



Special Talk

“ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ”
(Trade in Services Performance and
Potential Index : TSPPI)



Special Report

- มูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อนิยามการส่งออกไทย (Trade in Value Added)
- การก้าวสู่เวทีการค้าโลกจากการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

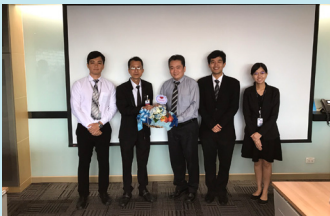
▶ ใกล้ถึงเทศกาลวันหยุดส่งท้ายปีเข้ามาทุกขณะ หลายคนอาจกำลังเตรียมตัวพักผ่อนในช่วงวันหยุดยาว หาสถานที่ท่องเที่ยว เตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการใช้เวลาอยู่กับครอบครัว หากแต่ในภาคเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นไหน ปีใด ล้วนไม่เคยมีวันหยุด

การแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบในโลกแห่งเศรษฐกิจนั้นไม่เคยมีช่วงเวลาให้หยุดพัก การวางแผนและเรียนรู้ความเป็นไปในสถานการณ์ต่าง ๆ นั้น ต้องพึ่งพาข้อมูล สถิติ แนวโน้มในหลายด้านประกอบกัน เพื่อใช้วิเคราะห์และวางแผนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไปข้างหน้า

ในคอลัมน์ **Special Talk** ฉบับนี้ เราได้นำเสนอดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ หรือ **Trade in Services Performance and Potential Index (TSPPi)** ที่สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ได้รับนโยบายให้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวม โดยจะเป็นตัวชี้วัดที่สามารถประเมินผลการดำเนินงานและแนวโน้มของภาคบริการของประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาได้อย่างครอบคลุมในทุกมิติ พร้อมทั้งในคอลัมน์อื่นๆ ยังนำเสนอข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ และสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของไทยในเวทีโลกที่ **WEF** ได้จัดอันดับเราเอาไว้ที่ 32 ขยับขึ้นจากอันดับที่ 34 ในปีก่อน รวมถึงรายละเอียดของมูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อรายการส่งออกไทย (Trade in Value Added) ตลอดจนข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่สำคัญอื่นๆ ที่ สนค. เชื่อมั่นว่าจะช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และอำนวยความสะดวกต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปเป็นข้อมูลอ้างอิงในการวางแผนการพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO



กระทรวงพาณิชย์และธนาคารแห่งประเทศไทยริเริ่มความร่วมมือทางวิชาการผลักดันการใช้ประโยชน์ Big Data สู่การวิเคราะห์เชิงนโยบาย โดยเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2560 หน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เข้าศึกษาฐานการวิเคราะห์ข้อมูล Big Data (Big Data Analytics) ณ ธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างหน่วยงาน และเพื่อประโยชน์ในการวางนโยบายให้สอดคล้องกับภารกิจหลักของกระทรวงพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนผู้ส่งออก การเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศ และการดูแลคุ้มครองชีพผ่านตัวชี้วัด “อัตราเงินเฟ้อ” ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยอีกด้วย

ธนาคารแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยป๊อปปูล่าร์ ینگเกอร์ ได้แนะนำเสนอผลการศึกษาการใช้ข้อมูลระดับจุลภาคในการวิเคราะห์

- 1) โครงสร้างการส่งออก แนวโน้มและสถานะความคงอยู่ของผู้ส่งออกในภาคธุรกิจต่างๆ
- 2) การวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมโรงแรมจากข้อมูลการใช้ไฟฟ้าของธุรกิจ
- 3) การศึกษาปัจจัยและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่ส่งผลกระทบต่อพลวัตของอัตราเงินเฟ้อในปัจจุบัน

ในโอกาสนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยและกระทรวงพาณิชย์ยังได้หารือถึงแนวทางการทำงานในอนาคตเพื่อใช้ประโยชน์ของข้อมูล Big Data ร่วมกัน อาทิเช่น การปรับ quality adjustment ของสินค้าและบริการที่อยู่ในตะกร้าเงินเฟ้อ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล Big Data เพื่อใช้ประเมินอัตราเงินเฟ้อแบบ real-time รวมถึงการต่อยอดผลการศึกษาที่ได้แนะนำในการศึกษาดูงานครั้งนี้ อันจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานตามภารกิจของแต่ละหน่วยงานอย่างเกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยในส่วนของ สนค. นั้น จะนำข้อมูล องค์ความรู้ และมุมมองใหม่ๆ ที่ได้รับในครั้งนี้มาใช้ประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าของประเทศต่อไป \$

วารสาร สนค.

ปีที่ 8 ฉบับที่ 76 พฤศจิกายน 2560

www.tpsoc.moc.go.th

CONTENTS

03 Special Talk

ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ

04 Special Report

มูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อรายการส่งออกไทย

06 Special Report

การก้าวสู่เวทีการค้าโลกจากกรายกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย

08 Economic Indicatorial Report

ภาพรวมเศรษฐกิจ

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2560

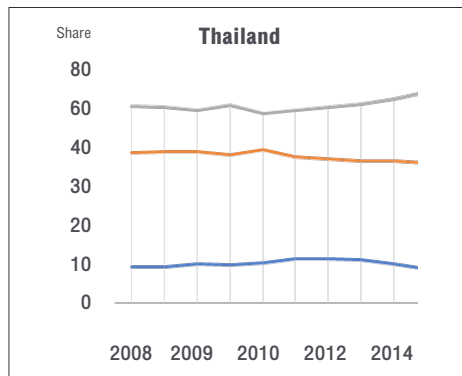
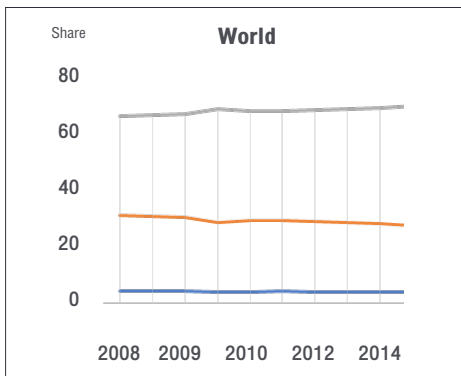
11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ตุลาคม 2560

12 Global News

ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ (Trade in Services Performance and Potential Index : TSPPI)

สำหรับประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนของภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 54.4 ในปี 2549 เป็นร้อยละ 57.8 ในปี 2558 โดยภาคบริการสร้างรายได้ถึง 7,897,555 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานมากถึง 17,124,588 คน หรือร้อยละ 45 ของการจ้างงานรวม โดยแรงงานส่วนใหญ่อยู่ในสาขาการขนส่งและการขายปลีก สำหรับอุตสาหกรรมที่จะมีความสำคัญในอนาคต เช่น การแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โลจิสติกส์ และอากาศยาน ต่างก็อยู่ในภาคบริการทั้งสิ้น



— Agriculture (% of GDP) — Industry (% of GDP) — Service (% of GDP)

Source: World

แนวคิดในการจัดทำดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคบริการจะทวีความสำคัญยิ่งขึ้นต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านมูลค่าและสัดส่วนแรงงาน แต่ในปัจจุบัน ประเทศไทยยังไม่มีดัชนีชี้วัดภาคบริการที่สามารถใช้ติดตามภาวะการค้าภาคบริการรายเดือน อีกทั้งยังขาดการเชื่อมโยงข้อมูลที่เป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้านการค้าภาคบริการได้อย่างรอบด้าน ทั้งนี้ รองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาคบริการที่จะมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไปในอนาคต จึงมอบหมายให้สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมข้อมูลด้านธุรกิจบริการของไทย เพื่อประกอบการจัดทำดัชนีชี้วัดภาคบริการของไทย เพื่อให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานและแนวโน้มของภาคบริการในประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาย่อย อันจะนำไปสู่การวางแผนทางเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาภาคบริการได้อย่างเหมาะสมในทุกมิติต่อไป

ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ (Trade in Services Performance and Potential Index : TSPPI)

สนค. ได้จัดทำดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ หรือ TSPPI ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดภาวะการค้าภาคบริการของประเทศไทย และนับเป็นครั้งแรกที่มีดัชนีชี้วัดภาคบริการรวมที่สามารถติดตามเป็นรายเดือนได้อย่างเป็นทางการ ที่สามารถสะท้อนภาพภาวะภาคบริการในระดับประเทศ เพื่อให้ผู้สนใจ อาทิ หน่วยงานของรัฐ ภาคธุรกิจ นักลงทุน สามารถมองเห็นการเคลื่อนไหวของภาวะการค้าภาคบริการได้อย่างครบถ้วนในทุกมิติ ทั้งในด้าน Performance และด้าน Potential & Confidence (Leading) โดยได้รวบรวมและเชื่อมโยงฐานข้อมูลด้านธุรกิจบริการของไทย จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบใน 13 สาขาบริการ* เพื่อจัดทำเป็น composite index ภาคบริการรายเดือน ดังนี้

▶ **มิติด้าน Performance** ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ (1) มูลค่ายอดขาย (2) จำนวนแรงงาน (3) จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใหม่สุทธิ (4) มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่สุทธิ (5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ ซึ่งแสดงถึงสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของภาคบริการ

▶ **มิติด้าน Potential & Confidence** ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ (6) จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนเพิ่มทุน (7) มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มทุน

ความสำคัญของภาคบริการ

▶ ตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมาภาคบริการเริ่มทวีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของผลผลิตภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศต่างๆ ที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และหลายประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาคบริการมากขึ้น เนื่องจากภาคบริการมีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตในหลายๆ อุตสาหกรรม ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตยิ่งขึ้น

(8) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ ค่าการณ 3 เดือนข้างหน้า (9) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งแสดงถึงศักยภาพและความเชื่อมั่นของนักลงทุนที่มีต่อภาคบริการ

Performance		Weight	
Sale	1. มูลค่ายอดขาย	100/4	60%
Labour	2. จำนวนแรงงาน	100/4	
Business Establishment	3. จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใหม่สุทธิ	100/4	
Current	4. มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่สุทธิ	100/4	
Confident-SME	5. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ	100/4	
Potential and Confidence (Leading)		Weight	
Business Confidence & Potential	6. จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนเพิ่มทุน	100/3	40%
	7. มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มทุน		
Investment Potential	8. จำนวนโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน	100/3	
	9. มูลค่าเงินลงทุนที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุน		
Market Confidence	10. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ ค่าการณ 3 เดือนข้างหน้า	100/3	
	11. ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย		

สำหรับผลการจัดทำ TSPPI ดังกล่าว นอกจากจะได้ composite index ภาคบริการรวมรายเดือนที่สะท้อนผลการดำเนินงานและแนวโน้มของภาคบริการของประเทศในภาพรวมแล้ว ยังสามารถชี้วัดภาคบริการรายสาขาอีก 13 ดัชนี ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงภาวะการค้าภาคบริการรายสาขาได้อย่างครอบคลุม

สนค. เชื่อมั่นว่า TSPPI จะเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม โดยจะเป็นตัวชี้วัดที่สามารถประเมินผลการดำเนินงานและแนวโน้มของภาคบริการของประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาย่อยได้อย่างครอบคลุมในทุกมิติ ซึ่งจะช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการพัฒนาระดับเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ TSPPI จะนำออกเผยแพร่ให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้สนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ภายในปลายปี 2560 \$

* ธุรกิจบริการใน 13 สาขา ได้แก่ (1) การก่อสร้าง (2) การขนส่งและการขายปลีกการซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ (3) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (4) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (5) ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (6) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (7) กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ (8) กิจกรรมวิชาชีพวิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางวิชาการ (9) กิจกรรมการบริการและกิจการสนับสนุน (10) การศึกษา (11) กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ (12) ศิลปะ วัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ (13) กิจกรรมการบริการด้านอื่นๆ

มูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อมัยการส่งออกไทย (Trade in Value Added)

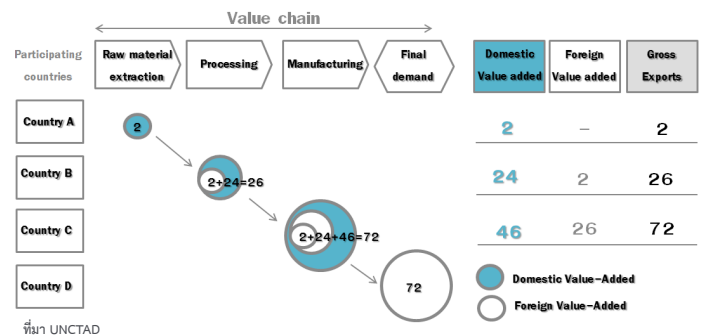
ในยุคที่การค้าโลกมีความเชื่อมโยงการผลิตในลักษณะ Global Value Chains โดยเฉพาะประเทศไทยในฐานะที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตที่สำคัญของโลก ทำให้การวัดมูลค่าส่งออกที่แท้จริงอาจทำได้ยาก เนื่องจากรูปแบบการส่งออกของไทยมีการเชื่อมโยงและใช้สินค้าชั้นกลางจากต่างประเทศ และถูกนับรวมอยู่ในมูลค่าการส่งออกรวมของไทย (Gross Exports) จึงเป็นที่มาของการคำนวณมูลค่าเพิ่มทางการค้า Trade in Value Added ซึ่งสามารถจำแนกมูลค่าส่งออกที่เกิดจากกิจกรรมในประเทศ (Domestic Value Added) กับมูลค่าส่งออกที่เกิดจากกิจกรรมภายนอกประเทศ (Foreign Value Added) ซึ่งช่วยขยายภาพนัยต่อการส่งออกไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ทำไมต้องสนใจ Trade in Value Added

การค้าในยุคของโลกาภิวัตน์นั้น เทคโนโลยีและการสื่อสารเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าโลกให้มีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกันมากขึ้น จากในอดีตที่สินค้าส่วนใหญ่จะถูกผลิตในประเทศเดียว เป็นการผลิตสินค้าที่เชื่อมโยงการผลิตจากหลายประเทศ (Multi Location Manufacturing) ซึ่งมีลักษณะเป็นห่วงโซ่การผลิต (Global Value Chains : GVCs) ทำให้มีการใช้ปัจจัยสินค้าชั้นกลางมาจากหลายประเทศ ตัวอย่างเช่น สินค้าแร่เหล็กถูกขุดจากประเทศออสเตรเลีย ส่งมาผลิตและขึ้นรูปเบื้องต้นที่ประเทศญี่ปุ่น ก่อนส่งมาขึ้นรูปและผลิตเพื่อใช้ประกอบรถยนต์ในประเทศไทยและส่งออกไปทั่วโลก ในทางกลับกันไทยก็เป็นแหล่งผลิตชิ้นส่วนและส่งออกไปเป็นสินค้าวัตถุดิบในหลายประเทศเช่นเดียวกัน อาทิ การส่งออกฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ไปจีน ก่อนที่จีนจะประกอบและส่งออกคอมพิวเตอร์ไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้ายในตลาดสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกของไทยที่เกิดขึ้นนั้น ไม่ได้เป็นมูลค่าที่เกิดจากกิจกรรมการผลิตในประเทศไทยเพียงอย่างเดียว แต่หลายส่วนเป็นมูลค่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต้นน้ำและกลางน้ำในต่างประเทศ ซึ่งการค้าในรูปแบบที่กล่าวมานี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาของการค้าโลก โดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีนโยบายส่งเสริมเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment : FDI) ในการเข้ามาตั้งฐานการผลิต เพื่อช่วยให้เกิดการยกระดับการพัฒนาของประเทศทั้งในด้านการจ้างงานและกิจกรรมเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ จึงทำให้เราเห็นภาวะการค้าโลกในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา เติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งสาเหตุสำคัญเป็นผลจากการนับซ้ำของปัจจัยการผลิต ด้วยเหตุนี้การประเมินมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศ (Gross Exports) เพียงด้านเดียวคงไม่เพียงพอที่จะสะท้อนมูลค่าหรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่แท้จริงจากการส่งออกของไทยได้

นักเศรษฐศาสตร์การค้ำระหว่างประเทศในยุคปัจจุบันจึงพยายามหาวิธีวัดมูลค่าส่งออกที่แท้จริงของแต่ละประเทศ ที่จะสามารถวัดมูลค่าจากกิจกรรมทางการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงเฉพาะในประเทศนั้น ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิดการคำนวณมูลค่าเพิ่ม (Value-added) หรือเรียกว่ามูลค่าเพิ่มทางการค้า (Trade in Value Added : TIVA) เพื่อขจัดการนับซ้ำของมูลค่าการส่งออกที่สามารถจำแนกมูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อเศรษฐกิจในประเทศ (Domestic Value Added) ซึ่งสะท้อนมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศผู้ส่งออก กับมูลค่าเพิ่มทางการค้าที่เกิดจากกิจกรรมนอกประเทศ (Foreign value added) รวมทั้งสามารถวิเคราะห์การเชื่อมโยงการค้าระหว่างประเทศตลอดห่วงโซ่การผลิตได้ในหลายมิติ เช่น การจำแนกมูลค่าการส่งออกสินค้าชั้นกลาง (Gross Exports of Intermediate Products) และมูลค่าการส่งออกสินค้าขั้นสุดท้าย (Gross Exports of Final Products) ช่วยขยายภาพการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางการค้าต่อระบบเศรษฐกิจภายใต้ห่วงโซ่การผลิตได้มากยิ่งขึ้น และสามารถทำการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันที่แท้จริงของสินค้าไทยในเวทีโลกได้ดีกว่าการวิเคราะห์มูลค่าส่งออกรวม



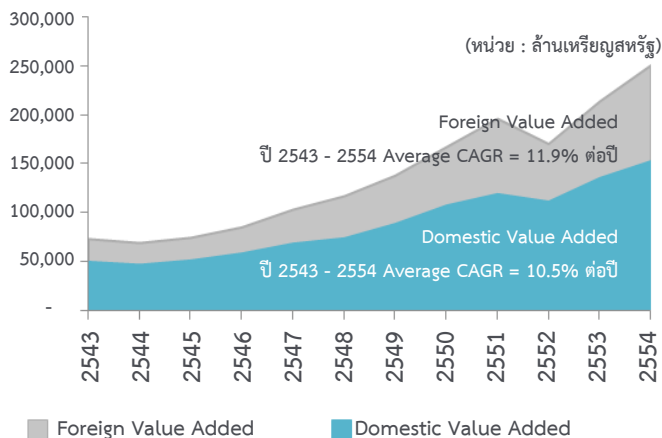
ประโยชน์การวิเคราะห์ Trade in Value Added ต่อมัยการส่งออกไทย

การวิเคราะห์ส่งออกในมิติ Trade in Value Added จากตารางฐานข้อมูลICIO (Inter-Country Input-Output) ของ OECD ในปี พ.ศ. 2559 แสดงการเชื่อมโยงมูลค่าการค้าและการผลิตของ 67 ประเทศ และแสดงมูลค่าการส่งออก-นำเข้าปัจจัยการผลิตและบริการจำนวน 34 สาขา สะท้อนนัยต่อประเทศไทยว่าตลอดช่วงปี 2543 - 2554 ไทยมีส่วนร่วมในห่วงโซ่การผลิตมากขึ้น แต่มูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อเศรษฐกิจในประเทศได้ซ้กว่ามูลค่าส่งออกรวม

โดยไทยมีแนวโน้มเชื่อมโยงต้นน้ำและปลายน้ำกับประเทศคู่ค้ามากขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งไทยมีการส่งออกสินค้าชั้นกลางคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 72.9 เช่นเดียวกับในภาพรวม ไทยมีแนวโน้มจะส่งออกสินค้าชั้นกลางมากขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 50.1 ในปี 2543 เพิ่มเป็นร้อยละ 56.2 ในปี 2554 ของมูลค่าการส่งออกรวม โดยกลุ่มสินค้าชั้นกลางของไทยส่วนใหญ่ได้แก่ กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เคมีภัณฑ์ อาหาร และสินค้าเกษตร ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกับหลายประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียนที่มีสัดส่วนการส่งออกสินค้าชั้นกลางสูงขึ้นจากร้อยละ 57.2 เป็นร้อยละ 61.5 (ในช่วงเวลาเดียวกัน) ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มรูปแบบการค้าโลก ที่มีลักษณะการกระจายตัวการผลิตออกไปยังหลายประเทศเป็นห่วงโซ่การผลิตและมีความต้องการนำเข้าสินค้าชั้นกลางระหว่างกันมากยิ่งขึ้น

สำหรับประเด็นมูลค่าเพิ่มทางการค้า (Trade in Value Added) พบว่าในช่วงปี 2543 - 2554 แม้ว่าไทยมีมูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อเศรษฐกิจในประเทศ (Domestic Value Added) เพิ่มขึ้น แต่การเติบโตนั้นเพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้ากว่ามูลค่าส่งออกรวม (Gross Exports) จึงทำให้สัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้าของไทยต่อมูลค่าส่งออกรวมมีแนวโน้มลดลง จากที่มีสัดส่วนอยู่ประมาณร้อยละ 68.1 ในปี 2543 เหลือเป็นร้อยละ 61.0 ในปี 2554 หรือสะท้อนได้ว่าทุก ๆ มูลค่าการส่งออกไทย 100 บาท นั้นเป็นมูลค่าที่เกิดขึ้นจากการผลิตในประเทศไทยอยู่ 61 บาท ขณะที่ส่วนที่เหลืออีก 39 บาทเป็นมูลค่าที่เกิดขึ้นจากต้นน้ำและกลางน้ำในต่างประเทศ และมีแนวโน้มที่ไทยจะได้ประโยชน์จากการขยายตัวของส่งออกไม่สูงเท่ากับในอดีต สาเหตุที่ทำให้ไทยมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มลดลง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยเชิงโครงสร้าง ได้แก่ 1) โครงสร้างส่งออกไทยพึ่งพากลุ่มที่เป็นการลงทุนจากต่างชาติในสัดส่วนที่สูง และ 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าส่งออกไทยยังไม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านการสร้างนวัตกรรม

เปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกรวม (Gross Exports) กับมูลค่าเพิ่มทางการค้า (Trade in Value Added) ของประเทศไทยช่วงปี 2543 - 2554



ที่มา OECD

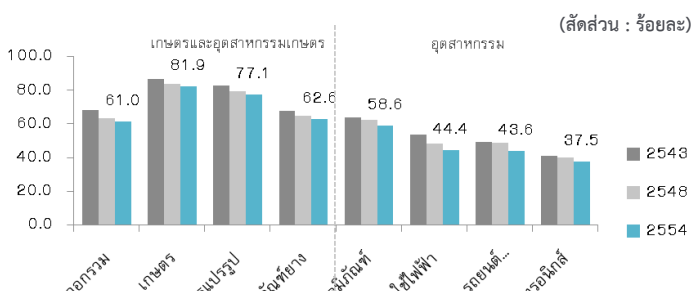
1. โครงสร้างส่งออกไทยพึ่งพากลุ่มที่เป็นการลงทุนจากต่างชาติสัดส่วนที่สูง

สินค้าในกลุ่มดังกล่าวมีการบริหารจัดการห่วงโซ่การผลิต จึงมีลักษณะพึ่งพากิจกรรมการผลิตจากต่างประเทศค่อนข้างมาก ได้แก่ กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อเศรษฐกิจในประเทศ (Domestic Value Added) อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากเป็นกลุ่มสินค้าการลงทุนจากต่างประเทศและมีการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าขั้นกลางจากต่างประเทศ โดยทั้ง 3 กลุ่มมีสัดส่วนการนำเข้าต่อมูลค่าผลผลิตในประเทศที่ประมาณร้อยละ 30 - 40 อย่างไรก็ตาม ในด้านสัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้าถือว่าไม่สูงมาก แต่เป็นสาขาการผลิตที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจระดับสูง ตามมูลค่าส่งออกรวมซึ่งมีสัดส่วนรวมกันอยู่ที่ร้อยละ 39 ของมูลค่าส่งออกสินค้าไทย

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าส่งออกไทยยังไม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านการสร้างนวัตกรรม

ประเทศไทยยังไม่มีแนวโน้มยกระดับมูลค่าเพิ่มการผลิตในประเทศได้ชัดเจน จากข้อมูลพบว่าสัดส่วนมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ต่อปริมาณผลผลิต (Gross Output) ของไทยมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 45.1 ในปี 2543 ลดลงเหลือร้อยละ 40.8 ในปี 2554 ซึ่งส่งผลให้สัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้าของไทยต่อมูลค่าส่งออก (Domestic Value Added) มีแนวโน้มลดลงตามไปด้วย สะท้อนว่าการยกระดับสร้างนวัตกรรมให้เกิดมูลค่าเพิ่มในประเทศยังมีข้อจำกัด สอดคล้องกับการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมของไทยยังคงที่ (ปี 2017 - 2018 การจัดอันดับด้านนวัตกรรมของ World Economic Forum ในด้านนวัตกรรมไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 50 ซึ่งต่ำกว่าหลายประเทศ ทั้งสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย) เนื่องจากยังมีจุดอ่อนในด้านค่าใช้จ่ายการวิจัยและพัฒนาคุณภาพของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์

สัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อเศรษฐกิจในประเทศ (Domestic Value Added) ต่อมูลค่าส่งออก แยกรายกลุ่มสินค้าส่งออกสำคัญ เปรียบเทียบปี 2543 - 2554



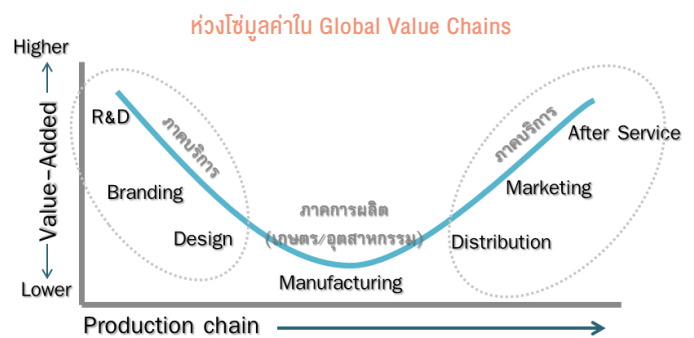
ที่มา OECD

ปัจจัยที่ทำให้มูลค่าเพิ่มทางการค้า (Domestic Value Added) สูงขึ้น

- **เพิ่มสัดส่วนการใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศ** จะทำให้สัดส่วนของปัจจัยการผลิตที่มาจากในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งทำให้มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการส่งออกตกอยู่ในประเทศมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย โดยไทยต้องพัฒนาสินค้าทดแทนการพึ่งพาปัจจัยขั้นกลางจากต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิต (Global Value Chains : GVCs) ควรส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น
- **สร้างมูลค่าในสินค้าขั้นกลาง** โดยพัฒนาไปสู่การส่งออกสินค้าขั้นสุดท้าย โดยสินค้าส่งออกไทยส่วนใหญ่ยังเป็นสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Goods) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกษตร ส่วนใหญ่ไทยยังเน้นส่งออกสินค้าขั้นปฐม (Primary Goods) ซึ่งเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าได้ไม่มาก เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ซึ่งควรต่อยอดการผลิตเพื่อส่งออกด้วยการส่งเสริมการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สร้างมูลค่าของสินค้าได้ในระดับที่สูงขึ้น

แนวทางการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าต่อเศรษฐกิจในประเทศ

- **สนับสนุนการส่งออกกลุ่มสินค้าที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้าสูง (Domestic Value Added)** โดยเน้นการสร้างมูลค่าจากการผลิตสินค้าขั้นกลางเป็นสินค้าขั้นสุดท้าย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเกษตร อาหารแปรรูป ไม้อะคริลิกและผลิตภัณฑ์ไม้ และสิ่งทอ ซึ่งล้วนเป็นสินค้าที่พึ่งพาการใช้วัตถุดิบในประเทศ และมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางการค้า (Domestic Value Added) สูงกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าส่งออก รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง และเคมีภัณฑ์ โดยสนับสนุนให้มีการเปิดตลาดสินค้าใหม่ๆ ในกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพการนำเข้า เช่น ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้ ซึ่งหากมีการเจรจาลดข้อจำกัดทางการค้าทั้งในด้านอัตราภาษีและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค จะช่วยสนับสนุนมูลค่าส่งออกได้เพิ่มขึ้น รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม ต่อยอดการใช้วัตถุดิบในประเทศไปสู่การผลิตและส่งออกรายได้ในขั้นตอนที่สูงขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า
- **ยกระดับตำแหน่งในห่วงโซ่การผลิตของไทยในกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มทางการค้า (Domestic Value Added) ไปอยู่ในจุดที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น** โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่เป็นการลงทุนจากต่างประเทศ ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และรถยนต์ กลุ่มสินค้าดังกล่าวประเทศไทยต้องขยับตำแหน่งในห่วงโซ่การผลิตของประเทศไปอยู่ในจุดที่มีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น (Smiling Curve) โดยเป็นกิจกรรมในภาคบริการให้มากขึ้น เช่น การวิจัยและพัฒนา การออกแบบการตลาด และการสร้างแบรนด์ เป็นต้น ซึ่งมีการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในห่วงโซ่การผลิตที่สูงกว่าการผลิต นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำเข้ามาในประเทศมากยิ่งขึ้น โดยในรายงาน Global Value Chain Development Report 2017 ได้ให้ประเด็นการยกระดับห่วงโซ่การผลิตของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการลดปัญหาที่เป็นต้นทุนต่อการทำกิจกรรมทางการค้า ทั้งในด้านกฎระเบียบและข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคทางการค้า และการพัฒนาองค์ความรู้ในประเทศให้กระจายเป็นวงกว้างและการสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะเป็นตัวขับเคลื่อนผลิตภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าให้กับประเทศในระยะต่อไป \$



ที่มา The Smiling Curve (Stan Shih)

ที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปีนี้ด้วย เป็นผลมาจากการเพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐ ในการกำกับติดตามแผนงาน/โครงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาพรวม การเร่งรัดการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเน้นส่งเสริมให้มีการพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทำให้ปีนี้ WEF ไม่มีคำแนะนำประเทศไทยแบบเฉพาะเจาะจง แต่ให้คำแนะนำทั่วไปคือ การใช้นวัตกรรมควรพัฒนาให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นทางการเงินและการตลาด ที่ประเทศไทยได้รับอันดับในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก นั่นคือ การจัดหาเงินทุนผ่านทางตลาดทุนในประเทศ (Financing through Local Equity Market) ความพร้อมของบริการทางการเงิน (Availability of Financial Services) ความแข็งแกร่งของระบบธนาคาร (Soundness of Banks) และความเพียงพอของทุนร่วมเสี่ยง (Venture Capital Availability) ซึ่งได้รับอันดับที่ 20 23 27 และ 27 ตามลำดับ ซึ่งบ่งชี้ถึงความพร้อมทางด้านตลาดการเงินของประเทศในการสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงปัจจัยด้านการตลาด (Extent of Marketing) และระดับการมุ่งเน้นตอบสนองลูกค้า (Degree of Customer Orientation) ได้รับอันดับที่ 21 และ 25 ตามลำดับ ที่แสดงให้เห็นถึงระดับการพัฒนาในแนวคิดด้านการตลาดเช่นเดียวกัน และเห็นได้ชัดว่าในประเด็นดังกล่าวนี้ ประเทศไทยได้รับการยอมรับเป็นอย่างสูงในระดับโลก อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยกับประเทศในกลุ่ม ASEAN + 3 ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดกับไทยเป็นอย่างสูงนั้น ผลปรากฏว่า ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับในลำดับที่ 6 เมื่อเทียบกับกลุ่ม ASEAN+3 ทั้งหมด โดยเป็นรองประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เกาหลีใต้ และจีน ซึ่งได้รับอันดับเดียวกันกับปีที่ผ่านมา นับว่าเป็นการสะท้อนสถานะทางการแข่งขันที่มีนัยของของไทยในเวที ASEAN+3 ได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ความแข็งแกร่งและประสิทธิภาพของตลาดการเงิน การพัฒนาต่อเนื่องของโครงสร้างพื้นฐาน การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในการสร้างนวัตกรรม และขนาดของประเทศในการพึ่งพาการส่งออก การแก้ไขและปรับลดเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของภาคธุรกิจยังเป็นปัจจัยและความท้าทายที่สำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน รวมถึงการเพิ่มบทบาทของภาครัฐในการประสานงาน สื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ข้อเท็จจริงและความก้าวหน้าการดำเนินการด้านต่างๆ กับสถาบัน WEF เช่น การปรับแก้กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้ภาคธุรกิจมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการทำงานของรัฐบาลในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น

กระทรวงพาณิชย์ในฐานะผู้รับผิดชอบการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้านการค้า ซึ่งเป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญในลำดับสูง ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงเกณฑ์ชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การเริ่มต้นธุรกิจและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งนี้

การอำนวยความสะดวกทางธุรกิจของไทยทางด้านระยะเวลาการเริ่มต้นธุรกิจ มีการปรับลดระยะเวลาจาก 25.5 วัน เหลือ 4.5 วัน ซึ่งจะส่งผลเชิงบวกต่ออันดับความสามารถทางการแข่งขันของไทยในระยะต่อไป อีกทั้งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความร่วมมือเชิงวิชาการและเครือข่ายนโยบายภายใต้กรอบ WEF เช่น

- 1) การเข้าร่วมประชุมใหญ่ประจำปี ณ เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์
- 2) การประชุมระดับภูมิภาค/อนุภูมิภาคที่ครอบคลุมหลากหลายประเด็นทางการค้าและการลงทุน
- 3) การประชุม Future of Production (FoP) Initiative โดยมุ่งเน้นการเสริมความสามารถในการสร้างและใช้นวัตกรรมของประเทศโดยการผลักดันให้ทุกภาคส่วนปรับตัว ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เพื่อรองรับการปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนให้มีการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่อไป
- 4) การประชุม Grow Asia ภายใต้โครงการ Future of Food and Agriculture ที่เป็นความร่วมมือด้านการเกษตรระหว่าง WEF และประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและการยกระดับเกษตรกรรายย่อยในภูมิภาค เพื่อให้ทราบถึงโอกาสทางการค้าสำหรับสินค้าเกษตร และแนวทางเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตไปสู่เกษตรกรรายย่อย (Sustainable and Inclusive Value Chain) ซึ่งเครือข่ายของ WEF พร้อมจะให้การสนับสนุนข้อมูลตลาดเพื่อสนับสนุนการวางแผนการผลิต (Demand-driven) รวมถึงพร้อมเชื่อมโยงหุ้นส่วนการค้าเพื่อร่วมลงทุนและถ่ายทอดขยายตลาดไปสู่ประเทศเป้าหมายผ่านเครือข่ายของ WEF ต่อไป

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระชับความสัมพันธ์เชิงวิชาการและสร้างเครือข่ายให้มีความแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว ได้มอบหมายให้กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ WEF จัดให้มีการสัมมนาเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ “Competitiveness and Inclusive Growth : Navigating towards Thailand 4.0” ในวันจันทร์ที่ 20 พฤศจิกายน 2560 ณ โรงแรมอนันตรา สยาม กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหารือเชิงนโยบายในการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันไทยและประเด็นที่ควรเสริมหรือควรเร่งปรับปรุงเพื่อผลักดันนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ให้ประสบความสำเร็จ เพราะ WEF เป็นสถาบันที่มีความชำนาญด้านนโยบายและการปรับตัว ซึ่งไทยจะนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาใช้ รวมถึงกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกยุคใหม่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของไทย นอกจากนี้ WEF จะมีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการให้กับเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อทำความเข้าใจถึงการคำนวณดัชนีที่ใช้วัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ (Competitiveness Ranking) โดยในปี 2561 มีแนวโน้มจะนำเกณฑ์ชี้วัดใหม่มาใช้ในการวัดและจัดอันดับ โดยจะให้ความสำคัญกับนวัตกรรมมากขึ้น จึงนับว่าเป็นโอกาสอันดีครั้งแรกของไทยในรอบหลายปี และเป็นก้าวสำคัญที่จะช่วยให้ WEF และประเทศไทยทำงานใกล้ชิดกันมากขึ้น \$



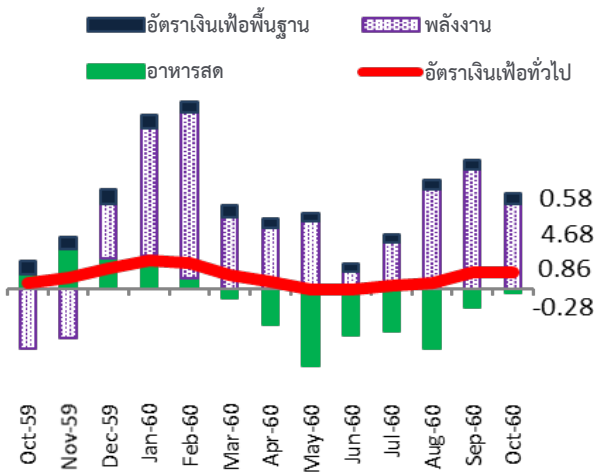
โดย: กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า

ภาพรวมเศรษฐกิจ

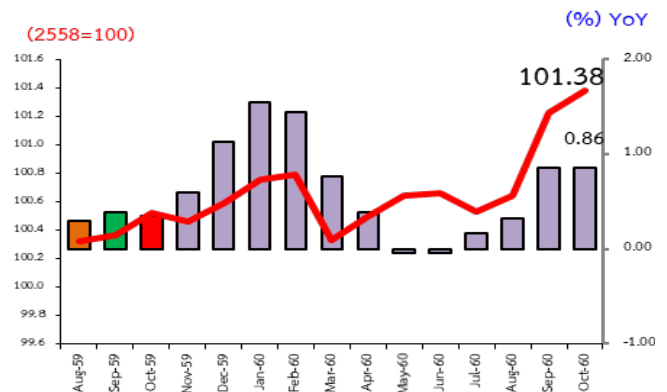
เศรษฐกิจไทยยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากภาคการส่งออกสินค้าและบริการที่ขยายตัวเป็นลำดับจากการฟื้นตัวของการค้าโลก ในช่วงครึ่งปีหลัง รวมถึงการฟื้นตัวของการบริโภคภาคเอกชนที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามรายได้ครัวเรือนในภาคเกษตรและภาคการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ตลอดจนการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มฟื้นตัวเช่นกันโดยเฉพาะการลงทุนด้านเครื่องจักรเครื่องมือในหมวดยานยนต์ สรุปภาพรวมเศรษฐกิจไทยยังมีเสถียรภาพในเกณฑ์ดี มีความมั่นคง และสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ดี

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ

ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI)



Inflationary Trend (Headline CPI)



อัตรารเงินเพื่อทั่วไป เดือนตุลาคม 2560 ปรับสูงขึ้นร้อยละ 0.86

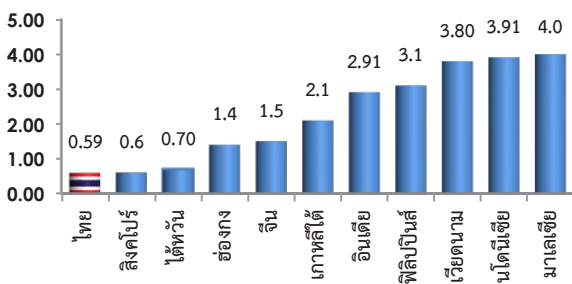
จากเดือนตุลาคม 2559 เท่ากับเดือนที่ผ่านมา ผลจากการปรับขึ้นของราคาผักสด ช่วงเทศกาลกินเจ ราคาน้ำมันขายปลีกภายในประเทศที่ปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันดิบ ซาอุดีอาระเบียและรัสเซียมีแผนขยายเวลาลดกำลังการผลิตจนถึงสิ้นปี 2561 จากเดิมเดือนมีนาคม 2561 ส่งผลให้ราคาปรับสูงขึ้น รวมทั้งการปรับขึ้นของราคาบุหรี่ยและสุรา จากการปรับโครงสร้างภาษีใหม่ จากเดือนที่แล้วส่งผลให้อัตรารเงินเพื่อทั่วไปเฉลี่ยในช่วง 10 เดือนขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 0.62 ซึ่งอยู่ในกรอบที่กระทรวงพาณิชย์ประมาณการอัตรารเงินเพื่อใหม่ทั้งปี 2560 ร้อยละ 0.4 – 1.0

ระดับราคาสินค้าและบริการ เดือนตุลาคม 2560 สูงขึ้นร้อยละ 0.16

จากเดือนกันยายน 2560 เป็นผลจากสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์สูงขึ้นร้อยละ 0.23 (ผักสด ผลไม้สด ผลิตภัณฑ์นม เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ อาหารสำเร็จรูป) และสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้นร้อยละ 0.12 (ค่าเช่าบ้าน ค่าโดยสารเรือ น้ำมันเชื้อเพลิง บุหรี่ สุรา) โดยมีภาวะความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าสำคัญดังนี้

- > **ผักสดและผลไม้** สูงขึ้นร้อยละ 2.70 เนื่องจากมีความต้องการมาก ในช่วงเทศกาลกินเจ ขณะที่ปริมาณผลผลิตเสียหายจากฝนตกชุก เช่น ผักชี ขึ้นฉ่าย ผักบุ้ง ผักคะน้า หัวผักกาดขาว พริกสด มะเขือ ส่วนผลไม้มีราคาสูงขึ้น ได้แก่ กล้วย ลำไย มะม่วง และสับปะรด
- > **นมผลิตภัณฑ์นม** สูงขึ้นร้อยละ 0.10 เช่น นมสด นมข้นหวาน และนมเปรี้ยว เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.11 เช่น กาแฟผงสำเร็จรูป น้ำผลไม้ น้ำหวาน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เนื่องจากหมดโปรโมชัน
- > **อาหารสำเร็จรูป** สูงขึ้นร้อยละ 0.04 เช่น กับข้าวสำเร็จรูป ข้าวผัด ข้าวแกง/ข้าวกล่อง อาหารเย็น (อาหารตามสั่ง) โดยบางแหล่งได้ปรับราคาสูงขึ้นและอยู่ในเกณฑ์ระดับราคาทั่วไป
- > **ค่าเช่าบ้าน** สูงขึ้นร้อยละ 0.02
- > **ค่าโดยสารเรือ** สูงขึ้นร้อยละ 3.32 ผลจากการขึ้นราคาของน้ำมันดีเซลต่อเนื่องกันจากเดือนที่แล้ว กรมเจ้าท่าจึงปรับราคาค่าโดยสารเรือขึ้น

อัตรารเงินเพื่อประเทศต่างๆ เฉลี่ยปี ม.ค. - ก.ย. 2560

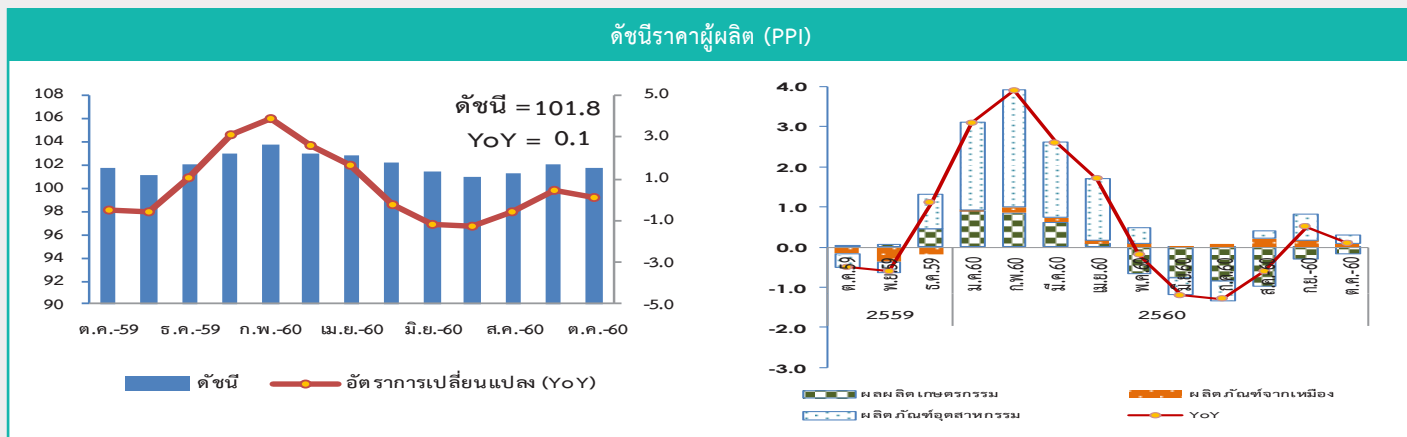


คาดการณ์อัตรารเงินเพื่อปี 2560 (ณ ต.ค. 60)

อัตรารเงินเพื่อทั่วไป 0.4 - 1.0 (YoY)

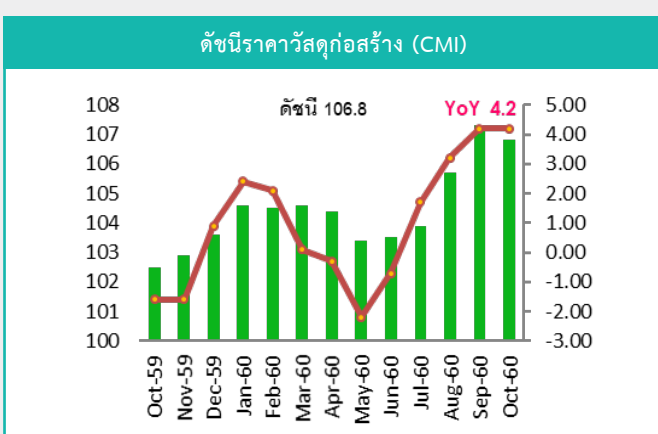
GDP ^f	3.0 - 4.0 (YoY)
Dubai Oil ^f	45 - 55 USD/Barrel
Exchange Rate ^f	33.5 - 34.5 Baht/USD

- ▶ **น้ำมันเชื้อเพลิง** สูงขึ้นร้อยละ 0.19 (ดีเซล ก๊าซ NGV) ตามภาวะตลาดโลกจากปริมาณการผลิตน้ำมันดิบที่ปรับลดลงโดยกลุ่มผู้ผลิต
- ▶ **ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** สูงขึ้นร้อยละ 3.44 เช่น บุหรี่ เบียร์ ไวน์ และสุรา จากการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตของสุราและยาสูบ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 มีผลในเดือนตุลาคม 2560 ทั้งเดือน

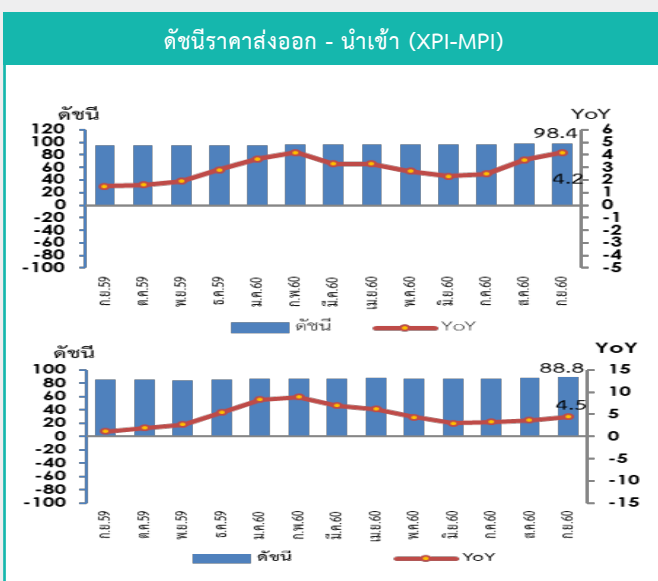


ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ เดือนตุลาคม 2560 (ปี 2553 = 100) เท่ากับ 101.8 เทียบกับเดือนตุลาคม 2559 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 0.1 ซึ่งเคลื่อนไหวในทิศทางบวกเป็นเดือนที่สอง สาเหตุจากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สูงขึ้นร้อยละ 0.3 จากสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เคมีภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมี โลหะขั้นมูลฐานและผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร ส่วนประกอบและอุปกรณ์ ยานพาหนะ และอุปกรณ์ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เยื่อกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง สูงขึ้นร้อยละ 3.1 จากกลุ่มสินค้าปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ และกลุ่มแร่โลหะ ขณะที่หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมลดลงร้อยละ 2.0 จากกลุ่มสินค้าผลผลิตการเกษตร สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเดือนตุลาคม 2560 เท่ากับ 106.8 เทียบกับเดือนตุลาคม 2559 ขยายตัวต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่สี่ ร้อยละ 4.2 จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก สูงขึ้นร้อยละ 18.7 หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ สูงขึ้นร้อยละ 4.4 หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต สูงขึ้นร้อยละ 2.2 หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ สูงขึ้นร้อยละ 0.2 และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ สูงขึ้นร้อยละ 1.1



เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2560 ดัชนีราคาลดลง ร้อยละ 0.5 จากการลดลงของดัชนีราคาหมวดซีเมนต์ ลดลงร้อยละ 1.2 (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม) สภาพอากาศชื้นไม่เหมาะกับการเก็บสต็อกปูนซีเมนต์ ผู้ประกอบการจึงลดราคาเพื่อเร่งระบายสินค้า หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กลดลงร้อยละ 2.1 (เหล็กเส้นกลม ฝิวเรียบ-ข้ออ้อย เหล็กตัวซี เหล็กฉาก เหล็กรางน้ำ ลวดเหล็กเสริมคอนกรีตอัดแรง ท่อสแตนเลส) ตามราคาเหล็กในตลาดโลกที่อ่อนตัวลง เนื่องจากเป็นช่วงวันหยุดยาวเทศกาลวันชาติของประเทศจีน ประกอบกับความต้องการในประเทศชะลอลง



ดัชนีราคาส่งออก เดือนกันยายน 2560 เท่ากับ 98.4 เทียบกับเดือนกันยายน 2559 สูงขึ้นร้อยละ 4.2 ปรับสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม เช่น เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง เนื่องจากเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เหล็ก สูงขึ้นตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ และทองคำ สูงขึ้นจากการอ่อนค่าของเงินเหรียญสหรัฐฯ หมวดสินค้าเกษตรกรรม สูงขึ้นจากยางพารา ข้าว (หอมมะลิ) ไข่ และกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิงสูงขึ้นจากน้ำมันสำเร็จรูป ตามแนวโน้มราคาน้ำมันดิบตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น และหมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และน้ำตาลทราย สูงขึ้นจากการขาดแคลนวัตถุดิบประเภทอาหารทะเลและความต้องการของตลาดต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น

ดัชนีราคานำเข้า เดือนกันยายน 2560 เท่ากับ 88.8 เทียบกับเดือนกันยายน 2559 ปรับสูงขึ้นร้อยละ 4.5 สินค้าสำคัญที่เป็นแรงหนุนให้ดัชนีราคานำเข้าปรับสูงขึ้นคือ หมวดสินค้าเชื้อเพลิงเป็นหลัก ได้แก่ น้ำมันดิบและน้ำมันสำเร็จรูป เนื่องจากมาตรการปรับลดกำลังการผลิตน้ำมันดิบของประเทศผู้ผลิตทั้งในและนอกกลุ่มโอเปกเพื่อคลี่คลายภาวะอุปทานที่ล้นตลาด หมวดสินค้าทุน ได้แก่ เครื่องจักรกล/เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ สินแร่โลหะอื่น ๆ เคมีภัณฑ์ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป ทองคำ หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ขณะที่ดัชนีราคานำเข้าหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งปรับลดลง ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ \$

การค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2560

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนกันยายน 2560 ขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ที่ร้อยละ 12.2 หรือคิดเป็นมูลค่า 21,812 ล้านดอลลาร์ โดยการส่งออกยังคงขยายตัวได้ดีในทุกตลาดสำคัญ โดยเฉพาะตลาดจีน CLMV จีนและญี่ปุ่น อีกทั้งการส่งออกรายสินค้ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 ทั้งในด้านราคาและปริมาณ อาทิ ยางพารา น้ำตาลทราย และไก่สดแช่แข็งและแปรรูป ในขณะที่การส่งออกข้าวและอาหาร ขยายตัวได้ดีในด้านปริมาณ ในขณะที่กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยเฉพาะทองคำ ผลิตภัณฑ์ยาง น้ำมันสำเร็จรูป คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอุปกรณ์สื่อสาร

การส่งออกไปตลาดสำคัญ ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องและขยายตัวในทุกตลาดสำคัญ โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวถึงร้อยละ 6.0 ซึ่งการส่งออกไปสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ขยายตัวร้อยละ 5.7 10.3 และ 2.1 ตามลำดับ สำหรับตลาดศักยภาพสูงขยายตัวร้อยละ 10.9 โดยมีสาเหตุสำคัญจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของตลาดจีนที่ร้อยละ 12.1 สำหรับแนวโน้มการส่งออกของไทยในปี 2560 คาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากการฟื้นตัวของราคาค่าโลก และอุปสงค์ของประเทศคู่ค้าสำคัญ โดยเฉพาะประเทศจีนและญี่ปุ่น รวมถึงคู่ค้าสำคัญในแถบอาเซียน ประกอบกับแนวโน้มสถานการณ์ราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวดีขึ้น จะส่งผลดีต่อการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน โดยเฉพาะน้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ เหล็ก น้ำตาลทราย และผลิตภัณฑ์ยาง

การนำเข้า

เดือนกันยายน 2560 มีมูลค่า 18,454 ล้านดอลลาร์ ขยายตัวร้อยละ 9.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการขยายตัวของเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (+1.3%) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (+5.0%) เคมีภัณฑ์ (+12.2%) ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ (+1.6%) ขณะที่น้ำมันดิบลดลง (-10.1%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+5.2%) ญี่ปุ่น (+2.5%) สหรัฐอเมริกา (+39.6%) ไต้หวัน (+16.0%) ในขณะที่มาเลเซียลดลง (-11.8%)

ดุลการค้า

เดือนกันยายน 2560 เกิดดุลการค้ามูลค่า 3,358 ล้านดอลลาร์ ขณะที่ภาพรวมดุลการค้า 2560 (ม.ค. - ก.ย.) เกิดดุลการค้ามูลค่า 12,231 ล้านดอลลาร์

ราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกันยายน 2560 อยู่ที่ 98.4 (ปี 2555 = 100) สูงขึ้นร้อยละ 4.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.2 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม การเกษตรขยายตัวร้อยละ 8.8 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.3

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	ก.ย. 60		ม.ค. - ก.ย. 2560	
	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)
ส่งออก	21,812	12.22	175,435	9.27
นำเข้า	18,454	9.73	163,204	14.75
ดุลการค้า	3,358		12,231	

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือนกันยายน 2560

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,545	2.8	11.7	จีน	2,516	12.1	11.5
อัญมณีและเครื่องประดับ	2,241	74.4	10.3	สหรัฐอเมริกา	2,361	5.7	10.8
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,699	9.3	7.8	ญี่ปุ่น	1,929	10.3	8.8
ผลิตภัณฑ์ยาง	888	52.4	4.1	ฮ่องกง	1,565	13.9	7.2
แผงวงจรไฟฟ้า	776	0.9	3.6	ออสเตรเลีย	1,098	17.7	5.0

หมายเหตุ: มูลค่า - ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนกันยายน 2560

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,638	1.3	8.9	จีน	3,710	5.2	20.1
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,550	5.0	8.4	ญี่ปุ่น	2,717	2.5	14.7
น้ำมันดิบ	1,415	-10.1	7.7	สหรัฐอเมริกา	1,257	39.6	6.8
เคมีภัณฑ์	1,206	12.2	6.5	มาเลเซีย	807	-11.8	4.4
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	1,004	1.6	5.4	ไต้หวัน	678	16.0	3.7

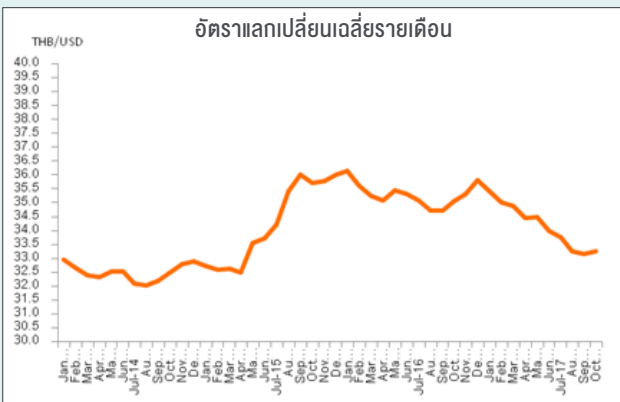
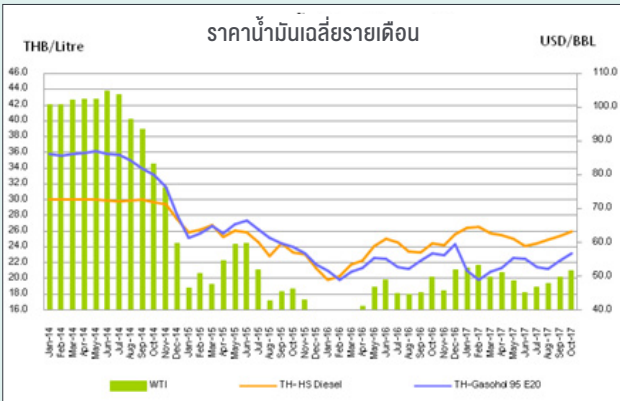
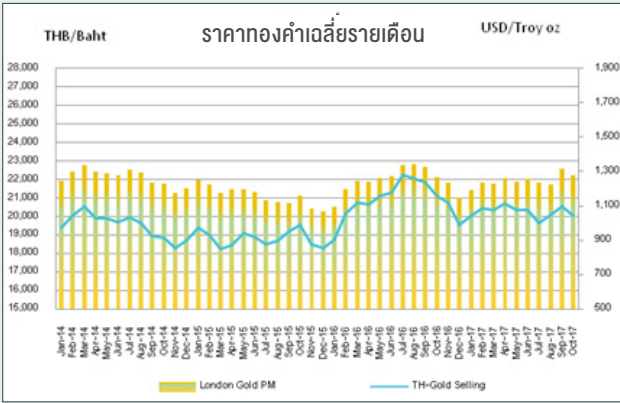
ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.ค. 60	ส.ค. 60	ก.ย. 60	ก.ย. 60	ม.ค. - ก.ย. 60
ส่งออก	0.2	0.7	0.7	4.2	3.3
นำเข้า	0.3	0.9	0.9	4.5	5.4

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกันยายน 2560 อยู่ที่ 88.8 (ปี 2555 = 100) ขยายตัวร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นร้อยละ +21.4 หมวดสินค้าทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ +0.4 สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ +2.9 และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ +2.1 ขณะที่หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งลดลงร้อยละ -1.3 \$

“ สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร ”

ตุลาคม 2560



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ก.ย. 60	ต.ค. 60	%Δ (MOM)	ม.ค.-ต.ค.59	ม.ค.-ต.ค.60	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,176.91	1,155.53	-1.82	1,268.03	1,213.05	-4.34
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,871.19	2,856.05	-0.53	2,266.73	2,272.81	0.27
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		61.52	55.49	-9.80	55.16	72.38	31.22
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		53.92	49.18	-8.79	45.98	62.16	35.19
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,314.98	1,279.51	-2.70	1,235.78	1,236.30	0.04
ไทย (THB/Baht)		20,576.19	20,083.33	-2.40	20,901.27	20,216.20	-3.28
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		49.77	51.62	3.71	42.18	49.68	17.79
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		33.15	33.25	0.31	35.24	34.17	-3.06

ราคากองคำ

ราคาทองคำเดือนตุลาคมเฉลี่ยอยู่ที่ 20,083 บาท ลดลงร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากไม่มีปัจจัยขับเคลื่อนราคาหลังจากความขัดแย้งระหว่างเกาหลีเหนือและสหรัฐฯ ไม่มีความตึงเครียดเพิ่มเติม ขณะเดียวกันนักลงทุนมีการลงทุนในสินทรัพย์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น ส่วนใน 10 เดือนแรกของปี 2560 เฉลี่ยอยู่ที่ 20,216 บาท โดยเคลื่อนไหวในกรอบแคบๆ ที่ 19,500 - 21,000 บาท สะท้อนถึงแม้ว่าความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้นในรอบปีที่ผ่านมา แต่นักลงทุนยังมีการลงทุนหรือเก็งกำไรในทองคำค่อนข้างน้อย ขณะที่ในช่วงที่เหลือของปี 2560 ราคาทองคำยังมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ แต่จะสูงกว่าในครึ่งปีแรก โดยคาดว่า จะเคลื่อนไหวในกรอบแคบๆ ที่ 20,000 - 22,000 บาท

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนตุลาคมปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 51.62 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 49.77 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เป็นผลมาจากการผลิตที่มีแนวโน้มลดลง ทั้งสถานการณ์ความตึงเครียดที่รุนแรงขึ้นในประเทศอิรักซึ่งมีขึ้นในพื้นที่ทางยุทธศาสตร์สำคัญการผลิตน้ำมันดิบของอิรัก ประกอบกับกลุ่มประเทศ OPEC จะขยายเวลาการปรับลดกำลังการผลิตออกไปอีก 3 - 5 เดือน จากเดิมที่จะสิ้นสุดในเดือนมีนาคม 2561 ขณะที่ค่าเฉลี่ย 10 เดือนแรกของปี 2560 อยู่ที่ 49.68 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ทั้งนี้ สบค. คาดว่าราคาน้ำมันดิบ (Dubai) ในปี 2560 ที่ 45.0 - 55.0 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล โดยคาดว่าในช่วงที่เหลือของปีหลังราคาน้ำมันจะเคลื่อนไหวในช่วง 50.0 - 60.0 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนตุลาคมเฉลี่ยอยู่ที่ 33.25 บาทต่อเหรียญสหรัฐ อ่อนค่าจากเดือนก่อนหน้าร้อยละ 0.3 ซึ่งเป็นการอ่อนค่าครั้งแรกในรอบ 10 เดือน เนื่องจากมีโอกาส (หมายเหตุ: เป็นแค่ความเห็นของกรรมการ FED แต่ยังไม่เป็นมติ) มากขึ้นที่ธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยอีกครั้งในเดือนธันวาคม 2560 รวมทั้งค่าเงินดอลลาร์กลับมาแข็งค่าเล็กน้อยหลังจากไม่มีความกังวลจากสถานการณ์เกาหลีเหนือเพิ่มเติม ทั้งนี้ สบค. คาดว่าอัตราแลกเปลี่ยนในปี 2560 จะอยู่ที่ 33.5 - 34.5 บาทต่อเหรียญสหรัฐ

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) และราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) เดือนตุลาคม 2560 ปรับตัวลดลงจากเดือนกันยายน 2560 จากราคา 1,176.91 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,155.53 บาท/100 กิโลกรัม และราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ปรับตัวลดลงจาก 2,871.19 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,856.05 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากเป็นไปตามกลไกของตลาด เนื่องจากช่วงนี้ข้าวเริ่มมีผลผลิตออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามราคาข้าวในช่วงนี้ยังถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เนื่องจากความต้องการของตลาดต่างประเทศยังมีมาก ส่งผลให้ทั้งโรงสีและผู้ส่งออกข้าวต้องซื้อผลผลิตมาเก็บเพื่อส่งออกตามคำสั่งซื้อของลูกค้าต่างประเทศ

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนตุลาคม 2560 เฉลี่ยอยู่ที่ กิโลกรัมละ 55.49 บาท และ 49.18 บาท ตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 ลดลงจากเดือนกันยายน 2560 คิดเป็นร้อยละ 9.80 และ 8.79 เนื่องจากราคายางปรับตัวลดลงตามที่ทิศทางราคายางในตลาดล่วงหน้าของตลาดต่างประเทศ หลังนักลงทุนมีความกังวลเกี่ยวกับอุปสงค์ภายในจีนเพราะสต็อกยางของจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันปริมาณยางในประเทศออกสู่ตลาดมากขึ้นเพราะหลายพื้นที่ที่ฝนทิ้งช่วง อีกทั้งการส่งออกของเวียดนามขยายตัวมากขึ้น **\$**



ทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทยเผยว่า เมื่อเดือนกันยายน 2560 ทัพนักลงทุนรายใหญ่ของญี่ปุ่น ยกทัพเต็มพิกัดมาไทย ซึ่งนอกจากมหาหัตถ์พันธมิตรทางธุรกิจของไทยแล้ว อีกเป้าหมายหลักคือมาศึกษาภาพ และโอกาสการลงทุนในไทยโดยเฉพาะในพื้นที่อีอีซีที่รัฐบาลไทยได้โปรโมตและทุ่มลงทุนโครงสร้างพื้นฐานรองรับ ทำให้ได้รับความสนใจมาก และน่าจะเกิดคลื่นลงทุนอีกระลอกใหญ่จากญี่ปุ่นในเร็วๆ นี้ นอกจากนี้ยังสนใจที่จะหาคู่ค้า/ผู้ร่วมทุนในการผลิตสินค้าอาหารเพื่อป้อนให้กับมทรรรมกีฬาโอลิมปิก ญี่ปุ่น ปี 2020

ตลาดผู้สูงวัยในแคนาดาเป็นตลาดที่น่าสนใจเพราะมีกำลังซื้อสูงและตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่า ช่วงวัยอื่นๆ อีกทั้งมีสัดส่วนใหญ่ที่สุด (30 เปอร์เซ็นต์ของประชากร) พฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะเป็น

- 1) วัตถุนิยม - ชอบซื้อเพื่ออวด
- 2) ชอบของหรูหรา
- 3) ชอบลองของใหม่/นวัตกรรม
- 4) ชอบเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงวัย
- 5) ใจยังหนุ่ม ชยันชั้นแข็งทำงาน กิจกรรมเยอะ ซึ่งชอบซื้อความสะดวกเพื่อประหยัดเวลา
- 6) ชอบสินค้าชะลอวัย
- 7) ชื่นชอบความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เช่น e-commerce
- 8) คลั่งฟิตเนส
- 9) ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง/การกุศล
- 10) ฉลาดซื้อ
- 11) ชอบเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 12) นิยมอาหารเอเชีย/ไทย นำลองเอาใจลูกค้าสูงวัยคุณะครับ อาจารย์ได้



ฟิลิปปินส์เป็นตลาดใหญ่ มีประชากรถึง 100 ล้านคน สินค้าไทยค่อนข้างเป็นที่ยอมรับในตลาด ฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตาม การผลิตเพื่อจำหน่ายในฟิลิปปินส์ควรมุ่งตลาดล่าง เนื่องจากประชากร ส่วนใหญ่ยังยากจน ควรเน้นสินค้าคุณภาพดีแต่ราคาต่อหน่วยต่ำ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธี เช่น การลดขนาด บรรจุต่อหน่วย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อครั้งละเล็กน้อยได้ เป็นต้น สำหรับในด้านการลงทุน ธุรกิจที่มี ศักยภาพ ได้แก่ การแปรรูปสินค้าเกษตร/ประมง เหมือนแรม/อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น วัสดุก่อสร้าง เนื่องจากฟิลิปปินส์มีทรัพยากรธรรมชาติมาก การก่อสร้างและที่พักอาศัย และธุรกิจโรงพยาบาล เนื่องจากฟิลิปปินส์มีบุคลากรทางการแพทย์และพยาบาลจำนวนมากและมีสถาบันการศึกษาในสาขา ดังกล่าวเหมือนกัน โดยอาจจะตั้งเป็นเมดิคัลฮับสำหรับอาเซียนหรือระดับโลก \$



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

ได้ที่ สท. ชั้น 13

0-2507-7895

www.tpsoc.moc.go.th