





สวัสดีผู้อ่านทุกท่าน เข้าสู่เดือนมิถุนายนแล้วนะค่ะ เดือนนี้เป็นเดือนพิเศษอีกเดือนหนึ่งคือ เดือน Pride Month เป็นเดือนแห่งความรักอีกรูปแบบหนึ่ง

วารสาร สนค. ฉบับนี้จึงขอเสนอ Special Talk เกี่ยวกับ นโยบายพาณิชย์ในรูปแบบ Soft Power และ Special Report เรื่อง Why Y Economy ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

ก่อนจากกัน...ขอให้ผู้อ่านทุกท่านดูแลสุขภาพ ป้องกันตนเองและคนรอบข้างจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 SPECIAL TALK  
» นโยบายพาณิชย์ในรูปแบบ Soft Power
- 05 SPECIAL REPORT  
» Why Y Economy
- 08 LOGISTICS INSIGHTS  
» จับชีพจรโลจิสติกส์  
» Highlight Ur-เด็นสำคัญ
- 10 ECONOMIC INDICATORS  
ภาพรวมเศรษฐกิจ : พฤษภาคม 2565
- 11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS  
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : เมษายน 2565  
COMMODITIES & FX  
สถานการณ์ราคากองค่า ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน  
และราคาสินค้าเกษตร : พฤษภาคม 2565
- 12 TRADE ALERT  
เดือนมิถุนายน 2565



## พอ. สนค. พลักดันองค์กร ด้านการพัฒนาบุคลากรด้วย 4 ยุทธศาสตร์

นายณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้มอบนโยบายในการประชุมผู้บริหาร สนค. เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2565 โดยให้ความสำคัญและสนับสนุนให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ และกำหนดให้จัดกิจกรรมการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) เป็นส่วนหนึ่งของตัวชี้วัดร่วม (KPI) เพื่อพัฒนาทักษะบุคลากรที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานในอนาคต สนับสนุนการออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์ ตลอดจนยกระดับการทำงานในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทย ประกอบด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่



### ยุทธศาสตร์

1



ด้านพัฒนาทักษะผู้นำองค์กรยุคดิจิทัล  
พัฒนาภาวะผู้นำ “เก่งนำองค์กร”

### ยุทธศาสตร์

2



พัฒนาสมรรถนะสู่ความเป็นเลิศด้าน  
นโยบายและยุทธศาสตร์เศรษฐกิจไทย  
ก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจใหม่ พัฒนาบุคลากร  
“เก่งตามสายวิชาชีพ”

### ยุทธศาสตร์

3



พัฒนาทักษะพื้นฐานและดิจิทัลรองรับ  
การปฏิบัติงานของภาครัฐยุคใหม่พัฒนา  
บุคลากร “เก่งทันการเปลี่ยนแปลง”  
สามารถปฏิบัติงานได้ภายใต้สภาวะ  
สถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลง

### ยุทธศาสตร์

4



พัฒนาและส่งเสริมจิตสำนึกด้านคุณธรรม:  
จริยธรรม และเสริมสร้างองค์กร  
แห่งความสุข พัฒนาบุคลากร  
“เก่งและเป็นคนดี” ปฏิบัติหน้าที่  
อย่างมีวินัย และสุจริต

สนค. ได้มีการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรในหน่วยงาน รวมถึงสนับสนุนให้บุคลากรเข้ารับการอบรมกับหน่วยงานภายนอกที่มี  
ความเชี่ยวชาญเฉพาะ โดยคำนึงถึงความต้องการอบรมและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ



โดย นางสาวศุภนภา ศิริพงษ์, นางสาวชมพูนุช บุรพา  
นักวิชาภาควิชาวิทยุชำนาญการ กองนโยบายระบบการกำ  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

## นโยบายพหุวัฒนธรรม ในรูปแบบ

# SOFT POWER

### นโยบายพหุวัฒนธรรมในรูปแบบ SOFT POWER

- ๘ หากกล่าวถึง **พลังอำนาจ (Power)** เรามักจะคุ้นชินกับความหมายในเชิงการใช้กำลัง (Hard Power) บีบบังคับให้ผู้อื่นทำตามสิ่งที่ตนเองต้องการ แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีอำนาจอีกด้านหนึ่งที่ใช้การโน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือแม้กระทั่งแนวคิดของผู้คน ให้เป็นตามเป้าหมายที่ฝ่ายผู้ใช้อำนาจกำหนดไว้ (Soft Power) ซึ่งโจเซฟ เนย์ (Joseph Nye) แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ให้คำนิยามของ Soft Power ไว้ว่า “ความสามารถในการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วม โดยไม่ต้องบังคับหรือให้เงิน รวมไปถึงความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงและสร้างอิทธิพลต่อความคิดของสังคมและประชาชนในประเทศอื่น โดยอาศัยทรัพยากรพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ค่านิยมทางการเมือง (Political values) และนโยบายต่างประเทศ (Foreign policies)”



รายงานการจัดอันดับ Global Soft Power Index หรือดัชนีชี้วัด Soft Power โลก ที่จัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี โดย Brand Finance ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนพิจารณาจาก 5 ส่วนหลัก ได้แก่

- 1 ความคุ้นเคย
- 2 อิทธิพล
- 3 ชื่อเสียงของประเทศ
- 4 โครงสร้าง 7 ด้านของ Soft Power
- 5 การตอบสนองต่อ Covid-19

- ๘ โดยผลการจัดอันดับ Global Soft Power Index ในปี 2022 ที่ผ่านมา ประเทศไทย ถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 35 (ตกจากอันดับที่ 33 ในปีก่อนหน้า) มีคะแนนเท่ากับ 40.2 (เพิ่มขึ้น 1.5 คะแนน) และเมื่อพิจารณาเฉพาะในส่วนของโครงสร้าง 7 ด้านของ Soft Power<sup>1</sup> พบว่า ประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและประเพณี เป็นอันดับ 1 ในอาเซียน และเป็นอันดับ 5 ในเอเชีย (รองจากญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ และอินเดีย) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน รวมทั้งมีอัตลักษณ์เฉพาะในแต่ละพื้นที่

ประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม  
และประเพณีอยู่ที่อันดับ



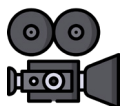
- ๘ ปัจจุบัน รัฐบาลไทยตระหนักถึงความสำคัญของการนำวัฒนธรรมไทยมาสร้างสรรค์ให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านรูปแบบ Soft Power เพื่อให้เป็นที่รู้จัก สร้างการรับรู้ กระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากใช้สินค้าและบริการ ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดเม็ดเงิน สร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนไทยในภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยให้การส่งเสริม 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการสร้าง Soft Power หรือ 5F ได้แก่ 1) อาหาร (Food) 2) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) 4) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และ 5) เทศกาลประเพณีไทย (Festival)

## 5F การส่งเสริม 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการสร้าง Soft Power

Food



Film



Fashion



Fighting



Festival



<sup>1</sup> โครงสร้าง Soft Power ได้แก่ 1) ด้านธุรกิจและการค้า 2) ด้านธรรมาภิบาล 3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ 4) ด้านวัฒนธรรมและประเพณี 5) ด้านสื่อและการสื่อสาร 6) ด้านการศึกษาและวิทยาศาสตร์ และ 7) ด้านคนและคุณค่า



# Business Watch เมื่อเมษายน 2565 ระบุว่า Soft Power ไทย ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมากที่สุด 5 อันดับแรก



01



**การท่องเที่ยว  
เชิงวัฒนธรรม**  
มูลค่า  
**409,000**  
ล้านบาท

02



**อาหารไทย**  
มูลค่า  
**267,000**  
ล้านบาท

03



**โฆษณา**  
มูลค่า  
**208,000**  
ล้านบาท

04



**แฟชั่น**  
มูลค่า  
**189,000**  
ล้านบาท

05



**ออกแบบ**  
มูลค่า  
**125,000**  
ล้านบาท

นอกจากนี้ ยังมีภาพยนตร์และสื่อบันเทิงไทยที่สามารถผลักดันการส่งออกไปสู่เวทีโลกได้เพิ่มขึ้น อาทิ ซีรีส์วายจากไทย ซึ่งเป็นที่นิยมอันดับ 1 ในเอเชีย สร้างเม็ดเงินได้กว่า 1,000 ล้านบาท โดยมีประเทศที่นิยมคอนเทนต์ ได้แก่ ไต้หวัน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และประเทศแถบละตินอเมริกา ทั้งนี้ ประเทศที่นิยมซื้อคอนเทนต์ไปออกอากาศ ได้แก่ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเวียดนาม

## นโยบาย Soft Power ของกระทรวงพาณิชย์

6 เดือนแรกของปี 2565  
ส่งเสริมผู้ประกอบการ **1,878** ราย  
สร้างมูลค่ากว่า **3,905** ล้านบาท



ขณะเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์ก็ผลักดันการใช้ Soft Power ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้าของไทย โดยส่งเสริมวัฒนธรรมความเป็นไทย อาทิ อาหารไทย กีฬาไทย และภาพยนตร์ไทย เข้าสู่ตลาดโลก ผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น การส่งเสริมประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และส่งเสริมผู้ประกอบการ และผู้ผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย แฟชั่นผ้าไทย กีฬามวยไทย และภาพยนตร์ไทย เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในตลาดต่าง ๆ และดึงดูดรายได้เข้าประเทศได้มากยิ่งขึ้น ผลการดำเนินการภายใต้นโยบาย Soft Power ของกระทรวงพาณิชย์ ในช่วง 6 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2565 พบว่า มีการส่งเสริมผู้ประกอบการ 1,878 ราย และสร้างมูลค่าการค้า 3,905 ล้านบาท ผ่านการผลักดันการส่งออกสินค้าอาหาร ผลไม้ ดิจิทัลคอนเทนต์สุขภาพและความงาม และสินค้าสร้างสรรค์อัตลักษณ์ไทย

ทั้งนี้ การดำเนินการเพื่อผลักดันวัฒนธรรมไทยให้เป็น Soft Power ของประเทศ จำเป็นต้องมีการบูรณาการร่วมกันอย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ไม่เพียงเฉพาะหน่วยงานด้านเศรษฐกิจการค้าเท่านั้น แต่รวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านศิลปวัฒนธรรม กีฬา การท่องเที่ยว ฝ่ายปกครอง และชุมชน อย่างเป็นเอกภาพมีแบบแผนและประสิทธิภาพ โดยใช้จุดเด่นด้านรากฐานของท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต งานศิลปหัตถกรรม อาหาร และทรัพยากรธรรมชาติพื้นบ้าน เป็นต้น

ซึ่งทฤษฎีศาสตร์ Soft Power ของวัฒนธรรมไทยประสบความสำเร็จ จะช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งกลุ่มในสังคมไทยที่มีรายได้อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก ให้มีขีดความสามารถในการสร้างรายได้และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นได้



ที่มา 1. รายงาน Global Soft Power Index 2021  
2. <http://studyinternationalaffairs.blogspot.com/2013/04/power.html>  
3. <https://www.bangkokbiznews.com/politics/959765>  
4. <https://www.springnews.co.th/infographic/817273>  
5. <https://www.thansettakij.com/economy/522810>  
6. <https://www.prachachat.net/economy/news-912635>



โดย นางสาวศุภกัศร์ จงก่า, นางสาวเต็มศิริ ฤกษ์นระวัฒน์  
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ กองนโยบายระบบการค้า  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



ภาพ: หาดชะงูญ จังหวัดภูเก็ต  
ที่มา: ซีรีส์เรื่อง "แปลรักฉันด้วยใจเธอ"

# Why Y Economy

## Y Economy คืออะไร

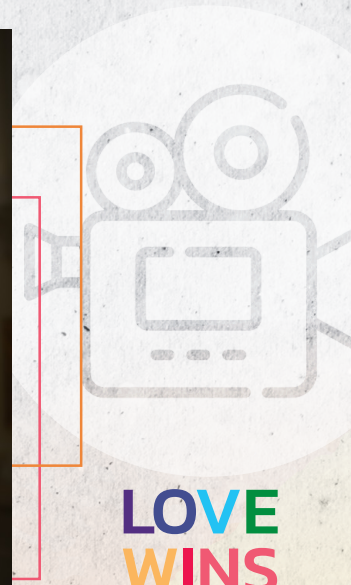
ประเทศไทยเปรียบเสมือนแผ่นดินทองที่อุดมไปด้วยศิลปวัฒนธรรม อาหาร สถาปัตยกรรม และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งที่ได้กล่าวไปถือได้ว่าเป็น Soft Power ที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับประเทศไทยมาอย่างยาวนาน เช่นเดียวกับประเทศต่าง ๆ ที่มีความพยายามเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านเศรษฐกิจของตนผ่าน Soft Power ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศเกาหลีใต้ อุตสาหกรรมเกมและการ์ตูนอนิเมะของประเทศญี่ปุ่น และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของประเทศอังกฤษ ซึ่ง Soft Power เหล่านี้ได้ก่อให้เกิดกระแสความนิยมและรายได้แก่ประเทศเหล่านั้นเป็นอย่างมาก

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ได้เกิดกระแสหนึ่งซึ่งกลายเป็นประเด็นทางสังคมที่ได้รับการสนับสนุนจากหลายประเทศทั่วโลก นั่นคือ การสนับสนุนความเท่าเทียมหรือความเสมอภาคทางเพศ ซึ่งไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงความเท่าเทียมระหว่างเพศหญิงและเพศชายอีกต่อไป แต่ได้ขยายไปถึงเพศทางเลือก หรือ LGBTQ (ย่อมาจาก Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer) เพื่อให้เพศทางเลือกเหล่านี้มีสิทธิ เสรีภาพ และบทบาทในการแสดงออกทางสังคมที่เปิดกว้างยิ่งขึ้น โดยกระแสที่กล่าวไปนี้ได้นำไปสู่ Soft Power และตลาดเศรษฐกิจประเภทใหม่นั้นคือ วัฒนธรรม Y (Y Culture) และเศรษฐกิจ Y (Y Economy) ซึ่ง Y ในที่นี้ย่อมาจากคำศัพท์ภาษาญี่ปุ่น "Yaoi" หมายถึงการ์ตูน นิยาย เกม หรือสื่อที่มีเนื้อหาประเภท Boy's Love คือมีเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงโรแมนติกระหว่างผู้ชายกับผู้ชาย (แต่หากเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้หญิงจะเรียกว่า Yuri)





สำหรับกระแส Y ในประเทศไทยก็ได้มีผลตอบรับในทางบวกมาเรื่อยๆ แล้ว โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการดู และนิยาย ก่อนที่จะขยายไปยังอุตสาหกรรมบันเทิงประเภทอื่น ๆ โดยเฉพาะในรูปแบบของภาพยนตร์และซีรีส์ที่นำเสนอหรือสอดแทรกเนื้อหาแนว Y มีหลากหลายเรื่อง อาทิ ภาพยนตร์ไทยเรื่อง รักแห่งสยาม (พ.ศ. 2550) ซีรีส์ Hormones วัยว้าวุ่น (พ.ศ. 2556) ภาพยนตร์เรื่อง มะลิลา (พ.ศ. 2561) และซีรีส์เรื่อง ทฤษฎีจีบเธอ – Theory of Love (พ.ศ. 2562) ซึ่งสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตสื่อประเภทดังกล่าว และเศรษฐกิจ Y เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ก็อาจจะมาจากการที่สังคมไทยมีความเปิดกว้าง เสมอภาค และยอมรับเพศทางเลือก หรือ LGBTQ มากขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติก็ได้ให้การตอบรับผลงานคอนเทนต์ประเภทนี้ของไทยเป็นอย่างดีเช่นกัน



**อย่างไรก็ดี** การนำเสนอคอนเทนต์แนว Y ในอุตสาหกรรมบันเทิงผ่านช่องทางต่าง ๆ ยังเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนและข้อจำกัดบางประการ ซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงบริบททางสังคม ศาสนา วัฒนธรรม รวมถึงข้อจำกัดด้านกฎระเบียบของประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย (อาทิ ประเทศจีนห้ามนำเสนอเรื่องรักร่วมเพศ) ซึ่งหากผู้ประกอบการที่ประสงค์จะนำเสนอคอนเทนต์แนว Y จะส่งออกคอนเทนต์เหล่านี้ ก็อาจจำเป็นต้องใช้ความระมัดระวังและต้องคำนึงถึงบริบทอื่น ๆ ของประเทศที่จะไปนำเสนอด้วยเช่นกัน และหากผู้ประกอบการสามารถนำเสนอคอนเทนต์ที่น่าประทับใจและเป็นที่ยอมรับได้สำเร็จ ก็อาจจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการไทยจะใช้ประโยชน์เพื่อสอดแทรกเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ความเป็นไทย (อาทิ อาหาร วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยว) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยให้เป็นที่รับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้นผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงที่มีคอนเทนต์แนว Y





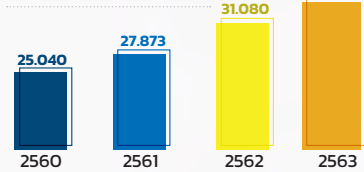
# อุตสาหกรรม Digital Content และโอกาสของ Y Economy



## Digital Content

มีมูลค่า **25,000** ล้านบาท  
ปี 2563 เพิ่มขึ้น **57** %  
มูลค่า **39,332** ล้านบาท

### ข้อมูลมูลค่า Digital Content จำแนกตามปี



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA)

**Digital Content** หรือสื่อสารสนเทศที่ถูกนำเสนอในรูปแบบดิจิทัล เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง และมีโอกาสเติบโตอีกมากทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก โดยสำนักงานส่งเสริมดิจิทัล (depa) ระบุว่า ในปี 2560 Digital Content ของไทยมีมูลค่าประมาณ 25,040 ล้านบาท และขยายตัวอย่างต่อเนื่องทุกปี ตามข้อมูลล่าสุด ปี 2563 มูลค่า Digital Content เพิ่มขึ้นถึง 57% คิดเป็นมูลค่าประมาณ 39,332 ล้านบาท ซึ่งหากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบันเทิงที่ต้องการเจาะตลาดผู้บริโภคที่สนใจคอนเทนต์แนว Y อาจใช้ช่องทางดังกล่าวในการเข้าถึงและนำเสนอผลงานต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ ไม่ว่าจะเป็น ซีรีส์ การ์ตูน นิยาย ภาพยนตร์ เกม ตลอดจนสินค้าหรือบริการที่ต่อยอดจากคอนเทนต์ดังกล่าว อาทิ รายการทำอาหาร รายการ Reality Show กิจกรรมแฟนมีตติ้ง อีเวนต์ ซึ่งที่ผ่านมาก็มีตัวอย่างของ ผู้นำเสนอคอนเทนต์แนว Y ที่ประสบความสำเร็จ เช่น รายการ Safehouse บ้านลับจับ Live ที่ได้รับความนิยมในสื่อโซเชียลมีเดียสูงมากถึงขั้นติด Twitter Trends จากทั้งในไทยและทั่วโลกกว่า 7 ประเทศ เช่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย และบราซิลและมียอดรับชม Live มากกว่า 10 ล้านครั้งในระยะเวลา 7 วัน

**ดังนั้น** เพื่อสนับสนุนให้ Y Economy ของไทยเติบโตมากยิ่งขึ้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม Y ในแนวทางเดียวกันกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาดและโอกาสทางการค้าของตนได้ เช่น เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจและ



ตระหนักถึงการใช้อยู่จากทรัพย์สินทางปัญญา การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งร่วมมือกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะและผลิตภัณฑ์ อาทิ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ เทคโนโลยีการผลิต ช่องทางการนำเสนอ และสร้างทักษะเชิงสร้างสรรค์ให้กับแรงงานในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ เนื้อหา คอมพิวเตอร์กราฟิก การจัดองค์ประกอบภาพ และเพลงประกอบ

ที่มา: GMM TV ณ วันที่ 28 มีนาคม 2565

ที่มา : Statista. (2019). Digital Media. จาก <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/south-korea>  
WP. (2022). Soft Power ดัน “อาหารเกาหลี” ไปไกลระดับโลก! ยอดส่งออก “รามยอง-กิมจิ-โคชูจัง” สร้าง New High. จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2022/03/korean-instant-noodle-kimchi-and-gochujang-red-pepper-paste-export-hit-new-high/>  
ปณิกร วรศิลป์มนตรี. (2020). ซีรีส์ Y กับจีน? สาววายเต็มเมือง แต่ทำไมจีนยังคงปิดกั้น. จาก <https://urbancreature.co/china-ban-y/>  
สำนักงานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2021). อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ปี 2563. จาก <https://manage.depa.or.th/storage/app/media/file/publication-Digital-content-63.pdf>



# จับชีพจรโลจิสติกส์

## การเปิดปิดกิจการโลจิสติกส์ (พฤษภาคม 2565)

### ภาพรวมการเปิดปิดธุรกิจ

จำนวนนิติบุคคลสะสม\* **38,352**

	จำนวน	การเติบโต (YoY)
เปิดกิจการใหม่	329	▼ -6.3%
ปิดกิจการ	57	▲ 62.9%

\* หมายเหตุ : ครอบคลุมประเภทธุรกิจ (TSIC) หมวดการขนส่งและจัดเก็บสินค้าทั้งหมด ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

### ธุรกิจที่น่าจับตามอง (TSIC)

การขนส่งและขนถ่ายสินค้ารวมถึงคนโดยสาร (49323)	สัดส่วน*	การเติบโต (YoY)
การขนส่งสินค้าอื่น ๆ ทางถนน (49339)	(16.4%)	-
ตัวแทนดำเนินการพิธีการศุลกากร (52292)	(9.4%)	▲ 29.2%

\* หมายเหตุ : สัดส่วนธุรกิจโลจิสติกส์เปิดใหม่ทั้งหมดในเดือน พ.ค. 2565 ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

### ธุรกิจที่ต่างชาติเข้ามาลงทุนมากที่สุด (TSIC)

กิจกรรมสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเรือ (ยกเว้นการขนถ่ายสินค้า) (52221)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน*
กิจกรรมการบริการอื่น ๆ ที่สนับสนุนการขนส่งทางบก (52219)	474.51	(11.1%)
ตัวแทนดำเนินการพิธีการศุลกากร ((52292)	311.83	(7.3%)

\* หมายเหตุ : ข้อมูลระหว่างเดือน ม.ค.-พ.ค. 2565 ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- **ธุรกิจโลจิสติกส์มีจำนวนนิติบุคคลรวม 38,352 ราย** โดยเปิดกิจการใหม่ 329 ราย ลดลง 6.3% และปิดกิจการ 57 ราย หรือเพิ่มขึ้น 62.9% เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน
- **ธุรกิจโลจิสติกส์ที่น่าจับตามอง** คือ การขนส่งและขนถ่ายสินค้ารวมถึงคนโดยสาร ซึ่งเปิดกิจการใหม่ จำนวน 164 ราย คิดเป็น 49.8% ของกิจการเปิดใหม่ทั้งหมด และลดลง 9.4% เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจที่มีสัดส่วนการเปิดกิจการใหม่รองลงมา คือ การขนส่งสินค้าอื่น ๆ ทางถนน และตัวแทนดำเนินการพิธีการศุลกากร ตามลำดับ
- **การลงทุนจากต่างประเทศในธุรกิจโลจิสติกส์ (ม.ค.-พ.ค. 2565)** มูลค่า 4,274.11 ล้านบาท คิดเป็น 22.4% ของการลงทุนในกลุ่มโลจิสติกส์ในประเทศไทย โดยสัญชาติที่มีการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮ่องกง จีน และเกาหลีใต้ ตามลำดับ

## มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ตามประเภทการขนส่ง (เมษายน 2565)

### การขนส่งทางเรือ

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **1,132,186.89**  
สัดส่วน **69.1%**  
การเติบโต (YoY) **▲ 27.4%**

**ตลาดสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
จีน (18.3%)	▲ 15.1%
ญี่ปุ่น (10.5%)	▲ 4.5%
สหรัฐอเมริกา (8.8%)	▲ 20.1%

**ด้านสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ด้านศุลกากรมาตาพุด (ปีโตรเลียม) (11.5%)	▲ 122.6%
ท่าเรือ บ.อ.ก.อ.ส.น. (8.8%)	▲ 6.5%
ฝ่ายบริการศุลกากรที่ 5 (สทบ.) (7.6%)	▲ 97.7%

**สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
น้ำมันปีโตรเลียมดิบ (2709) (11.2%)	▲ 135.0%
น้ำมันปีโตรเลียมและน้ำมันที่ได้อจากแร่ปิโตรลีน (2710) (3.9%)	▲ 57.4%
ชิ้นส่วนรถยนต์ (8708) (3.1%)	▼ -5.3%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณรวมมูลค่าการขนส่ง

### การขนส่งทางอากาศ

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **363,036.97**  
สัดส่วน **22.2%**  
การเติบโต (YoY) **▲ 35.4%**

**ตลาดสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
สหรัฐอเมริกา (19.0%)	▲ 58.8%
จีน (17.7%)	▲ 23.8%
ญี่ปุ่น (9.4%)	▼ -0.3%

**ด้านสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
คลังสินค้า การบินไทย (54.3%)	▲ 40.8%
คลังฯ ดับบลิวเอฟเอสซี คาร์โก้ (24.0%)	▲ 34.5%
คลังฯ ดับบลิวเอฟเอสซี (EXPRESS) (17.9%)	▲ 28.7%

**สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
วงจรรีเล็คทริกอลิกส์ (8542) (19.5%)	▲ 32.4%
อากาศยาน (8802) (7.5%)	▲ 525.5%
อุปกรณ์สื่อสาร (8517) (7.5%)	▲ 10.3%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณรวมมูลค่าการขนส่ง

### การขนส่งทางถนน

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **140,525.60**  
สัดส่วน **8.6%**  
การเติบโต (YoY) **▼ -5.0%**

**ตลาดสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
มาเลเซีย (20.1%)	▲ 10.0%
พม่า (13.7%)	▲ 30.2%
ลาว (13.0%)	▲ 7.7%

**ด้านสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ด้านศุลกากรสะเดา (29.5%)	▲ 15.9%
ด้านศุลกากรมุกดาหาร (ศก.2) (7.1%)	▼ -65.3%
ด้านศุลกากรอรัญประเทศ (ศก.1) (6.5%)	▲ 36.6%

**สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ยางธรรมชาติ (4001) (5.8%)	▲ 2.1%
อุปกรณ์บันทึกเสียง (8523) (5.7%)	▼ -7.8%
ก๊าซปีโตรเลียม (2711) (4.9%)	▲ 56.7%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณรวมมูลค่าการขนส่ง

### การขนส่งทางราง

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **1,263.16**  
สัดส่วน **0.1%**  
การเติบโต (YoY) **▲ 18.2%**

**ตลาดสำคัญ\***

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
จีน (80.1%)	▲ 7.7%
เกาหลีใต้ (8.7%)	▲ 327.9%
ญี่ปุ่น (5.4%)	▲ 576.3%

หมายเหตุ: ตลาดปลายทาง (Final Destination) รวมการค้าข้ามแดน/ผ่านแดน

**ด้านสำคัญ**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ด้านศุลกากรป่าดงเบขาร์ (95.4%)	▲ 13.9%

**สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)**

ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ยางสังเคราะห์ (4002) (61.8%)	▲ 20.2%
ยางธรรมชาติ (4001) (29.7%)	▲ 6.0%
แผ่นซีเมนต์อัด (4410) (2.7%)	▼ -24.0%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณรวมมูลค่าการขนส่ง

## ประเด็นโอกาส

### โอกาสส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไทยเพิ่มขึ้น



- มาตรการงดส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารในหลายประเทศทั่วโลก และความกังวลต่อความมั่นคงทางอาหารของประเทศต่าง ๆ จะเป็นโอกาสของไทยในการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารเพิ่มขึ้น ประกอบกับสถานการณ์โควิด-19 เริ่มผ่อนคลาย ด้านการค้าต่าง ๆ เริ่มกลับมาดำเนินการได้ตามปกติ ส่งผลเชิงบวกต่อภาคโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการขนส่งทางเรือ ผู้ให้บริการคลังสินค้า และธุรกิจโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้อง

### การฟื้นตัวการท่องเที่ยวไทย



- สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยเริ่มกลับมาฟื้นตัว ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2565 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยแล้ว 1.34 ล้านคน และนักท่องเที่ยวไทยเดินทางในประเทศ 160 ล้านคน/ครั้ง โดยมีเป้าหมายตลอดปีรวมอยู่ที่ 7-10 ล้านคน ซึ่งส่งผลดีต่อภาพรวมเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะการขนส่งผู้โดยสารที่คิดเป็น 12.0% ของค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

## ประเด็นความท้าทาย

### ความกังวลต่อการขนส่งเส้นทางเอเชีย-ยุโรป



- กรณีพิพาทรัสเซีย-ยูเครนกระทบต่อการขนส่งในเส้นทางเอเชีย-ยุโรป ทั้งทางเรือ ทางราง และทางอากาศ จากการเลี่ยงเส้นทางขนส่งที่ผ่านรัสเซีย อาจทำให้การจราจรในท่าเรือหลักของยุโรปเกิดความแออัด มีอุปสรรคการขนส่งทางรางเส้นทางจีน-ยุโรปซึ่งเป็นช่องทางหลัก และการปิดน่านฟ้ารัสเซีย ประกอบกับราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะกระทบต่ออัตราค่าระวางเรือไปยังยุโรปสูงขึ้นด้วย

### ภัยธรรมชาติกระทบต่อการค้า

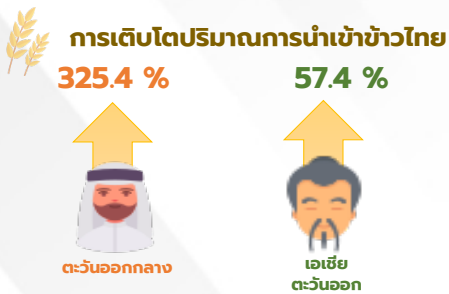


- การยกระดับมาตรการป้องกันโรคฝีดาษลิง อาจส่งผลกระทบต่อความล่าช้าของการขนส่งสินค้าสู่ประเทศจีน ด้วยด้านศุลกากรจีนเพิ่มขึ้นตอน และความเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้านำเข้ามากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการอาจต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อวางแผนขนส่งสินค้าสู่ประเทศจีนไม่ให้เกิดความล่าช้า (ที่มา: สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง)



# Highlight ประเด็นสำคัญ

## การส่งออกข้าวไทย สี่เดือนแรก เติบโตสูง 52.7%



**การส่งออกข้าวไทย ช่วง 4 เดือนแรกของปี 2565 มีปริมาณ 2.29 ล้านตัน เติบโตสูงถึง 52.7% (YoY)** จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นมูลค่า 39,445.78 ล้านบาท ปัจจัยสำคัญมาจากปริมาณส่งออกข้าวขาว 1.13 ล้านตัน เติบโตสูงเกินกว่า 1 เท่า (ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 55.3% ของปริมาณส่งออกข้าว)



**ประเทศที่มีปริมาณนำเข้าข้าวจากไทยสูงที่สุด ช่วง ม.ค. - เม.ย. 2565**

อิรัก	401,402 ตัน	▲ 535.7%
สหรัฐอเมริกา	290,213 ตัน	▲ 52.8%
จีน	244,289 ตัน	▲ 124.9%
แอฟริกาใต้	172,585 ตัน	▼ -3.9%
ญี่ปุ่น	105,385 ตัน	▲ 1.6%

ที่มา: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ <https://tradereport.moc.go.th/>

<sup>1</sup> ประเทศแถบเอเชียตะวันออก ได้แก่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน และฮ่องกง

<sup>2</sup> ประเทศแถบตะวันออกกลาง ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน อิสราเอล อิรัก อิหร่าน จอร์แดน คูเวต เลบานอน โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย ซีเรีย ตุรกี เยเมน และปาเลสไตน์

- ▶ ข้าวและสินค้าเกษตรของไทยมีศักยภาพส่งออกเพิ่มขึ้นในปี นี้ เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรของโลกในภาพรวมลดลง
  - ▶ ดัชนีราคาอาหารโลก (FAO Food Price Index: FFPI) เดือน พ.ค. 2565 เพิ่มขึ้นถึง 29.3% (YoY)
  - ▶ ดัชนีราคากลุ่มซีเรียล (เช่น ข้าวโพด ข้าว ข้าวบาร์เลย์ ข้าวฟ่าง) เพิ่มขึ้น 39.7% (YoY) เนื่องจากอินเดียซึ่งเป็นประเทศส่งออกข้าวอันดับ 1 ของโลก มีมาตรการจำกัดการส่งออก
  - ▶ ดัชนีราคากลุ่มน้ำตาล เพิ่มขึ้น 13.5% (YoY) เนื่องจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นส่งผลให้บราซิลซึ่งเป็นผู้ส่งออกน้ำตาลอันดับ 1 ของโลก นำอ้อยบางส่วนไปผลิตเอทานอลทดแทนน้ำมันที่ราคาสูงขึ้น
- ▶ ปัจจัยหนุนจากมาตรการควบคุมการส่งออกสินค้าเกษตรในหลายประเทศ การอ่อนค่าของเงินบาท และความกังวลต่อความมั่นคงด้านอาหาร ส่งผลให้หลายประเทศเร่งนำเข้าข้าว โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก และตะวันออกกลาง **ที่มีปริมาณการนำเข้าข้าวไทยเพิ่มขึ้น 57.4 % และ 325.4 % ตามลำดับ**

ที่มา: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

- ▶ ทั้งนี้ ยังมีความท้าทายจากราคาข้าวไทยที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง อย่างเวียดนาม และอินเดีย ราคาปุ๋ยที่พุ่งสูง รวมทั้งราคาพลังงานเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องส่งผลต่อต้นทุนค่าขนส่ง
- ▶ **ในระยะสั้น** รัฐควรส่งเสริมการลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต และ**ในระยะยาว** หลายฝ่ายอยู่ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง และการใช้พลังงานทางเลือก
- ▶ รวมทั้ง **การสร้างภาพลักษณ์ และการวางตำแหน่งทางการตลาดข้าวไทยคุณภาพสูง** เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มระบบตรวจสอบย้อนกลับเกษตรอินทรีย์ [www.tracethai.com](http://www.tracethai.com) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพข้าวอินทรีย์ และสินค้าเกษตรอื่น ๆ

- ▶ **ค่าระวางเรือปรับตัวลดลงในเดือนที่ผ่านมา** แม้จะยังทรงตัวในระดับสูงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 โดยอัตราค่าระวางเรือรายสัปดาห์ของ FBX เส้นทาง China/East Asia – North America (West Coast) ณ วันที่ 13 พฤษภาคม 2565 มีค่าเท่ากับ 12,512 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งต่ำที่สุดในปีนี้ ลดลงจากวันแรกของปี (%YTD) 8.2% ลดลงจากจุดสูงสุดปี 2564 ถึง **-39.2% ในขณะที่เส้นทางอื่น ๆ มีทิศทางปรับลดลงเช่นกัน**
- ▶ **การลดลงของค่าระวางเรือในช่วงนี้ เป็นผลจากความต้องการสินค้า (Demand) และการนำเข้า-ส่งออกสินค้าของจีนชะลอลง** เนื่องมาจากมาตรการควบคุมโควิดของจีน โดยในเดือนเมษายน 2565 มูลค่าการส่งออกของจีน เติบโตเพียง 3.9% ซึ่งเป็นการเติบโตต่ำที่สุดตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 ในขณะที่มูลค่าการนำเข้า ไม่มีการเติบโตขึ้นจากปีที่แล้ว (ที่มา: CNBC)

ปริมาณการค้าระหว่างประเทศของจีน ระหว่าง พ.ค. 64-เม.ย. 65 (หน่วย: ล้านตัน)



## ค่าระวางเรือ

ลดลงมากกว่า 30% จากจุดสูงสุดในปีที่ผ่านมา

**อัตราค่าระวางเรือ FBX รายเส้นทาง (ดอลลาร์สหรัฐ)**

เส้นทาง	อัตราค่าระวางเรือ ณ วันที่ 13 พ.ค. 65 (ดอลลาร์สหรัฐ)	%YTD	เทียบกับจุดสูงสุดในปี 2564
China/East Asia – North America (West Coast)	12,512	▼-8.2%	▼-39.2%
China/East Asia – North America (East Coast)	15,982	▼-4.3%	▼-27.9%
China/East Asia – North Europe	10,065	▼-26.0%	▼-28.1%

ที่มา: Freightos

ทั้งนี้ **แนวโน้มค่าระวางเรือในระยะต่อไปอาจมีทิศทางค่อนข้างคงที่ และยังไม่ปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง** เนื่องจากยังมีปัจจัยที่ส่งผลให้ค่าระวางเรือทรงตัวในระดับสูง เช่น ปัญหาตู้คอนเทนเนอร์ขาดแคลนที่ยังต้องเฝ้าระวัง และราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น นอกจากนี้หลายสายเรือได้มีการแล่นเรือเปล่า (Blank Sailing) เพิ่มขึ้นเพื่อให้สมดุลกับความต้องการสินค้า (Demand) ที่ลดลง ซึ่งจะช่วยให้ค่าระวางเรือปรับลดลงอย่างรวดเร็วได้



**ภาพรวม**

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน พฤษภาคม 2565

	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	%YoY เม.ย. 65
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	106.62	1.40	7.10	5.19	4.65
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	102.74	0.17	2.28	1.72	2.0
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	115.1	1.0	13.3	11.1	12.8
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	122.1	-0.1	6.5	7.4	8.8
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม : CCI	อยู่ที่ระดับ		พ.ค. 65 44.7		เม.ย. 65 45.7

เศรษฐกิจของไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยได้รับแรงหนุนจากภาคการส่งออกที่ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และภาคการท่องเที่ยวที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ แม้เงินเฟ้อในเดือนนี้จะยังคงขยายตัว แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างสหรัฐอเมริกา และประเทศในแถบยุโรป ซึ่งตัวเลขเงินเฟ้อเร่งตัวสูงขึ้นค่อนข้างมาก โดยมีสาเหตุจากอุปสงค์ที่ปรับเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ การตั้งตัวของอุปทาน และมาตรการคว่ำบาตรระหว่างประเทศ ทำให้อุปทานไม่สมดุลกับอุปสงค์มากขึ้น สำหรับประเทศไทย อัตราเงินเฟ้อโดยเฉลี่ยยังสูงไม่มากนักเมื่อเทียบกับประเทศดังกล่าว ขณะที่รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ได้ใช้ win-win model ในการกำกับดูแลราคาสินค้า เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งเกษตรกร ผู้ผลิตวัตถุดิบ และผู้ประกอบการ รวมถึงผู้บริโภค และหากจะปรับราคาขึ้นจะให้ปรับในอัตราที่น้อยที่สุด

### ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนพฤษภาคม 2565 อยู่ที่ร้อยละ 7.10 (YoY)

อาหาร เครื่องดื่ม	เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	ที่อยู่อาศัย	ยา ของใช้ส่วนบุคคล
YoY 6.18 ▲	YoY -0.06 ▼	YoY 6.65 ▲	YoY 1.09 ▲
MoM 1.04 ▲	MoM 0.06 ▲	MoM 0.77 ▲	MoM 0.26 ▲

พาน้ำมันเชื้อเพลิง	การศึกษา บันเทิง	บุหรี่ สุรา
YoY 13.14 ▲	YoY -0.65 ▼	YoY 2.21 ▲
MoM 3.23 ▲	MoM 0.24 ▲	MoM 0.00 ●

### ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนพฤษภาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 13.3 (YoY)

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)

ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง	ผลิตภัณฑ์จากเหมือง	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
YoY 7.5 ▲	YoY 76.7 ▲	YoY 11.8 ▲
MoM -0.9 ▼	MoM 3.9 ▲	MoM 1.1 ▲

แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)

สินค้าสำเร็จรูป	สินค้ากึ่งสำเร็จรูป	สินค้าวัตถุดิบ
YoY 5.9 ▲	YoY 22.1 ▲	YoY 32.8 ▲
MoM 0.3 ▲	MoM 1.6 ▲	MoM 3.1 ▲

### ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนพฤษภาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 6.5 (YoY)

ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	ซีเมนต์	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก
YoY 4.4 ▲	YoY 7.6 ▲	YoY 5.7 ▲	YoY 10.1 ▲
MoM 0.0 ●	MoM 0.6 ▲	MoM 0.3 ▲	MoM -0.9 ▼

กระเบื้อง	วัสดุฉนวน	สุขภัณฑ์	อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ
YoY 4.1 ▲	YoY 1.1 ▲	YoY 0.2 ▲	YoY 3.5 ▲	YoY 6.8 ▲
MoM 0.0 ●	MoM 0.0 ●	MoM 0.1 ▲	MoM 0.0 ●	MoM 0.1 ▲

### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนพฤษภาคม 2565 เท่ากับ 44.7

เกษตรกร	พนักงานเอกชน	ผู้ประกอบการ	รับจ้างอิสระ	พนักงานของรัฐ	นักศึกษา	ไม่ได้ทำงาน
เม.ย. 65 46.9	เม.ย. 65 43.9	เม.ย. 65 46.2	เม.ย. 65 43.4	เม.ย. 65 52.1	เม.ย. 65 43.0	เม.ย. 65 40.8
พ.ค. 65 45.7	พ.ค. 65 42.5	พ.ค. 65 45.6	พ.ค. 65 42.5	พ.ค. 65 50.7	พ.ค. 65 41.6	พ.ค. 65 41.9
+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▲



# การค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนเมษายน 2565



โดย สำนักงานนโยบายและ  
ยุทธศาสตร์การค้า

การส่งออก มีมูลค่า 23,521.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (782,146 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 9.9 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัยขยายตัวร้อยละ 6.9 ท่ามกลางปัจจัยกดดันจากการสู้รบในยูเครนและมาตรการคว่ำบาตรต่อรัสเซีย รวมถึงภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนจากมาตรการล็อกดาวน์ อย่างไรก็ดี ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของภาคการผลิตโลก และความต้องการสินค้าจำเป็นเพิ่มขึ้น จึงทำให้การส่งออกไทยยังขยายตัว **สินค้าส่งออกที่ขยายตัวดี** ได้แก่ 1) สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นตามราคาพลังงานโลก เช่น น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และยางยานพาหนะ 2) สินค้าเกษตรและอาหารที่เป็นสินค้าจำเป็นในภาวะสงคราม และตลาดต่างประเทศต้องการสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาลทราย น้ำมันปาล์ม น้ำมันถั่วเหลือง เป็นต้น 3) สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าคงทน ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการจ้างงาน และ 4) สินค้าทางการแพทย์ **ตลาดส่งออกที่ขยายตัว** อาทิ สหรัฐฯ เอเชีย (5) เอเชียใต้ เป็นต้น

การนำเข้า มีมูลค่า 25,429.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (856,253 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 21.5 สินค้านำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ น้ำมันดิบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ แหล่งนำเข้าที่ขยายตัว อาทิ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐฯ และมาเลเซีย

**ดุลการค้า** ขาดดุล 1,908.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (74,107 ล้านบาท)  
**ดัชนีราคาส่งออก** ปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 17 ที่ร้อยละ 5.1 (YoY)  
**ดัชนีราคานำเข้า** ปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 17 ที่ร้อยละ 14.3 (YoY)

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐ (Million USD)	เม.ย. 2565 Apr 2022	ม.ค. - เม.ย. 2565 Jan-Apr 2022
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	23,521.4 +9.9%	97,122.8 +13.7%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	25,429.8 +21.5%	99,975.1 +19.2%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-1,908.4	-2,852.4

## สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 65

สินค้า	มูลค่า			สัดส่วน			
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)	ประเทศ	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	1,852.5	-9.5	7.9	สหรัฐฯ	3,575.1	13.6	15.2
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,221.6	-25.1	5.2	จีน	3,019.9	-7.2	12.8
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,151.6	-5.2	4.9	ญี่ปุ่น	1,914.5	-0.3	8.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,103.0	69.5	4.7	สิงคโปร์	1,172.9	68.4	5.0
น้ำมันสำเร็จรูป	999.9	53.4	4.3	เวียดนาม	1,140.4	4.5	4.9

## สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน เม.ย. 65

สินค้า	มูลค่า			สัดส่วน			
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)	ประเทศ	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	3,740.4	122.7	14.7	จีน	5,598.6	3.4	22.0
เคมีภัณฑ์	1,767.8	4.4	7.0	ญี่ปุ่น	2,704.6	-7.3	10.6
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,666.8	9.7	6.6	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	1,598.3	130.0	6.3
แผงวงจรไฟฟ้า	1,606.7	29.5	6.3	สหรัฐฯ	1,546.3	45.7	6.1
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,576.5	-6.1	6.2	มาเลเซีย	1,287.8	19.3	5.1

## ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า เดือน เม.ย. 65

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY) เม.ย. 65	ดัชนี เม.ย. 65
	ก.พ. 65	มี.ค. 65	เม.ย. 65		
ส่งออก	0.9	1.1	0.4	5.1	108.0
นำเข้า	2.5	3.4	-0.5	14.3	112.4



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม  
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย  
ประจำเดือนเมษายน 2565  
ผ่าน QR Code นี้

# สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมันอัตรแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

## เดือนพฤษภาคม 2565

### ราคาสินค้ารายเดือน

แหล่งที่มา : CEIC

สินค้า	เดือน	Apr-65	May-65	%Δ(MOM)	May-64	May-65	%Δ(YOY)
<b>ข้าว : (Baht/100Kg)</b>							
ข้าวขาว 5% (Hw)		1,300.29	1,459.21	12.22	1,380.56	1,459.21	5.70
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,563.82	3,088.68	20.47	2,220.00	3,088.68	39.13
<b>ยางพารา : (Baht/Kg)</b>							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		77.73	75.02	-3.49	73.23	75.02	2.44
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		57.71	56.44	-2.20	53.61	56.44	5.28
<b>ทองคำ</b>							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,933.90	1,848.30	-4.43	1,853.22	1,848.30	-0.27
ไทย (THB/Baht)		30,904.76	30,093.18	-2.63	27,240.48	30,093.18	10.47
<b>น้ำมันดิบ : (USD/BBL)</b>							
WTI		101.78	109.60	7.68	65.18	109.60	68.15
<b>อัตราแลกเปลี่ยน</b>							
THB/USD		33.81	34.41	1.77	31.30	34.41	9.95

## ราคากองคำ

ราคาทองคำตลาดโลกและในประเทศปรับตัวลดลงเล็กน้อย เนื่องจากดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ บางรายการปรับตัวดีขึ้น ภายหลังจากปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบายในอัตราเร่งมากที่สุดในรอบ 20 ปี ส่งผลให้ค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่าขึ้น รวมทั้งจีนเริ่มผ่อนคลายนโยบายการล็อกดาวน์ กดดันราคาทองคำ ทั้งนี้ยังคงต้องติดตามทิศทางราคาพลังงาน แนวโน้มดอกเบี้ย และปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่จะกดดันเศรษฐกิจโลกให้ชะลอตัวในระยะต่อไป

## ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบ (WTI) เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เนื่องจากความกังวลต่อความตึงตัวอุปทานที่มากขึ้น จากการที่สหภาพยุโรปอยู่ระหว่างการกำหนดมาตรการคว่ำบาตรการนำเข้าน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์น้ำมันกลั่นจากรัสเซีย ประกอบกับความต้องการใช้น้ำมันในสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นในช่วงฤดูการเดินทางท่องเที่ยว และการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในจีนเริ่มคลี่คลาย ซึ่งจีนเริ่มใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งผลให้อุปสงค์การใช้น้ำมันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

## อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงต่อเนื่อง เช่นเดียวกับค่าเงินของประเทศในภูมิภาค เนื่องจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ทำให้นักลงทุนเข้าถือเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ ประกอบกับการดำเนินนโยบายทางการเงินแบบตึงตัวของสหรัฐฯ จึงทำให้ค่าเงินดอลลาร์แข็งค่าขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่ปัจจัยในประเทศไทย อาทิ การปรับลดคาดการณ์ GDP ปี 2565 และเงินเฟ้อที่สูงขึ้น อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้เงินบาทยังคงอ่อนค่า

## ข้าว

ราคาข้าวปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า เนื่องจากความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนทำให้หลายประเทศมีความต้องการข้าวเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการสำรองและเพิ่มความมั่นคงทางอาหาร ประกอบกับค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงทำให้ข้าวไทยสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

## ยางพารา

ในภาพรวมราคายางเดือนเมษายน 2565 ปรับตัวลดลง เนื่องจากได้รับปัจจัยกดดันจากการราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวลดลง ประกอบกับยังคงมีปัญหาด้านการขาดแคลนผู้คอนเทนเนอร์ขนส่งสินค้าและการขาดแคลนชิป Semiconductor





## ปากีสถาน

### งดนำเข้าสินค้า 38 รายการ สร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

▶ กระทรวงพาณิชย์ปากีสถานประกาศห้ามนำเข้าสินค้า 38 รายการ หลังได้รับผลกระทบจากหลายสาเหตุ อาทิ การขาดดุลบัญชีเดินสะพัดที่เพิ่มสูงขึ้น ทุนสำรองเงินตราต่างประเทศลดลง ค่าเงินรูปีปากีสถานเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ อ่อนตัวลงมาก ทั้งนี้ปากีสถานจะดำเนินมาตรการนี้ควบคู่ไปกับมาตรการทางการคลังอื่น ๆ รวมถึงการปรับอัตราภาษีนำเข้าในสินค้าบางรายการเพิ่มขึ้น

## สิงคโปร์

### รับผลกระทบ การหยุดส่งออกไก่ ของมาเลเซีย

▶ ภายหลังจากการประกาศหยุดส่งออกไก่สดทั้งตัวของมาเลเซีย ซึ่งจะเริ่มมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มิ.ย. 65 เพื่อแก้ไขปัญหาราคาไก่และการขาดแคลนในประเทศ ส่งผลกระทบต่อสิงคโปร์ซึ่งนิยมบริโภคเนื้อไก่ โดยมีการนำเข้าจากมาเลเซียมากถึงร้อยละ 34 จึงทำให้ผู้นำเข้าไก่ของสิงคโปร์กำลังพิจารณาแหล่งนำเข้าอื่น ๆ คาดการณ์ว่าการประกาศอย่างกระทันหันของมาเลเซียนี้ อาจส่งผลให้ราคาไก่สูงขึ้นกว่าร้อยละ 10-30

## อียิปต์

### ผ่อนปรนมาตรการ L/C

▶ อียิปต์กำลังทบทวนมาตรการการเปิด Letters of Credit (L/C) สำหรับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อให้มีขอบเขตที่กว้างขึ้น โดยเฉพาะสำหรับสินค้าที่เป็นวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิต หลังบังคับใช้ไปเมื่อวันที่ 22 ก.พ. 65 ที่ผ่านมา ทั้งนี้มาตรการดังกล่าวมีข้อยกเว้นสำหรับสาขา บริษัทต่างชาติ และบริษัทในเครือที่ตั้งอยู่ในอียิปต์ สินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้าน้อยกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐฯ รวมถึงสินค้าบางรายการ อาทิ ยา วัคซีน เคมีภัณฑ์

แหล่งที่มาข้อมูล: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



รับข้อมูล ข่าวสาร บทวิเคราะห์  
ง่ายๆ แคสแกน QR Code

