

วารสาร
สนค.
มิถุนายน 2564

ปีที่
11
ฉบับที่
119

Trade Policy and Strategy Office

TPSO
Journal



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

SPECIAL TALK

จรินทร์ เดินหน้าพื้นเศรษฐกิจ
การค้าไทยยุคโควิด-19



เกษตรผลิต
พาณิชย์ตลาด

พลิกโฉมเชื่อมพาณิชย์-เกษตรฯ
เป็นหนึ่ง



ภาวะการค้า

ระหว่างประเทศไทย :
เมษายน 2564



ทิศทางกระทรวงพาณิชย์

ปี 2564 และการแก้ไขปัญหาภัยได้
สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส
โคโรนา 2019 (COVID-19)

TPSO Journal ฉบับนี้ได้รับเกียรติอย่างยิ่งจากรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ มาพูดคุยเกี่ยวกับแผนการทำงาน ของกระทรวงพาณิชย์เพื่อช่วยสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ในคอลัมน์ Special Talk ฉบับนี้ ผู้อ่านทุกท่านจะได้ทราบถึงความตั้งใจและมุ่งมั่นของ กระทรวงพาณิชย์ภายใต้การนำทัพของท่านจุรินทร์ ในการผลักดันการส่งออกเพื่อพลิกฟื้นเศรษฐกิจไทย ด้วยนโยบายต่าง ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นวาระที่สำคัญเร่งด่วนที่สุด และต่อยอด Special Report ที่เจาะลึก นโยบาย “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” และ “อาหารไทย อาหารโลก” มาให้ทุกท่านติดตามกันค่ะ

ก่อนจากกัน ... กองบรรณาธิการขอเชิญชวนทุกท่านลงทะเบียนเข้ารับการจัดวัคซีนเพื่อสร้าง ภูมิคุ้มกันหมู่ และแม้จะฉีดวัคซีนแล้ว ขอให้ยังคงสวมหน้ากากอนามัยและรักษามาตรการต่าง ๆ เพื่อสุขภาพของท่านและคนที่ท่านรักนะคะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 SPECIAL TALK**
จุรินทร์ เดินหน้าฟื้นเศรษฐกิจการค้าไทย ยุคโควิด-19
- 04 SPECIAL REPORT**
 - » เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด พลิกโฉมเชื่อมพาณิชย์-เกษตรฯ เป็นหนึ่ง
 - » ชูแผนงาน ‘อาหารไทย อาหารโลก’ ผลักดันการส่งออก
 - » “ประกันรายได้” เพิ่มรายได้เกษตรกร
- 09 ECONOMIC INDICATORS**
ภาพรวมเศรษฐกิจ : พฤษภาคม 2564
- 10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS**
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : เมษายน 2564
- 11 COMMODITIES & FX**
สถานการณ์ราคากองค้า ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : พฤษภาคม 2564
- 12 GLOBAL NEWS**
ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ ปี 2564 และการแก้ไขปัญหา ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

GETTING AROUND
WITH TPSO
ฉบับที่ 119

โควิดไม่เป็นอุปสรรค

พาณิชย์เดินหน้าเศรษฐกิจการค้าเต็มกำลัง

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้วิถีชีวิตคนทั่วโลกเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิงและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจการค้าทุกภาคส่วน แต่หาได้เป็นอุปสรรคต่อการทำงานภายใต้การนำทัพของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ จุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ โดยเฉพาะการขับเคลื่อนการค้าผ่านการส่งออก

โดยเมื่อช่วงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา รมว.พณ. มีวาระร่วมหารือกับผู้แทนกระทรวงพาณิชย์และการพัฒนาเศรษฐกิจฮ่องกง นายเอ็ดเวิร์ด เทยา ในประเด็น Belt and Road Summit การเข้าร่วมเป็นสมาชิก RCEP และการทำ FTA กับประเทศไทย นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสร่วมหารือกับคณะกรรมการหอการค้านานาชาติ ซึ่งมีสมาชิกทั่วโลกกว่า 130 ประเทศ รวมถึงมีบริษัทที่อยู่ภายใต้หอการค้านานาชาติกว่า 45 ล้านบริษัท เพื่อร่วมผลักดันการส่งออก การลงทุน และแก้ไขอุปสรรครวมทั้งหารือเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับเศรษฐกิจการค้าหลังวิกฤตโควิด-19 นี้



จักรินทร์

7 เดินหน้าฟื้นเศรษฐกิจการค้าไทย ยุคโควิด-19

หลายท่านคงทราบดีว่า ผลกระทบจากวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด-19 และสงครามการค้าสหรัฐฯ กับจีน ทำให้ในปี 2563 เศรษฐกิจโลกหดตัว 3.3% ไทยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตโลกก็ได้รับผลกระทบไปด้วย โดยการส่งออกไทยติดลบไป 6% แต่ทั่วโลกก็ยังเดินหน้าสู้วิกฤติ จนในปี 2564 ประเทศต่าง ๆ เร่งฉีดวัคซีนให้ประชาชนของตน และมีนโยบายฟื้นเศรษฐกิจให้กลับมาขยายตัวอีกครั้ง กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) คาดว่าในปีนี้ เศรษฐกิจโลกจะขยายตัว 6.0% และมีแนวโน้มจะเติบโตต่อไปถึงปี 2565 ที่ 4.4% สำหรับไทย IMF คาดว่าจะขยายตัวได้ 2.6% ซึ่งรัฐบาลก็กำลังเร่งแก้ไขปัญหาการระบาดของโควิดรอบใหม่นี้ พร้อมทั้งเร่งการเจรจาการจัดซื้อวัคซีนและกระจายการฉีดให้เร็วที่สุด เพื่อให้ประชาชนสามารถกลับมาใช้ชีวิตเป็นปกติ และเศรษฐกิจไทยจะสามารถเติบโตได้ตามเป้าหมาย

ท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 รอบใหม่ในไทย สำหรับผม การค้าไทยจะต้องไม่สะดุด ผมได้สั่งการกระทรวงพาณิชย์ (พณ.) ให้เดินหน้าทำงานเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง ผมเน้นย้ำเสมอเรื่องการทำงานร่วมกันระหว่าง พณ. และเอกชน นั่นคือ เวที กรอ.พาณิชย์ หรือ คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ ซึ่งเป็นกลไกให้พณ. กับเอกชนขับเคลื่อนการส่งออกและแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการค้าได้ทันที่ ทำให้การส่งออกในขณะนี้เราฟื้นจุดต่ำสุดมาแล้วและฟื้นตัวดีขึ้นเรื่อย ๆ เป็นรูปตัว “U” จากเดือนมีนาคม 2564 การส่งออกขยายตัวที่ 8.47% และเดือนเมษายนที่ผ่านมาขยายตัวสูงถึง 13.09% ถ้าหักน้ำมันและทองคำจะขยายตัวถึง 25.07% ดังนั้น คาดการณ์ว่าถึงสิ้นปีจะได้ตามเป้า 3.5-4%

ในปี 2564 นี้ ผมได้มอบนโยบายให้ พณ. ดำเนินการตาม 14 แผนงานหลัก ตัวอย่างเช่น นโยบายประกันรายได้เกษตรกร ปี 2563-2564 ในสินค้าเกษตรสำคัญ 5 ชนิด ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โครงการพาณิชย์ลดราคาเพื่อประชาชน ร่วมกับก๊อบโบเดิร์นเทรด ร้านธงฟ้า ฯลฯ ลดราคาสินค้ากว่า 80% นโยบายเกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด เป็นมิติใหม่ของการทำงานร่วมกันของ พณ. และ กษ. เพื่อให้การผลิตและการค้าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาหารไทย อาหารโลก มุ่งให้ไทยเป็นผู้นำด้านอาหารของโลก โดยเน้น อาหารฮาลาล อาหารมั่งสวัสดี และอาหารแนวใหม่ที่เป็นเทรนด์โลก และการผลักดันการส่งออกในยุค new normal ปรับเป็นรูปแบบออนไลน์ ที่ใช้นวัตกรรมใหม่ทางการตลาด เป็นต้น

ผมมองว่า ต่อไปเทคโนโลยีดิจิทัลจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้น ในปีนี้ ผมจะมุ่งเน้นนโยบายดิจิทัลมาปรับการทำงานของ พณ. ให้มากขึ้น เช่น MOC one stop service ซึ่งเปิดให้บริการออนไลน์แก่ผู้ประกอบการในระยะเวลาอันสั้น โดยการออกใบอนุญาตต่าง ๆ ไม่ต้องมาที่กระทรวงฯ อีกต่อไป เพื่อยกระดับ Ease of doing business ของไทยให้สูงขึ้น

สุดท้ายนี้ ผมเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่า การขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปข้างหน้านั้นคงไม่สามารถทำให้สำเร็จได้โดยลำพังทุกภาคส่วนและทุกหน่วยงานล้วนเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญในการเร่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศในยุค New Normal โดยมีเป้าหมายเดียวกันว่า จะสามารถยกระดับเศรษฐกิจการค้าไทยให้เข้มแข็งและยั่งยืน



เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด

พลิกโฉมเชื่อม พาณิชย์-เกษตรเป็นหนึ่ง

วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” ภายใต้ยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต เป็นความร่วมมือครั้งสำคัญของกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้การผลิตและการค้าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์ทำหน้าที่เป็นฝ่ายขาย โดยรับข้อมูลด้านการผลิต (Supply-side) ทั้งปริมาณผลผลิต และช่วงเวลาผลผลิตออกสู่ตลาดของสินค้าเกษตรจากกระทรวงเกษตรฯ ขณะเดียวกันกระทรวงพาณิชย์จะทำหน้าที่หาความต้องการตลาดทั้งตลาดในประเทศ จาก “เซลล์แมนจังหวัด” หรือพาณิชย์จังหวัด และตลาดต่างประเทศ จาก “เซลล์แมนประเทศ” หรือทูตพาณิชย์ และส่งให้ฝ่ายผลิต เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด

“1 สร้าง 3 เพิ่ม” คือ เป้าหมายหลักของการดำเนินการทั้งหมดภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” โดยจะมุ่งสร้างประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางสินค้าเกษตรและอาหารคุณภาพของโลก” เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มจีดีพีประเทศ และเพิ่มรายได้เกษตรกรและผู้ประกอบการทุกระดับ

เพื่อให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงเกษตรฯ จึงมีพันธกิจสำคัญร่วมกัน 4 ประการ พร้อมแต่งตั้งคณะกรรมการร่วมเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต



1 สร้าง Single Big Data โดยใช้ข้อมูลจากฐานเดียวกัน



2 สร้างแพลตฟอร์มกลาง “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด”



3 สร้างความเชื่อมั่นด้วยคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย และการตรวจสอบย้อนกลับ



4 พัฒนาคูณและผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด



นายฤทธิ กัลยาณมิตร
ปลัดกระทรวงพาณิชย์

ดร.ทองเปลว กองจันทร์
ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

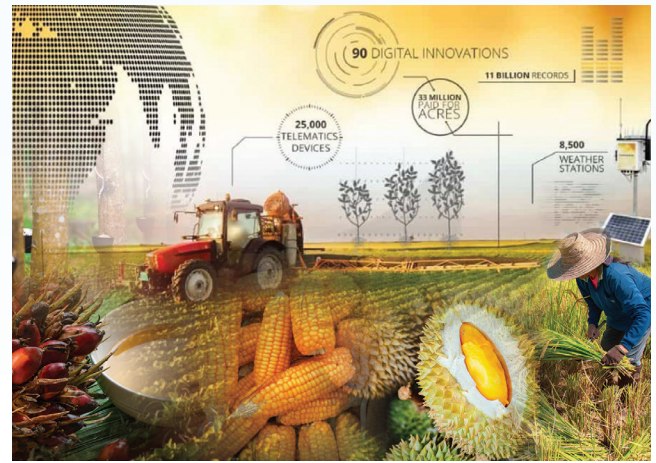
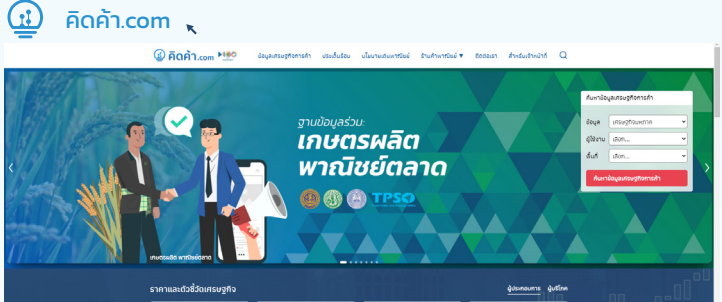
ปลัดกระทรวงพาณิชย์และปลัดกระทรวงเกษตรฯ เป็นประธานกรรมการร่วม และมีคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์นำการผลิต จำนวน 4 คณะ



สำหรับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เป็นผู้รับผิดชอบพันธกิจสร้าง Single Big Data โดยใช้ข้อมูลจากฐานเดียวกัน ร่วมกับสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) โดยได้วางขอบเขตและเป้าหมายการทำงานร่วมกันของทั้ง 2 หน่วยงาน คือ

การสร้าง Big data เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกร ให้มีคุณภาพ มาตรฐานปลอดภัย และมีมูลค่าเพิ่ม ตรงกับความต้องการของตลาดในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อให้เกษตรกรสามารถขายสินค้าเกษตรได้ในราคาสูง มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน และยกระดับให้เกษตรกรสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Local to Global)

ปัจจุบันได้เผยแพร่แดชบอร์ด “ฐานข้อมูลร่วม: เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” สิ้นค้ามันสำปะหลัง ซึ่งเป็นสินค้านำร่องบนเว็บไซต์ www.คิดค่า.com และเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการข้อมูลสามารถเข้าใช้งานแดชบอร์ดผ่านลิงค์ที่แสดงบนเว็บไซต์ของกระทรวงพาณิชย์ www.moc.go.th และเว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลเกษตรแห่งชาติ www.nabc.go.th ได้เช่นกัน



ขณะนี้ สนค. และ สศก. อยู่ระหว่างการพัฒนาแดชบอร์ดสินค้าเกษตรสำคัญอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ ทูเรียน ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์ม น้ำมัน และยางพารา โดยกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงเกษตรฯ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักผู้เป็นเจ้าของข้อมูล จะร่วมกันตรวจสอบที่มาของข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของระบบการแสดงผลบน Dashboard เพื่อให้เป็นข้อมูลที่มาจากฐานเดียวกัน (Single Big Data) รวมทั้งจัดหารีหรือร่วมกับผู้เชี่ยวชาญตามรายชนิดสินค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยเปิดทดลองการเข้าใช้งานเพื่อรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาแดชบอร์ด ให้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ เป็นมิตรต่อผู้ใช้ (User Friendly) และมีประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งาน นอกจากนี้ ได้มีการพิจารณาเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้แดชบอร์ดมีความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น

สนค. มุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่า “ฐานข้อมูลร่วม: เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” จะเป็นกลไกในการเชื่อมโยงข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการในการใช้ประโยชน์จาก Big Data ของผู้ใช้งานทุกระดับให้สามารถนำมาใช้ในการยกระดับเศรษฐกิจการค้าของประเทศ การบริหารและแก้ปัญหาสินค้าเกษตรทั้งเรื่องปริมาณการผลิตและราคา รวมถึงช่วยเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรได้อย่างยั่งยืน



โดย นางสาวสุริศสาร นุศุช
กองนโยบายการสร้างความร่วมมือเชิงการค้า



ซูแพนงาน

อาหารไทย โลก

ผลักดันการส่งออก

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global value chains) และนำไปสู่การสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมไทยจะมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลกมากขึ้น และอุตสาหกรรมที่อยู่ปลายน้ำจะได้รับประโยชน์จากการเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานมากขึ้นด้วยเช่นกัน¹ ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพและมีความได้เปรียบในการแข่งขันคืออุตสาหกรรมอาหาร โดยไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก โดยในปี 2563 ไทยส่งออกสินค้าอาหารมูลค่าทั้งสิ้น 980,703 ล้านบาท มีส่วนแบ่งในตลาดโลกคิดเป็นร้อยละ 2.32²



ในช่วงที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าอาหารของไทยได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายประการ ทั้งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ ต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้น และเงินบาทแข็งค่า ดังนั้น เพื่อผลักดันและขับเคลื่อนการส่งออกสินค้าอาหารของไทย กระทรวงพาณิชย์จึงได้ดำเนินการตามแผนงาน ‘อาหารไทย อาหารโลก’ ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนงานสำคัญปี 2564 ของกระทรวงพาณิชย์ ที่มุ่งเน้นการส่งออกอาหารฮาลาล อาหารมังสวิรัต และอาหารแนวใหม่ที่กำลังเป็นเทรนด์สำคัญของโลก



พบที่ทางยกระดับศักยภาพภาคการเกษตรและอาหารไทย
ให้ทันตลาดโลก ยุค New Normal ใน Town Hall



วันพฤหัสบดีที่ 16 กรกฎาคม 2563

ผู้ดำเนินรายการ
สุรินทร์ สิกขะวิทย์

แขวนสายไมค์
เฉลิมชัย ศรีอ่อน



LIVE

รับชมถ่ายทอดสดได้ตั้งเวลา 10.00-12.00 น.

Facebook: คุงคัพพูนิต, ฐานเศรษฐกิจ, คุงคัพพูนิต, คุงคัพพูนิต, @bangkokbiznews

Organized by คุงคัพพูนิต, SMM, and other partners.

¹ วัลย์กรงศรี รัตนากรกรุงศรีอยุธยา
² สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

อาหารฮาลาล Halal Food

เป็นตลาดอาหารที่มีความสำคัญและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากปัจจัยด้านจำนวนประชากรและศักยภาพทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศมุสลิม โดยการศึกษาของ Pew Research Center พบว่าระหว่างปี 2553 – 2593 ประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมีแนวโน้มเติบโตเร็วกว่าศาสนาอื่นๆ และคาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 73 เป็น 2.8 พันล้านคนในปี 2593 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.67 ของประชากรโลกทั้งหมด ขณะที่ DinarStandard ระบุว่าในปี 2562 ชาวมุสลิมจะมีการใช้จ่ายสำหรับอาหารฮาลาลทั้งสิ้น 1.17 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ตลาดฮาลาลจึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพและน่าสนใจ

ไทยมีการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล ทั้งในกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างตลาดอินโดนีเซีย มาเลเซียและบรูไน รวมทั้งตลาดตะวันออกกลาง (Middle East) ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีประชากรเป็นชาวมุสลิมจำนวนมาก ก็ถือเป็นตลาดส่งออกอาหารที่สำคัญของไทยอีกตลาดหนึ่ง โดยในปี 2562 ไทยส่งออกสินค้าอาหารไปยังประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.2 ต่อสัดส่วนการส่งออกสินค้าอาหารทั้งหมดของไทย



อาหารแนวใหม่ New food

กำลังเป็นเทรนด์สำคัญของโลกนั้น ปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการอาหารที่หลากหลายและให้ความสำคัญกับการเติมเต็มความต้องการเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารออร์แกนิก อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) อาหารสำหรับผู้สูงอายุ และอาหารสำหรับผู้ป่วย เป็นต้น หากไทยสามารถตอบสนองและเข้าใจถึงความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้ จะช่วยขยายโอกาสทางการค้าให้กับไทยได้อีกมาก

แผนงานอาหารไทย อาหารโลก จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของไทย และสามารถช่วยผลักดันให้ไทยก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านอาหารของโลก ด้วยปัจจัยอย่างการที่ไทยเป็นผู้ผลิตตลอดห่วงโซ่ มีความเชี่ยวชาญในการผลิตอาหาร อาหารไทยเป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ แผนงานนี้จะเป็นกลไกที่จะสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย



อาหารมังสวิรัต Vegetarian food

เป็นกลุ่มสินค้าอาหารที่กำลังเป็นเทรนด์ในสังคมยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคทางฝั่งตะวันตก การรับประทานมังสวิรัตมีทั้งแบบกลุ่ม Vegetarians ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่รับประทานเนื้อสัตว์แต่ยังคงรับประทานนม เนย ชีส และไข่ได้ตามปกติ และกลุ่ม Vegans ที่ไม่บริโภคเนื้อสัตว์และอาหารที่เบียดเบียนสิ่งมีชีวิตใด จากการสำรวจของ Euromonitor's Health and Nutrition Survey พบว่าในปี 2563 ผู้บริโภคที่เป็น Vegetarians และ Vegans คิดเป็นร้อยละ 4 และร้อยละ 6 ของประชากรโลก ตามลำดับ จากสถิติดังกล่าว แม้ว่าตลาดอาหารมังสวิรัตจะไม่ได้ใหญ่นัก แต่ถือว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากมีแนวโน้มเติบโตขึ้นต่อเนื่องทุกปี อีกทั้งยังเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง





“ประกันรายได้” เพิ่มรายได้เกษตรกร

มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข
ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

นโยบายประกันรายได้เกษตรกร สำหรับสินค้าเกษตร 5 ชนิด ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ปาล์มน้ำมันและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นนโยบายสำคัญของรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) และถือเป็นนโยบายหลักที่ท่านได้ผลักดันร่วมกับนโยบายอื่น ๆ ของรัฐบาลมาตั้งแต่ต้นที่รับตำแหน่งในกระทรวงพาณิชย์ โดยมีความมุ่งหวังที่จะสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและยกระดับรายได้ให้แก่พี่น้องเกษตรกรไทย

นโยบายประกันรายได้เกษตรกรนี้ ได้กำหนดราคาประกันรายได้ขั้นต่ำเอาไว้ เป็นการรับประกันว่าหากราคาสินค้าเกษตรต่ำกว่าราคาประกัน เกษตรกรก็จะได้รับการชดเชยส่วนต่าง เพื่อให้มีรายได้คุ้มกับต้นทุนการผลิต โดยจะมีการโอนเงินส่วนต่างเข้าบัญชีที่พี่น้องเกษตรกรโดยตรง และขณะนี้ โครงการกำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการเป็นปีที่ 2



ข้าว

(มติ คสม. 3 พฤศจิกายน 1 ธันวาคม 2563 และ 9 มีนาคม 2564) จ่ายเงินทุก 7 วัน

จำนวนเกษตรกรที่มีสิทธิทั้งหมด **4.69** ล้านครัวเรือน
วงเงิน **49,509.81** ล้านบาท
โอนแล้ว **4.687** ล้านครัวเรือน
จำนวนเงิน **48,174.63** ล้านบาท
(= 97.30%)

ประกาศครบแล้ว 30 งวด
เกษตรกรได้รับเงินชดเชย
ข้าวหอมมะลิ **42,832** บาท/ครัวเรือน
ข้าวหอมมะลินอกพื้นที่ **41,680.96** บาท/ครัวเรือน
ข้าวเปลือกเจ้า **36,670** บาท/ครัวเรือน
ข้าวปทุมธานี **26,674** บาท/ครัวเรือน
ข้าวเหนียว **33,349** บาท/ครัวเรือน



มันสำปะหลัง

(มติ คสม. 18 สิงหาคม 2563) จ่ายทุกวันที่ 1 ของเดือน

จำนวนเกษตรกรที่มีสิทธิทั้งหมด **0.61** ล้านครัวเรือน
วงเงิน **9,570.97** ล้านบาท
โอนแล้ว **0.435** ล้านครัวเรือน
จำนวนเงิน **2,948.02** ล้านบาท
(= 97.30%)

ประกาศเกณฑ์กลางแล้ว 6 งวด (จาก 8 งวด) ราคาเกณฑ์กลางสูงกว่าราคาเป้าหมาย ไม่มีการชดเชย คงเหลือการกำหนดราคาตลาดอ้างอิงอีก 2 งวด
สิ้นสุด สิงหาคม 2564 เกษตรกรได้รับเงินชดเชยสูงสุด **28,000** บาท/ครัวเรือน



ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

(มติ คสม. 18 สิงหาคม 2563)

จำนวนเกษตรกรที่มีสิทธิทั้งหมด **0.45** ล้านครัวเรือน
วงเงิน **1,867.92** ล้านบาท
โอนแล้ว **0.33** ล้านครัวเรือน
จำนวนเงิน **1,230.06** ล้านบาท
(= 65.85%)

ประกาศเกณฑ์กลางแล้ว 7 งวด (จาก 12 งวด) คงเหลือการกำหนดราคาเกณฑ์กลางอ้างอิงอีก 5 งวด
สิ้นสุด ตุลาคม 2564 (20 พ.ย.63 - ต.ค.64) เกษตรกรได้รับเงินชดเชยสูงสุด **9,625** บาท/ครัวเรือน



ปาล์มน้ำมัน

(มติ คสม. 9 ก.พ.64)

จำนวนเกษตรกรที่มีสิทธิทั้งหมด เบื้องต้น **0.37** ล้านครัวเรือน
วงเงิน **4,600.85** ล้านบาท
โอนแล้ว **0.435** ล้านครัวเรือน
จำนวนเงิน **2,948.02** ล้านบาท
(= 30.80%)

ประกาศเกณฑ์กลางแล้ว 6 งวด (จาก 8 งวด) ราคาเกณฑ์กลางสูงกว่าราคาเป้าหมาย ไม่มีการชดเชย คงเหลือการกำหนดราคาตลาดอ้างอิงอีก 2 งวด
สิ้นสุด สิงหาคม 2564 (15 ม.ค.64 - ต.ค.64)



ยาง

(มติ คสม. 3 พ.ย.63)

จำนวนเกษตรกรที่มีสิทธิทั้งหมด **1.83** ล้านราย
วงเงิน **9,717.995** ล้านบาท
โอน **1,382,828** ราย
จำนวนเงิน **7,481.39** ล้านบาท
(= 76.70%)

กำหนดราคากลางอ้างอิงครบ 6 งวดแล้ว (24 พ.ย.63 - พ.ค.64) เกษตรกรได้รับเงินชดเชยสูงสุด
ยางแผ่นดิบ **3,610** บาท/ครัวเรือน
น้ำยางสด **14,770** บาท/ครัวเรือน
ยางก้อนถ้วย **13,400** บาท/ครัวเรือน

จากข้อมูล ณ วันที่ 14 มิถุนายน 2564 โครงการประกันรายได้มีวงเงินรวม 75,166.70 ล้านบาท โอนแล้ว 6.839 ล้านครัวเรือน 59,834.10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 79.60 ของงบประมาณรวมของโครงการประกันรายได้ทั้งหมด ถือเป็นความมุ่งมั่นและพยายามอย่างยิ่งของท่านจุรินทร์ ที่จะเดินหน้าเต็มที่เพื่อทำให้เกษตรกรไม่ต่ำกว่า 7.67 ล้านครัวเรือน มีหลักประกัน และมั่นคงภายใต้ภาวะวิกฤติโควิด-19

นอกจากสินค้าเกษตรหลัก 5 ชนิดนี้แล้ว ท่านยังได้มีโครงการช่วยเหลือเกษตรกรในรูปแบบอื่น ๆ ผ่านการวางแผนรับมือล่วงหน้าก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาด เพื่อดูแลให้เกษตรกรขายสินค้าเกษตรได้ในราคาดี และมีรายได้เพิ่มขึ้น

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน พฤษภาคม 2564

		%MoM	%YoY	%AoA
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline CPI	-0.93	2.44	0.83
เงินเฟ้อพื้นฐาน	Core CPI	-0.11	0.49	0.23
ดัชนีราคาผู้ผลิต	PPI	0.5	5.8	2.6
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	CMI	2.0	10.7	6.4

สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศปรับตัวดีขึ้นทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ ส่งผลให้เงินเพื่อขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 แต่ในอัตราที่ชะลอตัว โดยปัจจัยบวกด้านอุปทาน คือราคาพลังงานและอาหารสดบางชนิด ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ก็มีสัญญาณแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่องและสนับสนุนให้เกิดการบริโภค อาทิ การปรับตัวสูงขึ้นของการส่งออกราคาสินค้าเกษตร และรายได้เกษตรกร รวมทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐที่สนับสนุนให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้น สะท้อนจากการเพิ่มขึ้นของยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ดัชนีอุปโภคบริโภคภาคเอกชนยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์และรถจักรยานยนต์ การขยายตัวของดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม และอัตราการใช้กำลังการผลิตในหลายสาขาการผลิต สอดคล้องกับดัชนีราคาผู้ผลิต และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยดัชนีราคาผู้ผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.7 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 ทั้งนี้ ราคาน้ำมันและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน รวมทั้งราคาเหล็ก ยางพารา และคอนกรีต เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ดัชนีราคาผู้ผลิตและราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น



ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนพฤษภาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 2.44 (YoY)



อาหาร เครื่องดื่ม

YoY	0.13
MoM	-0.25



เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า

YoY	-0.35
MoM	-0.05



ที่อยู่อาศัย

YoY	0.91
MoM	-4.58



ยา ของใช้ส่วนบุคคล

YoY	-0.05
MoM	0.02



พาหนะ เชื้อเพลิง

YoY	10.18
MoM	1.03



การศึกษา บันเทิง

YoY	-0.03
MoM	0.06



บุหรี่ย สุรา

YoY	0.01
MoM	0.00



ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนพฤษภาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 5.8 (YoY)

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)



การผลิต เกษตรกรรม

YoY	5.6
MoM	-1.8



ผลิตภัณฑ์ จากเหมือง

YoY	7.7
MoM	2.5



ผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม

YoY	5.7
MoM	0.7

แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)



สินค้า สำเร็จรูป

YoY	1.3
MoM	-0.1



สินค้ากึ่ง สำเร็จรูป

YoY	13.6
MoM	1.6



สินค้า วัตถุดิบ

YoY	9.7
MoM	1.0



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนพฤษภาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 10.7 (YoY)



ไม้และ ผลิตภัณฑ์ไม้

YoY	2.0
MoM	0.0



ซีเมนต์

YoY	-1.1
MoM	0.0



ผลิตภัณฑ์ คอนกรีต

YoY	2.6
MoM	1.2



เหล็กและ ผลิตภัณฑ์เหล็ก

YoY	47.0
MoM	7.4



กระเบื้อง

YoY	0.3
MoM	0.0



วัสดุจากผิว

YoY	-0.1
MoM	0.0



ลูกกั้น

YoY	0.0
MoM	0.0



อุปกรณ์ไฟฟ้า และประปา

YoY	4.4
MoM	0.8



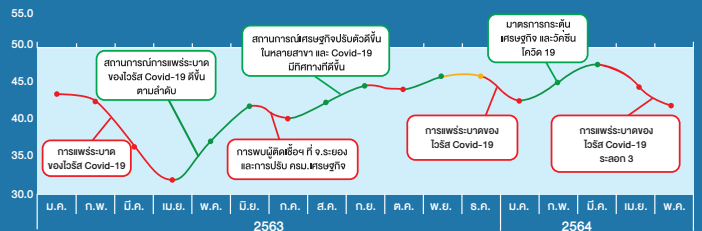
วัสดุก่อสร้าง อื่นๆ

YoY	2.6
MoM	-0.3



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนพฤษภาคม 2564 เท่ากับ 41.6 (YoY)



เดือน	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64	พ.ค. 64
เกษตรกร	44.3	44.3	44.3	44.3	44.3	44.3	44.3	44.3	44.3	44.3
พนักงานเอกชน	42.4	42.4	42.4	42.4	42.4	42.4	42.4	42.4	42.4	42.4
ผู้ประกอบการ	43.1	43.1	43.1	43.1	43.1	43.1	43.1	43.1	43.1	43.1
รับจ้างอิสระ	41.0	41.0	41.0	41.0	41.0	41.0	41.0	41.0	41.0	41.0
พนักงานของรัฐ	49.6	49.6	49.6	49.6	49.6	49.6	49.6	49.6	49.6	49.6
นักศึกษา	41.6	41.6	41.6	41.6	41.6	41.6	41.6	41.6	41.6	41.6
ไม่ได้ทำงาน	37.2	37.2	37.2	37.2	37.2	37.2	37.2	37.2	37.2	37.2
รวม	42.6	42.6	42.6	42.6	42.6	42.6	42.6	42.6	42.6	42.6



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
สถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ
ประจำเดือนพฤษภาคม 2564
ผ่าน QR Code นี้

การค้าระหว่างประเทศของไทย

เมษายน 2564

การส่งออก

การส่งออกไทยฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง มีมูลค่าเหนือระดับ 2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยในเดือนเมษายน 2564 มีมูลค่า 21,429.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 13.09 เป็นอัตราการขยายตัวที่สูงที่สุดในรอบ 36 เดือน หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมันทองคำ และยุทธปัจจัย การส่งออกไทยขยายตัวสูงถึงร้อยละ 25.70 ซึ่งการขยายตัวของการส่งออกไทยเป็นไปตามการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของภาคการผลิตและการส่งออกโลก บ่งชี้จากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ปรับตัวสูงสุดในรอบ 11 ปี อยู่ที่ระดับ 55.8 เป็นผลจากการเร่งตัวของดัชนีด้านคำสั่งซื้อสินค้าส่งออกใหม่ (New Export Orders) มาอยู่ที่ระดับ 54.7 (จากระดับ 53.5 ในเดือนก่อน) สะท้อนถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคและความต้องการนำเข้าสินค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จากการกระจายวัคซีนต้านไวรัสโควิด-19 อย่างทั่วถึงในหลายภูมิภาคของโลก สำหรับการส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 4.78 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวกับน้ำมันทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 11.58 สะท้อนการเติบโตของภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร เป็นสินค้าที่มีการขยายตัวดี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ยางพารา ผักและผลไม้ ใกล้เคียงเอ็นแซ่แข็ง น้ำมันปาล์ม เครื่องดื่ม อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และขยายตัวเกือบทุกรายการ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ เต้าอบไมโครเวฟ ตู้เย็นและตู้แช่แข็ง เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ และโทรศัพท์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และถุงมือยาง ยังมีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง 4) กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับภาคการผลิตเริ่มกลับมาฟื้นตัว เช่น เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อภาคการผลิตและการส่งออกของไทย และ 5) สินค้าคงทนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รวมถึงอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) มีการขยายตัวในระดับสูงเช่นกัน สะท้อนถึงการขยายตัวของกำลังซื้อในประเทศคู่ค้าได้เป็นอย่างดี

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 15.8 ตามการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการส่งออกไปสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป (15) ร้อยละ 9.0 ร้อยละ 2.7 และร้อยละ 52.5 ตามลำดับ
- 2) ตลาดศักยภาพสูง ขยายตัวร้อยละ 18.8 การส่งออกไปจีนเอเชียใต้ และ CLMV ขยายตัวสูงร้อยละ 21.9 ร้อยละ 149.9 และร้อยละ 44.3 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปอาเซียน (5) ยังคงหดตัวร้อยละ 4.4 และ
- 3) ตลาดศักยภาพระดับรองขยายตัวร้อยละ 47.8 โดยการส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย (25) ลาตินอเมริกา ทวีปแอฟริกา และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวดีต่อเนื่องที่ร้อยละ 39.1 ร้อยละ 82.3 ร้อยละ 25.3 และร้อยละ 50.1 ตามลำดับ และตลาดตะวันออกกลาง (15) กลับมาขยายตัวร้อยละ 65.7

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	เม.ย. 2564 Apr 2021	ม.ค. – เม.ย. 2564 Jan-Apr 2021
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	21,429.27 +13.09 %	85,577.30 +4.78 %
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	21,246.79 +29.79 %	84,879.16 +13.85 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+182.48	+698.14

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 64

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
รถยนต์และส่วนประกอบ	2,046.8	135.9	9.6	จีน	3,251.8	21.9	15.2
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	1,646.0	28.7	7.7	สหรัฐฯ	3,147.9	9.0	14.7
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,214.5	55.5	5.7	ญี่ปุ่น	1,920.0	2.7	9.0
เม็ดพลาสติก	915.3	39.5	4.3	เวียดนาม	1,091.3	39.3	5.1
เคมีภัณฑ์	792.5	65.7	3.7	มาเลเซีย	1,021.6	91.5	4.8

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 64

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
น้ำมันดิบ	1,951.1	54.0	9.2	จีน	5,411.6	21.8	25.5
เคมีภัณฑ์	1,695.7	27.3	8.0	ญี่ปุ่น	2,917.4	23.4	13.7
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,678.3	16.6	7.9	มาเลเซีย	1,095.3	85.6	5.2
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,519.9	7.2	7.2	สหรัฐฯ	1,069.3	-20.1	5.0
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,371.3	39.7	6.5	เกาหลีใต้	936.0	52.8	4.4

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.พ. 64	มี.ค. 64	เม.ย. 64	เม.ย. 64	คิมิ เม.ย. 64
ส่งออก	0.6	0.5	-0.2	3.9	102.8
นำเข้า	1.8	1.2	-0.4	13.1	98.3

การนำเข้า

เดือนเมษายน 2564 มีมูลค่า 21,246.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 29.79 สินค้านำเข้า 10 อันดับแรก ขยายตัวทุกรายการ ได้แก่ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย และเกาหลีใต้ แหล่งนำเข้าที่หดตัว ได้แก่ สหรัฐฯ

ดุลการค้า

เดือนเมษายน 2564 การค้าเกินดุล 182.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ดัชนีราคาสินค้าส่งออก – นำเข้า

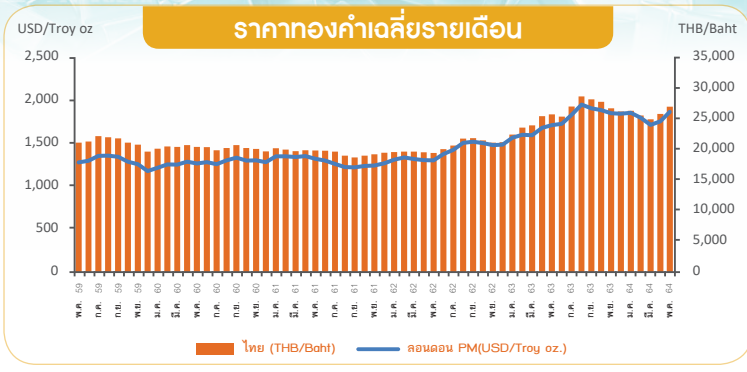
ดัชนีราคาส่งออก เดือนเมษายน 2564 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ขยายตัวร้อยละ 3.9 (YoY) โดยสูงชันเป็นเดือนที่ 6 ติดต่อกันและสูงที่สุดในรอบ 28 เดือน หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาส่งออกสูงชัน ได้แก่ หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง หมวดสินค้าอุตสาหกรรม หมวดสินค้าเกษตรกรรม และหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร

ดัชนีราคานำเข้า เดือนเมษายน 2564 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงชันร้อยละ 13.1 (YoY) โดยดัชนีราคาส่งออกที่ปรับตัวสูงชัน ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิงเป็นหลัก หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง และหมวดสินค้าทุน

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนเมษายน 2564
ผ่าน QR Code นี้

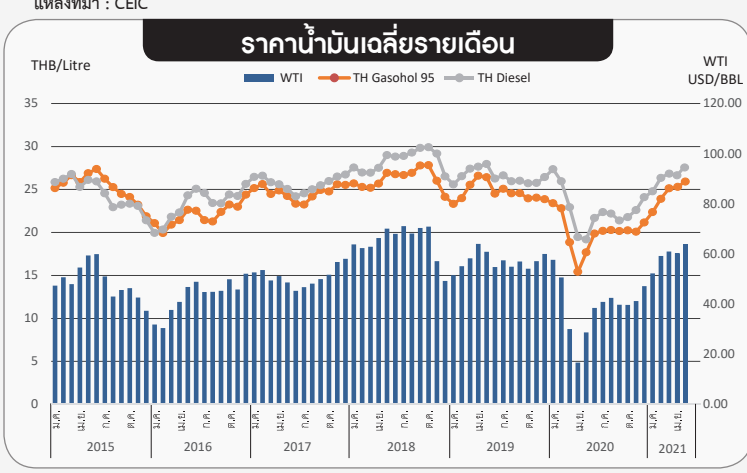


สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมันอัตรแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร พฤษภาคม 2564



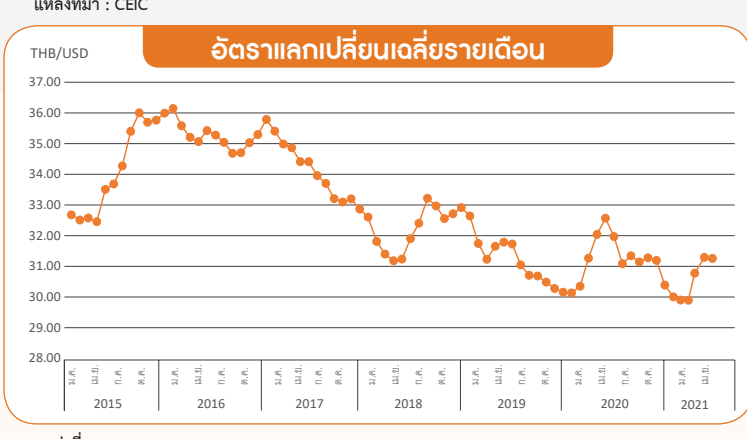
ราคาทองคำ

ในเดือนพฤษภาคม 2564 ราคาทองคำในประเทศเฉลี่ยอยู่ที่ 27,240.48 บาท ขยายตัวร้อยละ 4.93 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เช่นเดียวกับราคาทองคำในตลาดโลก เฉลี่ยอยู่ที่ 1,853.22 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROYออนซ์ ขยายตัวร้อยละ 5.20 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า สูงสุดในรอบ 4 เดือน จากความกังวลภาวะเงินเฟ้อของสหรัฐฯ สะท้อนในตัวชี้วัดด้านเงินเฟ้อต่างเร่งตัวในระดับสูง สกตเงินดอลลาร์สหรัฐฯอ่อนค่า ธนาคารกลางสหรัฐฯ เริ่มส่งสัญญาณจัดการกับภาวะเงินเฟ้อ ขณะที่การกระจายวัคซีนยังไม่ทั่วถึงทั่วโลก ผลักดันราคาทองคำ คาดการณ์ว่าราคาทองคำในตลาดโลกของไตรมาสสองปี 2564 จะอยู่ที่ 1,710 – 1,880 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROYออนซ์



ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบ (WTI) เดือนพฤษภาคม 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 65.18 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) เพิ่มขึ้นร้อยละ 128.22 เนื่องจากฐานในปีที่ผ่านมาต่ำ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM) เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.62 จากการฟื้นตัวของความต้องการใช้น้ำมันในสหรัฐฯ และยุโรป การผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์และลดข้อจำกัดในการเดินทาง ทำให้ผู้คนเริ่มกลับมาดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการเดินทางในสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปทยอยฟื้นตัว ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถกลับมาดำเนินการได้เป็นปกติอีกครั้ง ซึ่งราคาน้ำมันดิบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากความต้องการใช้น้ำมันที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมันยังถูกกดดันจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 ในอินเดีย ที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันจะอยู่ในกรอบที่จำกัด สำหรับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 อยู่ที่ 25.87 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.33 จากเดือนก่อนหน้า ราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 27.54 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.42 จากเดือนก่อนหน้า



อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนพฤษภาคม 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 31.30 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) แข็งค่าขึ้นร้อยละ 2.31 และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM) แข็งค่าร้อยละ 0.13 เงินบาทกลับมาแข็งค่าเล็กน้อยหลังจากอ่อนค่าต่อเนื่อง 2 เดือน โดยค่าเงินบาทแข็งค่าสอดคล้องกับค่าเงินในภูมิภาค ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า แม้เศรษฐกิจไทยจะมีแนวโน้มชะลอตัวจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รอบที่ 3 แต่ค่าเงินบาทยังคงแข็งค่าสะท้อนถึงนักลงทุนยังมีความเชื่อมั่นต่อสกุลเงินบาท ดังนั้นหากมีปริมาณการฉีดวัคซีนที่ครอบคลุมและทั่วถึง คาดว่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าเพิ่มขึ้น

ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	Apr-64	May-64	%Δ(MOM)	May-63	May-64	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,401.47	1,380.56	-1.49	1,459.71	1,380.56	-5.42
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,359.71	2,220.00	-5.92	3,312.35	2,220.00	-32.98
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		68.45	73.23	6.98	44.54	73.23	64.41
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		52.06	53.61	2.98	37.18	53.61	44.19
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,761.68	1,853.22	5.20	1,716.38	1,853.22	7.97
ไทย (THB/Baht)		25,961.36	27,240.48	4.93	25,895.24	27,240.48	5.19
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		61.71	65.18	5.62	28.56	65.18	128.22
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		31.34	31.30	-0.13	32.04	31.30	-2.31

แหล่งที่มา : CEIC

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) 1,380.56 บาท/100 กิโลกรัม ลดลงจากเดือนเมษายนร้อยละ 1.49 เช่นเดียวกับราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) 2,220.00 บาท/100 กิโลกรัม ลดลงร้อยละ 5.92 ราคาข้าวปรับตัวลดลงเนื่องจากมีปริมาณข้าวในตลาดโลกจำนวนมาก จากการที่อินเดียมีผลผลิตข้าวเพิ่มขึ้นและปริมาณข้าวในสต็อกอยู่ในระดับสูง

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 73.23 บาท เพิ่มขึ้นจากเดือนเมษายนร้อยละ 6.98 ส่วนราคายางแท่ง STR 20 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 53.61 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.98 ราคายางปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีฝนตกชุกในพื้นที่เพาะปลูก ทำให้ปริมาณผลผลิตยางพารายังมีไม่มากนัก ขณะที่ผู้ซื้อในประเทศมีความต้องการยางเพื่อส่งมอบ



ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ปี 2564

และการแก้ไขปัญหาภายใต้สถานการณ์การ

แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กระทรวงพาณิชย์มีแผนงานที่จะเดินหน้าเฉพาะในเรื่องสำคัญ

ประกอบด้วยแผนงานต่อเนื่องจากปีที่แล้ว

และแผนงานที่เริ่มต้นใหม่ในปี 2564 มี 3 ส่วน

- | | | |
|--|---|---|
| 1. การเดินหน้า
ใช้ยุทธศาสตร์
“ตลาดนำการผลิต” | 2. การเร่งรัดการนำเข้า
เข้าประเทศ มุ่งเน้นการให้
ความสำคัญกับภาคบริการ
ควบคู่ไปกับภาคการผลิต | 3. มุ่งเน้นการทำงานกับ
ทุกภาคส่วน โดยเฉพาะ
ภาคเอกชนในรูปแบบของกลไก
กรอ.พาณิชย์ |
|--|---|---|

จุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์
รองนายกรัฐมนตรี
และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

สตีเฟ่น เลิศไกร
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

ประกอบด้วย 14 แผนงาน

1

ประกันรายได้
ปี 2

เดินหน้าโครงการ
ประกันรายได้
เกษตรกรปีที่ 2

2

พาณิชย์ลดราคา!
ช่วยประชาชน

โครงการ
พาณิชย์ลดราคา!
ช่วยประชาชน
ลงลึกระดับตำบล

3

เกษตรผลิต
พาณิชย์ตลาด

ยุทธศาสตร์ ตลาดนำการผลิต

เกษตรผลิต
พาณิชย์ตลาด
โดยใช้ยุทธศาสตร์
“ตลาดนำการผลิต”

4

แผนงาน
อาหารไทย อาหารโลก
และมุ่งเน้นการส่งออก
อาหารฮาลาล
อาหารมังสวีริต
และอาหารแนวใหม่
ที่กำลังเป็นเทรนด์
สำคัญของโลก

5

ให้ความสำคัญกระตุ้นทุกภาคส่วน
ให้ใช้ระบบการค้าออนไลน์มากขึ้น

ขึ้นแพลตฟอร์ม
และสร้างแพลตฟอร์มกลาง

6

พัฒนาศักยภาพทางการตลาดให้กับภาคบริการ
ทั้งกับ เน้นการทำฐานข้อมูลภาคบริการ
ช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มช่องทางการตลาด

ผู้ให้บริการ ค้าส่ง สมาร์ทลิเว่ช กลุ่มเอสอีอีดี กลุ่ม wellness
กลุ่มดิจิทัลคอมเมิร์ซ กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มบริการการแพทย์

7

พัฒนาศักยภาพทางการตลาด
ให้กับภาคการผลิตฐานราก
ทั้ง **SME** และ **Micro SME**

8

เร่งรัดการส่งออกในยุค
New Normal

ใช้นวัตกรรมใหม่
ทางการตลาด เช่น
การจัดแสดงสินค้า
ในรูปแบบไฮบริดและ
Mirror Mirror

9

เดินหน้าการค้าชายแดน
และการค้าข้ามแดนเชิงรุก
ฝ่าวิกฤต โควิด

10

เร่งรัดการเจรจาการค้า
เพื่อขยายการค้าของไทย
ไปยังตลาดโลกในทุกรูปแบบ

11

ด้านทรัพย์สินทางปัญญา
เร่งรัดการจดทะเบียน GI

สำหรับสินค้าที่มีศักยภาพของไทยในพื้นที่
ภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ

12

แผนการให้บริการภาครัฐ
และประชาชนรวดเร็วเชิงรุก

มุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็ว
ในการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
สนองนโยบาย **E-Government**

13

ร่วมงานกับทุกภาคส่วนราชการ
ที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนในรูปแบบ
กรอ.พาณิชย์

14

เดินหน้าให้บริการประชาชนแบบ
One Stop Service

ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว
โดยมีบริการทั้งหมดรวมกัน
85 บริการ

#ทำได้ไวทำได้จริง



รับข้อมูล ข่าวสาร บทความสาระ
ง่ายๆ แคสแกน QR Code

Facebook
สำนักงานนโยบายและ
ยุทธศาสตร์การค้า

LINE
@TPSO.Tradeinsights

WEBSITE
www.tpsoc.moc.go.th