

## SPECIAL REPORT

- ▶ ค่าครองชีพลดได้  
ถ้าเข้าใจพฤติกรรมราคา
- ▶ เจาะลึกกลยุทธ์ส่งออกไทย :  
ศักยภาพที่ไม่ควรมองข้าม

## SPECIAL TALK

# “เงินฟืด” คืออะไร?



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

ในวันที่สถานการณ์ COVID-19 ของประเทศไทยเริ่มดีขึ้น จากจำนวนผู้ติดเชื้อสะสม ที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เรามั่นใจได้ว่ามาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ทั้งในด้านการรักษาสุขภาพที่ดี และการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) นั้นได้ผลจริง **อดทน ทำต่อ** เราชนะได้แน่นอน

จากแนวโน้มเศรษฐกิจที่ชะลอตัวจนอาจทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะเข้าสู่ภาวะเงินฝืด TPSO Journal ฉบับนี้ จึงขอเสนอบทความที่จะทำให้ท่านเข้าใจความหมายของ คำว่า **“เงินฝืด” นั้น คืออะไร** จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ พร้อมแนวทางการแก้ปัญหา นอกจากนี้ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจ ได้แก่ **“ค่าครองชีพพลัดได้ ถ้าเข้าใจ พฤติกรรมราคา”** ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดมาตรการหรือการวางแผน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของราคาที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคส่วนต่างๆ และเรื่องสุดท้าย **“เจาะลึกคลัสเตอร์ส่งออกไทย : ศักยภาพที่ไม่ควรมองข้าม”** เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและผลักดันการส่งออกสินค้าของไทยให้เติบโตต่อไป

ท้ายที่สุดนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งให้ท่านมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และร่วมกันแบ่งปันน้ำใจ ดูแลคนรอบข้างให้ก้าวผ่านสถานการณ์วิกฤตนี้ไปด้วยกันนะคะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

วารสาร สนค.

ปีที่ 10 ฉบับที่ 106 พฤษภาคม 2563

www.tpsoc.moc.go.th

## Contents

### 03 Special Talk

“เงินฝืด” คืออะไร?

### 04 Special Report

ค่าครองชีพพลัดได้ ถ้าเข้าใจพฤติกรรมราคา

### 06 Special Report

เจาะลึกคลัสเตอร์ส่งออกไทย : ศักยภาพที่ไม่ควรมองข้าม

### 08 Economic Indicators

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย เมษายน 2563

### 10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : มีนาคม 2563

### 11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : เมษายน 2563

### 12 Global news

การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) : โอกาสใหม่ในยุคโควิด-19

## GETTING AROUND WITH TPSO



ในช่วงเดือนเมษายน 2563 ที่ผ่านมา รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มอบหมายให้ สนค. จัดการประชุมหารือร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตและผู้ส่งออกอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปกลุ่มผักผลไม้ และกลุ่มเกษตรกร เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2563 ณ โรงงานเทพผดุงพร จังหวัดนครปฐม เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา กำหนดแนวทางที่จะนำรายได้เข้าประเทศและช่วยเหลือเกษตรกรผู้เป็นห่วงโซ่การผลิตต้นทาง และได้จัดการประชุมหารือผู้ผลิตสินค้าและเกษตรกรกลุ่มอาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป กลุ่มผู้เลี้ยงกุ้ง เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2563 ณ บริษัท ซีแวลู จำกัด (มหาชน) จังหวัดสมุทรสาคร พร้อมด้วยคณะผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตร กรมประมง กรมปศุสัตว์ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุม วัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหา การช่วยเหลือเกษตรกรผู้เป็นห่วงโซ่การผลิตต้นทาง กำหนดแนวทางที่จะนำรายได้เข้าสู่ประเทศ พร้อมผลักดันการส่งออกของไทยให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพ





# “เงินฝืด” คืออะไร?

นิยามของคำว่า “เงินฝืด (Deflation)” ได้มีหน่วยงานต่างๆ ได้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลาย เช่น กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) กล่าวว่าภาวะเงินฝืด คือ การลดลงอย่างต่อเนื่องของระดับราคาโดยรวม ซึ่งพิจารณาจากดัชนีราคาผู้บริโภค ในทางทฤษฎีแล้ว การลดลงของระดับราคาหนึ่งหรือสองไตรมาสถือว่าเป็นภาวะเงินฝืดแล้ว แต่ยังไม่น่ากังวลเนื่องจากเป็นภาวะเงินฝืดที่ไม่รุนแรง ธนาคารกลางยุโรป (European Central Bank : ECB) กล่าวไว้ในสองมุมมอง ได้แก่ มุมมองแบบแคบ เงินฝืด คือ ภาวะที่อัตราเงินเฟ้อมีค่าต่ำกว่าศูนย์เป็นระยะเวลาหนึ่งไตรมาส และ มุมมองแบบกว้าง ควรมีการพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้เงินเฟ้อต่ำกว่าศูนย์ซึ่งควรครอบคลุมบริบทต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค นอกจากนี้ นักเศรษฐศาสตร์จำนวนมากได้แสดงความคิดเห็นต่อนิยาม เช่น Ben S Bernanke อดีตผู้ว่าการธนาคารกลางสหรัฐฯ กล่าวว่าภาวะเงินฝืดหมายถึงการลดลงของราคาสินค้าและบริการโดย “ทั่วไป” เป็นวงกว้าง โดยอาจพิจารณาจากดัชนีราคาผู้บริโภคที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และ Glenn Stevens อดีตผู้ว่าการธนาคารออสเตรเลีย กล่าวว่าภาวะเงินฝืดเป็นภาวะที่ราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่ลดลงอย่างต่อเนื่อง มักเกิดพร้อมๆ กับการลดลงของราคาอสังหาริมทรัพย์ ค่าแรงและค่าจ้าง อย่างไรก็ตาม การลดลงของราคาสินค้าและบริการบางอย่าง (ส่วนน้อย) จะไม่ถือว่าเป็นภาวะเงินฝืด

เมื่อพิจารณาคำจำกัดความหรือนิยามตามข้างต้นแล้ว จะเห็นว่าสาระสำคัญของภาวะเงินฝืดประกอบด้วย อัตราเงินเฟ้อต้องติดลบ (ต่ำกว่า 0) อัตราเงินเฟ้อต้องหดตัวต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหนึ่ง และราคาสินค้าและบริการที่ลดลงต้องเป็นการลดลงของรายการส่วนใหญ่ มิใช่เฉพาะบางรายการ ประเด็นน่าสนใจคือ ความต่อเนื่องของระยะเวลาที่ลดลงของเงินเฟ้อนั้นควรเป็นระยะเวลาเท่าใด ซึ่งในประเด็นนี้ มีเพียงธนาคารกลางยุโรปเท่านั้นที่ระบุระยะเวลาไว้ชัดเจนที่ 1 ไตรมาส ดังนั้น อาจสรุปนิยามของภาวะเงินฝืดว่าคือ ภาวะที่ราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่ลดลง ทำให้ราคาสินค้าและบริการโดยรวมลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ไตรมาส

## “เงินฝืด” เกิดจากอะไร?

ภาวะเงินฝืดในระบบเศรษฐกิจเกิดจากหลายปัจจัย นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่จำแนกสาเหตุสำคัญออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

- **ด้านอุปทาน** เกิดจากการเพิ่มขึ้นของอุปทานมวลรวมหรือความต้องการขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น จากการที่ผลผลิตเพิ่มขึ้นจนเกินความต้องการ หรือผลิตภาพการผลิต (Productivity) ทั้งที่เกิดจากการลดลงของปัจจัยการผลิตโดยตรง หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการผลิตที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ
- **ด้านอุปสงค์** เกิดจากการลดลงของอุปสงค์มวลรวมหรือความต้องการซื้อสินค้าและบริการลดลง ซึ่งอาจเกิดจากการลดลงของกำลังซื้อ (จากภาระหนี้ครัวเรือนเพิ่มขึ้น รายได้สุทธิครัวเรือนลดลง การว่างงาน การเข้มงวดของสินเชื่อ และสภาพคล่อง เป็นต้น) หรือความต้องการซื้อที่แท้จริงลดลง (จากการคาดการณ์ว่าราคาสินค้าและบริการในอนาคตจะลดลง ความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจที่ลดลง ทำให้มีการชะลอหรือลดการบริโภค)

## “เงินฝืด” ส่งผลอะไรบ้าง?

การลดลงของระดับราคาอาจดูเหมือนเป็นสิ่งที่ดีสำหรับผู้บริโภคเนื่องจากมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้องพิจารณาถึงสาเหตุของการลดลงของราคาสินค้าและบริการว่ามาจากอุปทานหรืออุปสงค์ ดังนี้

**เงินฝืดด้านอุปทาน** โดยความต้องการและกำลังซื้อยังปกติ ขณะที่ราคาสินค้าและบริการลดลงจากต้นทุนที่ลดลงหรือปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น จนกระทั่งราคาและความต้องการเข้าสู่จุดสมดุลใหม่ โดยโครงสร้างของการผลิต (ทั้งรูปแบบ

และต้นทุน) ไม่เปลี่ยนแปลงอย่างถาวร จะทำให้ภาวะเงินฝืดในกรณีนี้ผันผวนตามภาวะการผลิตและต้นทุน ส่วนมากจะพบในกรณีที่ผลผลิตการเกษตรหรือราคาพลังงานลดลงรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงข้าม หากโครงสร้างการผลิตมีการเปลี่ยนแปลงถาวรจะทำให้เงินฝืดในกรณีนี้กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ซึ่งในทางเทคนิคต้องมีการปรับโครงสร้างและพื้นฐานของดัชนีราคาผู้บริโภคเพื่อให้สะท้อนความเป็นจริง โดยสรุปแล้ว เงินฝืดที่เกิดจากอุปทานอาจส่งผลดีและผลเสียในเวลาเดียวกัน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและมักส่งผลกระทบต่อรายสาขามากกว่าส่งผลกระทบต่อทั่วไป

**เงินฝืดด้านอุปสงค์** จากการลดลงของอุปสงค์หรือความต้องการการบริโภค มักส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างมากและเป็นวงกว้าง ส่วนใหญ่เกิดจากการลดลงของรายได้ กำลังซื้อ การลงทุน การจ้างงาน และปัจจัยลบอื่นๆ ซึ่งหากเกิดขึ้นต่อเนื่องจะส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย ทำให้เงินฝืดรุนแรงยิ่งขึ้นและนำไปสู่วงจรของภาวะเงินฝืดที่หลุดพ้นได้ยาก ก่อให้เกิดปฏิกิริยาลูกโซ่ที่นำไปสู่การลดลงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งจะสะท้อนต่ออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Growth Rate) และเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจอื่นๆ

## แล้วจะแก้ไข “เงินฝืด” อย่างไร?

**กรณีเงินฝืดด้านอุปทาน** โดยทั่วไปผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์เนื่องจากราคาสินค้าและบริการลดลงทำให้กำลังซื้อเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อาจต้องมีมาตรการช่วยเหลือผู้ผลิตในสาขาที่ได้รับผลกระทบ (อาทิ กลุ่มเกษตรกร) ให้มีรายได้เป็นปกติ โดยอาจใช้มาตรการชั่วคราวผ่านนโยบายการคลังเพื่อชดเชยรายได้หรือใช้นโยบายการเงินเพื่อลดภาระสินเชื่อ นอกจากนี้ อาจใช้มาตรการสนับสนุนให้ความต้องการใช้เพิ่มขึ้นหรือลดกำลังการผลิตในสินค้าที่มีปัญหา ซึ่งต้องพิจารณาอย่างเหมาะสมและระมัดระวังเพื่อมิให้เกิดปัญหาใหม่

**กรณีเงินฝืดด้านอุปสงค์** แก้ไขได้ด้วยการเพิ่มอุปสงค์ ซึ่งมีหลากหลายวิธี และต้องดำเนินการให้สอดคล้องกัน ทั้งมาตรการทางการเงินและการคลัง ดังนี้

- **การเพิ่มสภาพคล่อง** รัฐสามารถเพิ่มปริมาณเงินในระบบผ่านมาตรการทางการเงิน (อาทิ ลดดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน และผ่อนคลายระเบียบการปล่อยสินเชื่อหรือการเคลื่อนย้ายเงินทุน) หรือผ่านมาตรการทางการคลัง (อาทิ ลดภาษี ผ่อนปรนระเบียบ ให้เงินอุดหนุน และการซื้อคืนพันธบัตร) เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินและเพิ่มกำลังซื้อในระบบเศรษฐกิจ
- **การเพิ่มอุปสงค์** รัฐสามารถเพิ่มอุปสงค์ในตลาดโดยตรงด้วยการเพิ่มการลงทุนภาครัฐหรือสนับสนุนการลงทุนภาคเอกชน ผ่านมาตรการทั้งทางการเงินและการคลัง รวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการจ้างงาน รายได้ และความต้องการสินค้าและบริการต่างๆ เพิ่มขึ้น
- **การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ** รัฐสามารถปรับปรุงระเบียบและกฎหมายต่างๆ ที่สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ การจ้างงาน การลงทุน และการส่งออก รวมทั้งการสร้างโอกาสทางการค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยให้อาชีพธุรกิจมีรายได้และเกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจให้มากขึ้น 📈



## ค่าครองชีพพลได้ ถ้าเข้าใจพฤติกรรมราคา

โดยปกติ ราคาสินค้าและบริการแต่ละประเภทก็มีพฤติกรรมและรูปแบบการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นลักษณะเฉพาะของสินค้าและบริการเอง และลักษณะที่มาจากผลของปัจจัยภายนอก อาทิ ต้นทุน ปริมาณผลผลิต ความต้องการของตลาด รูปแบบการตลาด นโยบายของภาครัฐ การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ สถานการณ์เศรษฐกิจ และพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น ดังนั้น การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการดังกล่าว จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและเป็นโยชน์ต่อการกำหนดมาตรการหรือวางแผน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงของราคาที่จะส่งผลกระทบต่อทางตรงและทางอ้อมต่อผู้บริโภค ธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวม

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า ได้ทำการศึกษาลักษณะการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการในตะกร้าเงินเฟ้อ (Inflation Basket) จำนวน 422 รายการ ครอบคลุมข้อมูลรายเดือนช่วงตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2562 รวมจำนวนข้อมูลกว่า 2 ล้านข้อมูล โดยมีผลการศึกษาที่น่าสนใจ ดังนี้

### 1. ความผันผวนของการเปลี่ยนแปลงราคาหมวดสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (Coefficient of Variation : C.V.) และการเปลี่ยนแปลงของราคาสัมพัทธ์ (Relative Prices) ของราคาสินค้ารายหมวด พบว่า สินค้าและบริการในแต่ละหมวดมีการเปลี่ยนแปลงของราคาแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งช่วงของการเปลี่ยนแปลงได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

**กลุ่มที่ 1 ผันผวนค่อนข้างมาก** เป็นกลุ่มที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนสูง ได้แก่ กลุ่มผักสด ผลไม้สด ข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนสูงเกิน 1.00

**กลุ่มที่ 2 ผันผวนปานกลาง** เป็นกลุ่มที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนปานกลาง (ระหว่าง 0.02 - 1.00) ได้แก่ กลุ่มเนื้อสัตว์ ไช้และผลิตภัณฑ์นม อาหารบริโภคในบ้าน-นอกร้าน สินค้าในหมวดเคหสถาน และการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล

**กลุ่มที่ 3 ค่อนข้างนิ่ง** เป็นกลุ่มที่มีค่าความแปรปรวนต่ำ (ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 0.01) และมีช่วงเวลาก่อนการเปลี่ยนแปลงราคาค่อนข้างนาน ได้แก่ สินค้าในหมวดการบันเทิง การอ่าน การศาสนา และการศึกษา และหมวดยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 2. อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการพบว่า แม้ราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่จะเปลี่ยนแปลงไม่บ่อย แต่เมื่อมีการปรับราคาในแต่ละครั้งจะมีอัตราการเปลี่ยนแปลงราคาแตกต่างกันและค่อนข้างสูง เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 11.7 (กรณีปรับขึ้น) และร้อยละ 10.7 (กรณีปรับลง) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า อัตราการเพิ่มขึ้นของราคาจะสูงกว่าอัตราการลดลงของราคา นอกจากนี้ อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาในแต่ละหมวดมีความแตกต่างกัน โดยหมวดที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูง ได้แก่ หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ หมวดเครื่องดื่มและรองเท้านี้ และหมวดเคหสถาน ในขณะที่หมวดอื่นๆ เปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อย

### 3. สินค้าและบริการบางชนิดมีพฤติกรรมการปรับราคาขึ้นต่อเนื่อง

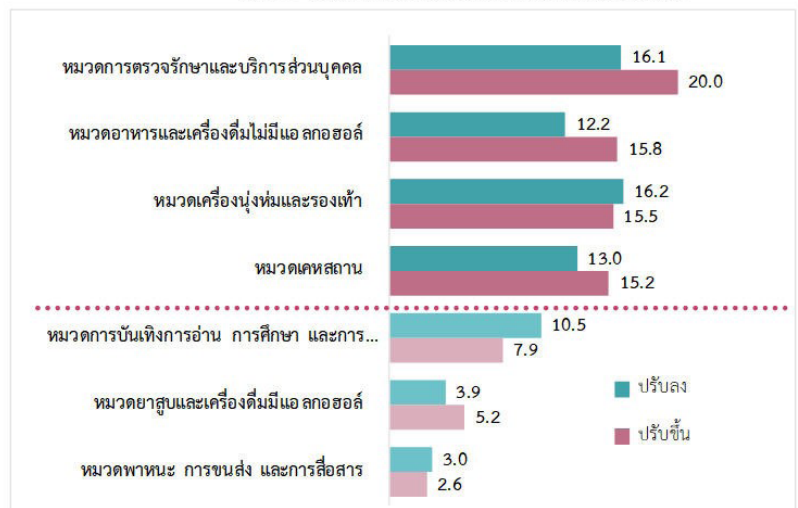
พฤติกรรมการตั้งราคาของสินค้าและบริการในกลุ่มนี้จะมีลักษณะขึ้นขาเดียว (ราคาไม่เคยลดลงเลย) สินค้าสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่

- อาหารบริโภคในบ้าน - นอกร้าน เช่น กับข้าวสำเร็จรูป ข้าวผัด ก๋วยเตี๋ยว ข้าวราดแกง
- ค่าโดยสารต่างๆ เช่น รถเมล์ รถตู้ รถประจำทาง วิ่งระหว่างจังหวัด

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวนจำแนกรายหมวดสินค้าและบริการ

หมวด	Coefficient of Variation	
	ช่วง	ค่าเฉลี่ย
<b>อาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์</b>		
ข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง	0.00 – 0.27	0.13
เนื้อสัตว์ เป็ดไก่ และสัตว์น้ำ	0.00 – 0.98	0.10
ไข่และผลิตภัณฑ์นม	0.06 – 0.24	0.09
ผักสด	0.04 – 14.73	3.64
ผลไม้สด	0.29 – 5.82	1.53
เครื่องประกอบอาหาร	0.01 – 1.23	0.32
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	0.02 – 0.42	0.13
อาหารบริโภคในบ้าน	0.00 – 2.47	0.14
อาหารบริโภคนอกบ้าน	0.01 – 0.90	0.15
<b>เครื่องดื่มและรองเท้า</b>	<b>0.00 – 0.12</b>	<b>0.03</b>
<b>เคหสถาน</b>	<b>0.00 – 1.64</b>	<b>0.20</b>
การตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล	0.00 – 2.11	0.11
พาหนะ การขนส่ง และการสื่อสาร	0.00 – 1.76	0.04
การบันเทิง การอ่าน การศาสนา และการศึกษา	0.00 – 0.05	0.01
ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.00 – 0.02	0.01

ภาพที่ 1 อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าจำแนกรายหมวด

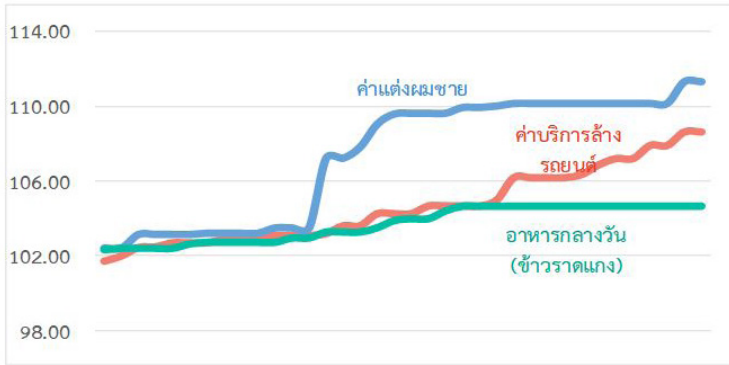




- ค่าอุปกรณ์การเรียน เช่น สมุด ปากกา
  - ค่าบริการทางการแพทย์ เช่น ค่าตรวจสุขภาพ ค่าเอกซเรย์ ค่าอนฟัน ค่าชุดหินปูน
  - ค่าบริการอื่นๆ เช่น ค่าเสริมความงาม (ตัดผม ทำเล็บ) ค่าล้างรถ ค่าแรงต่างๆ เป็นต้น
- เป็นที่น่าสังเกตว่า สินค้าในกลุ่มนี้จะส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชาชนมักจะรู้สึกว่าราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา (ค่าครองชีพสูงขึ้นตลอดเวลา)



ภาพที่ 2 ดัชนีราคาสินค้าที่มีการปรับราคาขึ้นต่อเนื่อง



#### 4. สินค้าและบริการบางชนิดมีระยะเวลาก่อนการปรับราคาค่อนข้างนาน

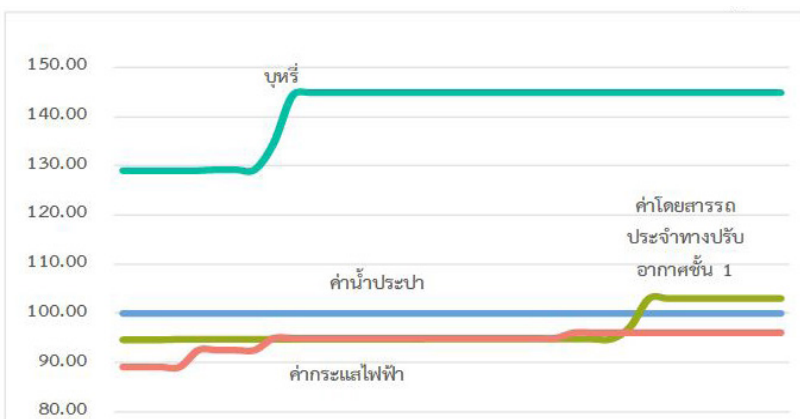
(ในระยะเวลาที่ศึกษาไม่มีการเปลี่ยนแปลง)

สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ค่าบัตรชมภาพยนตร์ งานรับสัญญาณดาวเทียม หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร และค่าถ่ายเอกสาร เป็นต้น สาเหตุสำคัญที่สินค้าและบริการในกลุ่มนี้มีราคาทรงตัวก่อนปรับค่อนข้างนาน เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น มีการใช้สินค้าทดแทนการบริโภคแบบเดิม (Substitution Effect) ทำให้สินค้าในกลุ่มนี้ไม่สามารถปรับราคาขึ้นได้

#### 5. สินค้าบางชนิดปรับราคาตามนโยบายของภาครัฐ

สินค้าและบริการในกลุ่มนี้เป็นสินค้าที่อยู่ในความควบคุมของรัฐบาล หรือมีกลไกของภาครัฐที่ส่งผลต่อราคา อาทิ ค่ากระแสไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโดยสารรถสาธารณะ ก๊าซหุงต้ม และน้ำมันเชื้อเพลิง ในขณะที่สินค้าบางประเภท มีสัดส่วนของภาษีในองค์ประกอบของราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (สุรา เบียร์) บุหรี่ น้ำมันถลมน้ำหวาน ชา/กาแฟสำเร็จรูป อย่างไรก็ตาม สินค้าเหล่านี้บางรายการสามารถปรับขึ้นลงได้ค่อนข้างมากตามกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เช่นกัน

ภาพที่ 3 ดัชนีราคาสินค้าที่ปรับราคาตามนโยบายของภาครัฐ



จากผลการศึกษาดังกล่าว ชี้ว่าพฤติกรรมและรูปแบบการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการต่างๆ สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงมาตรการและนโยบายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 1. แนวทางลดค่าครองชีพของประชาชนโดยแบ่งสินค้าและบริการเป็น 3 กลุ่ม

1) **สินค้าและบริการกลุ่มที่ปรับราคาตามนโยบายของภาครัฐ** หากต้องการลดค่าครองชีพให้กับประชาชน สินค้าในกลุ่มนี้สามารถดำเนินการได้ทันที ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมาภาครัฐได้ดำเนินการไปแล้วบางส่วน เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา แต่เป็นการดำเนินการเฉพาะผู้บริโภคบางกลุ่มเท่านั้น

2) **สินค้าและบริการกลุ่มที่ราคาสูงขึ้นตลอด** โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มอาหารบริโภคในบ้าน-นอกบ้าน อาจดำเนินนโยบายโดยการสนับสนุนต้นทุนการผลิตให้กับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้สามารถปรับลดราคาจำหน่ายต่อหน่วยลงได้ ซึ่งสินค้าในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการบริโภคสูง (ใช้บ่อย/ใช้ประจำ)

3) **สินค้ากลุ่มอาหารสดมีความผันผวนสูง** ซึ่งโดยปกติราคามีทั้งปรับตัวสูงขึ้นและลดต่ำลง ในภาวะที่ราคาสูงขึ้นแม้จะเป็นประโยชน์กับเกษตรกรแต่เป็นภาระสำหรับผู้บริโภคในทางกลับกัน เมื่อราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ แม้จะเป็นผลดีกับผู้บริโภคแต่เกษตรกรย่อมได้รับผลกระทบ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความสมดุลแล้ว นอกเหนือจากการประกันรายได้เกษตรกรที่ภาครัฐได้ดำเนินการไปแล้ว อาจมีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตและการหาแหล่งทุน เพื่อลดต้นทุนให้กับเกษตรกร

2. **การคาดการณ์และเตือนภัยด้านราคา** พฤติกรรมความเคลื่อนไหวของราคา รวมทั้งระดับการเปลี่ยนแปลงของราคาสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการติดตามความเคลื่อนไหวและผลกระทบ เมื่อมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการแต่ละชนิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 🇹🇭



## เจาะลึกคลัสเตอร์ส่งออกไทย : ศักยภาพที่ไม่ควรมองข้าม

งานศึกษาศักยภาพกลุ่มสินค้าเพื่อการส่งออกของประเทศไทย เน้นการศึกษาในระดับภาพรวมของแต่ละอุตสาหกรรม โดยใช้ตัวแปรเชิงโครงสร้าง (Structural Factors) ในการระบุความสำคัญและศักยภาพในระยะยาว เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐอย่างยั่งยืน

### กลุ่มที่ 1 : กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพดีมาก (จำนวน 7 กลุ่มสินค้า)

Cluster 1								
ลำดับ	กิจกรรม	มูลค่าการส่งออก (1,000 USD)	ส่วนแบ่งตลาดโลก (%)	อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (%)	มูลค่าเพิ่ม (%)	การใช้วัตถุดิบในประเทศ (%)	แรงงาน (คน)	RCA
1	ยางและผลิตภัณฑ์ยาง	15,492,394	8.1	3.4	64.5	78.2	114,498	6.2
2	เครื่องจักรและส่วนประกอบ	42,920,927	1.9	2.8	34.5	40.9	863,278	1.5
3	ผลไม้สด	2,741,304	2.2	21.3	172	78.9	873,274	1.7
4	น้ำตาลและผลิตภัณฑ์น้ำตาล	2,866,386	6.9	-0.6	79.7	92.1	422,365	5.3
5	ข้าว และผลิตภัณฑ์จากข้าว	7,268,799	5.5	0.8	62.2	90.9	5,501,903	4.2
6	ยานยนต์และยานพาหนะอื่นๆ	30,446,948	2.0	4.0	48.4	48.4	355,288	1.5
7	เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์	34,988,720	1.3	3.5	20.7	55.2	582,242	1.0

กลุ่มสินค้าจะถูกพิจารณาจากตัวแปรทั้ง 7 ตัว โดยวิธี Ranking Method with Interval และจัดทำ Composite Index เพื่อจัดลำดับความสำคัญและศักยภาพของสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออก 99 อันดับ ให้เหลือ 33 กลุ่มสินค้า (HS 2 digit) และใช้วิธีการ Cluster Method แบ่งกลุ่มสินค้าออกเป็น 3 คลัสเตอร์ตามศักยภาพและความสำคัญ

เพื่อวิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอให้เหมาะสมกับกลุ่มสินค้าในแต่ละคลัสเตอร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา และรายละเอียดอุตสาหกรรมที่สำคัญ ดังนี้



**สินค้าในกลุ่มนี้ถือว่ามีความสำคัญมาก** ทั้งในเชิงมูลค่า การแข่งขัน ผลกระทบ และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในประเทศ และหลายสินค้าเป็นฐานการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมในอนาคตที่มีฐานการลงทุนจากต่างประเทศ ขณะที่บางสินค้าเป็นฐานทรัพยากรที่เป็นศักยภาพพื้นฐานและสร้างความได้เปรียบให้ไทย อาทิ

**สินค้าเกษตร** ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะน้อยกว่าสินค้าอุตสาหกรรมแต่สินค้าเกษตรของไทยมีความโดดเด่น สามารถแข่งขันส่วนแบ่งในตลาดโลกได้ดี สร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่มูลค่าได้สูง และสินค้าเกษตรมีการใช้วัตถุดิบในประเทศ โดยเฉพาะยางพารา ผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) น้ำตาล และข้าว รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการส่งออกมากขึ้น ด้วยการเปิดตลาดในประเทศคู่ค้าใหม่ๆ สนับสนุนให้ผู้ส่งออกใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสากล สำหรับสินค้าเกษตรของไทยมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางการขาย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาพันธุ์พืชต่างๆ ให้มีคุณภาพ และพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยลดต้นทุนการผลิต

**สินค้ายานยนต์และยานพาหนะอื่นๆ** มีมูลค่าการส่งออก และอัตราการขยายตัวในอุตสาหกรรมเฉลี่ยค่อนข้างสูง ถึงแม้ว่าจะมีแนวโน้มถดถอยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา แต่ยังคงถือว่าเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของไทยที่ชะงักไม่ได้ โดยควรกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทยให้คำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและงานวิจัย อาทิ การพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า และการพัฒนายานยนต์ให้สอดคล้องกับการพัฒนาพลังงานทดแทน

### กลุ่มที่ 2 : กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพโดยรวมระดับตีปานกลาง (จำนวน 6 กลุ่มสินค้า)

Cluster 2								
ลำดับ	กิจกรรม	มูลค่าการส่งออก (1,000 USD)	ส่วนแบ่งตลาดโลก (%)	อัตราการขยายตัว (%)	มูลค่าเพิ่ม (%)	การใช้วัตถุดิบในประเทศ (%)	แรงงาน (คน)	RCA
8	เนื้อสัตว์และส่วนประกอบ	1,041,253	0.8	11.5	94.7	96.3	840,062	0.6
9	อาหารแปรรูป และอาหารกระป๋อง	10,121,033	5.2	0.9	32.5	87.7	278,133	1.4
10	ทองแดงและผลิตภัณฑ์ทำด้วยทองแดง	2,125,663	1.3	13.8	190.0	94.7	28,690	1.0
11	ฝักรวมทั้งรากและหัวบางชนิด	1,226,874	1.6	-8.5	153.0	83.7	973,054	1.3
12	เครื่องดื่มและสุรา	1,837,061	1.5	7.8	123.0	81.0	358,399	1.1
13	พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก	14,522,604	2.2	2.5	55.1	55.4	104,417	1.7

สินค้ากลุ่มนี้มีจุดเด่นในการใช้วัตถุดิบในประเทศ

ยกเว้นสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก ที่ต้องนำเข้าน้ำมันดิบมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต นอกจากนี้ สินค้าในกลุ่มที่ 2 มีการสร้างมูลค่าเพิ่มค่อนข้างสูง เช่น ทองแดงและผลิตภัณฑ์ทำด้วยทองแดง ฝักรวมทั้งรากและหัวบางชนิด

รวมทั้งเครื่องดื่มและสุรา สำหรับจำนวนแรงงานในกลุ่มที่ 2 มีการใช้แรงงานค่อนข้างมาก เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้เป็นสินค้าเกษตรและแปรรูป โดยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ

**เนื้อสัตว์และส่วนประกอบ** การส่งออกสินค้าประเภทนี้จะผลิตต่อประเทศจากการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และสร้างงานให้กับแรงงานไทยค่อนข้างมาก แต่ไทยไม่มีความได้เปรียบในการส่งออกสินค้าประเภทนี้ เนื่องจากสินค้าสำคัญของขงชนิดของไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ขาดการควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐานการส่งออก

**สินค้าฝักรวมทั้งรากและหัวบางชนิด** แม้จะมีมูลค่าเพิ่มสูง แต่อัตราการขยายตัวติดลบ ส่วนหนึ่งเกิดจากมูลค่าส่งออกมันสำปะหลังลดลงตามภาวะการผลิตและความต้องการซื้อ

**พลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก** แม้ว่ามีมูลค่าการขยายจะผันผวนไปตามราคาน้ำมันดิบ แต่ก็ถือว่าเป็นกลุ่มสินค้าที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยค่อนข้างสูง เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในปัจจุบัน ประเทศไทยจึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น Bioplastics พลาสติกชีวภาพที่ผลิตได้จากพืช เป็นต้น



### กลุ่มที่ 3 : กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพโดยรวมระดับดี (จำนวน 20 กลุ่มสินค้า)

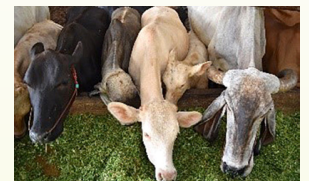
Cluster 3								
ลำดับ	กิจกรรม	มูลค่าการส่งออก (1,000 USD)	ส่วนแบ่งตลาดโลก (%)	อัตราการขยายตัว (%)	มูลค่าเพิ่ม (%)	การใช้วัตถุดิบในประเทศ (%)	แรงงาน (คน)	RCA
14	ไม้และวัสดุทำด้วยไม้	2,599,841	1.8	3.7	75.1	90.2	51,131	1.4
15	อากาศยานและส่วนประกอบ	928,263	0.5	8.6	27.9	90.7	49,294	0.2
16	อาหารสัตว์	1,808,657	2.3	4.5	15.5	61.0	332,266	1.8
17	ปลาและสัตว์น้ำ	1,959,992	1.6	-1.2	96.1	91.2	124,932	1.2
18	เครื่องประดับและอัญมณี	11,932,573	1.8	5.5	27.1	50.6	20,550	1.4
19	เกลือ กำมะถัน ดิน หิน ปูน	970,767	2.1	-1.5	68.4	86.0	41,657	1.6
20	เคมีภัณฑ์อินทรีย์	6,124,864	1.4	3.8	55.1	55.4	24,013	1.1
21	แก้วและเครื่องแก้ว	724,302	0.9	3.2	51.1	73.4	140,074	0.7
22	เส้นใยและสิ่งทอ	2,232,265	2.5	1.1	39.1	68.4	5,267	1.7
23	เครื่องแต่งกาย	2,482,770	0.5	-3.6	40.1	85.0	153,958	0.4
24	นาฬิกาและส่วนประกอบ	657,018	1.3	1.7	78.4	68.6	45,877	1.0
25	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	6,264,937	0.9	4.1	31.8	56.4	117,519	0.6
26	เครื่องหอมและเครื่องสำอาง	2,089,146	1.4	2.9	49.4	62.3	53,287	1.1
27	หนังดิบและหนังฟอก	675,629	2.8	3.4	32.6	45.6	26,043	2.2
28	กระดาษและกระดาษแข็ง	1,632,005	0.9	5.2	40.3	51.0	243,443	0.7
29	เฟอร์นิเจอร์	1,294,499	0.5	-0.8	43.3	70.7	78,343	0.4
30	สบูและสารซักล้าง	824,122	1.3	2.1	36.8	49.6	20,655	1.0
31	จักษุภัณฑ์	5,510,981	0.9	4.3	30.0	48.0	2,942	0.7
32	เชื้อเพลิงจากธรรมชาติ	10,568,612	0.4	1.2	25.6	33.4	169,428	0.3
33	รองเท้า	618,638	0.4	-5.0	48.8	73.5	5,495	0.3

สินค้ากลุ่มนี้มีจุดเด่นที่การใช้วัตถุดิบในประเทศ ยกเว้นเชื้อเพลิงจากธรรมชาติ หนังดิบ และหนังฟอก จักษุภัณฑ์ สบูและสารซักล้าง รัฐบาลไทยจึงต้องสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเร่งพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยีการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า รวมทั้งหาแหล่งวัตถุดิบทดแทนจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันลดลงอย่างชัดเจน ได้แก่ รองเท้า เครื่องแต่งกาย กลุ่มสินค้าเกลือ กำมะถัน ดิน หิน ปูน กลุ่มสินค้าปลาและสัตว์น้ำ และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งอาจเกิดจากความต้องการสินค้าเหล่านี้จากแหล่งผลิตในประเทศไทยลดลง มีการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต หรือมีการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่

**สินค้าอาหารสัตว์** มีอัตราเติบโตร้อยละ 4.5 ซึ่งจุดแข็งของสินค้าอาหารสัตว์ของไทย ได้แก่ การใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และมาตรฐานคุณภาพอาหารของไทยที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ รวมทั้งความได้เปรียบทางคมนาคม ทำให้ไทยสามารถส่งออกสินค้าชนิดนี้ได้ดี

**เครื่องประดับและอัญมณี** ของไทยมีจุดเด่นด้านฝีมือประณีตในการออกแบบและช่างฝีมือไทยมีทักษะ ในการขึ้นรูป การเผา การทำสี อัญมณี และไทยเป็นตลาดการค้าพลอยที่ใหญ่ที่สุดในโลก อีกทั้งผู้ส่งออกของไทยมีความเข้าใจตลาดเป็นอย่างดี จึงทำให้มีมูลค่าการส่งออกค่อนข้างสูงถึงกว่า 11.9 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ

**อากาศยานและส่วนประกอบ** ของไทยมีการขยายตัวค่อนข้างสูงถึง ร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับสินค้าอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากนักลงทุนจากต่างประเทศมีการลงทุนตั้งโรงงานผลิตภายในประเทศโดยเฉพาะเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)



### แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มสินค้า

สินค้าแต่ละกลุ่มมีจุดเด่น ศักยภาพ และประเด็นการพัฒนาที่แตกต่างกัน โดยสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

1) **การเร่งสร้างมูลค่าเพิ่ม** โดยการเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิต การสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และการพัฒนาสินค้าใหม่ (Product Creation) ด้วยการเพิ่มคุณลักษณะสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ให้มีความเฉพาะแตกต่างไปจากเดิม

2) **การเร่งขยายตลาด** โดยการเพิ่มความต้องการของตลาดเดิมไปพร้อมกับการขยายตลาดใหม่ ซึ่งอาจมีการพัฒนารูปแบบการค้าใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยใช้รูปแบบ เครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น E-Commerce และการสร้างความหลากหลายของสินค้าเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด

3) **การเตรียมความพร้อมด้านแรงงาน** การพัฒนาทักษะแรงงานที่เหมาะสม การจัดหาแรงงานและการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่มีแนวโน้มการใช้ระบบอัตโนมัติมาทดแทนแรงงานมากขึ้น ดังนั้น แรงงานไทยจะต้องตื่นตัวในการพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ๆ

4) **การเร่งพัฒนาแหล่งวัตถุดิบ** ทั้งการจัดการในประเทศและการหาวัตถุดิบทดแทนในภูมิภาคอื่น ทั้งนี้ เพื่อรักษาความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต และส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในประเทศให้เพิ่มขึ้น (หากมีศักยภาพเพียงพอ) เพื่อขับเคลื่อนให้ภาคอุตสาหกรรมมีความก้าวหน้าในการใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับการรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติควบคู่ไปด้วย





5) **การสร้างมาตรฐานสากล** นอกจากการขอใบรับรองมาตรฐานภายในประเทศแล้ว ภาครัฐควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทั้งในภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ ภาคเกษตรและอาหารแปรรูป ยื่นขอใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สากลและประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ISO HACCP GMP USDA Organic เป็นต้น

ที่มาของข้อมูล : ข้อมูลสถิติที่ใช้ศึกษามาจาก สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ TradeMap

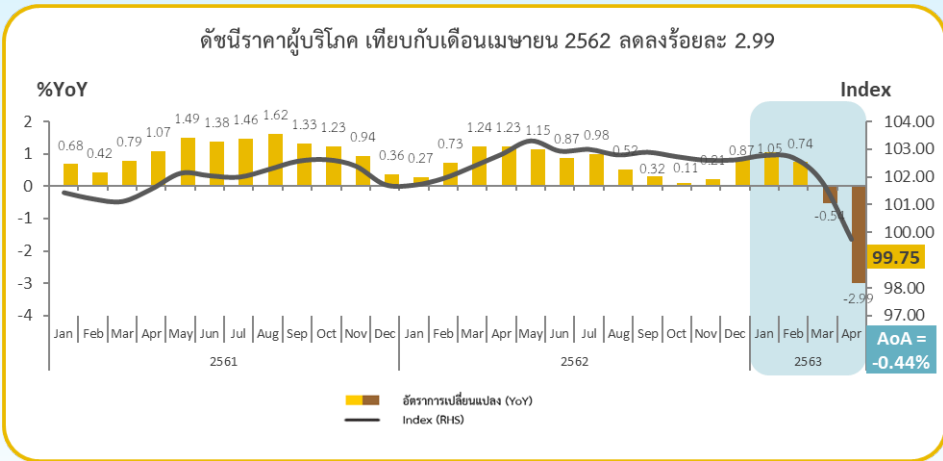


## ภาพรวมเศรษฐกิจเดือนเมษายน 2563

### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนเมษายน 2563

		%MoM	%YoY	%AoA
	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline CPI	-2.03	-2.99	-0.44
	เงินเฟ้อพื้นฐาน Core CPI	-0.07	0.41	0.50
	ดัชนีราคาผู้ผลิต PPI	-1.7	-4.3	-1.4
	ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง CMI	-1.0	-4.0	-2.7

**ภาพรวม** การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยมีการจำกัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าและบริการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับราคาน้ำมันที่ลดลงอย่างต่อเนื่องและอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวเป็นแรงกดดันทำให้เงินเฟ้อในเดือนเมษายน 2563 ลดลงร้อยละ 2.99 (YoY) ซึ่งหดตัวแรงที่สุดในรอบ 10 ปี 9 เดือน อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์ปรับตัวดีขึ้น น่าจะทำให้สถานการณ์เศรษฐกิจและเงินเฟ้อกลับเข้าสู่ทิศทางปกติได้โดยเร็ว เมื่อที่อาหารสดและพลังงานออกแล้ว เงินเฟ้อพื้นฐานขยายตัวที่ร้อยละ 0.41 (YoY) เฉลี่ย 4 เดือนแรก (ม.ค.- เม.ย.) ปี 2563 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 เงินเฟ้อพื้นฐาน สูงขึ้นร้อยละ 0.50 (AoA)



**ดัชนีราคาผู้บริโภค** (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนเมษายน 2563 เท่ากับ 99.75 เทียบกับเดือนเมษายน 2562 ลดลงร้อยละ 2.99 (YoY) ตามการลดลงของสินค้าหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มที่ลดลงร้อยละ 5.28 โดยเฉพาะหมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร ลดลงร้อยละ 9.77 ตามราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงที่ลดลงทุกประเภท และเครื่องรับโทรศัพท์มือถือมีส่วนสินค้าที่ปรับราคาสูงขึ้นคือ ค่าโดยสารสาธารณะ (ค่าโดยสารรถประจำทาง ค่าโดยสารรถสองแถว ค่าโดยสารรถตู้ ค่าโดยสารเครื่องบิน) หมวดเคสสถาน ลดลงร้อยละ 4.56 จากการลดลงของค่ากระแสไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และสินค้าจำเป็นหลายรายการ (ผงซักฟอก ผลิตภัณฑ์ซักผ้า น้ำยารีดผ้า) ปรับลดลงจากมาตรการ

### อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม

เทียบกับเดือน เม.ย. 62 (%YoY)

-5.28	-5.28	หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม
0.08	0.08	หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า
-4.56	-4.56	หมวดเคสสถาน
0.16	0.16	หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล
-9.77	-9.77	หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร
4.29	4.29	- ค่าโดยสารสาธารณะ
-30.85	-30.85	- น้ำมันเชื้อเพลิง
-0.05	-0.05	- การสื่อสาร
0.34	0.34	หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษาฯ
0.02	0.02	หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์

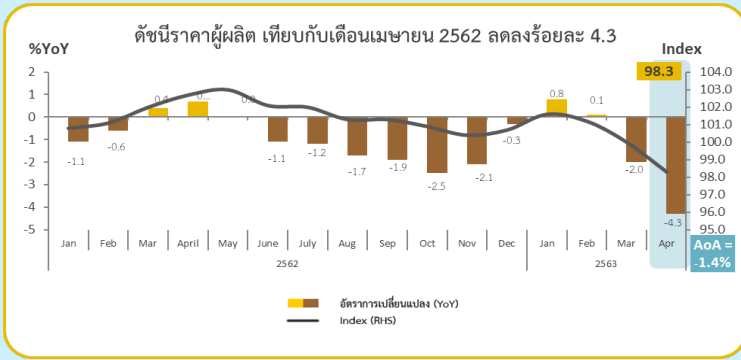
ของภาครัฐเพื่อลดภาระค่าครองชีพของประชาชน นอกจากนี้ ก๊าซหุงต้มปรับลดลงตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ขณะที่หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้าสูงขึ้นร้อยละ 0.08 (รองเท้าหุ้มส้นหนังบุรุษ เสื้อยืดสตรี เสื้อเชิ้ตบุรุษ) หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 0.16 (น้ำยาระงับกลิ่นกาย ค่าแต่งผมชาย แป้งผัดหน้า) หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษาฯ สูงขึ้นร้อยละ 0.34 (ค่าเดินทางไปเยี่ยมญาติและทำบุญ ค่าเล่าเรียน-ค่าธรรมเนียมการศึกษา) และหมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.02 (สุรา)

### อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

เทียบกับเดือน เม.ย. 62 (%YoY)

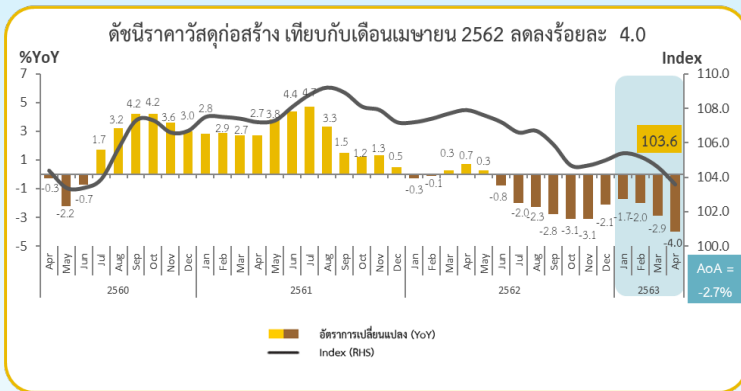
1.04	1.04	หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
7.36	7.36	ข้าว แป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง
1.37	1.37	เนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ
5.52	5.52	ไข่และผลิตภัณฑ์นม
-4.10	-4.10	ผักและผลไม้
-9.58	-9.58	- ผักสด
-1.71	-1.71	- ผลไม้สด
3.16	3.16	เครื่องประกอบอาหาร
2.32	2.32	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
0.58	0.58	อาหารบริโภค-ในบ้าน
0.32	0.32	อาหารบริโภค-นอกบ้าน

ขณะที่หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 1.04 จากทุกหมวดสินค้ายกเว้นสินค้าในกลุ่มผักและผลไม้ ลดลงร้อยละ 4.10 จากฐานราคาปีที่ผ่านมาสูง และความต้องการบริโภคชะลอตัว ประกอบด้วย ผักสด (พริกสด มะนาว ต้นหอม) และผลไม้ (เงาะ มะม่วง ลองกอง) สินค้าที่ปรับราคาสูงขึ้น ได้แก่ ข้าว แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง สูงขึ้นร้อยละ 7.36 (ข้าวสารเหนียว ข้าวสารเจ้า) เนื้อสัตว์ เป็ดไก่ และสัตว์น้ำ สูงขึ้นร้อยละ 1.37 (เนื้อสุกร ไก่ย่าง ปลาบึก) ไข่และผลิตภัณฑ์นม สูงขึ้นร้อยละ 5.52 เกิดจากพฤติกรรมกรซื้อไข่ไก่ครั้งละมาก ๆ ทำให้สินค้าขาดตลาดในบางช่วง เครื่องประกอบอาหาร สูงขึ้น ร้อยละ 3.16 (น้ำมันพืช มะพร้าว (ผลแห้ง/ชุด) ซอสหอยนางรม) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 2.32 (น้ำอัดลม น้ำหวาน กาแฟผงสำเร็จรูป) อาหารบริโภคในบ้านและนอกบ้าน สูงขึ้นร้อยละ 0.58 และ 0.32 ตามลำดับ (กับข้าวสำเร็จรูป ข้าวแกง/ข้าวกล่อง ก๋วยเตี๋ยว) **ดัชนีราคาผู้บริโภค** เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2563 ลดลงร้อยละ 2.03 (MoM) และเฉลี่ย 4 เดือนแรก (ม.ค.-เม.ย.) ปี 2563 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ลดลงร้อยละ 0.44 (AoA)



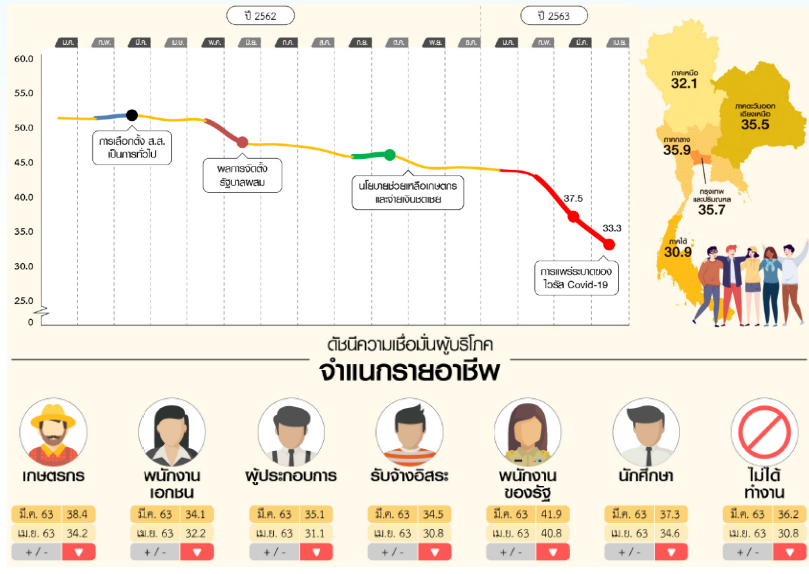
**ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนเมษายน 2563 เท่ากับ 98.3** เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2562 **ลดลงร้อยละ 4.3 (YoY)** หดตัวต่ำสุดในรอบ 4 ปี 10 เดือน โดยลดลงในทุกหมวดสินค้า ตามเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ขยายวงกว้าง ทำให้ภาคการผลิตและบริการทั้งในและต่างประเทศหดตัว ประกอบกับราคาน้ำมันดิบอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเพิ่มแรงกดดันให้ราคาสินค้าสำคัญลดลง โดย**หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** **ลดลงร้อยละ 4.2** จากการลดลงของกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิงและสินค้าที่เกี่ยวข้องเนื่องอาทิ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) กลุ่มเคมีภัณฑ์ (โซดาไฟ เม็ดพลาสติก) กลุ่มโลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์ (เหล็กแท่ง เหล็กแผ่น เหล็กเส้นและเหล็กฉาก) กลุ่มสิ่งทอ (เส้นใยสังเคราะห์ ด้ายใยสังเคราะห์ผสมฝ้าย) กลุ่มเยื่อกระดาษ

ผลิตภัณฑ์กระดาษ (กระดาษพิมพ์เขียน เยื่อกระดาษ) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก (ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ถุงพลาสติก) กลุ่มเครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์และอิเล็กทรอนิกส์ **หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** **ลดลงร้อยละ 15.6** อาทิ น้ำมันปิโตรเลียมดิบ ก๊าซธรรมชาติ และแร่ (ตะกั่ว สังกะสี ดีบุก) และ**หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม** **ลดลงร้อยละ 1.7** อาทิ กลุ่มผลผลิตการเกษตร (ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ หัวมันสำปะหลัง ยางพารา และพืชผัก) กลุ่มสัตว์มีชีวิต (สุกรมีชีวิต) กลุ่มปลาและสัตว์น้ำ (กุ้งแวนนาไม และหมึกสด) ส่วนสินค้าสำคัญที่ราคาสูงขึ้น อาทิ ข้าวเปลือก มะพร้าวผล ปาล์มสด โกโก้มีชีวิต และไข่ไก่ **ดัชนีราคาผู้ผลิต** เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2563 **ลดลงร้อยละ 1.7 (MoM)** และเฉลี่ย 4 เดือนแรก (ม.ค.-เม.ย.) ปี 2563 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 **ลดลงร้อยละ 1.4 (AoA)**



**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนเมษายน 2563 เท่ากับ 103.6** เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2562 **ลดลงร้อยละ 4.0 (YoY)** ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 สอดคล้องกับเครื่องชี้วัดด้านการก่อสร้างที่ลดลง ทั้งปริมาณการจำหน่ายเหล็ก/ปูนซีเมนต์ และการเบิกจ่ายงบลงทุน โดย**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** **ลดลงร้อยละ 15.4** (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ผิวขรุขระ เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ ลวดเหล็ก) ตามราคาวัตถุดิบเป็นสำคัญ **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** **ลดลงร้อยละ 2.5** (คอนกรีตบล็อกก่อผนังมวลเบา คอนกรีตผสมเสร็จ) ตามปริมาณงานก่อสร้างที่ลดลง และการแข่งขันสูง **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** **ลดลงร้อยละ 1.1** (อลูมิเนียม ยางมะตอย) **หมวดซีเมนต์** **ลดลงร้อยละ 0.8** (ปูนซีเมนต์ผสมและปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์) **หมวดสุขภัณฑ์** **ลดลงร้อยละ 0.2** (อ่างล้างหน้าเซรามิก กระเบื้องยางชนิดชำระ) **ขณะที่หมวดกระเบื้อง** **สูงขึ้นร้อยละ 1.7** (กระเบื้องปูพื้น

กระเบื้องแกรนิต) **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** **สูงขึ้นร้อยละ 0.4** (ถังเก็บน้ำสแตนเลส ท่อร้อยสายไฟและสายโทรศัพท์พีวีซี) ราคาสูงขึ้นตามต้นทุนวัตถุดิบ **หมวดวัสดุก่อสร้าง** **สูงขึ้นร้อยละ 0.3** (สีเคลือบน้ำมัน สีรองพื้นปูน-โลหะ) ส่วน**หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** **ดัชนีราคาโดยเฉลี่ยไม่เปลี่ยนแปลง** **ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2563 **ลดลงร้อยละ 1.0 (MoM)** และเฉลี่ย 4 เดือนแรก (ม.ค.-เม.ย.) ปี 2563 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 **ลดลงร้อยละ 2.7 (AoA)**



**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม** **ปรับตัวลดลงต่อเนื่อง โดยอยู่ที่ระดับ 33.3** เทียบกับระดับ 37.5 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวลดลงจากระดับ 32.7 มาอยู่ที่ระดับ 28.0 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต ลดลงจากระดับ 40.7 มาอยู่ที่ระดับ 36.8 การปรับตัวลดลงในเดือนนี้ สาเหตุสำคัญจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดการจำกัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อ การบริโภคของประชาชน และการดำเนินธุรกิจในวงกว้าง เมื่อพิจารณา **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม** **จำแนกรายสัปดาห์** พบว่าลดลงในช่วงสัปดาห์ที่ 1-2 และเริ่มปรับตัวดีขึ้นในสัปดาห์ที่ 3-4 โดยในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 ที่เริ่มมีสัญญาณการปรับตัวที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยคาดว่ามาตรการในรูปแบบต่าง ๆ ของภาครัฐ เพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบน่าจะส่งผลให้ความเชื่อมั่นของประชาชนปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นได้ในระยะต่อไป

**แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนพฤษภาคม 2563**  
 สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และแนวโน้มราคาพลังงานโลก ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อเงินเฟ้อ (ทั้งจากด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน) ในเดือนพฤษภาคม 2563 โดยสถานการณ์ราคาพลังงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ทั้งจากการตกลงเพื่อลดกำลังการผลิตของผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ของโลกมีแนวโน้มได้ข้อยุติ และความต้องการใช้น้ำมันของประเทศจีนและบางประเทศที่เริ่มกลับเข้าสู่สถานการณ์ปกติหลังสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศเริ่มคลี่คลาย ในขณะที่ ภัยแล้งอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตสินค้าเกษตรบางชนิด ทำให้ราคามีโอกาสปรับตัวสูงขึ้น แต่จะถูกชดเชยด้วยปัจจัยด้านอุปสงค์ที่ลดลงและฐานราคาสินค้าเกษตรบางชนิดที่สูงมากในปีก่อน โดยรวมแล้วราคาในเดือนพฤษภาคม 2563 น่าจะลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่า อัตราเงินเฟ้อทั้งปี 2563 จะเคลื่อนไหวอยู่ระหว่างร้อยละ (-1.0) ถึง (-0.2) (ค่ากลางอยู่ที่ -0.6)

## การค้าระหว่างประเทศของไทย : มีนาคม 2563

**การส่งออก** การส่งออกเดือนมีนาคม 2563 มีมูลค่า 22,404 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 4.17 ขยายตัวสูงสุดในรอบ 8 เดือน จากการขยายตัวของ การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก สะท้อนถึงการฟื้นตัวในภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector) ของอุตสาหกรรมไทย โดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์อย่าง เครื่องคอมพิวเตอร์ มีสัญญาณฟื้นตัวอย่างชัดเจน จากการกลับมาขยายตัวในระดับสูง ถึงร้อยละ 17.6 และขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากผลของสงคราม การค้าเบาบางลง สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ทองคำ เฟอร์นิเจอร์และ ชิ้นส่วน รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และ โซลาร์เซลล์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ สินค้าเกษตรแปรรูป อาทิ ผัก และผลไม้ ไม้สัดและแข็งและแปรรูป น้ำตาลทราย และอาหารสัตว์เลี้ยง ยังขยายตัว ได้ดี อย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมันดิบที่อยู่ในระดับต่ำ ยังเป็นปัจจัยกดดันมูลค่า การส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 8.1 ของการส่งออกใน เดือนมีนาคม เมื่อหักสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ การส่งออกของไทย ในเดือนมีนาคมขยายตัวร้อยละ 2.1 ขณะที่ภาพรวมไตรมาสแรกปี 2563 การส่งออกขยายตัวที่ร้อยละ 0.9 เมื่อหักสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน ทองคำ และ อาวุธ การส่งออกไทยไตรมาสแรกขยายตัวที่ร้อยละ 1.1

การส่งออกไปตลาดสำคัญหลายตลาดปรับตัวลดลง เนื่องจากได้รับ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นวงกว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การส่งออกยังสามารถขยายตัวในหลายตลาด เช่น สหรัฐฯ อาเซียน (5) กลุ่ม ประเทศซีแอลเอ็มวี (CLMV) และทวีปออสเตรเลีย (25) รายละเอียด ดังนี้ 1) การส่งออกไปตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 10.1 ตามการส่งออกไปสหรัฐฯ ที่ขยายตัว ร้อยละ 42.9 ขณะที่การส่งออกไปญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป (15) หดตัวร้อยละ 2.8 และ ร้อยละ 14.8 ตามลำดับ 2) การส่งออกไปตลาดศักยภาพสูง ขยายตัวร้อยละ 3.6 เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกไปตลาดอาเซียน (5) ร้อยละ 6.8 (ขยายตัว ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3) และการส่งออกไปตลาด CLMV ที่ขยายตัวต่อเนื่องจาก เดือนก่อน ร้อยละ 2.9 ขณะที่การส่งออกไปตลาดจีนและเอเชียใต้หดตัวร้อยละ 4.8 และร้อยละ 24.4 ตามลำดับ และ 3) การส่งออกไปตลาดศักยภาพระดับรอง หดตัว ที่ร้อยละ 6.2 โดยการส่งออกไปตลาดตะวันออกกลาง (15) กลับมาหดตัวเป็นครั้งแรก ในรอบ 6 เดือน ที่ร้อยละ 9.7 ส่วนตลาดลาตินอเมริกา รัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS และทวีปแอฟริกาหดตัวร้อยละ 7.9 ร้อยละ 12.1 และร้อยละ 18.4 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย (25) กลับมาขยายตัวร้อยละ 5.7

### แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี 2563

การระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้แนวโน้มความต้องการสินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป และอาหารมีความเด่นชัดมากขึ้น ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตอาหาร ของโลก สามารถใช้โอกาสดังกล่าวในการขยายตลาดสินค้าเกษตรและอาหารของไทย ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น ขณะที่ผลของสงครามการค้าเริ่มมีสัญญาณที่ดี ตั้งแต่ช่วงต้นปี โดยอุตสาหกรรมไทยมีศักยภาพในการฟื้นตัวอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การกลับมาเปิดประเทศของจีนได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้ง สหรัฐอเมริกา และบางประเทศใน กลุ่มสหภาพยุโรป เตรียมที่จะผ่อนคลายมาตรการกีดกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จะส่งผลให้บรรยากาศการค้าโดยภาพรวมกลับมาฟื้นตัว และทำให้การส่งออกไทย ในช่วงที่เหลือของปีมีทิศทางที่ดีขึ้น รวมทั้งยังมีปัจจัยสนับสนุนจาก 1) ความต้องการ สินค้าอาหารในประเทศที่มีการแพร่ระบาดเพิ่มสูงขึ้น เป็นโอกาสการส่งออก สินค้าเกษตรและอาหารของไทย 2) การฟื้นตัวของประเทศที่ผ่านพ้นการระบาด โดยเฉพาะจีน ที่คาดว่าภาคการผลิตจะกลับมาดำเนินการเต็มรูปแบบภายใน สิ้นเดือนเมษายน จะทำให้การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมไทยที่เป็นซัพพลายเชนของจีน มีความต่อเนื่องมากขึ้น และ 3) ค่าเงินบาทไทยที่ยังอ่อนค่าทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ จะช่วยสนับสนุนการส่งออกสินค้าที่มีความอ่อนไหวต่อราคาสูง

สำหรับ การส่งเสริมการส่งออกปี 2563 รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี ว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ให้ความสำคัญกับการแก้ไข สถานการณ์การส่งออกที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 โดยได้สั่งการให้สำนักงานทูตพาณิชย์ที่ประจำอยู่ต่างประเทศ จำนวน 58 แห่งทั่วโลก จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำเรื่อง การส่งออก หรือ Online export clinic การหาช่องทางจำหน่ายให้กับสินค้าไทย และ การจัดการกรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ หรือ Online business matching เพื่อสนับสนุน ผู้ประกอบการไทยด้านการส่งออก ตลอดจนให้คำแนะนำด้านการขยายตลาด ส่งออกในช่วงที่มีการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของ การเดินทางและการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้ส่งออกไทยคลายความกังวลในการหา ตลาดส่งออกในระยะต่อไป

**การนำเข้า** เดือนมีนาคม 2563 การนำเข้า มีมูลค่า 20,812 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ขยายตัวที่ร้อยละ 7.3 สินค้านำเข้าที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ (+10.0%)

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐ (Million USD)	มี.ค. 2563 Mar 2020	มี.ค. - มี.ค. 2562 Jan-Mar 2019
มูลค่าการส่งออก (Export value)	22,404.6 4.17 %	62,672.1 0.91 %
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	20,812.5 7.25 %	58,738.4 -1.92 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+1,592.1	+3,933.7

### สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน มี.ค. 63

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ	2,009.3	-28.7	9.0	สหรัฐฯ	3,426.2	42.0	15.3
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,740.9	17.6	7.8	จีน	2,296.3	-4.8	10.3
อัญมณี และเครื่องประดับ	1,696.0	72.2	7.6	ญี่ปุ่น	2,157.3	-2.8	9.6
ผลิตภัณฑ์ยาง	998.0	1.0	4.5	ฮ่องกง	1,305.3	58.9	5.8
น้ำมันสำเร็จรูป	736.9	1,129.3	3.3	อินโดนีเซีย	1,272.5	59.1	5.7

### สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน มี.ค. 63

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,401.6	10.0	11.5	จีน	4,152.4	11.8	20.0
เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบ	1,626.9	-9.7	7.8	ญี่ปุ่น	2,775.3	-1.4	13.3
เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ	1,484.7	5.1	7.1	สหรัฐฯ	2,093.8	73.0	13.3
เคมีภัณฑ์	1,458.5	7.7	7.0	สิงคโปร์	1,148.1	75.6	5.5
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ	1,269.6	53.5	6.1	มาเลเซีย	903.4	-25.4	4.3

### ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	มี.ค. 63	ก.พ. 63	มี.ค. 63	มี.ค. 63	ดัชนี มี.ค. 63
ส่งออก	-0.1	-0.1	-1.0	-1.6	99.5
นำเข้า	+0.1	-1.6	-3.3	-4.2	89.2

เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (+5.1%) เคมีภัณฑ์ (+7.7%) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท้และทองคำ (+53.5%) สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-9.7%) แหล่งนำเข้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ จีน (+11.8%) สหรัฐฯ (+73.0%) และสิงคโปร์ (+75.6%) ขณะที่แหล่งที่มีการนำเข้าหดตัว ได้แก่ ญี่ปุ่น (-1.4%) และมาเลเซีย (-25.4%)

### ดุลการค้า

เดือนมีนาคม 2563 ดุลการค้าเกินดุล มูลค่า 1,592 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

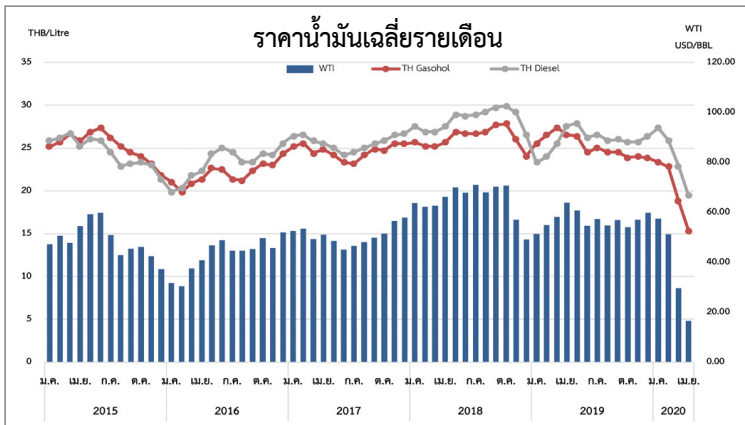
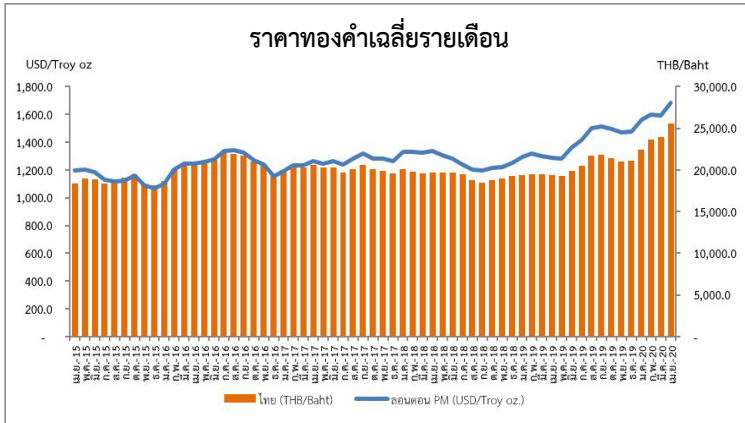
ดัชนีราคาส่งออก เดือนมีนาคม 2563 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ลดลงร้อยละ 1.6 (YoY) เป็นการลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน โดยประมาณร้อยละ 50 ของ การลดลงเป็นผลมากราคาหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 30.0 และหมวดสินค้า อุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 1.0 สินค้าที่ราคาตกลง ได้แก่ เม็ดพลาสติก รถยนต์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยาง ขณะที่หมวดสินค้าเกษตรกรรม และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม การเกษตร สูงขึ้นร้อยละ 2.0 และ 1.2 ตามลำดับ สินค้าที่ราคาปรับสูงขึ้น ได้แก่ ข้าว ไม้สัด แข็งและแปรรูป ผักและผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้ง อาหารทะเลกระป๋องและ แปรรูป และน้ำตาลทราย ตามความต้องการบริโภคสินค้าประเภทอาหารเพิ่มขึ้น เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับการระบาดของไวรัสโควิด-19 ประกอบกับค่าใช้จ่ายด้านต้นทุน การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะค่าระวางบรรทุกสินค้าทางอากาศ ปรับเพิ่มขึ้นมาก

ดัชนีราคานำเข้า เดือนมีนาคม 2563 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน ลดลงร้อยละ 4.2 (YoY) ต่ำสุดในรอบ 4 ปี และเป็นการลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ส่งผลให้เงินเฟ้อ (CPI) ของไทย เดือนมีนาคม 2563 หดตัวร้อยละ 0.5 ซึ่งว่าไทยมีโอกาสเข้าสู่ภาวะเงินฝืด โดยมีสาเหตุ สำคัญจากการลดลงของราคานำเข้า (Import Deflation) โดยเฉพาะจากหมวดสินค้าเชื้อเพลิง เป็นหลัก ลดลงร้อยละ 32.3 ได้แก่ น้ำมันดิบ และน้ำมันสำเร็จรูป เนื่องจากกลุ่มประเทศผู้ผลิต น้ำมันยังไม่สามารถบรรลุข้อตกลงในการปรับลดกำลังการผลิตได้ ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตกลับมา ปรับเพิ่มปริมาณการผลิต ขณะที่หมวดสินค้าทุน สูงขึ้นร้อยละ 1.4 ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ และเครื่องมือ เครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ การแพทย์ การทดสอบ หมวดสินค้า วัสดุก่อสร้างและสิ่งสำเร็จรูป สูงขึ้นร้อยละ 1.1 ได้แก่ ทองคำ และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค สูงขึ้นร้อยละ 1.8 ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และผัก ผลไม้ และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง สูงขึ้น ร้อยละ 0.7 ได้แก่ รถยนต์นั่ง และส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์



สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

เมษายน 2563



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	มี.ค. 63	เม.ย. 63	%Δ(MOM)	เม.ย. 62	เม.ย. 63	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,431.82	1,654.52	15.55	1,170.56	1,654.52	41.35
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,015.00	3,338.81	10.74	3,325.00	3,338.81	0.42
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น3 (f.o.b)		47.93	44.40	-7.36	55.95	44.40	-20.64
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		40.37	37.21	-7.83	49.54	37.21	-24.89
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD Troy oz)		1,591.93	1,682.93	5.72	1,286.45	1,682.93	30.82
ไทย (THB/Baht)		23,979.55	25,588.10	6.71	19,340.91	25,588.10	32.30
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		29.62	16.52	-44.23	63.86	16.52	-74.13
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		32.11	32.63	1.64	31.86	32.63	2.43

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) และราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) เดือนเมษายน 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนมีนาคม 2563 จากราคา 1,431.82 บาท/100 กิโลกรัม และ 3,015.00 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,654.52 บาท/100 กิโลกรัม และ 3,338.81 บาท/100 กิโลกรัม ตามลำดับ ราคาข้าวโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นตามอุปสงค์ของตลาด จากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ประกอบกับภาวะภัยแล้งที่ทำให้ผลผลิตข้าวหน้าปรังออกสู่ตลาดลดลง

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนเมษายน 2563 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 44.40 บาท และ 37.21 บาท ตามลำดับ ปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนร้อยละ 7.36 และ 7.83 ตามลำดับ ราคาขายปรับตัวลดลง เป็นผลจากความต้องการใช้ยางธรรมชาติปรับตัวลดลงตามราคาน้ำมันดิบที่เกิดภาวะอุปทานน้ำมันล้นตลาด และการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ความต้องการใช้น้ำมันทั่วโลกลดลง

ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนเมษายน เฉลี่ยอยู่ที่ 25,588.10 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.71 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า และเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.30 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา สูงสุดในรอบ 8 ปี สอดคล้องกับการปรับตัวของราคาทองคำในตลาดโลก มาอยู่ที่ 1,682.93 ดอลลาร์สหรัฐต่อทรอยออนซ์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.82 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา ปัจจัยหลักมาจากแรงซื้อสินทรัพย์ปลอดภัย จากความกังวลถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจจากไวรัสโควิด-19 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก สัญญาณทางเศรษฐกิจที่น่าเป็นห่วง เช่น อัตราการว่างงานเพิ่ม ตัวเลขประมาณการเศรษฐกิจโลกติดลบ ราคาน้ำมันดิบลดลงรุนแรง ฯลฯ คาดการณ์ว่าราคาทองคำในไตรมาสสองของปี 2563 จะปรับตัวอยู่ที่ 1,570 - 1,710 ดอลลาร์สหรัฐต่อทรอยออนซ์

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนเมษายน 2563 ปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 16.52 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ลดลงร้อยละ 44.23 จากเดือนก่อนหน้า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนลดลงร้อยละ 74.13 โดยราคาน้ำมันดิบที่ปรับลดลงในเดือนนี้เป็นผลมาจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ออกมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้อุปสงค์ของน้ำมันเชื้อเพลิงในทุกภาคส่วนลดลงเป็นอย่างมาก ทั้งภาคการผลิต การลงทุน การท่องเที่ยว และภาคบริการ ในขณะที่อุปทานน้ำมันล้นตลาด จากการเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องของซาอุดีอาระเบียและรัสเซียในช่วงก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม กลุ่มโอเปกและพันธมิตรได้บรรลุข้อตกลงร่วมกันในการปรับลดกำลังการผลิตน้ำมัน ในเดือนพฤษภาคม 2563 ซึ่งอาจจะส่งผลต่อราคาน้ำมันในระยะต่อไป สำหรับราคาน้ำมันแก๊สโซลีนในเดือนนี้อยู่ที่ 15.38 บาท/ลิตร ลดลงร้อยละ 18.28 จากเดือนก่อนหน้า ราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 19.43 บาท/ลิตร ลดลงร้อยละ 15.15 จากเดือนก่อนหน้า

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนเมษายน 2563 เฉลี่ยอยู่ที่ 32.63 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐอ่อนค่าลงร้อยละ 1.64 จากเดือนก่อนหน้า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนอ่อนค่าลงร้อยละ 2.43 การอ่อนค่าของเงินบาทเป็นผลมาจากจากนักลงทุนยังคงมีความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ขยายในวงกว้างไปทั่วโลกโดยไม่มีสัญญาณว่าจะจบลงเมื่อใด และหลังจากที่สหรัฐอเมริกาเปิดเผยข้อมูลเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ รวมถึงแผนการเปิดเมืองของประธานาธิบดีทรัมป์ว่ารัฐต่างๆ ในสหรัฐฯ จะสามารถเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ในเวลาอันใกล้นี้ ทำให้นักลงทุนมีความต้องการถือครองเงินดอลลาร์ ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ปลอดภัยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงในเดือนนี้

# การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) : โอกาสใหม่ในยุคโควิด-19

การท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างหนักจากภัยโควิด-19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวเสมือนจริงถูกนำมาใช้กันมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่ยังต้องระวังเรื่องสุขภาพเป็นพิเศษในเวลานี้

จากผลกระทบด้านลบที่มีการจำกัดการเดินทางและการติดต่อของผู้คนภายใต้วิกฤติโควิด-19 ยังคงมีอยู่ กลุ่มผู้บริโภคต่างหันเข้าการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) มากขึ้น เห็นได้จากพีพิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และกิจกรรมสนทนาการต่างๆ ที่เปลี่ยนไปให้บริการท่องเที่ยวถึงที่บ้านมากขึ้นดีกว่าจับจ่ายอยู่ในบ้าน ซึ่งแม้ว่าหลังผ่านช่วงวิกฤตินี้ไปแล้ว ก็น่าจะยังคงเป็นที่นิยมต่อไป โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยที่ชอบหาประสบการณ์ใหม่ๆ หรือแม้แต่ผู้ชอบท่องเที่ยวออนไลน์แบบมีสาระก็อยู่ในข่ายที่ใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเสมือนจริงได้



## ตัวอย่างของสถานที่ที่น่าสนใจสำหรับทัวร์เสมือนจริง (Cr : Fitch Solution)

ชื่อของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม	รายละเอียดของการท่องเที่ยวเสมือนจริงที่น่าสนใจ
เว็บไซต์ Google Arts and Culture	จัดแสดงนิทรรศการภาพวาดที่มีชื่อเสียงระดับโลกจากพิพิธภัณฑ์ทั่วโลกกว่า 2,000 แห่ง ด้วยภาพระบบ HD พร้อมความสามารถในการ «ขยับ» มุมมองรอบตัว 360 องศา ในกรณีของประเทศไทย บ้านคำและวัดร่องขุน น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวออนไลน์ที่สำคัญของไทยได้ และใช้เป็นแพลตฟอร์มขายภาพออนไลน์ได้ด้วย ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพให้คนในท้องถิ่น
ทัวร์มหาวิทยาลัย	การเรียนออนไลน์จะเริ่มเป็น New Normal นักเรียน/นักศึกษาทุกระดับชั้นในยุคโควิด-19 การเรียนในมหาวิทยาลัยจึงไม่จำเป็นต้องถูกจำกัดด้วยที่นั่งในรั้วมหาวิทยาลัย นักเรียนสามารถทัวร์เสมือนจริงในมหาวิทยาลัยก่อนตัดสินใจเข้าเรียน
สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์	ถ่ายทอดสดสัตว์ยอดนิยมนานาชาติ (เช่น จระเข้ โคอาลา จิงโจ้ ช้าง ฯลฯ) เป็นการสร้างแฟนคลับและกระตุ้นการเข้าไปเที่ยวสวนสัตว์มากขึ้น
พิพิธภัณฑ์ Louvre	ทัวร์แบบออนไลน์ที่สามารถคุยโต้ตอบ (Interactive) กับไกด์ได้ตลอดเวลา หรือจะเดินเที่ยวแบบเดี่ยวตามห้องต่างๆ ก็ได้ และอย่าพลาดชมโมนาลิซ่าแบบใกล้ชิดระดับ HD
คอนเสิร์ตคารา/ศิลปินผ่าน Youtube	การแสดงสดออนไลน์มีต้นทุนที่ต่ำมากหรือไม่มีเลย สำหรับไทยนั้นมี ดารา/ศิลปิน ที่มีชื่อเสียงในประเทศจีนและเอเชีย ซึ่งในคอนเสิร์ตสามารถสอดแทรกโฆษณาสินค้า โททอป สินค้าออนไลน์ และบริการอื่นๆ เข้าไปได้ อนึ่ง นักร้องระดับโลก Andrea Bocelli ใช้วิธีนี้เพื่อเพิ่มผู้ชมได้ทั่วโลก โดยได้รับผลตอบแทนในรูปแบบโฆษณา
ท่องเที่ยวจีนแบบใกล้ชิด	มีที่ เที่ยวแทบทุกแห่งของเมืองจีนที่เว็บ <a href="https://mp.weixin.qq.com/s/XJ8RjmC3tO8t7w9j2krfQ">https://mp.weixin.qq.com/s/XJ8RjmC3tO8t7w9j2krfQ</a> ดูได้ทั้งภายนอกและภายในอาคาร คมชัดแบบ HD 360 องศา
กิจกรรมสนทนา การแข่งขันออนไลน์ และการประกวดร้องเพลงออนไลน์	การแข่งขันรายการออนไลน์ในระดับประเทศและระดับโลก แบบไม่จำกัดจำนวนผู้เข้าแข่ง จัดโดยสมาคมจักรยานแห่งประเทศไทย ผู้เข้าแข่งสามารถเลือกสนามแข่งได้เอง จาก การเชื่อมเซนเซอร์ระหว่างคอมพิวเตอร์ออนไลน์กับจักรยานของผู้เข้าแข่ง เหมาะสำหรับการใช้ไปรโมทแหล่งท่องเที่ยวไทย โดยการเขียนโปรแกรมให้แก่งัดต้องผ่านสถานที่ที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ และร้านโอท็อปได้ด้วย ในอีกด้านหนึ่ง app:Wesing จัดประกวดร้องเพลงออนไลน์เอาใจชิงแชมป์ที่บ้าน
Telemedicine	การผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีออนไลน์และออฟไลน์ โดยการให้บริการตรวจสุขภาพทางไกล ด้วยอุปกรณ์เซนเซอร์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการตรวจสุขภาพ การให้คำแนะนำด้านสุขภาพ การเตือนเรื่องการรับประทานยาในโรคเรื้อรัง และการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ป่วยที่อยู่ห่างไกลในต่างประเทศหรือผู้ป่วยติดเตียง/ผู้สูงวัยที่ไม่สะดวกในการเดินทาง สามารถเข้าถึงการบริการสาธารณสุขง่ายขึ้น ซึ่งหลังโควิด-19 คนทั่วโลกจะตื่นตัวด้านสุขภาพกันมากขึ้น จึงเป็นโอกาสเติบโตสำหรับ Telemedicine ของไทยซึ่งมีชื่อเสียงในด้านการรักษาอย่างยาวนาน
ท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ	ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาโลก มีผู้สนใจเข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาพุทธศาสนาออนไลน์กันมากขึ้น
Hangout ชิม ซุป ไข่	การ Live นำเที่ยวแบบแปลกใหม่ แหล่งแฮงเอาต์แหล่งชุมชนโบราณค้นหาของอร่อยพร้อมกับปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีการเรียนรู้/สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยให้ผู้ชมพูดคุยสดเข้าไปในรายการได้ด้วย โดยมีผู้ติดตามทั่วโลก

## การท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tourism) เปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส

ปัจจุบันสนามบินระหว่างประเทศ/ด่านเข้าเมืองทั่วโลกกว่า 96% ปิดตัวหรือมีการจำกัดการเดินทางเพื่อลดการแพร่กระจายของโควิด-19 คาดว่าการท่องเที่ยวต้องใช้เวลามากกว่า 1 ปี จึงจะฟื้นตัว นักท่องเที่ยวจำนวนมากหันไปใช้การท่องเที่ยวเสมือนจริง เพื่อแสวงหาประสบการณ์ด้านสนทนาการ สุขภาพ และวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ออนไลน์

### ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

1. สร้าง Brand Royalty ประเทศไทย แม้ว่าการท่องเที่ยวเสมือนจริงจะไม่สามารถสร้างรายได้สูงเช่นการท่องเที่ยวที่แท้จริง แต่ก็สามารถสร้างความภักดีในแบรนด์ได้ โดยการสร้างความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวและอสังหาริมทรัพย์ไทย และสามารถสร้างความเชื่อมั่นในระบบสาธารณสุขของไทยได้ด้วย ซึ่งหลังจากผ่านช่วงวิกฤตินี้ไปแล้ว การท่องเที่ยวเสมือนจริงจะเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น ทั้งนี้ มีแนวโน้มว่าสายการบิน โรงแรมทั่วโลก รวมทั้งสินค้าแบรนด์เนมต่างแข่งขันตัดราคากันเป็นว่าเล่น อีกทั้งราคาน้ำมันก็มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ตลาดท่องเที่ยวจะกลายเป็นตลาดของผู้บริโภคหลังยุคโควิด

2. ชี้นำนักท่องเที่ยวสูงวัย นักเที่ยวสูงวัยควรเป็นลูกค้าเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเสมือนจริง เนื่องจาก 1) ประชากรโลกเข้าสู่สังคมสูงวัยมากยิ่งขึ้น โดยจะเพิ่มเท่าตัวจากปัจจุบัน (728 ล้านคน หรือ 9.4% ของประชากรโลก) ประมาณ 1.5 พันล้านคน (15.8% ของประชากรโลก) ภายใน 3 ทศวรรษข้างหน้า 2) เป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อการติดเชื้อโควิด-19 หากสนใจไปท่องเที่ยวในช่วงนี้ การเที่ยวแบบเสมือนจริงจะเป็นทางเลือกที่ฉลาดกว่า สิ่งที่ต้องเน้นย้ำ คือ การเขียนโปรแกรมใหม่เสมือนจริงมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น กระทบพยานานาชาติเสมือนจริงในไทย ก่อนและหลังการแข่งขัน แข่งขันกีฬานานาชาติเสมือนจริงในไทย ก่อนและหลังการแข่งขัน สิ้นค้าเด่นดังประจำท้องถิ่นด้วย หรือจะพ่วง Top Thai Brand Online ก็น่าจะดี ซึ่งจะเป็นการเพิ่มช่องทางส่งออกสินค้าเกษตรไทยไปในตัว

3. เที่ยวปลอดภัยใกล้หมอ การท่องเที่ยวยุคหลังโควิด-19 จะต้องสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวให้ได้ว่าระบบสาธารณสุขในประเทศนั้นมีความน่าเชื่อถือสูง จึงควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท่องเที่ยวเสมือนจริงให้ได้ทราบถึง Telemedicine และความสำเร็จของสาธารณสุขไทยในการควบคุมโควิด-19 โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ด้วย Telemedicine อย่างใกล้ชิดตลอดการเดินทางในไทย สร้างความมั่นใจถึงความปลอดภัยในการมาเยือนไทย สำหรับนักท่องเที่ยวจีนน่าจะกลับมาแก่นักท่องเที่ยวอื่นๆ เนื่องจากไทยและจีนเป็นประเทศแรกๆ ที่สามารถควบคุมไวรัสโควิด-19 ได้

4. เปิดตัวมหาวิทยาลัยออนไลน์ มีองค์ความรู้หลายอย่างที่ทั่วโลกจับตามอง เช่น สาธารณสุขไทยบริหารจัดการอย่างจริงจังสามารถควบคุมโควิด-19 งานวิจัยสมุนไพรบรรเทาผลกระทบจากโควิด-19 การบริหาร Kitchen of the World อย่างไรในช่วงวิกฤติจึงไม่เกิดการขาดแคลน ฯลฯ เวลานี้จึงเหมาะจะทำมหาวิทยาลัยออนไลน์เต็มรูปแบบ

5. สร้างความมั่นใจนักลงทุน ปัจจัยเรื่องความมั่นคงปลอดภัยด้านสาธารณสุขจะเป็น New Normal ที่สำคัญอันใหม่อีกตัวหนึ่งในการตัดสินใจเข้ามาลงทุน ซึ่งการท่องเที่ยวเสมือนจริงจะช่วยสร้างความมั่นใจดังกล่าวได้เป็นอย่างดี 🇹🇻



## ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

☎ 02-507-7890, 02-507-7895 | [www.tpsoc.go.th](http://www.tpsoc.go.th)

