพื่อให้งานเราเป็นประโยชน์ต่อประเทศและใช้ได้จริง เช่น ท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้มอบหมายให้ สนค. หาแนวทางช่วยพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีศักยภาพ ให้เป็น “ผู้ส่งออกหน้าใหม่” (New Exporters) เพิ่มมากขึ้น ตรงนี้ต้องคิดถึงข้อเสนอแนะที่ทำได้จริงด้วย ไม่ใช่พูดถึงแต่ทฤษฎี

2. การสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก

รัฐบาลและกระทรวงพาณิชย์ประกาศชัดเจนว่า ปี 2561 จะเน้นเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งก็คิดว่า สนค. สามารถช่วยสนับสนุนได้อย่างน้อย 3 ประการ คือ

2.1 การเสนอแนะแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศ สนค. ได้ยกร่าง “ยุทธศาสตร์การค้าเพื่อเศรษฐกิจฐานราก” ไว้แล้ว ประกอบด้วยแนวทาง 5 ด้านที่มุ่งเน้นและขยายผลให้เข้มข้นมากขึ้น ได้แก่ (1) การยกระดับศักยภาพการค้าของชุมชน โดยเฉพาะผู้นำชุมชนและกลุ่มเกษตรกร (2) การเชื่อมโยงการค้าด้วยเครือข่ายพันธมิตรและวิสาหกิจเพื่อสังคม (3) การส่งเสริมการค้าออนไลน์ในชนบท รวมถึงระบบโลจิสติกส์เพื่อรายย่อย (4) การสร้างงานสร้างอาชีพให้ผู้มีรายได้น้อย อาทิ บริการสาขาต่างๆ (5) การบริหารงานพาณิชย์แบบมีส่วนร่วม โดยบูรณาการกับภาคีในท้องถิ่นให้มากขึ้น ซึ่งยุทธศาสตร์ฯ นี้ได้รับความเห็นชอบจากท่านปลัดแล้ว และได้หารือกับกรมต่างๆ ถึงโครงการที่จะนำมาขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ต่อไป

นอกจากยุทธศาสตร์การค้าเพื่อฐานรากแล้ว สนค. จะให้ความสำคัญกับการศึกษาเรื่องสินค้าเกษตรสมัยใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีที่จะช่วยยกระดับภาคเกษตร และการส่งเสริมสินค้าเกษตรประณีต หรือ precision farming เพื่อประกอบการเสนอแนะนโยบายการตลาดนำการผลิต (Demand Driven) สำหรับสินค้าเกษตรให้ดีขึ้น

2.2 แนวทางการเชื่อมโยงภูมิภาคกับประเทศเพื่อนบ้าน การเชื่อมโยงท้องถิ่นในภูมิภาคของไทยเข้ากับประเทศเพื่อนบ้าน จะมีส่วนสำคัญส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดชายแดน ซึ่ง สนค. ได้เริ่มจุดนี้โดยการประชุม CLMVT Forum 2016 ที่ผ่านไปยังสำเร็จยิ่ง และหลังจากการทำงาน เราได้ดำเนินการด้านต่าง ๆ เพื่อ implement สิ่งที่เป็นข้อเสนอแนะจากการประชุม อาทิ อบรมบุคลากร CLMVT ด้านโลจิสติกส์ ประสานกับสภาหอการค้าส่วนกลางและต่างจังหวัด เพื่อพัฒนาหุ้นส่วนยุทธศาสตร์กับประเทศเพื่อนบ้าน และในปีหน้า เราจะทำงาน CLMVT Forum 2018 โดยเน้นเรื่องความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 และผลกระทบต่อภูมิภาคนี้ ซึ่งอาจจะจัดงานร่วมกับ World Economic Forum (WEF) ไปด้วยพร้อมกัน

เรื่องการเชื่อมโยงกับภูมิภาคนี้หรือ Regional Connectivity นี้ ที่มองว่าเป็นหัวใจสำคัญอีกประการสำหรับทิศทางการค้าไทยในอนาคต เพราะไทยอยู่ท่ามกลางประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ แต่เราควรตระหนักว่า ความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านจะเน้นขายของให้เขาอย่างเดียวไม่ได้ ต้องดูมิติอื่น ๆ ด้วย รวมทั้งการสร้าง ความไว้วางใจ (trust-building) และการเติบโตไปด้วยกัน เช่นที่ผู้แทนคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ของพหุคูณโลกบอกว่า การสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน ต้องใช้วิธี “Cooperation, not Competition” ซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นด้วย เราจึงต้องนึกถึง People Connectivity ไม่น้อยกว่าด้านอื่น ๆ

2.3 แนวทางการพัฒนาภาคบริการ ควรเน้น 2 กลุ่มคือ (1) การบริการที่สร้างรายได้ (Income-Generating Services) อาทิ สาขาสุขภาพ Wellness ดิจิทัล และ Cultural Cluster ที่จะเชื่อมโยงสินค้าเข้ากับบริการด้านการท่องเที่ยว โดยบริการกลุ่มนี้จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและสร้างอาชีพและรายได้ให้ท้องถิ่นได้ อีกกลุ่มคือ (2) การบริการที่สนับสนุนการค้าไปสู่ Thailand 4.0 และการบริการที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตร (Supporting Services) เช่น การขนส่งและโลจิสติกส์ การค้าส่งค้าปลีก การวิจัย (research) การซ่อมบำรุง การให้คำปรึกษา การค้าออนไลน์ เป็นต้น ภาคบริการต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นเร็ว เพราะสามารถเป็นอาชีพใหม่ให้กับคนไทยได้ในอนาคต ซึ่งเรื่องบริการ สนค. มียุทธศาสตร์ภาพรวมอยู่แล้ว แต่ต้องนำมาคิดต่อว่า จะทำอะไรบ้างที่ช่วยยกระดับผู้ประกอบการภาคบริการได้ในระยะสั้น กลาง และยาว

3. การสร้าง Trade Big Data

งานสำคัญส่วนที่ 3 ของ สนค. คือ การนำข้อมูลทางการค้าและการวิเคราะห์ต่าง ๆ มาช่วยประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบาย สนค. ควรเร่งการสร้างระบบการเชื่อมโยงข้อมูลทางการค้า ให้เป็น Big Trade Data อย่างแท้จริง โดยต่อยอดจากระบบ Trade Intelligence System (TIS) เรามักมีอยู่แล้ว ตรงนี้ที่มองว่า สนค. ควรเริ่มจากการทำข้อมูลสินค้าเกษตรสำคัญบางรายการเป็นตัวอย่างหรือต้นแบบก่อน เพราะเป็นสิ่งที่กระทรวงต้องการใช้ และจะช่วยเรื่องการพัฒนาภาคเกษตรที่เป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจไทย โดยเป้าหมายคือการ match demand and supply ให้ได้ในระดับหนึ่ง และสามารถคาดการณ์ (predictive) ความต้องการของตลาดได้ ก็จะเป็นผลงานที่เป็นประโยชน์และจับต้องได้ งานเรื่องข้อมูลนี้ยาก เพราะไม่ใช่สามารถใช้สมองเราคิดเองได้ แต่ต้องอาศัยข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยเฉพาะภาครัฐที่มีข้อมูลเก็บไว้อยู่ แต่เชื่อมต่อกันไม่ได้ อาจเป็นเพราะสร้างฐานข้อมูลมาคนละระบบ หรือเพราะติดประเด็นกฎหมาย ไม่สามารถให้ข้อมูลคนอื่นได้ ซึ่งต้องบูรณาการกันอย่างมาก แต่เราก็สามารถทำได้ถ้าตั้งใจจริง เช่น การจัดทำดัชนีภาวะเศรษฐกิจภาคบริการ ที่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นเป็นอย่างดี



ถ้ามองเรื่องแนวโน้มต่าง ๆ ของโลกอย่างไร และปัจจัยด้านนี้จะมีผลกระทบต่อการทำงานอย่างไรบ้าง

...

ในอนาคต ประเทศไทยถึงอย่างไรก็ต้องรับเรื่อง innovation เข้ามา ทั้งตัว product คือ สินค้าที่วางจำหน่าย ต้องเป็นสินค้าที่มีนวัตกรรมหรือมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และ process คือ การนำเทคโนโลยีหรือความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เข้ามาในกระบวนการผลิต

ด้านความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่พีพีเห็นว่าส่งผลกระทบต่อการค้าอย่างมาก จะเกี่ยวเนื่องกับกลุ่ม digital ทั้ง e-commerce, e-payment, fintech รวมไปถึง social platform ต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram พวกนี้มีผลต่อวิธีการค้าขาย ซื้อ และโฆษณาสินค้าโดยตรง เช่น E-commerce เป็นช่องทางการค้าขายใหม่ ที่จะสามารถ “พลิกโฉม” ประเทศไทยได้ เช่น คนไม่ต้องเดินทางออกจากบ้านไปซื้อของแต่สามารถสั่งของทาง online ได้ ชาวเขาก็จะมีช่องทางในการขายข้าวมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน คู่แข่งของคุณก็จะกลายเป็นระดับโลกแล้วไม่ใช่เพียงคู่แข่งในประเทศ เช่น Alibaba ทำให้คนขายของเหมือนกันในโลกต้องแข่งขันมากขึ้น จะทำอะไรให้สินค้าเราเด่นได้ ตรงนี้ไม่ต้องอธิบายมาก คนกระทรวงพาณิชย์คงจะคิดภาพสิ่งที่เกิดขึ้นตามมาออก เรื่อง digital and e-commerce พาณิชย์ต้องให้ความสำคัญลำดับต้น ๆ

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นสังคมสูงอายุ (Ageing Economy) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ capacity ในการผลิตสินค้าและบริการของไทย เพราะว่าประชากรที่มีอายุน้อยก็จะมีจำนวนน้อยลง ดังนั้นเราจึงต้องผลิตแบบ “Less for More” คือ การ “ใช้คนน้อย ให้ได้มูลค่าเยอะ” เรื่องเศรษฐกิจสีเงิน Silver Economy นี้ ต้องขบคิดอีกหลายมิติ ในด้านการค้าเป็นได้ทั้งโอกาสและความเสี่ยง ควรมียุทธศาสตร์รองรับอนาคต

สำหรับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่จะส่งผลกระทบต่อการผลิตและการจ้างงานในอนาคต เช่น AI, 3D printing, bio-technology เป็นต้นนั้น สนค. มีทีม Technology Foresights ที่ศึกษามาแล้วระยะหนึ่ง ด้านผลกระทบหรือ implications ค่อนข้างเห็นภาพ และแนวทางการปรับตัวยังต้องขอเวลาคิดเพิ่มเติมทางทีมกำลังทำผลกระทบของเทคโนโลยีต่อการค้า เพื่อช่วยตอบโจทย์เชิงนโยบายในด้านต่าง ๆ เพราะแม้แต่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ก็จำเป็นต้องรู้เรื่อง Trends หรือแนวโน้มในอนาคต หรือความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลก เพราะถ้าไม่เห็นทิศทางเลย เราก็จะตอบไม่ได้ว่าเศรษฐกิจฐานรากควรจะต้องปรับอย่างไร ประเทศไทยต้องปฏิรูปไปทางทิศใด หรือการเจรจาจัดทำความตกลง FTA หรือ Strategic Partnership ยุคใหม่นี้ เราก็ต้องรู้เรื่องความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นด้วย เพื่อหา partnership ที่ถูกฝาถูกตัว และทิศทางการค้าที่เป็นผลจากมาตรการภาษีจะลดลง แต่เรื่อง non-tariff and non-trade issues จะมีผลมากขึ้น ดังนั้น พีพีจึงเห็นว่าการคาดการณ์แนวโน้มการค้าในอนาคตเป็นเรื่องที่สำคัญและจะช่วยกำหนดนโยบายการค้า ทั้งนโยบายภายในประเทศและกับต่างประเทศได้อย่างมาก

...



จกราบมุมมองของกานในการพัฒนาข้าราชการของ สนค. เพื่อรับมือกับการกิจที่ท้าทายและแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอนาคต

...

ที่ผ่านมาที่มีความภูมิใจในบุคลากรของ สนค. ทุกคน ภายใต้อัจฉริยะต่าง ๆ ที่เราเผชิญ ทั้งด้านงบประมาณ ระยะเวลา และจำนวนคนที่มันเพียง 100 กว่าคน เราสามารถ perform ได้เป็นอย่างดี จุดแข็งเราก็มี เช่น เราทำงานใหญ่ที่เป็นงานเฉพาะกิจ (Ad Hoc) ระดับสากลได้เป็นอย่างดี งานการวิเคราะห์ต่าง ๆ ทั้ง quantitative และ qualitative ก็มีทีมที่แข็งแกร่งทีเดียว อาจจะมีจุดอ่อนอยู่บ้างที่เราขาดความรู้ด้าน soft side เช่น กฎระเบียบทางการค้า แต่ก็เป็นจุดที่สามารถพัฒนาไปได้ เด็ก ๆ ที่กรมก็เก่งใช้ได้ อายุเฉลี่ยน้อย มีไฟแรง ขยัน ทุ่มเท ตั้งใจทำงาน สุภาพเรียบร้อย ไม่ค่อยเถร เป็นข้าราชการที่ดีไม่มีเรื่องเสียหาย และที่สำคัญเราทำงานกันเป็นทีมได้ดี ถึงเวลาระดมพล 30 - 40 คน ก็ได้ทีมที่เป็น Grade A แต่ที่ก็เข้าใจว่า บุคลากรของเราต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพีพีก็จะพยายามหาทางสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ต่อไป เพราะหน่วยงาน Think Tank เช่นเรา “คน” คือสมบัติที่ล้ำค่าที่สุด

เพิ่มองว่า คนที่ทำงานที่ สนค. ต้องมีความรอบรู้ในหลากหลายเรื่อง เพราะความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างช้า ๆ หรือค่อยเป็นค่อยไปทีละอย่าง หลายสิ่งหลายอย่างเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน และเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีการผลิตการค้าขายก็เปลี่ยนแปลงมาก บุคลากรจึงต้องไปรู้ กระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ต้องมีการ Up-skill ในด้านความรู้ตลอดเวลา ควรจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Management) ขึ้นภายในองค์กรและกับคนภายนอกอย่างสม่ำเสมอ ทั้งกับภาคเอกชน หน่วยงานวิเคราะห์ องค์การระหว่างประเทศ สถาบันวิจัย และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรได้มีความคิดใหม่ ๆ สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วดังกล่าว ต้องรู้ทั้ง “ข้างใน” และ “ข้างนอก” เราต้องเรียนรู้จากคนอื่นให้มาก เช่น เรื่อง 3-D Printing ใครจะคิดว่า จะสามารถใช้อาวุธของสิ่งมีชีวิตได้

ในอนาคต การค้าขายจะเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม ด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยี ซึ่งบุคลากรของ สนค. และกระทรวงพาณิชย์จะต้องตามให้ทันโลก และเป็นเรื่องที่กรมต่างๆ ในกระทรวงพาณิชย์ต้องช่วยกันคิด เรื่องการพัฒนาบุคลากรจึงเป็นเรื่องที่กระทรวงพาณิชย์และ สนค. จะมองข้ามไม่ได้เลย คนกระทรวงพาณิชย์ต้องพร้อมรับ digital transformation เป็นมนุษย์ 4.0 ต้องเข้าใจเรื่องเทคโนโลยี แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองระหว่างประเทศ เพราะทุกอย่างเชื่อมโยงกลับมาที่การค้า



นอกจากการพัฒนา Hard Skills ข้างบน ที่เห็นว่าการพัฒนาบุคลากรด้าน Soft Skills ก็เป็นสิ่งจำเป็น เช่น ด้านภาษาและวัฒนธรรม ก็อยากให้ใส่ใจ เพราะในอนาคตความไร้พรมแดนจะยิ่งมีมากขึ้น แม้จะมีกระแสต่อต้าน Globalization และ Immigration อยู่ในขณะนี้ แต่ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศต่าง ๆ จะเป็นตัวที่ทำให้คนในโลกหลอมรวมความคล้ายคลึงกันมากขึ้น ดังที่ Thomas Friedman ได้กล่าวไว้ในหนังสือ “The World is Flat” ที่แม้จะเขียนตั้งแต่ยุคโลกาภิวัตน์กำลังฮอต แต่แนวคิดก็ยังใช้ได้จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ ท่าเลที่ตั้งของประเทศไทยเป็นจุดขายสำคัญที่เราจะต้องเน้นเรื่องการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมต่อไป ดังนั้น คนไทยจะต้องพบปะกับคนที่มีความหลากหลาย จึงต้องมีความสามารถที่จะอยู่ร่วมกับคนในโลก เป็น “Citizen of the World” ให้ได้ คนของพาณิชย์ก็ต้องเป็น Traders of the World เหมือนกัน ภาษาอังกฤษไม่เก่งก็ลองเรียนภาษาจีน ภาษา CLMV รัสเซีย อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลี คุนนะคะ

...

“ ทิศทางดำเนินงานของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และกระทรวงพาณิชย์ ที่ต้องการเห็นในอนาคต เป็นอย่างไร

...

สิ่งที่ต้องการเน้นอันดับแรก คือ การเป็นหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) ข้อมูลเชื่อถือได้ พุดอะไรแล้วคนเชื่อถือ รวมถึงเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรที่มีความสามารถสูง ทำประโยชน์ให้กับทุกภาคส่วน เป็นผู้ที่มี “มองการณ์ไกลอย่างมีหลักการ” โดยที่ มองไกล คือ สามารถพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคตได้อย่างชัดเจน มีหลักการ คือ มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการกลั่นกรองโดยทำการศึกษาค้นคว้าอย่างดีแล้ว ซึ่งอยากให้น้อง ๆ ใน สนค. ได้ยึดถือไว้เป็นแนวทางปฏิบัติ อีกทั้งอยากเห็นน้องๆ เป็นข้าราชการรุ่นใหม่ที่มี active เป็นคนดี และปลอดการทุจริต (Zero Corruption)

ในอนาคตจะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน และสนับสนุนการวิเคราะห์วิจัย ขนาดของราชการจึงจะเล็กลงตามลำดับ แต่เน้นบุคลากรที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณ (Quality, not Quantity) ซึ่งตอนนี้ สนค. ก็ทำได้ดีในระดับหนึ่ง โดยเราต้องหาแนวทางรักษาบุคลากรที่มีอยู่แล้วและค่อย ๆ หามาเพิ่ม

...

สุดท้ายนี้ พี่ขอให้กำลังใจและน้องทุกคน ขอให้ทำงานด้วยความสุขสนุกสนาน
และภูมิใจที่เราทำสิ่งที่เป็นประโยชน์กับประเทศชาติคะ

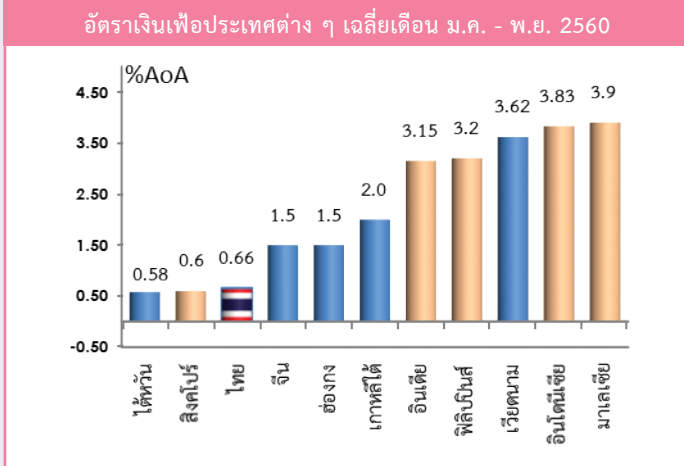
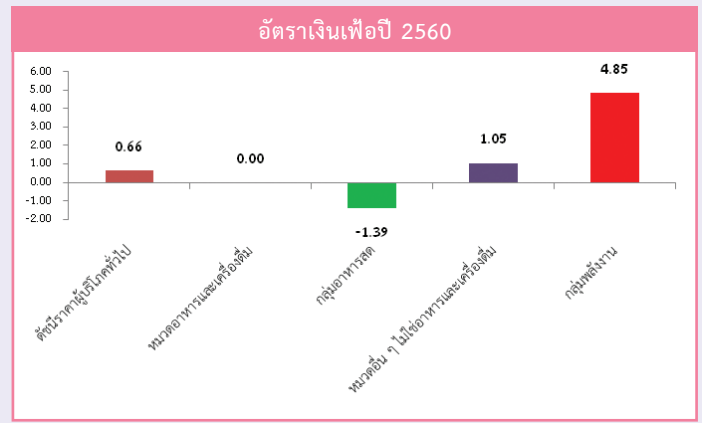
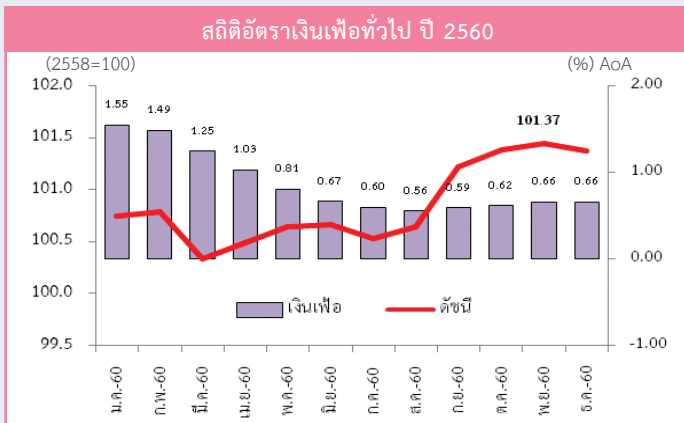


โดย: กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า

ภาพรวมเศรษฐกิจ

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี สะท้อนจากตัวเลขการส่งออกสินค้า การบริโภค การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวในอัตราเร่ง โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการใช้จ่ายภาครัฐที่ขยายตัวได้ดี รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอยู่ในระดับสูง

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ



คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2561 (ณ ธ.ค. 60)

อัตราเงินเฟ้อทั่วไป 0.6 - 1.6 (YoY)	
GDP ^f	3.5 - 4.0 (YoY)
Dubai Oil ^f	50 - 60 USD/Barrel
Exchange Rate ^f	33.0 - 35.0 Baht/USD

ดัชนีราคาผู้บริโภคเดือนธันวาคม 2560 เท่ากับ 101.37 เมื่อเทียบกับ

ระยะเวลา	การเปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
1.1 เดือนพฤศจิกายน 2560 (MoM)	ลด	-0.08
1.2 เดือนธันวาคม 2559 (YoY)	สูงขึ้น	0.78
1.3 เฉลี่ยปี 2560/ปี 2559 (AoA)	สูงขึ้น	0.66

อัตราเงินเฟ้อทั่วไป เดือนธันวาคม 2560 ลดลงจากเดือนพฤศจิกายน 2560 ร้อยละ -0.08 (MoM) และเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2559 ปรับสูงขึ้น ร้อยละ 0.78 (YoY) ผลจากการปรับขึ้นของราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศที่ปรับตามราคาน้ำมันดิบ จากการขยายระยะเวลาการผลิตของกลุ่ม OPEC ทำให้ราคาสินค้ากลุ่มพลังงานสูงขึ้น ขณะที่กลุ่มอาหารสดราคาลดลง เนื่องจากปริมาณผลผลิตมีมาก สำหรับอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2560 ขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 0.66 (AoA)

ระดับราคาสินค้าที่เปลี่ยนแปลงสำคัญ ๆ ที่ทำให้เงินเฟ้อ ปี 2560 สูงขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 0.66 มีดังนี้

➢ **กลุ่มพลังงาน** ปรับสูงขึ้นร้อยละ 4.85 ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิงทุกชนิด ก๊าซรถยนต์ รวมทั้งหมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ สูงขึ้น ร้อยละ 2.98 จากการปรับภาษีสรรพสามิต ส่งผลให้หมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 1.05

➢ **ขณะที่ กลุ่มอาหารสด** ปรับลดลงร้อยละ 1.39 เนื่องจากวิกฤตภัยแล้งในปี 2559 ได้คลี่คลาย สภาพอากาศดีส่งผลผลิตมีมากเพียงพอต่อการบริโภค เช่น ข้าวสารเจ้า เนื้อสุกร ไข่ไก่ ผักสด และผลไม้ ทั้งนี้ สินค้าที่ราคาปรับสูงขึ้น ได้แก่ เครื่องประกอบอาหาร สูงขึ้นร้อยละ 1.09 เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.88 รวมทั้งอาหารบริโภค-ในบ้านและนอกบ้าน ปรับสูงขึ้นร้อยละ 1.13 และ 1.18 ตามลำดับ ทำให้หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์โดยรวมเปลี่ยนแปลง

➢ **สินค้าอื่น ๆ** ได้แก่ การปรับขึ้นค่าทัศนารในประเทศ/ต่างประเทศ ค่าการศึกษา และก๊าซหุงต้มที่ปล่อยลอยตัว ขณะที่สินค้าที่ปรับลดราคา เช่น เสื้อสตรี เสื้อเด็ก รองเท้าบุรุษ/สตรี และการลดลงของค่ากระแสไฟฟ้า -0.64 จากการปรับลดค่า Ft ในช่วงต้นปี 2560

1.4 กระทรวงพาณิชย์ได้คาดการณ์อัตราเงินเฟ้อปี 2561 มีแนวโน้มสูงขึ้นเล็กน้อยระหว่างร้อยละ 0.6 - 1.6 ต่อปี

การค้าระหว่างประเทศของไทย : พหุศจิกายน 2560

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนพหุศจิกายน 2560 ขยายตัวสูงสุดในรอบปี ที่ร้อยละ 13.4 หรือคิดเป็นมูลค่า 21,435 ล้านดอลลาร์ สรอ. โดยการส่งออก ยังคงขยายตัวได้ดีในทุกตลาดสำคัญ โดยเฉพาะตลาดเอเชียใต้ขยายตัวสูงสุดในรอบ 79 เดือน และตลาดอาเซียนขยายตัวสูงสุดในรอบ 21 เดือน อีกทั้ง การส่งออกรายสินค้ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มสินค้าเกษตรและ อุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 ทั้งในด้านราคาและปริมาณ โดยเฉพาะข้าวและไก่สดแช่แข็งและแปรรูป ในขณะที่ผักผลไม้สดแช่แข็งกระป๋อง และแปรรูป ยางพารา และน้ำตาลทราย ขยายตัวได้ดีในด้านปริมาณเป็นสำคัญ ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ

การส่งออกไปตลาดสำคัญๆ ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และขยายตัว ในทุกตลาดสำคัญ โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวถึงร้อยละ 8.7 ตามการ พ้นตัวต่อเนื่องของเศรษฐกิจคู่ค้า ซึ่งการส่งออกไป สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ขยายตัวร้อยละ 10.7 9.5 และ 5.3 ตามลำดับ สำหรับตลาดศักยภาพสูงขยายตัว ร้อยละ 18.1 โดยมีสาเหตุสำคัญจากการขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่องของตลาดจีนและ เอเชียใต้ที่ร้อยละ 16.9 และ 41.8 ตามลำดับ สำหรับแนวโน้มการส่งออกของไทย ในปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยเศรษฐกิจและการค้าโลกยังมี ทิศทางขยายตัวในเกณฑ์ดี ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่เริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ ขณะที่เศรษฐกิจกลุ่มประเทศยุโรป จีน และญี่ปุ่น จะสามารถขยายตัวได้ใกล้เคียง กับปี 2560 สำหรับปัจจัยด้านราคาสินค้าเกษตรและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน ยังมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นตามทิศทางราคาน้ำมัน เนื่องจากราคาน้ำมันเริ่มอยู่ใน ระดับที่มีเสถียรภาพจากการปรับตัวเข้าสู่สมดุล นอกจากนี้การส่งเสริมอุตสาหกรรม ศักยภาพที่เป็นเป้าหมายของไทยจะส่งผลให้มีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาตั้งฐานการผลิต ในไทย รวมถึงมีผู้ส่งออกไทยรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการส่งออก ของไทยในระยะต่อไป

การนำเข้า

เดือนพหุศจิกายน 2560 มีมูลค่า 19,869 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 13.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการขยายตัวของ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (+9.5%) น้ำมันดิบ (+15.3%) เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ (+4.7%) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี (47.2%) และเคมีภัณฑ์ (+11.4%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+5.2%) ญี่ปุ่น (+7.4%) สหรัฐอเมริกา (+27.2%) มาเลเซีย (+12.0%) และสหรัฐอเมริกาบริติช (80.6%)

ดุลการค้า

เดือนพหุศจิกายน 2560 เกินดุลการค้ามูลค่า 1,763 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่ภาพรวมดุลการค้า 2560 (ม.ค. - พ.ย.) เกินดุลการค้ามูลค่า 14,209 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนพหุศจิกายน 2560 อยู่ที่ 94.6 (ปี 2555=100) สูงขึ้นร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนี ราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.6 หมวดสินค้า อุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 9.0 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.6 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.3

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	ต.ค. 60		ม.ค. - ต.ค. 2560	
	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)
ส่งออก	20,435	13.4	216,953	10.0
นำเข้า	19,672	13.7	202,744	14.5
ดุลการค้า	1,763		14,209	

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือนพหุศจิกายน 2560

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,572	12.7	12.0	จีน	2,841	16.9	13.3
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	1,750	17.8	8.2	สหรัฐอเมริกา	2,347	10.7	11.0
ผลิตภัณฑ์ยาง	929	61.5	4.3	ญี่ปุ่น	2,190	9.5	10.2
เม็ดพลาสติก	797	13.5	3.7	เวียดนาม	1,118	17.2	5.2
อัญมณีและ เครื่องประดับ	760	-25.59	3.5	ฮ่องกง	1,084	9.4	5.1

หมายเหตุ: มูลค่า - ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนพหุศจิกายน 2560

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,807	9.5	9.2	จีน	4,073	5.2	20.7
น้ำมันดิบ	1,664	15.3	8.5	ญี่ปุ่น	2,801	7.4	14.2
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,601	4.7	8.1	สหรัฐอเมริกา	1,388	27.2	7.1
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้ และทองคำ	1,298	47.2	6.6	มาเลเซีย	1,072	12.0	5.5
เคมีภัณฑ์	1,250	11.4	6.4	สหรัฐอเมริกาบริติช	729	80.6	3.7

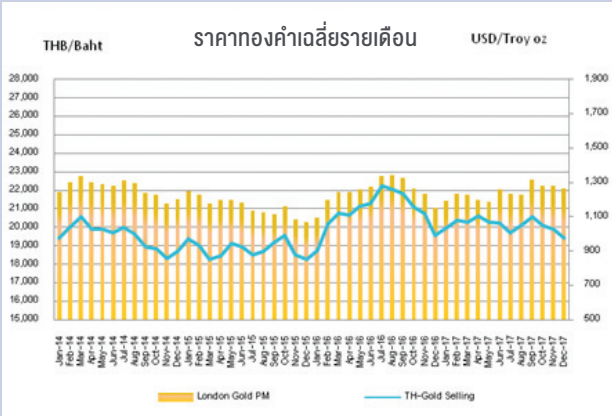
ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.ย. 60	ต.ค. 60	พ.ย. 60	พ.ย. 60	ม.ค. - พ.ย. 60
ส่งออก	0.7	0.0	0.5	4.5	3.5
นำเข้า	0.9	0.6	1.0	6.4	5.4

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนพหุศจิกายน 2560 อยู่ที่ 84.8 (ปี 2555=100) ขยายตัวร้อยละ 6.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของ ดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นร้อยละ +29.5 หมวดสินค้าทุนเพิ่มขึ้น ร้อยละ +1.4 สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ +4.3 หมวดสินค้า อุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ +2.9 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ +1.3 \$

สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

ธันวาคม 2560



ราคทองคำ

ราคาทองคำเดือนธันวาคมเฉลี่ยอยู่ที่ 19,523.8 บาท ลดลงร้อยละ 2.0 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากเงินบาทแข็งค่าขึ้น ขณะเดียวกันนักลงทุนมีการลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในตลาดหลักทรัพย์ สำหรับทั้งปี 2560 เฉลี่ยอยู่ที่ 20,134 บาท ลดลงร้อยละ 3.0 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ขณะที่ในปี 2561 ราคาทองคำยังมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ แต่การลงทุนในทองคำอาจจะไม่ร้อนแรงมากนัก เนื่องจากสินทรัพย์เสี่ยงอื่นๆ ให้ผลตอบแทนสูงกว่าทองคำ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศต่างๆ เป็นต้น ทำให้นักลงทุนยังสนใจลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ มากกว่าทองคำ

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนธันวาคมปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 57.93 เหรียญ เป็นผลมาจากกลุ่มประเทศ OPEC ขยายเวลาการปรับลดกำลังการผลิตออกไปอีก 3 - 5 เดือน จากเดิมที่จะสิ้นสุดในเดือนมีนาคม 2561 ประกอบกับเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวต่อเนื่อง ขณะที่ในปี 2561 อยู่ที่ 51.0 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้น 17.7 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ทั้งนี้ สันค. คาดว่าราคาน้ำมันดิบ (Dubai) ในปี 2561 จะอยู่ที่ระดับ 50.0 - 60.0 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลังจากการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง และการรักษาระดับการผลิตของกลุ่มประเทศ OPEC ทำให้อุปสงค์และอุปทานน้ำมันปรับเข้าสู่สมดุล

อัตราแลกเปลี่ยน

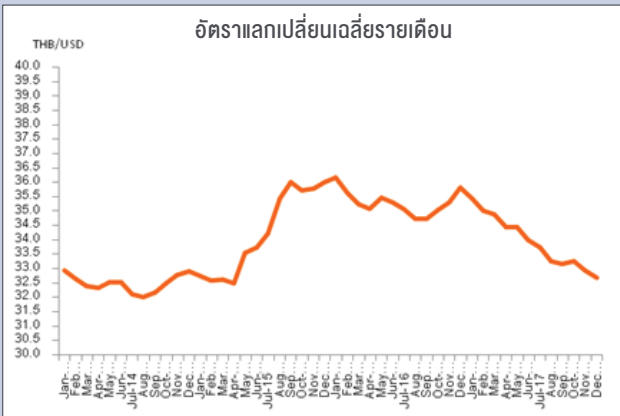
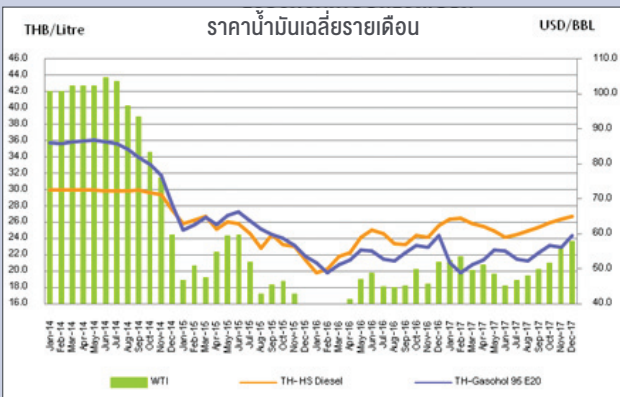
ค่าเงินบาทเดือนธันวาคมเฉลี่ยอยู่ที่ 32.67 บาทต่อเหรียญสหรัฐ แข็งค่าจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 0.8 แข็งค่าสูงสุดในรอบ 32 เดือน เนื่องจากเศรษฐกิจภายในประเทศฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งและชัดเจน รวมทั้งค่าเงินดอลลาร์ สรอ. อ่อนลง ขณะที่ค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปี 2560 อยู่ที่ 33.9 บาทต่อเหรียญสหรัฐ แข็งค่าขึ้น 3.9 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ทั้งนี้ สันค. คาดว่าอัตราแลกเปลี่ยนในปี 2561 จะอยู่ที่ 33.0 - 35.0 บาท ต่อเหรียญสหรัฐ เนื่องจาก (1) ธนาคารกลางสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายอีก 2 - 3 ครั้ง ในปี 2561 (2) สหรัฐฯ มีความชัดเจนในการขับเคลื่อนนโยบายปฏิรูปภาษีมากขึ้น ทำให้ความเชื่อมั่นต่อค่าเงินดอลลาร์เพิ่มขึ้น และ (3) แนวโน้มการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสหรัฐฯ รวมทั้งเศรษฐกิจสหภาพยุโรปและญี่ปุ่นยังดีต่อเนื่อง

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) เดือนธันวาคม 2560 ยังทรงตัวและมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากเดือนพฤศจิกายน 2560 จากราคา 1,162.62 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,168.68 บาท/100 กิโลกรัม ขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2,837.86 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,919.21 บาท/100 กิโลกรัม จากความต้องการของตลาดต่างประเทศที่ยังมีสูง ทำให้โรงสีและผู้ส่งออกเข้าไปแย่งกันซื้อข้าวตามคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ผลผลิตปรับตัวลดลงเหลือเพียง 7 ล้านตันข้าวเปลือกจากที่ประเมินไว้ที่ 9 ล้านตันข้าวเปลือก การส่งออกข้าวไทยในช่วง 12 เดือนของปี 2560 (ม.ค. - ธ.ค.) โดยสถิติล่าสุดตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. - 27 ธ.ค. 2560 มีปริมาณการส่งออก 11.25 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 14.77% มูลค่า 4,970 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 15%

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนธันวาคม 2560 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 52.79 บาท และ 47.44 บาทตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 เพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน 2560 คิดเป็นร้อยละ 1.16 และ 2.05 โดยราคายางได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการแก้ไขปัญหายางพาราที่ระบบจากหน่วยงานภาครัฐ และแนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า โดยดัชนี PMI ภาคการผลิตของประเทศสหรัฐฯ จีน และญี่ปุ่นยังคงขยายตัว รวมทั้งเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัว ประกอบกับแรงหนุนจากภาคการผลิตสาขาอุตสาหกรรม ราคาน้ำมันดิบมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นและค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	พ.ย. 60	ธ.ย. 60	%Δ (MOM)	ม.ค.-ธ.ค. 59	ม.ค.-ธ.ค. 60	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,162.62	1,168.68	0.52	1,249.2	1,203.5	-3.65
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,837.86	2,919.21	2.87	2,239.77	2,373.77	5.98
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		52.19	52.79	1.16	58.11	69.07	18.86
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		46.48	47.44	2.05	49.12	59.63	21.39
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,282.23	1,263.1	-1.49	1,215.1	1,242.4	2.2
ไทย (THB/Baht)		19,920.5	19,523.8	-1.99	20,762.2	20,134.3	-3.0
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		56.7	57.9	2.17	43.3	51.0	17.7
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		32.9	32.7	-0.79	35.3	33.9	-3.9

ขึ้นเหนือไปอินเดีย

อีก 1 ปีเราจะได้นั่งรถพลาแม่สอดไปอินเดียด้วยเวลาเพียงครึ่งวันโดยถนนสายใหม่ ไตรภาคีไทย - เมียนมา - อินเดีย จ่อเข้าตลาดอินเดีย - จีนที่มีประชากรราวครึ่งหนึ่งของประชากรโลก

เส้นทางนี้เป็นเส้นทางการค้าเก่าแก่ แต่ต้องใช้เวลานานเพราะถนนทรุดโทรม ขาดการดูแล สินค้าไทยเป็นที่นิยมสูงในเมียนมาและภาคอีสานของอินเดีย ถนนไตรภาคี สามประเทศไทย - เมียนมา - อินเดีย มีความยาว 1,400 กิโลเมตรพาดผ่านแม่สอด - ย่างกุ้ง - กรุงเนปิดอร์ - มัณฑะเลย์ - ตามู (เมียนมา) และโมะเร่ (อินเดีย) โดยอินเดียรับผิดชอบ ปรับปรุงเส้นทางจากชายแดนอินเดียมายังเมืองมัณฑะเลย์ ด้านถนนมัณฑะเลย์ - กรุงเนปิดอร์ - ย่างกุ้งนั้นรัฐบาลพม่าปรับปรุงเป็นทางด่วน Express Way 20 เลนระยะทาง 563 กิโลเมตรเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนประเทศไทยสนับสนุนเส้นทางระหว่างสะพานมิตรภาพไทย - เมียนมา 2 - แม่สอด - เมียวดี - เชียงตุงระนาวศรี - กอกาเรก ระยะทาง 45 กิโลเมตร ปัจจุบันเปิดใช้งานแล้ว ส่งผลให้การค้าที่ด่านแม่สอด-เมียวดีพุ่งสูงถึง 7-8 หมื่นล้านบาท/ปี หรือเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว และล่าสุดรัฐบาลไทยจะใช้งบประมาณในการสนับสนุนรัฐบาลเมียนมาอีก 1,800 ล้านบาท ในการก่อสร้างถนนเส้นทางเชื่อมต่อกจากกอกาเรก ไปเมืองหลวงผาอัน-เมืองพะโค และกรุงหงสาวดี ระยะทางอีกประมาณ 68 กม. เพื่อรองรับสินค้าไทยโดยเฉพาะอินเดียมีความกระตือรือร้นเป็นพิเศษในการผลักดันเส้นทางนี้เนื่องจาก 1) เป็นนโยบาย “มุ่งสู่ตะวันออก” หรือ “Act East Policy” เชื่อมอาเซียนและจีนของนายเรนทรา โมตี นายกรัฐมนตรีอินเดีย และ 2) เป็นผลสืบเนื่องจากการที่จีนขยายเส้นทางสายไหมมายังอาเซียนและไทยเพื่อเข้ามาจับตลาดการค้า และเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นภายใต้กรอบโครงการ One Belt One Road ส่งผลให้อินเดีย จำต้องขยายบทบาทเข้ามาในภูมิภาคนี้มากขึ้นเช่นกันเพื่อเป็นทางเลือกอำนาจกับจีน จะส่งผลทำให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้าของภูมิภาคของโลก อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ขณะที่ไทยก็จะกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก (1,300 ล้านคน) จีน (1,400 ล้านคน) และอาเซียน (600 ล้านคน) อย่างเต็มตัวและช่วยดึงดูด การลงทุนมาสู่ประเทศไทยมากยิ่งขึ้นเช่นกัน จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่โครงการระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของไทยได้รับความสนใจจากประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจทั่วโลก อันเนื่องจากเห็นผลดังกล่าวข้างต้นนั่นเอง ทิศทางดังกล่าวสอดคล้อง กับผลการศึกษาของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียที่ระบุว่าพลวัตของเศรษฐกิจโลก กำลังเคลื่อนตัวสู่เอเชียโดยมีจีนและอินเดียเป็นตัวจักรสำคัญ นอกจากนี้ ในปัจจุบัน ความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน - อินเดียได้บรรลุข้อตกลงเกี่ยวกับภาคการค้าสินค้าแล้ว จะส่งผลให้สองฝ่ายค้าขายกันมากขึ้นเป็นทวีคูณ

การค้าไทย - อินเดียช่วง 10 เดือนแรกของปี 2560 (ม.ค. - ต.ค.) มีมูลค่า 377,765.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 11.75 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559 แยกเป็นไทยส่งออกไปอินเดีย 195,341.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 182,424.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยได้ดุลการค้า 12,917.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ สินค้าในกลุ่มเม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ รถยนต์/อุปกรณ์ อัญมณี เครื่องปรับอากาศ เครื่องจักรกล เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เหล็ก ทองแดง และ เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นที่น่ายินดีว่าความขึ้นกลางอินเดียเติบโตเร็วมาจนภาคการผลิตในประเทศเติบโตไม่ทัน เปิดโอกาสให้สินค้าไทยหลายตัว เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติก/ เมลามีน รถยนต์/อุปกรณ์ ยางธรรมชาติ ยางรถยนต์และเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น สินค้านำเข้าสำคัญได้แก่ สินค้าในกลุ่มเครื่องจักรกล น้ำมันดิบ เครื่องจักรไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ เครื่องเพชรพลอย และส่วนประกอบ/อุปกรณ์ยานยนต์ การขยายตัวการค้า สองฝ่ายจะส่งผลต่อความต้องการด้านโลจิสติกส์/เส้นทางการค้าใหม่ที่ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายมากกว่า ซึ่งถนนไตรภาคีสามารถตอบสนองโจทย์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี และจะเป็นเส้นทางหนึ่งที่มีการจราจรคับคั่งมากที่สุดแห่งหนึ่งของภูมิภาค

การท่องเที่ยวจะเป็นประเด็นที่ทั้ง 3 ประเทศส่งเสริมเป็นอันดับต้นๆ ในเส้นทางเศรษฐกิจนี้ เนื่องจากทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติยังอุดมสมบูรณ์อยู่มาก และเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติผู้นิยมธรรมชาติแสวงหากาในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กลับต้องการมาตรฐานโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาวเป็น

อินเดีย
इंडिया

↑
1,400 KM

จำนวนมาก ดังเช่นที่เราจะเห็นได้จากตัวอย่างการท่องเที่ยวในประเทศมัลดีฟส์ จึงเป็นโอกาสสำหรับสินค้า/บริการของไทยจะเข้าไปเจาะตลาดท่องเที่ยว/โรงแรม การก่อสร้าง/วัสดุก่อสร้างในเมียนมาและอินเดียโดยผ่านเส้นทางนี้

ความร่วมมือในพื้นที่เส้นทางใน 3 ประเทศทางเศรษฐกิจจะเป็นในลักษณะเกื้อหนุนกันเป็นหลัก ปัจจุบันเศรษฐกิจประเทศไทยเป็นยุค 3.0 หรือเป็นยุคอุตสาหกรรมหนัก เช่น ไทยผลิตและส่งออกเหล็กกล้า น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์/ชิ้นส่วน วัสดุก่อสร้างและปูนซีเมนต์ เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ และกำลังก้าวสู่ยุค Thailand 4.0 ซึ่งเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ส่วนเมียนมาและภาคอีสานของอินเดียยังคงเป็นยุค 1.0 คือเป็นยุคของเกษตรกรรมและกำลังพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ยุค 2.0 คือ ยุคอุตสาหกรรมเบา ซึ่งต้องมีการนำเข้าปัจจัยการผลิตมากขึ้น สินค้าที่มีศักยภาพในตลาดนี้ ได้แก่ อาหารแปรรูป เครื่องจักรกลทางการเกษตร ยานยนต์ ด้าย ผ้าฝ้าย และ เม็ดพลาสติก ขณะที่เมียนมาและอินเดียอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็น ต่อภาคการผลิตของไทย อาทิ เมียนมาอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรประมง อัญมณี ทองคำ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ไม้สัก และหินปูน ส่วนอินเดียมีถ่านหิน (มากอันดับ 4 ของโลก) เหล็ก แมงกานีส (อันดับ 7 ของโลก) ทอเรียม (อันดับ 1 ของโลก แหล่งใหญ่ อยู่ชายฝั่งเกรละ) จึงเป็นไปได้สูงที่จะมีการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต/วัตถุดิบผ่าน เส้นทางนี้เพิ่มขึ้นมาก

ตลาดภาคอีสานอินเดียค่อนข้างใหม่สำหรับคนไทยจึงควรหาพันธมิตรทางการค้า ที่รู้จักตลาดเป็นอย่างดี คนกลางทางการค้าที่เราควรให้ความสนใจเป็นพิเศษเห็นจะเป็นชาวอินเดีย (เชื้อสายเจนไน) ในเมียนมา คนกลุ่มนี้เปรียบได้กับพ่อค้าจีนในไทย ที่เก่งค้าขาย คนกลุ่มนี้ก็ค้าขาย/พานักในมัณฑะเลย์ โมะเร่และตามูจำนวนมากเนื่องจาก เป็นย่านการค้าเก่าแก่ อีกทั้งเชี่ยวชาญทั้งตลาดอินเดียและเมียนมาจึงเหมาะที่จะเป็น พันธมิตรในการเจาะตลาดในเส้นทางไตรภาคี นอกจากนั้นภาคอีสานของอินเดียจะ มีความคล้ายกับยูนนานของจีนที่ห่างไกลความเจริญและไม่มีความสำคัญเชิงรัฐบาล ทั้งสองประเทศต่างตระหนักถึงปัญหาี้และให้ความสำคัญกับการเชื่อมเส้นทางการค้า กับอาเซียนที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจได้รวดเร็วขึ้น

มัณฑะเลย์ เป็นเมืองศูนย์กลางการค้าปลีก - คำสั่งอันดับ 1 ของเมียนมา และกำลัง ก้าวขึ้นเป็นประตูการค้า/ฐานการผลิตมุ่งสู่ตลาดอินเดียและจีน (ประชากรรวม 2,600 ล้านคนหรือ 40% ของประชากรโลก) ปัจจุบันมีเขตอุตสาหกรรมมัณฑะเลย์ (Mandalay Industrial Zone) ซึ่งมีบริษัทเข้าไปดำเนินการแล้วประมาณ 1,200 ราย ในสาขาธุรกิจ สำคัญ เช่น โรงงานถลุงเหล็ก การแปรรูปสินค้าเกษตร สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ไม้ อุปกรณ์ เครื่องจักรกล และสินค้าเกษตรแปรรูป

มัณฑะเลย์ยังเป็นจุดตัดกับเส้นทางสายไหมตอนใต้ของจีนอีกด้วย โดยเส้นทางนี้ เริ่มจากท่าเรือจ้าวผิว (Kyaukpyu) ริมอ่าวเบงกอลใกล้เมืองชิตตะเวและกรุงเนปิดอร์ โดยการสนับสนุนการก่อสร้างจากจีนซึ่งประกอบด้วย การก่อสร้างท่าเรือ/ท่าข้าม/ ก๊าซ/ถนนเชื่อมต่อไปยังมัณฑะเลย์และคันทิงของจีนซึ่งได้เปิดดำเนินการแล้ว เพื่อการ ขนถ่ายน้ำมัน/ก๊าซจากตะวันออกกลางและเมียนมาสู่จีน ส่งผลให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง หลายอย่างในแนวเส้นทางดังกล่าว อาทิ นิคมอุตสาหกรรมปิโตรเคมี โรงกลั่นน้ำมัน เมืองใหม่/ชุมชนใหม่ และทางรถไฟ และเส้นทางนี้ยังมีความน่าสนใจในแง่ที่สินค้าไทย จะมีช่องทางตลาดทั้งในระดับผู้บริโภคทั่วไปและระดับอุตสาหกรรมตามแนวเส้นทางนี้ ที่มีการพัฒนาตัวทางเศรษฐกิจขึ้นเป็นลำดับ

ปัจจุบันความเคลื่อนไหวของมหาอำนาจที่สำคัญคือการเข้าไปร่วมพัฒนาระเบียง เศรษฐกิจในประเทศต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น (ในไทยและอินเดีย) จีน (ในปากีสถาน เมียนมา ลาว และศรีลังกา) เกาหลีใต้ (ในเวียดนาม) ดังนั้นประเทศไทยจึงควรเตรียมความพร้อมใน ระดับนโยบายในการเข้าไปร่วมพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจไตรภาคีแห่งนี้ ซึ่งมีศักยภาพสูง ที่จะเกิดระเบียงเศรษฐกิจในทำนองเดียวกับระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก - EEC ของไทยด้วย อันจะช่วยสร้างโอกาสทางการส่งออก/การลงทุนที่หลากหลายให้กับ ผู้ประกอบการไทยอย่างมั่นคงยั่งยืน **\$**

พบกับ

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

ได้ที่ สทศ. ชั้น 13

0-2507-7895

www.tpsoc.moc.go.th