

Special Talk

- “Startup ภาคเกษตรกับมุมมองของคนรุ่นใหม่”

Special Report

- โมเดลธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานราก (Inclusive Model)
- ถอดบทเรียนการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีน



▶ ผ่านเข้าสู่ครึ่งปีหลังของพุทธศักราช 2561 อย่างเป็นทางการ หากสังเกตและติดตามข่าวสารทุกวันนี้อย่างต่อเนื่อง จะเห็นว่าประชาชนคนไทยได้ผ่านเรื่องราวต่าง ๆ มากมายทั้งดีร้าย แต่ทันทีที่ได้เปิดอ่าน TPSO Journal เดือนมิถุนายน 2561 เชื่อว่าน่าจะเป็นโอกาสที่ทุกท่านจะได้ปล่อยวางความเป็นไปต่าง ๆ เหล่านั้นแล้วหันมาสนใจข้อมูลทางเศรษฐกิจที่เราชาวสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้รวบรวมจากผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะด้านมาบรรจุไว้ในฉบับนี้

เริ่มต้นกันที่คอลัมน์ Special Talk ที่ครั้งนี้เราได้รับเกียรติจาก ดร.ศิวัตม์ สายบัว นายกสมาคมเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตร มาบอกเล่าในหัวข้อ “Startup ภาคเกษตรกับมุมมองของคนรุ่นใหม่” และยังได้เผยมุมมองเอาไว้ที่น่าสนใจว่า ที่ผ่านมามาตราฐานที่พอส่วนใหญ่มักนำเทคโนโลยีไปใช้ในเรื่องการเพาะปลูกหรือกรรมวิธีก่อนเพาะปลูกเป็นหลัก ในขณะที่ ดร.ศิวัตม์ ชี้ให้เห็นว่าในเรื่องการกำจัดของเสีย การยืดอายุผลผลิต และการสร้างตลาดนอกประเทศยังมีพื้นที่ที่กลุ่มสตาร์ทอัพน่าจะไปได้ยอดเยี่ยมเช่นกัน

ส่วนในบทความเรื่อง ไทยไทยก้องโลก ของ ดร.ไพศาล มหระพฤษ์วรรณ ยังได้วิเคราะห์เรื่องอุตสาหกรรมไก่แช่แข็งและแปรรูปของไทย ที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ มาจากความพร้อมด้านทักษะฝีมือแรงงานวิชาการ เทคโนโลยีการผลิตและแปรรูปที่ทันสมัย ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล ซึ่งนั่นเป็นไปตามความต้องการของตลาดโลก ส่งผลให้ไทยเราสามารถก้าวสู่การเป็นผู้นำในตลาดญี่ปุ่นและแข่งขันกับผู้ส่งออกรายใหญ่อีกอย่างปราซิลได้สำเร็จ

นอกจากนั้น TPSO Journal ฉบับนี้ยังมีบทความเจาะลึกถึงโมเดลธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานราก (Inclusive Business Model) รูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อยกระดับอาชีพแก่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยด้วยการนำเข้ามาอยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจสาขาต่าง ๆ ตลอดจนบทความรายงานดัชนีราคาสินค้าประเภทที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักซึ่งเราได้นำเสนออยู่เป็นประจำทุกฉบับ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจและกำหนดทิศทางแก่ธุรกิจ โดยหวังว่าข้อมูลดี ๆ เหล่านี้จะทำให้ทุกท่านสร้างความได้เปรียบแก่ธุรกิจและองค์กรดูแลรับผิดชอบได้เหมือนเช่นที่ผ่านมา

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO

“เกษียณสุข
เป็นจริงได้
Happy Money,
Happy Retirement”

ผู้ดำเนินรายการ
ปัทมาพร ครอบจันทร์
Pattama Krasongkarn
Economic Education Department



เมื่อวันพุธที่ 9 พฤษภาคม 2561 ณ ห้องประชุม ฉลาดลบเลอสรรรค์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า นำโดย ผู้อำนวยการสำนักงานฯ น.ส. พิมพ์ชนก วอนขอพร ได้จัดการบรรยาย “โครงการการส่งเสริมภูมิคุ้มกันการทุจริต โดยการปลูกฝังวินัยการออม (Happy Money Happy Retirement)” ซึ่งได้รับเกียรติจาก คุณปิยาภรณ์ ครอบจันทร์ ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ลงทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้และแลกเปลี่ยนมุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยเกษียณ การจัดการระบบระเบียบการเงิน และการส่งเสริมการออม ให้แก่บุคลากรกระทรวงพาณิชย์ และผู้สนใจ เพื่อพัฒนาการวางแผนทางการเงิน สร้างวินัยการออมและเพิ่มความมั่นคงทางการเงิน สามารถสร้างชีวิตวัยเกษียณให้มีความสุขต่อไป

วารสาร สนค.

ปีที่ 8 ฉบับที่ 83 มิถุนายน 2561

www.tpsoc.moc.go.th

CONTENTS

03 Special Talk

“Startup ภาคเกษตรกับมุมมองของคนรุ่นใหม่”

04 Special Report

โมเดลธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานราก (Inclusive Model)

06 Special Report

ถอดบทเรียนการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีน

08 Economic Indicator

ภาพรวมเศรษฐกิจ

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : เมษายน 2561

11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร :
มิถุนายน 2561

12 Global News

“Startup ภาคเกษตรกับมุมมองของคนรุ่นใหม่”

1

ความเป็นมาของการจัดตั้งสมาคมเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกษตร และการดำเนินการของสมาคมในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup

เริ่มจากการทำค่ายนวัตกรรมสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ กับ ดร.ก่อศักดิ์ ไทวรรณภณชัย โดยมีเงินทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ค่ายฯเปิดรับทั้งผู้ประกอบการและเกษตรกร ปัจจุบันจัดค่ายมาแล้ว 5 รุ่น พบว่าผู้ร่วมค่ายส่วนหนึ่งสามารถประสบความสำเร็จแบบก้าวกระโดดได้ หากมีพื้นที่ แหล่งเงินทุน และเพิ่มโอกาสให้เขา เลยมีแนวคิดอยากจะทำสานต่อโดยปรึกษากับดร.สุรอรธ คุงจัตุรัส จากสถาบันนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) จัดให้ผู้ประกอบการหรือเกษตรกรนำเสนอไอเดีย และมีการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของแนวคิด และให้ทุนแบบ Fast track หลังจากนั้นก็มีงานอื่น ๆ ต่อเนื่อง เลยตั้งสมาคมเพื่อสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

สมาคมฯ อาศัยความร่วมมือจาก 5 ส่วน คือ ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานให้ทุน และเกษตรกร ระบบการดำเนินการค่อนข้างเหมือนบริษัท Startup เพราะทุกคนมีธุรกิจ มีงานของตนเอง การนัดหมายหมายแลกเปลี่ยนข้อมูลจะผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น Line Facebook ส่วนเงินทุนมาจากค่าสมาชิก ไม่ได้กักเก็บเงินทุนหรือเงินของรัฐมาขับเคลื่อน ทำให้สมาคมฯ เป็นองค์กรอิสระ สามารถทำงานร่วมกับทุกหน่วยงานได้

2

ทางสมาคมฯ ได้ทำงานร่วมกับสมาคม Young Smart Farmer Thailand อย่างไรบ้าง

จากกรมส่งเสริมการเกษตร มีการขอประสานให้กลุ่ม Young Smart Farmer (YSF) มาเข้าร่วมค่ายฯ 30 คนในแต่ละครั้ง ร่วมกับผู้ประกอบการอีก 30 คน โดยมีแนวคิดที่ว่า บทบาทและหน้าที่อันแตกต่างจะนำมาซึ่งการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมถึงได้มีการกระจายรับผู้เข้าร่วมแบบกระจายอายุอีกด้วย

3

ปัจจุบัน Startup ด้านการเกษตรมีแนวโน้มทิศทางอย่างไร และในอนาคตสามารถไปได้ไกลอย่างไรบ้าง

ไปได้ไกล เกษตรกรก็สามารถเป็น Startup ได้ ไม่จำเป็นต้องยึดติดผู้ที่จบการศึกษาสูงเหมือนแต่ก่อน อีกทั้งปัจจุบันสื่อมีการเปิดกว้างมาก โดยเฉพาะ สื่อดิจิทัล เช่น youtube ที่ทุกคนเข้าถึงได้ และสืบค้นข้อมูลต่างๆ เกษตรกรเริ่มมีบริษัท Startup ขึ้นมาเยอะ เกษตรกรในกลุ่ม Young Smart Farmer ตั้งเป็นบริษัท รับผิดชอบต่อบริการภายในกลุ่มตนเอง และเริ่มทำตลาดออกสู่ภายนอก สมาคมฯ พยายามช่วยเหลือเป็นช่องทางเพิ่มเติมให้ ผมเชื่อว่าแนวโน้มเกษตรกรจะเปลี่ยนเป็น Startup ที่เป็น Agri-Tech มากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต เพราะข้อจำกัดต่าง ๆ มีน้อยลง

ยกตัวอย่าง สมาชิกในกลุ่มเรามีทำเรื่องสารเคลือบผลไม้ซึ่งช่วยยืดอายุผลไม้ที่ขายแบบตัดแต่งเพิ่มขึ้นได้ 7-14 วัน โดยใช้องค์ความรู้จากการวิจัยร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำให้สินค้ามีอายุการเก็บรักษามากขึ้น หรือส่งขายได้ในประเทศที่ห่างไกลมากขึ้น ในขณะที่การใช้งานอากาศยานไร้คนขับ และเซนเซอร์ต่างๆ จะช่วยประหยัดการใช้แรงงาน และลดปัจจัยการผลิต ซึ่งเราเรียกว่า การเกษตรแบบแม่นยำ หรือ Precision Farming

4

ถ้าเป็น Precision Farming ด้านการค้า เราเป็นด้านไหนได้บ้าง

ปลายน้ำ(ด้านการค้า) มีแง่มุมให้เล่นเยอะ Startup เมืองไทยมาด้านการค้าเยอะจนเกิดเป็นเว็บขายของมากมาย แต่ถามว่า E-commerce เป็นจุดสิ้นสุดของการทำตลาดการค้าภาคการเกษตรไหม ผมคิดว่าไม่ใช่ ผมมีความคิดว่า ถ้ากระทรวงพาณิชย์หรือหน่วยงานใด สามารถจำแนกเป็นบริษัทเอกชนที่เป็นองค์กรอิสระและมีการดำเนินการแบบภาคเอกชนทั่วไป เปิดคัดเลือกผู้ประกอบการเกษตร โดยมีการทำงานร่วมกับ สำนักงานมาตรฐานเกษตรและสินค้าแห่งชาติ (มกอช.) หรือ สถาบันอาหาร คัดกรองผลิตภัณฑ์โดยจัดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาด คัดกรองใส่เข้ามาใน Platform โดยแบ่งกลุ่มตามคุณสมบัติของแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่น มาตรฐาน GAP EU IFOAM และประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่าน Platform นี้ จะทำให้ผู้ประกอบการปรับตัวเองให้อยู่ในมาตรฐาน และแข่งขันที่คุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา นอกจากนี้ หากมีหน่วยงานที่สามารถให้บริการขนส่ง ตั้งแต่รับจากมือของผู้ผลิตจนกระทั่งถึงผู้ซื้อ โดยที่ผู้ผลิตไม่ต้องดูแลเรื่องระเบียบข้อบังคับของแต่ละประเทศกำหนด จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถทุ่มเวลากับการผลิตได้เต็มที่

5

กลุ่ม SME หรือกลุ่มเกษตรกรรายย่อยสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตร (Agri-Tech) ในระดับใด

เกษตรกรรายย่อย หรือกลุ่มเกษตรกร สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตร (Agri-Tech) ได้ง่ายมาก เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคสังคมดิจิทัล ทุกอย่างสามารถเข้าถึงได้หมด ขอแค่คุณต้องเป็นเกษตรกรที่แสวงหาความรู้ใหม่ ยอมเปิดรับโอกาสใหม่ๆ และเทคโนโลยีให้ตนเองเท่านั้น เกษตรกรที่มีแหล่งทุนก็สามารถตั้งตัวเป็นผู้ให้บริการทางเทคโนโลยีการเกษตร (service provider) ได้ง่าย เช่นกัน แหล่งทุนปัจจุบันก็มีภาครัฐให้การสนับสนุนมากมาย องค์กรความรู้สามารถเข้าถึงได้จากสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยต่างๆ ถ้าคิดไม่ออก เดินมาสมัครเข้าสมาคมก็ได้ครับ ผมหรือเพื่อนสมาชิกสามารถแนะนำต่อได้ (ยิ้ม)

6

ปัญหาและอุปสรรคของ Startup ภาคเกษตร มีอย่างไรบ้าง

ปัญหาของ Startup ภาคเกษตร ในมุมมอง คือการทำซ้ำ การลอกเลียนแบบเทคโนโลยี จึงเกิดการล้น (excess supply) ไม่เกิดการติดตัวของ Startup ที่มากอย่างที่ควรจะเป็น นอกจากนี้ภาคการเกษตรควรเริ่มผลิตอุปกรณ์เทคโนโลยีการเกษตรจากงานวิจัย โดยไม่นำเข้าอุปกรณ์จากต่างชาติเข้ามา การส่งเสริมและสนับสนุน เทคโนโลยีการเกษตรโดยการให้ทุนของภาครัฐต้องชัดเจนว่าเราควรพัฒนาอะไรในปัจจุบัน และหันมาให้ความสำคัญของเทคโนโลยีหลังการเพาะปลูกและปลายน้ำ คือการสร้างตลาด ไม่ใช่แค่ภายในประเทศเป็นสำคัญแต่เพียงเท่านั้น

“ปัจจุบันเป็นยุคทองของ Startup การเกษตร คุณสนับสนุนมีมาก

พอเพียงกันคิดให้กว้าง คิดให้ไกล คิดให้เหมาะ-สมกับสภาพปัญหาที่แท้จริงและเริ่มก้าวเดิน ท่านสามารถเป็นผู้ชนะได้”

“คำว่า Startup หมายถึง คุณต้องเป็นที่หนึ่งของด้านนั้นเท่านั้น”

สัมภาษณ์โดย นางสาวจุฑารัตน์ พรหมทัต / นางสาวฉालิสา ทาศรีภู
เรียบเรียงโดย นายภัทรพล บัวเพชร และ ดร. ศิวต์ม์ สายบัว



โดย : สุนทิ ศาสตร์กุล กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำเกษตร

โมเดลธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานราก (Inclusive Model)

ประเด็นเรื่องความเหลื่อมล้ำเป็นที่มาของนโยบายเศรษฐกิจที่คำนึงถึงคนส่วนใหญ่คือผู้มีรายได้น้อย ในขณะเดียวกัน ภาคเอกชนเองก็เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจจากการจัดซื้อสินค้าและบริการจากผู้ผลิตรายย่อยด้วย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จึงมีโมเดลธุรกิจที่เอื้อต่อเศรษฐกิจฐานรากเกิดขึ้น เช่น เกษตรพันธะสัญญา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โมเดลธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานราก (Inclusive Business: IB) เป็นรูปแบบธุรกิจที่ถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในปี 2548 โดย World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)¹ ที่เสนอแนวทางบทบาทของภาคเอกชนจากเดิมที่เน้นการทำการกิจกรรม CSR ไปสู่การยกระดับรายได้ของคนฐานรากด้วยการพัฒนาให้เข้ามามีส่วนในเครือข่ายการผลิต (value chain) นำไปสู่โครงการนำร่องที่ส่งเสริมโดยองค์กรระหว่างประเทศต่างๆ รวมถึง Asian Development Bank (ADB)², FAO³ และ Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) ที่ได้นำ IB มาส่งเสริมในภูมิภาคอาเซียนตั้งแต่ปี 2558

ในเชิงนโยบาย APEC Joint Ministerial Statement 2015 ได้ออกแถลงการณ์ร่วมของสมาชิก 21 ประเทศที่จะส่งเสริมโมเดลธุรกิจนี้ โดยมีการจัดตั้ง APEC High Level Dialogue on Inclusive Business และ Public-Private Dialogue on Inclusive Business ในขณะที่กระทรวง METI ของญี่ปุ่น ได้ทดลองจัดตั้ง Inclusive Business Support Center ขึ้นเพื่อป้อนและขยายกิจการของ IB เช่นเดียวกับสิงคโปร์ได้ตั้ง IB Promotion Platform ขึ้นเพื่อระดมการสนับสนุนในมิติต่างๆ และเชื่อมโยงโอกาสให้ถึงตลาดโลก

Inclusive Business Model

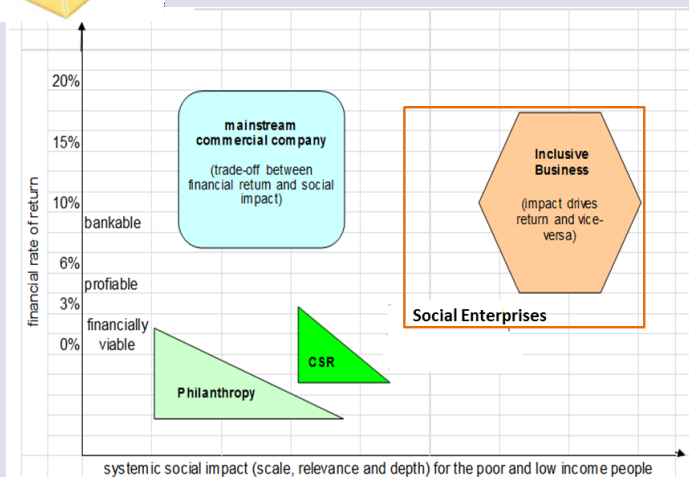
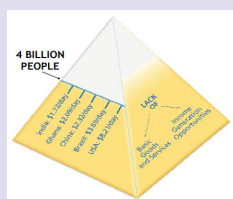
Inclusive Business เป็นรูปแบบการบริหารธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไร ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสให้ผู้มีรายได้น้อยในระดับฐานรากของพีระมิดด้วย (Base of Pyramid: BoP) โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย โดยยกระดับให้คนฐานรากเข้ามาอยู่ทุกโซ่ทั้งในฐานะเป็นผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้บริโภคสินค้าที่ดีแต่ราคาไม่แพง เพื่อเพิ่มรายได้และคุณภาพของสังคมโดยรวม ซึ่งโดยนิยามของธนาคารโลก กลุ่มคนฐานราก / BoP คือประชากรส่วนใหญ่ของโลกที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่าประมาณ 1,500 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี

FAO ได้นิยามรูปแบบธุรกิจ IB ไว้ว่า ว่าเป็นธุรกิจที่สร้างโอกาสให้กลุ่มฐานราก/เกษตรกรรายย่อยได้พัฒนาตนเองและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ (Inclusion of the BoP into Business)⁴ ทั้งนี้ จำเป็นต้องมีการสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสมและมีความร่วมมือจากภาคีพันธมิตรด้วย สอดคล้องกับเอกสารการศึกษาของ APEC ที่ได้นิยาม IB ว่าเป็นธุรกิจที่เอื้อให้ผู้ที่มีรายได้น้อยได้เข้าถึงความยากจน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ IB ก็มีความแตกต่างจากวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ตรงที่ IB จะให้ความสำคัญในส่วนนี้มากกว่า SE และไม่ได้นำผลกำไรส่วนใหญ่ไปใช้ในกิจการสาธารณะเหมือนกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังปรากฏตามรูป⁵

กลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหญ่ 20 ประเทศ (G20) ได้กำหนดให้ IB เป็นวาระที่จะส่งเสริมร่วมกันภายใต้ G20 Global Platform for Inclusive Business⁶ และ The Inclusive Business Action Network (IBAN)⁷ เพื่อเป็นกลไกหนึ่ง

ที่ช่วยลดความยากจนและบรรลุเป้าหมาย Sustainable Development Goals⁸ โดยปัจจัยสำคัญคือการสร้างจิตวิญญาณผู้ประกอบการทางสังคม การปรับกฎระเบียบและการเข้าถึงแหล่งทุน



การพัฒนาและส่งเสริม Inclusive Business ในบริบทของไทย

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เมื่อผลกระทบต่อสังคมเริ่มเข้ามาส่วนในการจัดซื้อสินค้า/บริการ ทำให้ธุรกิจไทยได้ขยายขอบเขตการจัดการความเสี่ยงและผลกระทบต่างๆ ที่ส่งผ่านมาจากคู่ค้าในส่วนต้นน้ำมากขึ้น รองรับมาตรฐานใหม่ๆ อาทิ มาตรฐาน Supply Chain Sustainability และ ISO28000 เป็นต้นรวมทั้งพยายามมีส่วนช่วยสร้างงานและกระจายโอกาสไปสู่ผู้ผลิตรายย่อยและชุมชนในชนบทด้วย

พัฒนาการเหล่านี้ได้ขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการต้องเพิ่มมิติด้าน Inclusive Growth เข้าไปในการทำธุรกิจเพื่อตอบสนองตลาดและสร้างคุณค่าทางสังคม ซึ่งหลายบริษัทของไทยได้นำหลักการคำที่เป็นธรรมและการสร้างความเข้มแข็งจากภายในอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามและเศรษฐกิจพอเพียงด้วย ดังปรากฏในกรณีตัวอย่างของโครงการช่องสาธิตโมเดล จ. ลพบุรี โดยบริษัทเทวาโกร จำกัด (มหาชน) การพัฒนาศักยภาพสินค้าเกษตรใน อ.ศรีประจันต์ จ. สุพรรณบุรี ของบริษัททางจากคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และการเชื่อมโยงตลาดรองรับผลิตผลจากโครงการในพระราชดำริ อาทิ บริษัทดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด รวมทั้งการบุกเบิกตลาดเกษตรอินทรีย์ของบริษัทธูรมัต จำกัด และ สหกรณ์กรีนเนท จำกัด

ตัวอย่างที่ชัดเจนและเป็นต้นแบบแรกเริ่มของธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานรากในประเทศไทยคือธุรกิจการค้าสินค้าเกษตรจากพื้นที่สูงของดอยคำ ที่เกิดจากพระราชวิสัยทัศน์ที่จะปรับการบริหารงานจากเดิมที่อยู่ในรูปแบบของ 'สหกรณ์ชาวเขา' ไปสู่การบริหารธุรกิจที่ช่วยยกระดับเกษตรกรรายย่อยให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่า โดยก่อตั้งเป็น 'บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด' ในปี พ.ศ. 2537 ซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจในรูปแบบ Inclusive Business ซึ่งมุ่งผลกำไรควบคู่กับการสร้างรายได้/กระจายโอกาสไปสู่เกษตรกรรายย่อยภายใต้หลักการคำที่เป็นธรรมและการเติบโตที่ขับเคลื่อนจากภายในชุมชนเอง

¹ World Business Council for Sustainable Development (2016). Delivering on the Sustainable Development Goals: The Inclusive Business Approach. Geneva: WBCSD.

² Asian Development Bank and the Inter-American Development Bank (2013). Working Together in Pursuit of Inclusive Business: Sharing the Latin American and Caribbean experience with Asia and the Pacific. Mandaluyong City, Philippines

³ Food and Agriculture Organization (2013). Review of Smallholder Linkages for Inclusive Agribusiness Development. Rome: FAO.

⁴ Kelly, S., Vergara, N. and Bammann, H. Rome (2015). Inclusive Business Models – Guidelines for Improving Linkages between Producer Groups and Buyers of Agricultural Produce, Rome: FAO.

⁵ APEC Study Project on Market Potentials, Constraints and Policy Instruments to Support Inclusive Business (Sept. 2016 – January 2017).

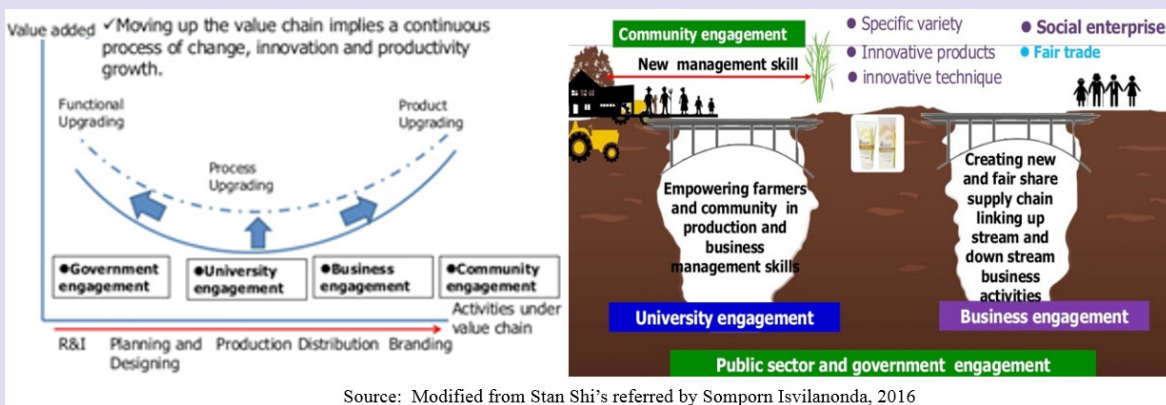
⁶ Group 20 (2016). Inclusive Business Report for the 2016 Summit. China.

⁷ http://unctad.org/meetings/en/Presentation/ciimem4_Harten_en.pdf

⁸ World Business Council for Sustainable Development (2017). Delivering on the Sustainable Development Goals: The Inclusive Business Approach. Geneva.

กิจการของค้าย้ายตัวด้วยโรงงานหลวงในหลายจังหวัด อาทิ เชียงใหม่ เชียงราย สกลนคร และบุรีรัมย์ ในขณะที่การค้าของค้าย้ายสู่ระดับ 1,500 – 2,000 ล้านบาท และกำลังขยายธุรกิจร้านค้าไปสู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อนบ้านและตลาดโลกด้วย ผ่านช่องทางการค้าแบบตัวแทนจำหน่ายใน CLMV สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา รวมทั้งอยู่ระหว่างการต่อยอดไปสู่ธุรกิจบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มผ่านระบบแฟรนไชส์ นอกจากนี้ ในอนาคตค้ายังมีแผนจะขยายการรับซื้อสินค้าเกษตรคุณภาพดีเพิ่มขึ้นในรัศมี 100 กิโลเมตร และตั้งเป้าที่จะเพิ่มยอดขายด้วยการกระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านสะดวกซื้อ อาทิ โกลเด้นเพลซ และซูเปอร์มาร์เกต รวมทั้งจะเข้าจดทะเบียนตลาดหลักทรัพย์ในประเภทการลงทุนเพื่อสังคม (Impact Investment) ด้วย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของค้าย้าย และธุรกิจการค้าที่มีรูปแบบการบริหารในลักษณะ Inclusive Business ชำ้ต้นพบว่าประเด็นสำคัญคือการยกระดับห่วงโซ่มูลค่าและเชื่อมโยงสู่ตลาดที่กว้างขึ้น (Move-up Value Chain) ปัจจัยสำคัญคือความร่วมมือกับภาคีแวดล้อมหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาสินค้าและเกษตรกรในเครือข่าย เนื่องจากการดำเนินงานเพื่อสังคมจึงจำเป็นต้องทำงานร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมให้เกิดตลาดรองรับสินค้าคุณภาพดีจากกิจการของ Inclusive Business เช่น การสร้างแรงจูงใจทางการตลาดด้วยการประสานงานจับคู่ธุรกิจ และการประกวดแผนธุรกิจและให้ทุนขยายกิจการ/ร่วมลงทุน รวมถึงให้คำปรึกษาเพื่อการส่งออก รวมถึงการออกไปร่วมมือกับภาคีในต่างประเทศ ตัดในกรณีตัวอย่างของกระทรวง METI ของญี่ปุ่นที่ได้จัดตั้ง Japan Inclusive Business Support Centre เพื่อสนับสนุนธุรกิจเพื่อเศรษฐกิจฐานรากทั้งในและนอกประเทศ



Source: Modified from Stan Shi's referred by Somporn Isvilanonnda, 2016

ปัจจัยด้านภาคีความร่วมมือ (Stakeholder Engagement)⁹ เป็นปัจจัยสำคัญมากขึ้นไปอีกหากเป็น Inclusive Business ในระดับ SMEs และธุรกิจชุมชน ซึ่งกรณีศึกษาที่ชัดเจนได้แก่ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ของบริษัทของเดอเรียไทยออยแกนิคส์ฟู้ด จำกัด และ สหกรณ์กรีนเน็ต จำกัด ซึ่งเติบโตมาจากองค์กรพัฒนาเอกชนที่ส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงสหกรณ์การเกษตรที่มีศักยภาพทางการค้า อาทิ สหกรณ์การเกษตรบ้านลาด¹⁰ จำกัด สหกรณ์การเกษตรเพื่อการแปรรูปและส่งออกจังหวัดตราด จำกัด และ สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้าบางแห่ง การส่งเสริมให้เกิด Inclusive Business มากขึ้นจึงเป็นความท้าทายของหน่วยงานต่างๆ ที่จะประสานงานและส่งเสริมศักยภาพทางการค้าให้กับธุรกิจชุมชนที่มีความพร้อมในระดับหนึ่ง ให้เรียนรู้โมเดลธุรกิจใหม่และยกระดับไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจยุคใหม่ได้ ในทางกลับกัน หากหน่วยธุรกิจระดับท้องถิ่นเหล่านี้ไม่ได้รับการปรับเปลี่ยนโมเดลธุรกิจให้ทันสมัยและมีกลยุทธ์เชิงรุกมากขึ้น อาจเป็นการยากที่จะยืนหยัดในโลกการค้าเสรีและสร้างความมั่นคงให้ภาคเกษตรในชนบท

(3) ความสามารถในการผลิตที่จำกัดทั้งปริมาณและความสม่ำเสมอ โดยเฉพาะธุรกิจชุมชนที่มีสมาชิกเกษตรกรในเครือข่ายจำนวนน้อย และผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภคเป็นหลัก จึงทำให้ไม่สามารถนำผลผลิตมาจัดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้เพียงพอ ในขณะที่ การจัดซื้อจัดจ้างโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพและประสิทธิภาพก็จะเป็นการโอบอ้อม ไม่ช่วยเกิดการพัฒนาจากภายในและทำให้ธุรกิจของทุกฝ่ายไม่ยั่งยืนในที่สุด

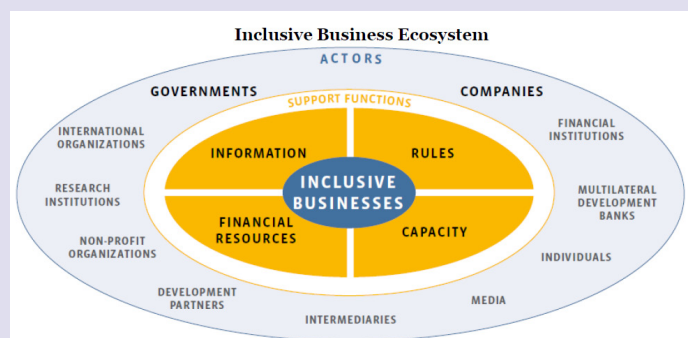
(4) บริการสนับสนุนเพื่อการบ่มเพาะและส่งเสริม Inclusive Business ในการสร้างธุรกิจชุมชนให้ทันสมัยและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ควรนำเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์เข้ามาใช้ ซึ่งธุรกิจชุมชนอาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่เพื่อให้เข้ามาออกแบบธุรกิจและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกระตุ้นให้ยูนิเวอร์ซิตี/นักศึกษา/นักวิจัยเข้ามามีส่วนร่วมในการบ่มเพาะธุรกิจด้วย

การส่งเสริมธุรกิจชุมชนให้นำโมเดล Inclusive Business ไปปรับใช้

ในบริบทของไทย วิสาหกิจชุมชนและสหกรณ์การเกษตร เป็นกิจการชุมชนที่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานที่คล้ายคลึงกับ Inclusive Business อยู่แล้ว หากมีการคัดกรองและต่อยอดศักยภาพ ก็จะนำพาเกษตรกรรายย่อยในเครือข่ายให้มีรายได้สูงขึ้นได้ ทั้งนี้ จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่ามีความท้าทายหลายประการที่ภาครัฐและเอกชนต้องคำนึงในการนำแนวทางของ Inclusive Business ไปปรับใช้ ดังนี้

(1) การเข้าถึงข้อมูลตลาด (Demand Information) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับการใช้ระบบข้อมูล เนื่องจากมุ่งเน้นการผลิตเพื่อการบริโภคและการค้าในท้องถิ่นเป็นหลัก ทำให้ธุรกิจการเกษตรขนาดเล็กปรับตัวรองรับโอกาสได้ช้าและแข่งขันได้ยาก ภาครัฐจึงควรให้การสนับสนุนแก่ธุรกิจเหล่านี้ในภาพรวม โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าให้เข้าถึงข้อมูลและคำปรึกษาต่างๆ

(2) การสื่อสารที่ใกล้ชิดกับภาคีในห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกร ธุรกิจชุมชน และพันธมิตรการค้าในตลาดเป้าหมาย ซึ่งมักจะประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างใกล้ชิดก็ต่อเมื่อจะมีการ ซื้อขาย ทำให้การทำงานร่วมกันในห่วงโซ่เป็นไปแบบหลวมๆ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาช่องทางพบปะสื่อสารที่ สม่่าเสมอและครอบคลุมหลายภาคีที่เกี่ยวข้อง



ที่มา: G20 Inclusive Business Framework, 2015

⁹ Rice Policy in Thailand: Production and Economic Issues (<https://www.slideshare.net/Sompornisvilanonnda1/rice-policy-in-thailand-production-and-economic-issues-1-june-20-2017> ; Accessed 29 April 2018)

¹⁰ Juthatip Patrawart, Saisuda Sriurai, and Tanapat Sangaroon (2018). Promoting Rice Value Addition through Inclusive Business Model. International Seminar on Promoting Rice Farmers' Market, Food and Fertilizer Technology Center for the Asian and Pacific Region (FFTC), Kasetsart University (June 5-9, 2018).

ถอดบทเรียนการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีน

หลักเกณฑ์ของธนาคารโลกที่วัดความยากจน จากรายได้ของคนยากจนที่มีรายได้น้อยกว่า 1.25 ดอลลาร์ต่อวัน ซึ่งมีจำนวนมากถึง 1.9 พันล้านคน ในปี 1990 ลดลงมาเหลือเพียง 836 ล้านคนในปี 2015 การดำเนินการตามเป้าหมายของ Millennium Development Goals (MDG) ที่จะลดความยากจนในโลกลงครึ่งหนึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างสำเร็จ เกิดจากจำนวนคนยากจนที่ลดลงกว่าร้อยละ ๗๐ เป็นการลดลงของคนยากจนในจีน จึงเกิดคำถามกับประเทศต่างๆ ทั่วโลกว่า จีนสามารถแก้ไขปัญหาคความยากจนประสบความสำเร็จได้อย่างไร และการเข้าใจวิธีการของนโยบายนี้จะสามารถเป็นบทเรียนให้แก่ประเทศทั่วโลก

เป้าหมายการแก้ไขความยากจนของจีน

นโยบาย **เติ้งเสี่ยวผิง** การแก้ไขปัญหาความยากจนของจีน เริ่มขึ้นในปี 1978 โดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ และมีการกำหนดเป้าหมายในการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ที่เริ่มจากการจัดความยากจนไปจากสังคมจีน โดยเรียกว่า ยุทธศาสตร์ 3 ก้าว โดยมีเป้าหมายแต่ละก้าวดังนี้

1. ตั้งเป้าในปี ค.ศ. 1990 เศรษฐกิจจีนจะโตเป็น 2 เท่าของปี 1980 สังคมพ้นจากสภาพความยากจน
2. ปี ค.ศ. 2000 เศรษฐกิจจีนจะโตเป็น 2 เท่าของปี 1990 ประชาชนกินดีอยู่ดีโดยพื้นฐาน
3. กลางศตวรรษที่ 21 จีนจะเจริญรุ่งเรืองระดับโลก สังคมโดยรวมมีความมั่งคั่งร่ำรวยถ้วนหน้า

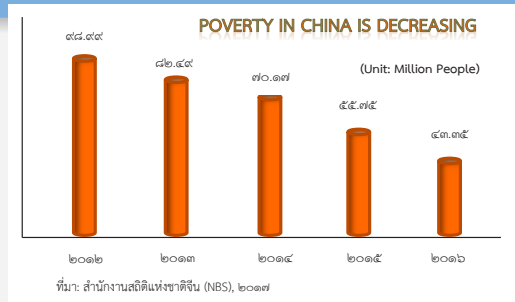
นโยบาย **สี จิ้น ผิง** รัฐบาลจีนได้ตั้งเป้าแก้ปัญหาความยากจนของชาชนบทออกเป็น 2 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 เริ่มตั้งแต่ปี 2001 โดยตั้งเป้าว่าเมื่อถึงปี 2010 ชาชนบทที่ยากจนต้องไม่มีปัญหาปากท้องอีกต่อไป

ระยะที่ 2 คือ ปี 2010- 2020 ความเป็นอยู่ของชาชนบทต้องพัฒนาจนถึงขั้น “พอมีพอกิน” และไม่มีคนยากจนในประเทศอีกต่อไป

แนวทางในการลดความยากจนของจีน

ในปี 1986 รัฐบาลจีนได้จัดตั้งหน่วยงานต่อต้านความยากจนขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อพัฒนาความยากจนและแบ่งพื้นที่ความยากจนออกจากพื้นที่ที่พัฒนาแล้ว และสถาบันการเงินต่างๆ ในประเทศจีนที่ได้ปล่อยเงินกู้ให้กับประชากรในประเทศ รวมทั้งสิ้น 818,100 ล้านหยวน เพื่อช่วยเหลือโครงการต่อต้านความยากจนของรัฐบาล ทำให้ในขณะนี้มียอดเงินกู้แล้วทั้งสิ้น 2.49 ล้านล้านหยวน ผลลัพธ์ที่ออกมาคือทำให้จำนวนคนยากจนลดลงทุกปี เมื่อตุลติกการลดลงของคนยากจนในประเทศจีน ย้อนหลัง 5 ปีพบว่า ในทุกๆ ปีรัฐสามารถแก้ไขปัญหาความยากจนโดยลดจำนวนคนยากจนได้ปีละกว่า 10 ล้านคน



ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาคความยากจนของจีน

การพัฒนาความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจการเมืองและภูมิภาค ถือเป็นความท้าทายของจีนที่จะแก้ไขปัญหาความยากจน การดำเนินการให้ประสบความสำเร็จจึงมีการวางยุทธศาสตร์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนให้เกิดความยั่งยืน โดยยุทธศาสตร์ประกอบด้วย

(1) **ยุทธศาสตร์ด้านข้อมูล** รัฐบาลจีนมีพยายามอย่างมากในการหาหลักเกณฑ์ที่จะใช้วัดความยากจน เช่น การกำหนดหลักเกณฑ์ของจีนเอง ศึกษาวิธีการของต่างประเทศ เช่น ธนาคารโลก หรือนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล Amartya Sen และแม้ว่านักวิชาการไม่ค่อยเชื่อถือเรื่องข้อมูลของรัฐ แต่จีนก็ยังคงเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องความยากจนและเผยแพร่ให้แก่นักวิเคราะห์เพื่อสามารถเอาข้อมูลมาใช้ประเมินผลลัพธ์ของนโยบายรัฐ ขณะที่เจ้าหน้าที่รัฐก็สามารถนำข้อมูลมาใช้กำหนดนโยบายต่อสู่กับความยากจน และปรับปรุงนโยบายเมื่อสภาพการณ์เปลี่ยนแปลง (เรียบเรียงโดยปริดี บุญซื่อ จากหนังสือ What Can China Teach Us About Fighting Poverty? ผู้แต่ง Nara Dillon)

การเปลี่ยนแปลงเส้นมาตรฐานความยากจนของจีน โดยการเปลี่ยนแปลงเส้นความยากจนของจีน มีการเปลี่ยนแปลงในหลายช่วงเวลา อาทิ

- ปี 1986 มาตรฐานความยากจนแบบสมบูรณณ์ เท่ากับ 206 หยวนต่อปี ซึ่งกำหนดตามความต้องการของโภชนาการขั้นต่ำ
- ปี 2000 เส้นมาตรฐานรายได้ต่ำ เท่ากับ 865 หยวนต่อปี
- ปี 2008 เส้นมาตรฐานความยากจนของจีน เป็นการรวมกันระหว่างมาตรฐานความยากจนแบบสมบูรณณ์กับเส้นมาตรฐานรายได้ต่ำ เท่ากับ 1,067 หยวนต่อปี

- ปี 2009 เส้นมาตรฐานความยากจนของจีน เท่ากับ 1,116 หยวนต่อปี
- ปี 2011 เส้นมาตรฐานความยากจนของจีน เท่ากับ 2,300 หยวนต่อปี โดยทำการเปรียบเทียบจากเส้นความยากจนสากล (international poverty line) ของธนาคารโลกและโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ซึ่งมาตรฐานใหม่นี้ มีค่าสูงกว่ามาตรฐานในปี 2009 ถึงร้อยละ 92

(2) **ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ** จีนประสบความสำเร็จในการลดความยากจนมากที่สุด จากการปฏิรูปการเกษตรในช่วงทศวรรษ 1980 ที่ทำให้ครอบครัวในชนบทมีรายได้สูงขึ้น การปฏิรูปประกอบด้วยการยกเลิกการทำการเกษตรแบบรวมกลุ่มและการปฏิรูปที่ดิน ทำให้ชาวนาเป็นเจ้าของผลผลิตของตัวเอง และสามารถขายผลผลิตในตลาดเอกชน ทำให้ผลผลิตและรายได้ครัวเรือนในชนบทพุ่งสูงขึ้น อีกทั้งรัฐได้ยกเว้นการเก็บภาษีแก่ประชาชนที่ทำอาชีพเกษตรกร ทำให้เกษตรกรในชนบทมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมถึงการยกเลิกการตรึงราคาสินค้าเกษตร เพื่อเอาทุนส่วนเกินจากภาคเกษตรมาพัฒนาอุตสาหกรรม การตัดสินใจยกเลิกการควบคุมราคาสินค้าเกษตรที่สูงขึ้นให้เห็นว่าเป็นวิธีการที่ประสิทธิภาพ

(3) ยุทธศาสตร์ด้านสวัสดิการ ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลจีนได้สร้างระบบสวัสดิการหลายอย่างที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาความยากจน รัฐบาลจีนคิดว่าสวัสดิการกับการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่บูรณาการซึ่งกันและกัน โดยถือว่าโครงการสวัสดิการที่ช่วยจัดความยากจน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการลงทุนระยะยาวเพื่อการเติบโตอย่างมั่นคง เป้าหมายคือ การสนองสิ่งจำเป็นเพื่อการยังชีพของคนที่มีรายได้ไม่พอเลี้ยงตัวเอง อาทิ โครงการประกันสุขภาพในชนบท การยกเลิกการเก็บค่าเล่าเรียนในโรงเรียนชนบท เป็นต้น

วิธีการแก้ไขปัญหาคความยากจนของจีน

1. การออกแบบโครงการให้เหมาะสมกับรายบุคคลหรือแต่ละหมู่บ้าน โดยปกติโครงการช่วยเหลือส่วนใหญ่ จะให้เงินช่วยเหลือในอัตราที่เท่ากัน แต่สำหรับจีนไม่ได้เป็นเช่นนั้น รัฐบาลจีนได้ทำการวิเคราะห์ระดับครอบครัว จากนั้นจึงดำเนินการวางแผนช่วยเหลือรายบุคคลและส่งเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์เข้าไปตรวจสอบและพูดคุยแบบตัวต่อตัว โดยเจ้าหน้าที่ของรัฐกว่า ๒ ล้านคน สามารถเก็บข้อมูลคนได้ถึง ๘๘ ล้านแห่ง เท่ากับมีโครงการช่วยเหลือคนจนกว่า ๘๘ ล้านโครงการ เพื่อให้การดำเนินโครงการบรรลุเป้าหมายสูงสุด รัฐจึงได้จัดสรรกองทุนออกเป็นหลายประเภท เพื่อแก้ไขปัญหาที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล และหมู่บ้าน

2. การประเมินเจ้าหน้าที่ของรัฐ คณะกรรมการกลางคอมมิวนิสต์ได้สร้างระบบตรวจสอบอย่างเข้มงวด โดยให้แต่ละมณฑลสับเปลี่ยนกันตรวจสอบข้อมูล และยืนยันโดยบุคคลที่สาม เพื่อไม่ให้เกิดการปลอมแปลงข้อมูล ทำให้เจ้าหน้าที่ต้องทำงานภายใต้ความกดดัน ขณะเดียวกันก็ได้รับกำลังใจที่ดี เนื่องจากยิ่งทุ่มเทมากเท่าไร ก็ยิ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากเท่านั้น

3. การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในประเทศเกิดความตื่นตัวในปัญหาคความยากจนและร่วมแก้ไข เช่น การยกย่องคนจน

ที่สามารถสู้จนประสบความสำเร็จได้ด้วยตัวเองผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนยากจน ส่วนการร่วมกันแก้ไข เช่น เว็บไซต์เถาเป่า ไดยกเว้นค่าธรรมเนียมการใช้บริการ การให้ความช่วยเหลือทางด้านการตลาด และการช่วยปรับปรุงระบบขนส่งให้เข้าถึงในพื้นที่ยากจน

4. การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคตะวันออกและภาคตะวันตกของจีนในการแก้ไขปัญหาความยากจน โดยการจับคู่เมืองที่มีฐานะร่ำรวยกับเมืองยากจน เพื่อให้เมืองที่ร่ำรวยทางภาคตะวันออกช่วยเหลือเมืองยากจนทางภาคตะวันตก โดยการเข้าไปลงทุนด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรมและภาคบริการในพื้นที่ การให้เงินช่วยเหลือเพื่อสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน รวมถึงการส่งบุคลากรที่มีความสามารถด้านเทคโนโลยีต่างๆ ไปฝึกอบรม

5. การใช้ระบบ QR CODE มาช่วยเหลือประเทศเพื่อต่อสู้กับความยากจน โดยการกำหนด QR CODE ให้กับประชาชนที่ยากไร้ในพื้นที่ทุรกันดารทุกรอบครัว เพื่อช่วยให้รัฐสามารถเข้าถึงข้อมูล เช่น จำนวนสมาชิก ขนาดที่อยู่ รายได้ครอบครัว รวมถึงปริมาณผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งปัจจุบันประชาชนสามารถซื้อสินค้าเกษตรจากชุมชนยากไร้ ได้จากร้านค้าออนไลน์ที่รัฐบาลจีนสนับสนุน ทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงลูกค้าทั่วประเทศ

สถานการณ์ความยากจนของไทย

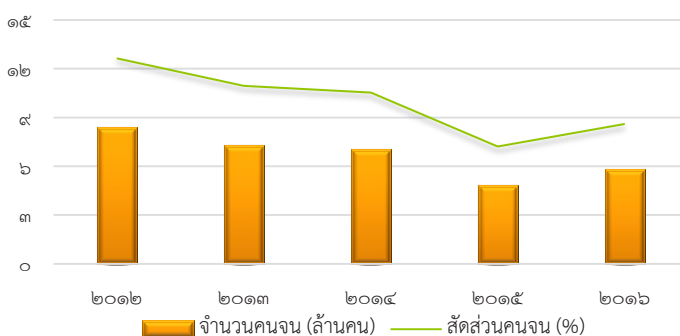
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระบุว่า ช่วง 20 ปีที่ผ่านมา คนจนของไทยจาก 25.52 ล้านคน ในปี 2003 ลดเหลือเพียง 5.8 ล้านคน ในปี 2016 และจากการลงทะเบียนผู้มีรายได้น้อยเพื่อรับบัตรสวัสดิการรัฐล่าสุดที่รัฐบาลใช้เกณฑ์ผู้มีรายได้น้อยต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อปี มีผู้ลงทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 11.4 ล้านคน (ใกล้เคียงกับจำนวนคนจนและคนเกือบจนรวมกันจำนวน 11.6 ล้านคน) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่รัฐบาลควรมียุทธศาสตร์รองรับเป็นการเฉพาะ

เส้นความยากจนของไทย

เส้นความยากจนของไทย (ปี 2016) อยู่ที่ 2,667 บาท/เดือน (32,000 บาทต่อปี หรือประมาณ 90บาทต่อวัน) โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- เกือบจน มีระดับรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคสูงกว่าเส้นความยากจนไม่เกิน 20%
- จนน้อย มีระดับรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคต่ำกว่าเส้นความยากจนไม่เกิน 20%
- จนมาก มีระดับรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคต่ำกว่าเส้นความยากจนเกินกว่า 20%

จำนวนและสัดส่วนของคนยากจน



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2017

มีข้อความต่อหน้าสุดท้าย

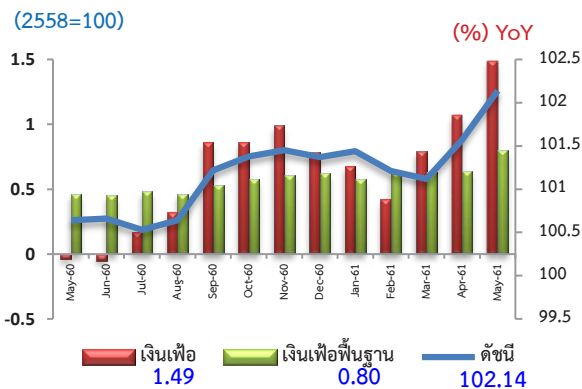
โดย : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า

ภาพรวมเศรษฐกิจ

อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับตัวสูงขึ้นปัจจัยจากการเพิ่มขึ้นของราคาพลังงานและราคาสินค้าเกษตรบางชนิด ซึ่งจากเครื่องชี้วัดต่าง ๆ โดยรวมยังสะท้อนว่าการบริโภคและการใช้จ่ายของภาครัฐและเอกชนยังอยู่ในระดับที่ดี ประกอบกับการจ้างงาน การผลิตและรายได้เกษตรกรที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นอาจจะส่งผลดีต่อกำลังซื้อในประเทศ รวมทั้งภาคการส่งออกและภาคการท่องเที่ยวยังขยายตัวได้ดีอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ

สถิติอัตราเงินเฟ้อทั่วไป



ดัชนีราคาผู้บริโภคเดือนพฤษภาคม 2561 เท่ากับ 102.14 เมื่อเทียบกับ

ระยะเวลา	การเปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
1.1 เดือนเมษายน 2561 (MoM)	สูงขึ้น	0.56
1.2 เดือนพฤษภาคม 2560 (YoY)	สูงขึ้น	1.49
1.3 เฉลี่ย 5 เดือน 2561 (AoA) (ม.ค. - พ.ค. 2561) / (ม.ค. - พ.ค. 2560)	สูงขึ้น	0.89

ดัชนีราคาผู้บริโภค(เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนพฤษภาคม2561 เทียบกับเดือนพฤษภาคม 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ +1.49 (YoY) เป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 ติดต่อกัน และเป็นอัตราสูงที่สุดในรอบ 16 เดือน จากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในอัตราที่สูงในรอบ 13 เดือน ขณะที่อาหารสดเริ่มชะลอตัวลงเมื่อหักอาหารสดและพลังงานออก เงินเฟ้อพื้นฐานขยายตัวที่ร้อยละ+0.80 (YoY) ช่วงระยะ 5 เดือนแรกของปีอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ +0.89 (AoA) ซึ่งอยู่ในกรอบคาดการณ์เงินเฟ้อของกระทรวงพาณิชย์ (ร้อยละ 0.7 -1.7) ส่วนอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานขยายตัวร้อยละ +0.66 (AoA)

การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าสำคัญที่ส่งผลให้เงินเฟ้อเดือนพฤษภาคม 2561 สูงขึ้นจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 0.560 (MoM) (เมษายน 2561 สูงขึ้นร้อยละ 0.45) มีรายละเอียด ดังนี้

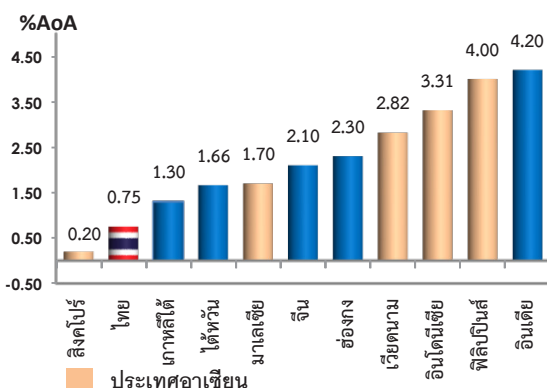
▶ **หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** สูงขึ้นร้อยละ 0.45 จากการ สูงขึ้นของกลุ่มอาหารสดร้อยละ 0.65 โดยเฉพาะ ไข่ไก่ เนื้อสุกร ปลาหูไก่สด เนื่องจากมีความต้องการมากในช่วงเปิดภาคเรียน ประกอบกับปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ส่งผลให้หมวดไข่และผลิตภัณฑ์นม สูงขึ้นร้อยละ 1.68 หมวดเนื้อสัตว์ เบ็ดไก่และสัตว์น้ำ สูงขึ้นร้อยละ 0.55 ผักสดและผลไม้ สูงขึ้นร้อยละ 0.77 โดยเฉพาะผักสด สูงขึ้นร้อยละ 2.00 (ถั่วฝักยาว ผักชี ผักบุ้ง แตงกวา) เนื่องจากอากาศแปรปรวนส่งผลให้ผลผลิตเสียหาย เครื่องประกอบอาหาร สูงขึ้นร้อยละ 1.18 (น้ำปลา เกลือป่น กะทิสำเร็จรูป) ข้าวแปงและผลิตภัณฑ์จากแปง สูงขึ้นร้อยละ 0.16 (ข้าวสารเจ้า) นอกจากนี้ อาหารบริโภค-ในบ้านและนอกบ้าน ปรับราคาสูงขึ้นด้วย

▶ **หมวดอื่นๆไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม** สูงขึ้นร้อยละ 0.62 ตามการสูงขึ้นของน้ำมันเชื้อเพลิงร้อยละ 3.97จากการสูงขึ้นของน้ำมันเชื้อเพลิงทุกชนิดรวมทั้งก๊าซรถยนต์ ส่งผลให้หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร สูงขึ้นร้อยละ 1.35 หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ร้อยละ 0.27 (เครื่องแบบนักเรียน รองเท้านักเรียน ถุงเท้า) หมวดเคหสถาน สูงขึ้นร้อยละ 0.16 (ก๊าซหุงต้ม ค่าเช่าบ้าน ผงซักฟอก ผลิตภัณฑ์ซักผ้า) หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 0.25 (ค่าแต่งผม สบู่ถูตัว ยาสีฟัน กระดาษชำระ) นอกจากนี้ หมวดบันเทิง การอ่านและการศึกษา สูงขึ้นร้อยละ 0.13 ตามการสูงขึ้นของค่า เล่าเรียน-ค่าธรรมเนียมระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชน ขณะที่หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ลดลงร้อยละ -0.01 ตามการลดลงของราคาเบียร์เป็นสำคัญ

ระดับราคาสินค้า เดือนพฤษภาคม 2561 (MoM)



อัตราเงินเฟ้อประเทศต่างๆ เดือนเมษายน 2561



การค้าระหว่างประเทศของไทย : เมษายน 2561

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนเมษายน 2561 ขยายตัวสูงที่สุดในร้อยละ 12.3 เทียบต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 หรือคิดเป็นมูลค่า 18,946 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยการส่งออกในตลาดสำคัญขยายตัวเกือบทุกตลาด โดยเฉพาะตลาดอินเดีย CLMV สหภาพยุโรป (15) ญี่ปุ่น ที่ขยายตัวเร่งขึ้นจากเดือนก่อน อีกทั้งการส่งออกไปตลาดจีนกลับมาขยายตัวได้ในระดับสูง สำหรับการส่งออกสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 โดยสินค้าที่มีการขยายตัวในระดับสูง ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก และน้ำมันสำเร็จรูป ขณะที่การส่งออกสินค้ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 9.8 สินค้าที่ขยายตัวได้ดี ได้แก่ ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และโกสัดแช่แข็งและแปรรูป ขณะที่สถานการณ์การส่งออกยางพาราเริ่มส่งสัญญาณดีขึ้น แนวโน้มการส่งออกในปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวได้ใกล้เคียงกับเป้าหมายการส่งออกที่ร้อยละ 8 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากอุปสงค์ที่แข็งแกร่งในตลาดศักยภาพสอดคล้องกับเศรษฐกิจโลกที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และราคาน้ำมันเริ่มปรับตัวสูงขึ้นส่งผลดีต่อราคาสินค้าโภคภัณฑ์ นอกจากนี้ ดัชนีภาวะธุรกิจส่งออกในเดือนพฤษภาคม 2561 อยู่ที่ 55.5 สูงกว่าระดับ 50 สะท้อนว่าผู้ประกอบการมีมุมมองที่เป็นบวกต่อการส่งออกจากการขยายตัวของมูลค่าการส่งออก มูลค่าคำสั่งซื้อใหม่ มูลค่าการจ้างงาน และมูลค่าสินค้าคงคลัง

การส่งออกไปตลาดสำคัญ ขยายตัวเกือบทุกตลาด ยกเว้น ตลาดอาเซียน 5 และตลาดตะวันออกกลาง โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวสูงถึงร้อยละ 13.9 โดยเป็นการขยายตัวในทุกตลาด ทั้งการส่งออกไปสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป (15) ที่ขยายตัวร้อยละ 9.6 14.8 และ 18.5 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปตลาดศักยภาพขยายตัวได้ดีต่อเนื่องที่ร้อยละ 11.1 โดยการส่งออกอินเดียยังขยายตัวสูงต่อเนื่องที่ร้อยละ 28.7 ประกอบกับการส่งออกจีนกลับมาขยายตัวสูงถึงร้อยละ 19.9 หลังจากหดตัวในเดือนก่อนหน้า การส่งออกไป CLMV ช่องกึ่งเกาหลีใต้ ขยายตัวร้อยละ 19.3 13.8 และ 9.9 ตามลำดับ ด้านตลาดศักยภาพระดับรองฟื้นตัวสูงและขยายตัวร้อยละ 13.8 จากร้อยละ 5.9 ในเดือนมีนาคม และตลาดส่วนใหญ่ขยายตัวในระดับ 2 หลัก อาทิ การส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย แอฟริกา ลาตินอเมริกา และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ที่ขยายตัวร้อยละ 16.9 19.7 23.4 และ 28.0 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตะวันออกกลางหดตัวครั้งแรกในรอบ 8 เดือน ที่ร้อยละ 4.9

การส่งออกในปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในเกณฑ์ดี และมีการกระจายตัวมากขึ้น โดยเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีพื้นฐานการขยายตัวแข็งแกร่งจากการจ้างงานที่อยู่ในระดับสูงและมาตรการกระตุ้นทางด้านภาษี กลุ่มประเทศยูโรโซน แนวโน้มขยายตัวได้ในเกณฑ์ดี ตามการสนับสนุนจากนโยบายการเงินผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง ตลาดแรงงานปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ และการส่งออกขยายตัวดี นอกจากนี้ เศรษฐกิจหลายประเทศในเอเชีย ขยายตัวได้ดีเช่นเดียวกัน เศรษฐกิจจีนแนวโน้มยังไปได้ดี

การนำเข้า

เดือนเมษายน 2561 มีมูลค่า 20,229 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 20.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการขยายตัวของน้ำมันดิบ (+81.6%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (+12.4%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (+14.6%) เคมีภัณฑ์ (+21.0%) และเหล็ก เหล็กกล้า (+23.5%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+21.3%) ญี่ปุ่น (+13.9%) มาเลเซีย (+56.8%) สหรัฐอเมริกา (+14.8%) และสหรัฐอเมริกาฮับเอมิเรตส์ (+24.2%)

ดุลการค้า

เดือนเมษายน 2561 ขาดดุลการค้ามูลค่า 1,283 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมดุลการค้า 2561 (ม.ค.-เม.ย.) เกินดุลการค้ามูลค่า 673 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนเมษายน 2561 อยู่ที่ 93.1 (ปี 2555=100) ขยายตัวร้อยละ 6.8 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาสินค้าเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นร้อยละ +23.9 หมวดสินค้าทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ +2.5 สินค้าสิ้นค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ +5.0 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ +2.5 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ +5.8

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	เมษายน 2561		มกราคม - เมษายน 2561	
	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)
ส่งออก	18,946	12.3	81,775	11.5
นำเข้า	20,229	20.4	81,102	17.2
ดุลการค้า	1,268		1,957	

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือนพฤษภาคม 2561

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,580	3.4	11.5	จีน	2,490	-8.7	11.1
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,850	18.2	8.3	สหรัฐอเมริกา	2,439	11.1	10.9
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,054	-2.4	4.7	ญี่ปุ่น	2,075	5.7	9.3
ผลิตภัณฑ์ยาง	860	-8.9	3.9	เวียดนาม	1,063	12.4	4.8
เม็ดพลาสติก	848	15.8	3.8	มาเลเซีย	1,038	13.1	4.6

หมายเหตุ : มูลค่า - ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนเมษายน 2561

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
น้ำมันดิบ	2,393	27.3	11.3	จีน	11,724	16.4	19.3
เครื่องจักรและส่วนประกอบ	1,887	74.3	8.9	ญี่ปุ่น	8,532	14.1	14.0
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,595	-1.6	7.6	มาเลเซีย	3,867	-13.3	6.4
เคมีภัณฑ์	1,445	4.6	6.9	สหรัฐอเมริกา	3,301	11.6	5.4
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,419	-3.3	6.7	สหรัฐอเมริกาฮับเอมิเรตส์	2,306	34.2	3.8

หลังจากไตรมาสแรกของปีขยายตัวได้ดีกว่าคาดการณ์ โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการลงทุนภาคเอกชนและการส่งออกขยายตัวสูง เศรษฐกิจญี่ปุ่นมีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่าคาดการณ์เดิม เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศยังอ่อนแอ แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกยังขยายตัวต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเทคโนโลยีอันจะส่งผลดีต่อการส่งออกไทยที่อยู่ในห่วงโซการผลิต

นอกจากนี้ทิศทางราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มอ่อนแอในระดับ 70 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล จากการขยายข้อตกลงการปรับลดกำลังการผลิตน้ำมันของกลุ่มผู้ผลิต OPEC และ Non-OPEC รวมทั้งอุปทานน้ำมันที่ลดลงจากปัญหาในประเทศผู้ส่งออกน้ำมันอย่างเวเนซุเอลา และความกังวลต่อการคว่ำบาตรอิหร่านรอบใหม่จากสหรัฐฯ จะส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น โดยราคาส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญโดยเฉพาะ ข้าว มันสำปะหลัง เริ่มปรับตัวสูงขึ้น ในขณะที่ราคายางพารามีแนวโน้มดีขึ้นแม้ราคายังติดลบ นอกจากนี้ ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าจะช่วยสนับสนุนการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี และส่งผลกระทบต่อรายได้จากการส่งออกในรูปแบบบาทอีกทางหนึ่ง

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

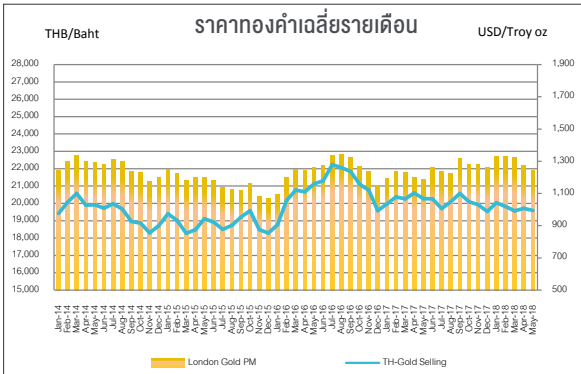
ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.พ. 61	มี.ค. 61	เม.ย. 61	เม.ย. 61	ม.ค. - เม.ย. 61
ส่งออก	0.2	0.3	0.4	4.7	4.7
นำเข้า	0.2	0.2	0.4	6.4	6.6

ราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนเมษายน 2561 อยู่ที่ 101.0 (ปี 2555=100) สูงขึ้นร้อยละ 4.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 2.0 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7

สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

พฤษภาคม 2561

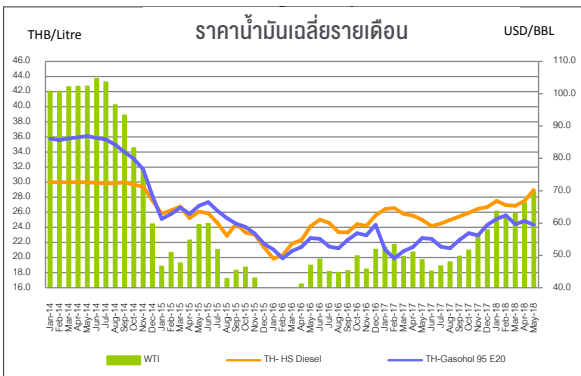


ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนพฤษภาคมเฉลี่ยอยู่ที่ 19,587.5 บาทลดลงร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ซึ่งสอดคล้องกับราคาทองคำในตลาดโลกที่ปรับลงร้อยละ 2.2 เนื่องจากอุปสงค์ของทองคำยังอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งนักลงทุนมีแนวโน้มลงทุนในตลาดพันธบัตรมากขึ้น หลังจากผลตอบแทนพันธบัตร 10 ปี ของสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นที่ระดับร้อยละ 3.0 นอกจากนี้สถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างเกาหลีเหนือและสหรัฐฯ ผ่อนคลายลงชัดเจนส่วนราคาทองคำในปี 2561 ยังมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ และการลงทุนในทองคำอาจจะไม่ร้อนแรงมากนัก เนื่องจากสินทรัพย์เสี่ยงอื่น ๆ ให้ผลตอบแทนสูงกว่าทองคำ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศต่างๆ เป็นต้น ทำให้นักลงทุนยังสนใจลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ มากกว่าทองคำ

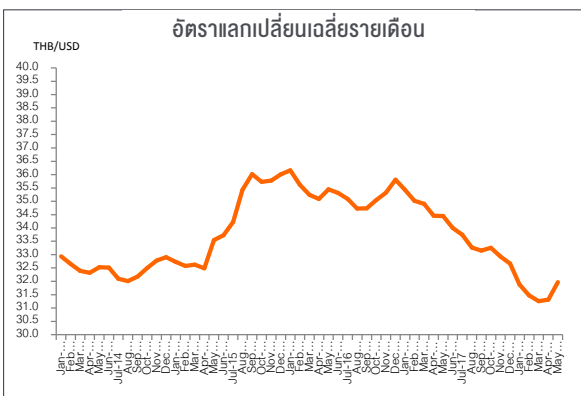
ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนพฤษภาคมปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยราคาน้ำมันดิบWTI เฉลี่ยอยู่ที่ 69.8 ดอลลาร์ สหรัฐ ต่อ บาร์เรล เป็นระดับสูงสุดในรอบ 42 เดือน เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง ประกอบกับความกังวลต่ออุปทานน้ำมันในตลาดโลกจะลดลง หลังจากสหรัฐฯ ประกาศถอนตัวจากมาตรการคว่ำบาตรอิหร่าน ทั้งนี้คาดว่าราคาน้ำมันดิบ (Dubai) ในช่วงที่เหลือของปี 2561 จะอยู่ที่ระดับ 65.0-75.0 ดอลลาร์ สหรัฐ ต่อ บาร์เรลโดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจโลก และการรักษาระดับการผลิตของกลุ่มประเทศ OPEC ทำให้อุปสงค์และอุปทานน้ำมันปรับเข้าสู่สมดุล อย่างไรก็ตามยังต้องติดตามสถานการณ์การยกเลิกการคว่ำบาตรอิหร่านของสหรัฐฯ อย่างต่อเนื่องว่าจะนำมาสู่การถอนตัวของประเทศอื่นๆ ตามมาด้วยหรือไม่ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่ออุปทานน้ำมันในตลาดโลกอย่างมีนัยสำคัญ และส่งผลให้ราคาน้ำมันอาจจะเร่งขึ้นได้



อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนพฤษภาคมเฉลี่ยอยู่ที่ 31.97 บาทต่อดอลลาร์ สหรัฐ อ่อนค่าร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้าซึ่งเป็นการอ่อนค่ามากที่สุดในรอบ 33 เดือนเนื่องจากดอลลาร์สหรัฐ แข็งค่าขึ้นตามการปรับเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนพันธบัตร 10 ปี ของสหรัฐฯ หลังจากมีการคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเร็วกว่าคาดการณ์เดิม ทั้งนี้ คาดว่าในช่วงที่เหลือของปีค่าเงินจะมีแนวโน้มอ่อนค่าต่อเนื่อง แต่อาจมีความผันผวนจากความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐฯ ขณะที่ อัตราแลกเปลี่ยนทั้งปี 2561คาดว่าจะเคลื่อนไหวอยู่ที่ 31.0-33.0 บาท ต่อ ดอลลาร์ สหรัฐ โดยปัจจัยสนับสนุนให้ค่าเงินแข็งค่า ประกอบด้วย ปัญหาความกังวลต่อสถานการณ์ Trade War ระหว่างสหรัฐฯ กับจีน และแนวโน้มการดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้าเพิ่มเติมของสหรัฐฯ ขณะที่ปัจจัยที่ทำให้ค่าเงินอ่อนค่า ประกอบด้วย (1) ธนาคารกลางสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายอีก 2-3 ครั้งในปี 2561 และ (2) แนวโน้มการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสหรัฐฯ



ราคาสินค้ารายเดือน

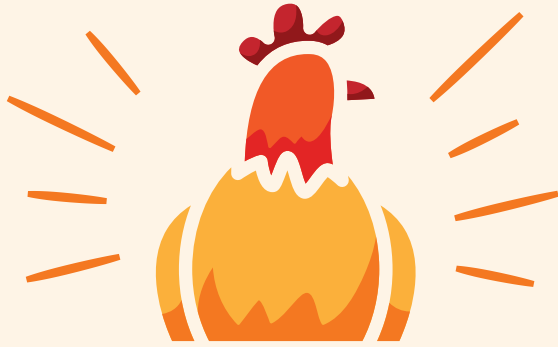
สินค้า	เดือน	ม.ย. 61	พ.ค. 61	%Δ (MoM)	ม.ย. 61	พ.ค. 61	%Δ (YoY)
ข้าว : (Baht/100 Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,263.13	1,290.71	2.18	1,271.67	1,290.71	1.50
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,291.25	3,390.24	3.01	1,983.57	3,390.24	70.92
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		53.95	55.74	3.32	75.67	55.74	-26.33
ยางแท่ง STR 20 (f.o.b)		44.48	46.24	3.96	59.75	46.24	-22.62
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz)		1,271.2	1,243.80	-2.15	1,188.4	1,243.8	4.70
ไทย (THB/Baht)		19,709.50	19,587.50	-0.62	20,272.20	19,587.50	-3.40
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		66.30	69.80	5.30	48.70	69.80	43.50
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		31.3	32.00	2.09	34.50	32.00	-7.20

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) และราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) เดือนพฤษภาคม 2561ยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ราคาปรับตัวสูงกว่าปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 70 เนื่องจากตลาดข้าวทั้งในและต่างประเทศมีความต้องการข้าวหอมมะลิไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายและมาตรการของภาครัฐที่มีออกมาเป็นระยะๆ และการบริหารจัดการสินค้าเกษตรทั้งระบบ ประกอบกับบางพื้นที่ประสบปัญหาอุทกภัย ส่งผลให้ผลผลิตข้าวหอมมะลิออกสู่ตลาดลดลงด้วย

ยางพารา

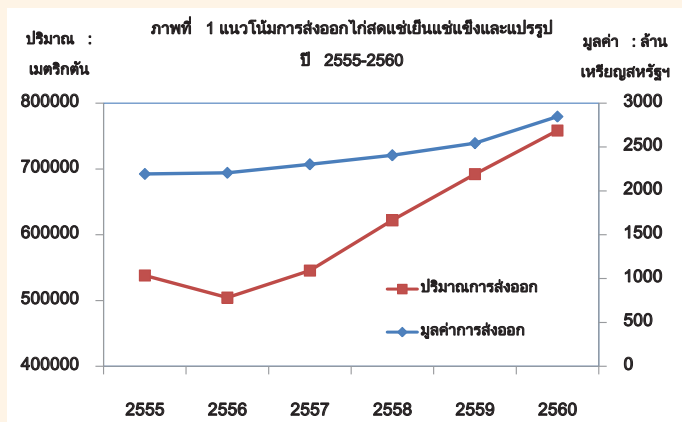
ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนพฤษภาคม 2561 เฉลี่ยอยู่ที่ 55.74 บาท และ 49.24 บาท ตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 เพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายน 2561 คิดเป็นร้อยละ 3.32 และ 3.96 ราคายางโดยภาพรวมปรับตัวสูงขึ้นตามทิศทางราคายางในตลาดล่วงหน้าของต่างประเทศ และได้รับปัจจัยสนับสนุนจากผู้ประกอบการภายในประเทศที่มีความต้องการยางในการส่งมอบ ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ และราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากสถานการณ์ตึงเครียดในตะวันออกกลาง และการคาดการณ์ว่าสหรัฐฯ จะประกาศถอนตัวจากข้อตกลงนิวเคลียร์อิหร่าน ประกอบกับของเศรษฐกิจจีน และสหรัฐฯ ปรับตัวดีขึ้น



ไก่ไทยก้าวไกล

ทิวทัศน์

ไทยมีศักยภาพสูงในการเป็นผู้ผลิต อาหารมีความพร้อมด้านทักษะฝีมือแรงงาน วิชาการ และเทคโนโลยีการผลิตและแปรรูป ที่ทันสมัยและครบวงจร ได้คุณภาพตาม มาตรฐานสากล อีกทั้ง ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ แต่ละตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมไก่แช่แข็งและแปรรูปของไทยมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นตามความต้องการบริโภคไก่ในตลาดโลกที่ขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยหลักเป็นผลจากการที่ประเทศคู่ค้าทยอยยกเลิกมาตรการระงับนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากไทยนับตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา รวมถึงการขยายตลาดใหม่ๆ โดยมีการผลักดันสินค้าไก่แช่แข็งและแปรรูปของไทยให้เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ประเทศผู้ผลิตไก่รายใหญ่ของโลกอย่างบราซิลประสบปัญหาเรื่องมาตรฐานสินค้า ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลต่อการส่งออกไก่ไทยทำให้มีความต้องการนำเข้าไก่แช่แข็งและแปรรูปเพิ่มขึ้น (พิจารณาได้จากภาพที่ 1 : แสดงแนวโน้มการส่งออกไก่สดแช่แข็งแช่แข็งและแปรรูปของไทย ในปี 2555-2560 ที่ขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการบริโภคที่เพิ่มขึ้น)



ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เนื้อไก่แปรรูปของไทยสามารถขึ้นเป็นผู้ผู้นำในตลาดญี่ปุ่นและเซี่ยงหน่าประเทศบราซิลซึ่งเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ได้สำเร็จ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้รับคำสั่งซื้อจากตลาดสหภาพยุโรป (อียู) เพิ่มขึ้น เนื่องจากไก่เนื้อไทยได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพมาตรฐานสินค้าและรสชาติ รวมถึงตลาดรองอย่างเกาหลีใต้ และมาเลเซีย ได้ให้ความสนใจนำเข้าไก่แปรรูปของไทยอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งจากผลดังกล่าว จึงเป็นโอกาสดีของผู้ส่งออกไทยที่จะสามารถปรับราคาสูงขึ้นตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันก็มีตลาดใหม่อื่นๆ ที่มีการเติบโตสูงที่ไม่ควรมองข้าม (Cr. ศิริวรรณ ทองสกุล TPSO)

สำหรับอุตสาหกรรมการส่งออกไก่แช่แข็งและแปรรูปของไทย แบ่งเป็นไก่สดแช่แข็งแช่แข็ง และไก่แปรรูป โดยมีสัดส่วนร้อยละ 23.28 และ 76.72 ตามลำดับ ของมูลค่าการส่งออกไก่สดแช่แข็งแช่แข็งและแปรรูปทั้งหมดของไทย (ข้อมูล ณ ม.ค.- เม.ย.61) ทั้งนี้ ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกไก่แปรรูปอันดับ 1 ของโลก โดยมีตลาดหลักที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และเอเชีย เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการที่ไทยมีการปรับโครงสร้างการส่งออกจากเดิมที่เน้นการส่งออกไก่สดแช่แข็งแช่แข็งมาเป็นไก่แปรรูปหรือไก่ปรุงสุกเพิ่มขึ้น พร้อมกับมีการพัฒนาฟาร์มเป็นระบบปิดทำให้สามารถควบคุมการระบาดของโรคไข้หวัดนกได้ดี จึงทำให้ประเทศคู่ค้ามีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย และส่งผลให้อุตสาหกรรมไก่แช่แข็งและแปรรูปของไทยขยายตัวตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น ดังเช่นเมื่อปลายเดือนมีนาคม 2561 ที่ผ่านมา ไทยสามารถส่งออกเนื้อไก่และชิ้นส่วนไปจีนได้เป็นครั้งแรก ซึ่งจีนถือเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ รวมถึงล่าสุดญี่ปุ่นมีการสั่งซื้อไก่ไทยเพิ่มขึ้นและสหภาพยุโรปเร่งนำเข้าเนื้อไก่ให้ครบตามโควตา นอกจากนี้ ยังมีตลาดอื่นๆ ของโลก เช่น เกาหลีใต้ (ขยายตัว 5,200% ในปี 2560) และมาเลเซีย (ขยายตัว 56%) ที่มีความต้องการสินค้าไก่ไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน ขณะที่ตลาดอื่นๆ ที่มีการขยายตัวสูงในปี 2560 อาทิ แอฟริกาใต้ (+1,200%) ศรีลังกา(+564%) เมียนมา (66%)และเวียดนาม(30%)จึงนับเป็นโอกาสดีของการส่งออกไก่ไทยที่จะผลักดันราคาสินค้าให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงอุตสาหกรรมไก่แช่แข็งและแปรรูปของไทยยังมีอยู่ ได้แก่ ผลกระทบจากสภาพอากาศแปรปรวนที่อาจทำให้สัตว์ล้มตาย ต้นทุนจากวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ปรับสูงขึ้น และการแข่งขันทางการค้าจากประเทศคู่แข่ง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะด้านยุทธศาสตร์ ไทยควรมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ด้าน1) ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายการค้านำเข้าและกระจายผลิตภัณฑ์อาหารไทยสู่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศและตลาดเมืองรองในประเทศเป้าหมาย 2) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มพร้อมทั้ง สร้างความหลากหลายให้แก่สินค้า และ สร้างความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง 3) เร่งเปิดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น แอฟริกาและศรีลังกา 4) สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ของสินค้าไก่ไทย (Food Safety) ในตลาดต่างประเทศหลังปลอดภาวะไข้หวัดนก (Cr. ทิฆัมพร ลิ้มจำรูญ DITP)



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

ได้ที่ สนค. ชั้น 13

0-2507-7895

www.tpsococ.go.th

จากจำนวนคนยากจนในปี 2016 พบว่าคนไทยที่มีรายได้อยู่ใต้เส้นความยากจนมีจำนวนประมาณ 5.8 ล้านคน คิดเป็น 8.9% ของประชากร เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 9.6 แสนคน หรือ 1.4% ขณะที่คนเกือบจนมีประมาณ 5.8 ล้านคน (3,173 บาทต่อเดือน/38,070 ต่อปี) รวมคนจนและเกือบจนเท่ากับ 11.6 ล้านคน

เครื่องมือกำหนดเกณฑ์ความต้องการพื้นฐานขั้นต่ำของบุคคล คือ เส้นความยากจน ภาพรวมไทยมีคนจนลดลง แม้เส้นความยากจนเพิ่มสูงขึ้น แต่การพิจารณาสถานการณ์ความยากจนนั้น ไม่อาจสรุปได้จากจำนวนและสัดส่วนของคนจนเท่านั้น แต่ควรพิจารณา “คนเกือบจน” ด้วย เนื่องจากคนเกือบจนเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงว่าจะกลับมายากจนได้ง่าย นอกจากนี้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ซึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่อยู่คู่กับสังคมไทยมานาน ไทยจึงควรเริ่มดำเนินนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวคิด “การเติบโตอย่างทั่วถึง” อย่างจริงจัง

การนำบทเรียนการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนมาปรับใช้ในไทย

จากวิธีการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนที่กล่าวมาข้างต้น ในบริบทของไทย พบว่ามีความคล้ายคลึงกับจีนในด้านประชากร เศรษฐกิจ และความเจริญของเมืองที่แตกต่างกัน ทั้งนี้จากการศึกษาในเบื้องต้น พบว่าภาครัฐและประชาชนต้องคำนึงในการนำแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนไปปรับใช้ ดังนี้

๑. การให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการแก้ไขปัญหา โดยเจ้าหน้าที่รัฐจะต้องเป็นตัวหลักต้นที่สำคัญ โดยเริ่มจากล่างสู่บน กล่าวคือ เจ้าหน้าที่รัฐที่อยู่ใกล้ชิดชุมชนและชาวบ้านมากที่สุด จะต้องเป็นผู้ที่เข้าใจปัญหาความยากจนในท้องถิ่นนั้นๆ และสามารถนำมากำหนดนโยบายแก้ไขปัญหารองรับในพื้นที่เป็นการเฉพาะ

๒. การสร้างความร่วมมือภายในชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านศักยภาพชุมชน และด้านการเงิน โดยผู้นำชุมชนสามารถให้ความรู้ความเข้าใจแก่สมาชิกในชุมชน ไม่ว่าจะในด้านการทำงานอาชีพ และการระดมทุนเพื่อให้สมาชิก สามารถมีแหล่งเงินมาลงทุนในการกู้ยืมมาลงทุนเพื่อใช้ในการกิจการ โดยไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว

๓. การวางระบบฐานข้อมูลของผู้ที่มีรายได้น้อย เพื่อให้การแก้ไขปัญหาสามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานได้ เนื่องจากการแก้ไขปัญหาความยากจนของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การบูรณาการข้อมูลให้สามารถเข้าถึงได้ทุกหน่วยงาน จะทำให้เกิดการจัดสรรสวัสดิการและให้ความช่วยเหลือได้อย่างเหมาะสม ไม่เกิดความซ้ำซ้อน ตรงกับสภาพปัญหาของบุคคล และลดภาระค่าใช้จ่ายด้านงบประมาณ

๔. การสร้างระบบการตรวจสอบเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อให้การทำงานของภาครัฐเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การนำเอารูปแบบการตรวจสอบการแก้ไขปัญหาความยากจนของจีนมาใช้ จะช่วยให้การตรวจสอบมีความเข้มงวดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการตรวจสอบเจ้าหน้าที่ระหว่างพื้นที่ อีกทั้งมีการนำเอาบุคคลที่สามเข้ามาช่วยยืนยันข้อมูล จะทำให้การปลอมแปลงข้อมูลคนยากจนทำได้ยากขึ้น ลดปัญหาการคอร์รัปชันงบประมาณช่วยเหลือคนจนของภาครัฐลง