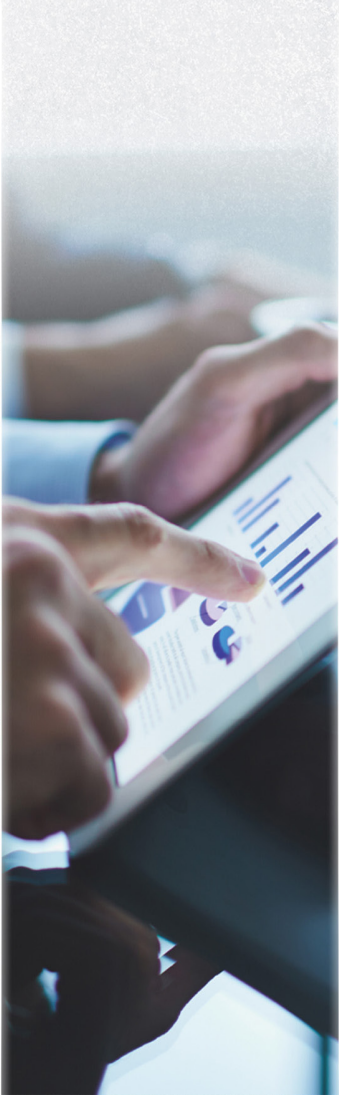


วารสาร
สนค.
พฤศจิกายน 2564

ปีที่
12
ฉบับที่
124

Trade Policy and Strategy Office

TPSO Journal



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

SPECIAL TALK

การค้าเพื่อการพัฒนา
ในยุคของห่วงโซ่มูลค่าโลก

CONTENTS

- 03 SPECIAL TALK**
การค้าเพื่อการพัฒนาในยุคของห่วงโซ่มูลค่าโลก
- 04 SPECIAL REPORT**
» ทิศทางเศรษฐกิจการค้าโลกและสถานะของประเทศไทย
- 08 ECONOMIC INDICATORS**
ภาพรวมเศรษฐกิจ : ตุลาคม 2564
- 10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS**
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : กันยายน 2564
- 11 COMMODITIES & FX**
สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : ตุลาคม 2564

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกเริ่มผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ หลังจากที่มีการควบคุมการแพร่ระบาดได้ดีขึ้นและประชาชนได้รับการฉีดวัคซีนอย่างทั่วถึงมากขึ้น ประเทศต่างๆ จึงเริ่มที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

TPSO Journal ฉบับนี้นำเสนอคอลัมน์ Special Talk และ Special Report นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ "แนวโน้มการปรับตัวของภาคการส่งออกไทยหลังสถานการณ์โควิด-19" และ "ทิศทางเศรษฐกิจการค้าโลกและสถานะของประเทศไทย"

ก่อนจากกัน...กองบรรณาธิการฯ ขอให้ทุกท่านสุขภาพแข็งแรงและผ่านพ้นสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ไปด้วยกัน ทางสนค.จะพัฒนาและนำเสนอการคาดการณ์ลงทุน แนวทางพัฒนาเพื่อประชาชนทุกท่าน

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.



GETTING AROUND
WITH TPSO

ฉบับที่ 124



สนค. และ ศอ.บต. ร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดชายแดนใต้

เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2564 ที่ผ่านมา นายธนรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ร่วมกับ พลเรือตรี สมเกียรติ ผลประยูร เลขาธิการศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ร่วมกันแถลงผลการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นจังหวัดชายแดนใต้ ที่ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนกว่า 34,000 คน ในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และบราฮ์ว ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าใหม่ที่ สนค. พัฒนาขึ้นในปี 2564 นี้

ดัชนีความเชื่อมั่นจังหวัดชายแดนใต้โดยรวมไตรมาสที่ 3 ปี 2564 อยู่ในช่วงเชื่อมั่น ที่ระดับ 51.87 ปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 50.90 ในไตรมาส

ก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจากการสูงขึ้นของความเชื่อมั่น ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม สำหรับด้านความมั่นคงดัชนีปรับตัวลดลงเพียงเล็กน้อย

การพัฒนาเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าใหม่นี้ เกิดขึ้นด้วย สนค. เล็งเห็นความสำคัญในการจัดทำเครื่องชี้วัดที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้มีข้อมูลและตัวชี้วัดความเชื่อมั่นของประชาชน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง รวมถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ ในพื้นที่สำหรับส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นำไปใช้ประกอบการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนจัดทำนโยบายหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การค้าเพื่อการพัฒนา ในยุคของห่วงโซ่มูลค่าโลก



ห่วงโซ่มูลค่าโลก
(Global Value Chains : GVCs)

ห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chains: GVCs) เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ โดยกระจายตัวในหลายประเทศและภูมิภาค ตั้งแต่การแสวงหาปัจจัยการผลิต การผลิตสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย ตลอดจนการส่งต่อไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้ การเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าโลกจะยกระดับประสิทธิภาพการผลิต เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดความยากจนให้กับประเทศมากกว่าการค้าในรูปแบบเดิม ขณะเดียวกันนวัตกรรมการผลิตส่งผลให้การค้าและห่วงโซ่มูลค่าโลกขยายตัว และเป็นปัจจัยดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศแทนแรงงานราคาถูกอีกด้วย



อย่างไรก็ตาม การผลิตภายใต้ระบบห่วงโซ่มูลค่าโลก มีแนวโน้มก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงกว่าการผลิตและการค้าแบบเดิม มีการใช้ชิ้นส่วนพลาสติกและอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น รวมถึงมีการขนส่งวัตถุดิบหรือสินค้าขึ้นกลางระหว่างประเทศมากขึ้น ทำให้หลายประเทศมีภาวะเปราะบางเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวด จึงเกิดแรงผลักดันให้มีการส่งเสริมสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมตามมา

สำหรับประเทศไทย การมีนโยบายภายในประเทศที่เหมาะสม จะช่วยให้เศรษฐกิจการค้า ของประเทศสามารถพัฒนา และฉกฉวยประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในยุคห่วงโซ่มูลค่าโลก โดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้รวบรวมข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย ดังนี้



เร่งผลักดันนโยบายในประเทศที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลก เช่น การอำนวยความสะดวกการประกอบธุรกิจ การเร่งเจรจาความตกลงการค้าระหว่างประเทศ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งและเทคโนโลยีสารสนเทศ การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ



ไทยเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมและสินค้าหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่รับจ้างผลิต (OEM) ไม่ได้สร้างแบรนด์สินค้าและมูลค่าเพิ่ม และบริษัทข้ามชาติมีแนวโน้มจะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า มีสิทธิประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีที่สูงกว่า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแรงงานและผู้ประกอบการรายย่อยของไทย ดังนั้น รัฐบาลควรเร่งสนับสนุนการวิจัยพัฒนานวัตกรรม ส่งเสริมศักยภาพ SMEs ให้สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าโลก สร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อให้เศรษฐกิจไทยพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น เป็นเศรษฐกิจยุคใหม่ที่สร้างมูลค่า รักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อนำพาประเทศให้ก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลาง



ประเทศไทยเป็นสังคมสูงวัย จำเป็นต้องมีการนำระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์มาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น รัฐบาลควรสนับสนุนให้อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ของไทยเติบโต มีตลาดภายในประเทศรองรับ และมีราคาถูกลง เพื่อให้ผู้ประกอบการในประเทศเข้าถึงได้ ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับภาคอุตสาหกรรมไทย และเพิ่มโอกาสการมีส่วนร่วมในระบบห่วงโซ่มูลค่าโลก



พัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน (Upskill/Reskill) ให้เป็นแรงงานทักษะสูง สามารถตอบสนองการผลิตที่มีคุณภาพและนวัตกรรมแบบใหม่ ขณะเดียวกันส่งเสริมแรงงานภาคเกษตรให้มีการใช้เทคโนโลยี หรือพัฒนาทักษะเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมที่ไม่ซับซ้อนหรือที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้ให้แรงงานภาคเกษตร



ในยุคหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ห่วงโซ่มูลค่าโลกอาจมีการปรับตัว ให้สามารถรับมือกับภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันได้ดีขึ้น ที่ผ่านมา โควิด-19 ทำให้เกิดการชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) ในบางอุตสาหกรรม อย่างที่ไม่เคยเกิดมาก่อน เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ญี่ปุ่นต้องปิดโรงงาน เนื่องจากจีนไม่สามารถส่งชิ้นส่วนประกอบโรงงานได้ ทำให้หลายประเทศมีการย้ายฐานการผลิตกลับประเทศตนเอง หันมาพึ่งพาห่วงโซ่ในประเทศหรือในภูมิภาคมากขึ้น ปรับห่วงโซ่อุปทานให้สั้นลง เพื่อลดความเสี่ยงจากการชะงักงันของห่วงโซ่อุปทาน และพยายามลดการพึ่งพาประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป

ทิศทาง เศรษฐกิจการค้าโลก และสถานะของประเทศไทย

พัฒนาการของเศรษฐกิจการค้าโลก

เศรษฐกิจการค้าโลกในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่สิ้นสุดสงครามเย็น ในปี 2534 มีการเปลี่ยนแปลงจากทั้งปัจจัยการเมือง โครงสร้างและเทคโนโลยี และกระแสโลกาภิวัตน์ ระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมกลายเป็นเศรษฐกิจกระแสหลัก มีสหรัฐอเมริกา เป็นมหาอำนาจ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกฎกติกาและโครงสร้างเศรษฐกิจการค้าโลก ผ่านกลไกความร่วมมือระหว่างประเทศต่าง ๆ และเมื่อประกอบกับ นโยบายเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ที่เปิดรับการค้าการลงทุนระหว่างประเทศมากขึ้น รวมถึงกระแสโลกาภิวัตน์ ต้นทุนการขนส่งสื่อสาร ที่ลดลง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ผลักดันให้การค้าการลงทุนระหว่างประเทศเติบโตอย่างก้าวกระโดด รูปแบบการผลิตโลกซับซ้อน มากขึ้น เชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซการผลิตโลก เกิดการแพร่หลายของบริษัทข้ามชาติและการเคลื่อนย้ายการค้าการลงทุนสู่ประเทศกำลัง พัฒนา ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาเชื่อมโยงและมีบทบาทในเศรษฐกิจการค้าการลงทุนโลกมากขึ้น เห็นได้ชัดตั้งแต่ปี 2544 โดยประเทศ กำลังพัฒนามีสัดส่วนในเศรษฐกิจโลก (GDP โลก) เพิ่มขึ้น จากร้อยละ 20 ในช่วงก่อนปี 2543 เป็นประมาณร้อยละ 40 ในปัจจุบัน และมีสัดส่วนในการค้าสินค้าและบริการโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากประมาณร้อยละ 20 - 30 ในช่วงปี 2534 - 2543 เป็นประมาณ ร้อยละ 40 ในปี 2562



ผลจากข้างต้น จึงทำให้ประเทศในเอเชีย เช่น จีน เกาหลีใต้ อินเดีย อาเซียน มีความสำคัญเพิ่มขึ้นมาก และจีนกลายเป็น มหาอำนาจทางเศรษฐกิจใหม่ อีกทั้ง เกิดการรวมกลุ่มและ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศจำนวนมาก โดยมีการลดกำแพงภาษีช่วยสนับสนุนการค้าโลกให้ขยายตัว

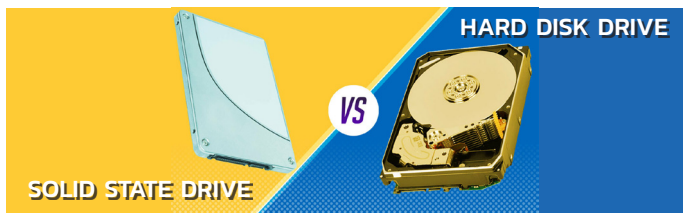
เศรษฐกิจการค้าโลกในปัจจุบันก็ยังคงเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง โดยมีแนวโน้มที่สำคัญ อาทิ

- การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่มูลค่าโลกที่จะปรับเปลี่ยนเป็นห่วงโซ่ มูลค่าภูมิภาคมากขึ้น และประเทศต่าง ๆ มุ่งปรับห่วงโซ่การผลิตให้ยืดหยุ่น มั่นคง และกระจายความเสี่ยง
- สินค้ากลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีระดับกลาง (เช่น ยานยนต์ เคมีภัณฑ์ เส้นใยสังเคราะห์ เครื่องจักร) และระดับสูง (เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องมือสื่อสาร ส่วนประกอบอากาศยาน) มีความสำคัญต่อภาคการส่งออกโลกมาอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2538 - 2563
- การทวนกระแสโลกาภิวัตน์ หรือการปกป้องทางการค้า มีแนวโน้มเข้มขึ้นขึ้น และประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และความมั่นคงถูกนำมาผูกกับ ประเด็นทางการค้ามากขึ้น
- การเจรจาความตกลงการค้าระดับพหุภาคีทำได้ยากขึ้น ขณะที่ การเจรจาระดับทวิภาคีและภูมิภาคมีบทบาทมากขึ้น และข้อตกลงทางการค้า มีแนวโน้มจะครอบคลุมประเด็นกว้างขึ้น และมีมาตรฐานสูงขึ้น

สถานะของประเทศไทย

ปัจจุบัน (ปี 2563) ไทยมีขนาดเศรษฐกิจ (GDP) ใหญ่เป็นอันดับ 26 ของโลก และอันดับ 2 ของอาเซียน โดยไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง สำหรับด้านการค้าสินค้า ไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 25 ของโลก และอันดับ 4 ของอาเซียน และเป็นผู้นำเข้าอันดับ 25 ของโลก และอันดับ 3 ของอาเซียน ขณะที่ด้านการค้าบริการ ไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 30 และผู้นำเข้าอันดับ 25 ของโลก และเป็นผู้ส่งออกและนำเข้าอันดับ 2 ของอาเซียน

เศรษฐกิจการค้าไทยมีจุดแข็งหลายด้าน ซึ่งสามารถต่อยอดและใช้ประโยชน์ได้ ได้แก่ (1) ได้เปรียบด้านที่ตั้งภูมิรัฐศาสตร์ (2) เศรษฐกิจไทยมีความซับซ้อนค่อนข้างสูง อยู่อันดับ 23 ของดัชนีความซับซ้อนของเศรษฐกิจของโลกในปี 2562 ตีขึ้นถึง 26 อันดับภายในเวลา 24 ปี และยังคงอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีความหลากหลายของสินค้าใหม่มากเป็นอันดับ 2 (จากทั้งหมด 6 กลุ่ม)¹ โดยในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา ไทยมีสินค้าใหม่ที่แข่งขันได้ในตลาดโลกเพิ่มขึ้น 30 รายการ (3) มีภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการที่โดดเด่น โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นที่นิยมในประเทศเพื่อนบ้าน และภาคบริการไทยมีศักยภาพสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน (4) ได้เปรียบด้านทรัพยากรการผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร เป็นผู้ส่งออกหลักของโลกในหลายสินค้า เช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้สดและแปรรูป ปลา ข้าว น้ำตาล โดยไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 6 ของโลกด้านสินค้าเกษตร และอันดับ 10 ของโลกด้านสินค้าอาหาร และเป็นผู้ส่งออกอันดับ 2 ของอาเซียนทั้งสินค้าเกษตรและอาหาร (5) เป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของเอเชียและผู้ส่งออกหลักอันดับ 9 ของโลก อันดับ 4 ของเอเชีย และอันดับ 1 ของอาเซียน (6) มีศักยภาพด้านบริการทางการแพทย์และสุขภาพ และ (7) สามารถกระจายการส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่หลากหลายมากขึ้นตั้งแต่ปี 2550



อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจการค้าไทยยังเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ อาทิ เป็นสังคมผู้สูงอายุ ขาดแคลนแรงงาน มีข้อจำกัดด้านการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมของตัวเองและด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ทั้งพารายได้จากต่างประเทศสูง ความน่าสนใจด้านการเป็นฐานการผลิตลดลง สินค้าส่งออกหลักของไทย เช่น Hard Disk Drive อาจถูกแทนที่ด้วย Solid State Drive รถยนต์สันดาปอาจถูกแทนที่ด้วยรถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น

เพื่อรับมือและใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงบริบทเศรษฐกิจการค้าโลก ประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนในด้านต่าง ๆ อาทิ



- **ปรับโครงสร้างสินค้าส่งออก** ให้หลากหลาย มีมูลค่าสูง และดึงดูดการลงทุนต่างชาติ และสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค (อาเซียน/เอเชีย) และปรับโครงสร้างบริการส่งออกให้สามารถส่งมอบบริการสมัยใหม่และเพิ่มมูลค่าในสาขาศักยภาพ (ค้าส่งค้าปลีก บริการรักษาพยาบาลและส่งเสริมสุขภาพ โลจิสติกส์การค้า ดิจิทัล)



- **สร้างพลังและอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจ** จากการผนึกกำลังกับอาเซียน ทั้งในระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาค



- **ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าแบบยั่งยืน** เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม มีธรรมาภิบาล



- **ขยายตลาดต่างประเทศ** โดยเร่งจัดทำ FTA กับคู่ค้าสำคัญ/มีศักยภาพ การนำเข้าสูง เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ อิสราเอล แคนาดา เม็กซิโก และรัสเซีย และส่งเสริมความร่วมมือทางการค้ารูปแบบอื่น ๆ เช่น มินิเอฟทีเอ



- **พัฒนาด้านอื่น ๆ** เช่น ศักยภาพคนไทยและทักษะแรงงานไทย การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ระบบทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ เป็นต้น

¹ ข้อมูลจาก Atlas of Economic Complexity ของ The Growth Lab, Harvard University แบ่งประเทศเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ A+ A B C D และ D- โดย A+ เป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนสินค้าใหม่ที่แข่งขันได้ในตลาดโลกเพิ่มขึ้นมากที่สุดซึ่งไทยอยู่ในกลุ่ม A คือ มีสินค้าใหม่เพิ่มขึ้นมากเป็นอันดับ 2



สรุปผลงาน 2 ปี



ประกันรายได้เกษตรกร พืช 5 ชนิด



ผลไม้ราคาดี



ตั้ง กอ. พาณิชย์ รัฐทุน เอกชนนำ

จัดตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐฯ ซึ่งเอกชนเป็นพี่นำ ภาครัฐเสริมทัพ งบกลางทำงานร่วมกัน และยื่นทบทวนปัญหาเพื่อติดตามประสานงานแก้ไข

ผลักดันการส่งออกและแก้ไขปัญหาลูกศรทางการค้า อาทิ

- ส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์
- สนับสนุนการค้าผ่านช่องทางออนไลน์
- ผลักดันการส่งออกและแก้ไขปัญหาลูกศรทางการค้า
- ผลักดันการส่งออกและแก้ไขปัญหาลูกศรทางการค้า

เป็นประธานประชุม รมต.การค้า RCEP15 สำเร็จ

สมาชิก RCEP ยกเลิกภาษีนำเข้าที่เกินกว่า 39,366 รายการ โดยลดภาษีเหลือ 0% กับ 29,891 รายการ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มใช้บังคับ มกราคม 2565

“สมาชิก RCEP”

RCEP มีความตกลงการค้าเสรี (FTA) ที่มีความสำคัญต่อโลก ประกอบด้วยสมาชิก 15 ประเทศ

- ประชากรรวมกัน 2,300 ล้านคน
- จีดีพีรวม 28.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ
- มูลค่าการค้ารวม 10.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

รวมถึงยังได้จัดการประชุมระหว่างกันภายใต้ RCEP รวมถึงสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจไทยในระยะยาว

ส่งเสริมผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากแต้มต่อของ FTA บุคลากรต่างประเทศ

บุกตลาดเมืองรอง ด้วย Mini FTA

ลงนามแล้ว

- MOU กับอินโดนีเซีย (จีน) 12,000 ล้านบาท
- MOU กับญี่ปุ่น (ญี่ปุ่น) 15,500 ล้านบาท

เร่งผลักดันต่อไป

- MOU กับ กานู (จีน)
- MOU กับ เติลังกา (อินเดีย)
- MOU กับ คยองกี (เกาหลีใต้)

ผลักดันส่งออกผ้าวิวกุด นำที่มอกขนขึ้นขายสินค้าทั่วโลก MOU

การค้าขายสี่แมงประเพณี พักดินส่งออก พรมขนหนู MOU และกิจกรรม Business matching 231 คู่

รวมมูลค่าส่งออก **20** ล้านบาท

มูลค่าการค้าขายสี่แมงประเพณี **57,176.63** ล้านบาท เพิ่มขึ้น 60.305%

ส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์

- THAI TRADE COM: 160,000 บาท
- THAI TRADE COM: 215,611 บาท
- THAI TRADE COM: 2,322 บาท

สนับสนุนการค้าผ่านช่องทางออนไลน์

- THAI TRADE COM: 13,138 บาท
- THAI TRADE COM: 161,756 บาท

จรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์

หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์
รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ช่วยชาล้ง ยกระดับราคาเศษกระดาษ

ช่วยประเภชานี้ 1.5 ล้านครัวเรือน

มาตรการปิดป่าราคาขั้นต่ำกระดาษ

- ขั้นต่ำโลกริมละ 2 บาท
- ขั้นต่ำราคาพื้นขึ้น 50 สตางค์ เป็น 9 บาทกิโล

มาตรการยกระดับราคา โดยบูรณาการความร่วมมือ

- ขยายกำลังและครอบครัว
- ร้านรับซื้อของเก่า
- โรงงานรีไซเคิลกระดาษ
- โรงเยื่อกระดาษ
- สมาคมชาล้งและร้านรับซื้อของเก่า
- กระทรวงพาณิชย์ (กรมการค้าต่างประเทศ)

สร้างสมาร์ทโซวห่วย

โตกว่า 34,572 ร้านค้า

เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

พันธกิจ

- ใช้เทคโนโลยีช่วยร้านค้าโซวห่วย
- ปรับภาพลักษณ์ให้สะอาดและทันสมัย
- บริการสต็อกและยกระดับการบริการให้ชุมชนเข้าถึงสินค้าได้อย่างเท่าเทียม

สร้างอาชีพ จากธุรกิจแฟรนไชส์

แฟรนไชส์ไทยมี 597 ธุรกิจ

เป้า 1 ปี

สร้างอาชีพจากธุรกิจแฟรนไชส์ **10,000** ราย

มูลค่าการค้าตลาด **4,600** ล้านบาท

อบสม สร้างนักธุรกิจยุคใหม่

พัฒนาผู้ประกอบการและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (NEA) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สร้างผู้ประกอบการได้ 84,283 ราย

NEA สร้างธุรกิจใหม่ 66,695 ราย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พัฒนาการการค้าดิจิทัล 17,588 ราย

ปั้น CEO Gen Z

ด้วยการอบรมอย่างเข้มข้นทั้งเชิงช่างออนไลน์และออฟไลน์ไปแล้วกว่า **20,674** ราย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยรับผิดชอบ 93 มหาวิทยาลัยและสถานศึกษา

โครงการ Gen Z to be CEO

- 2,704 ราย (ภาคเหนือ)
- 1,610 ราย (ภาคกลาง)
- 2,314 ราย (ภาคตะวันออก)
- 10,321 ราย (ภาคใต้)
- 546 ราย (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)
- 709 ราย (ภาคตะวันออก)
- 2,470 ราย (ภาคเหนือ)

เข็คราคา

ด้วยมาตรการที่

โดยแสดงผลเพื่อเปิดเผยให้

สร้างค

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

(25 ก.ค. 62 - 30 ก.ย. 64)

สร้าง เซลล์แมนประเทศ เซลล์แมนจังหวัด

ปรับบทบาทพาณิชย์เป็นเซลล์แมนประเทศ พาณิชย์จังหวัดเป็นเซลล์แมนจังหวัด เพื่อขยายการค้า ส่งเสริมการขายสินค้า ผลิตภัณฑ์ การส่งออก และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้า ทำหน้าที่เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนสินค้า



ครั้งแรก ในประวัติศาสตร์ **กัมเซลล์แมน**

- เซลล์แมนประเทศ มีอยู่ เซลล์แมนจังหวัด นำสินค้าท้องถิ่น โดเมนเด่น ส่งต่อรายการกว่า 213 คู่ ส่งมอบสินค้าแล้ว 77 คู่
- สินค้าหลากหลายจากทุกภาคทั่วประเทศ อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวหอมขจร ทุเรียน เงาะวัง ส้มโชกุน กล้วยหอม ของดีจตุรัส บ้านป่า กุ้ง น้ปลา ร้า หมูหยอง เครื่องประดับ

เปิดด่าน ผลิตภัณฑ์การค้าชายแดน / ผ่านแดน

มูลค่าส่งออก **2 ปี** (ก.ค. 62 - ก.ค. 64) **1,832,066** ล้านบาท (25 ก.ค. 62 - 30 ก.ค. 64)

มูลค่าการค้ารวม **2 ปี** (ก.ค. 62 - ก.ค. 64) **3,088,748** ล้านบาท (25 ก.ค. 62 - 30 ก.ค. 64)

เปิดด่าน **46** ด่าน จาก 97 ด่าน **สำเร็จ**

NEWS "จอร์นีย์" 5 ครั้ง ส่งมอบสินค้ากว่า 77 คู่ มูลค่าการค้ารวม 3,088,748 ล้านบาท (25 ก.ค. 62 - 30 ก.ค. 64) 91,133 คู่ คิดเป็น 6.39%

เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด

5 ขั้นตอน

เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด ยุทธศาสตร์ ตลาดนำการผลิต

- 1. ศึกษารายชื่อเกษตรกรผู้ผลิต
- 2. ทำ QR CODE ตรวจสอบย้อนกลับสินค้า
- 3. ส่งต่อตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

เป้าหมาย

- 1. ส่งมอบสินค้าคุณภาพสูง
- 2. ส่งมอบสินค้าปลอดภัย
- 3. ส่งมอบสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

พื้นที่ร่วม:

- 1. ส่งมอบสินค้าคุณภาพสูง
- 2. ส่งมอบสินค้าปลอดภัย
- 3. ส่งมอบสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

เคาน์เตอร์เทรด

"ช่วยเกษตรกรหาตลาด"

แลกเปลี่ยนสินค้า ทั่วประเทศส่งผ่านทุกจังหวัด โดยทีมเซลล์แมนจังหวัด (ทีมพาณิชย์ 76 จังหวัด) **ทำงานเชิงรุก**

สร้างมูลค่าการค้ารวม **6,607.76** ล้านบาท

ปี 63 มูลค่า **3,245.06** ล้านบาท

ปี 64 8 เดือนแรก **3,362.70** ล้านบาท

อาหารไทย อาหารโลก

ให้ไทยเป็นศูนย์กลางอาหารคุณภาพมาตรฐานโลก

อาหารไทย อาหารโลก

ปริมาณการค้ารวม **2 ปี** **55,367.46** ล้านบาท

มูลค่าการค้ารวม **3,413** ล้านบาท (ก.ค. 62 - ก.ค. 64)

มูลค่าการค้ารวม **4,043** ล้านบาท (ก.ค. 62 - ก.ค. 64)

มาตรการ

- ส่งเสริมการตลาด
- ส่งเสริม Online
- ส่งเสริม Matching
- นำเงื่อนไข MOU
- ส่งเสริมช่องทางขาย
- ส่งเสริมพัฒนา

ส่งเสริมการค้ารูปแบบใหม่สู่ New Normal

Virtual Trade Fair

Mirror Mirror Mission

Online to Store Promotion

Webinar

Online Business Matching

Online SMEs Pro-active

สร้างมูลค่าการค้ายุค New Normal ให้เกิดขึ้น **รวมกว่า 158,113** ล้านบาท

ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยมากกว่า **14,364** ราย

พาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน 12 Lot

โครงการพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน ดำเนินการแล้ว **รวม 12 ครั้ง** (ตั้งแต่ 16 ม.ค. 2563 ถึง 31 ก.ค. 2564)

กระทรวงพาณิชย์ ผู้จำหน่ายสินค้า ผู้บริโภค นักค้าปลีก

มูลค่าการค้ารวม **4,300** ล้านบาท

โครงการ "การรวบรวมพัสดุภัย COVID-19" ในส่วนภูมิภาค

ส่งมอบจำนวน **685** ชิ้น

จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในราคาประหยัดใน 7 จังหวัด ได้แก่ สุพรรณบุรี ราชบุรี นครปฐม นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี นครสวรรค์ (คิดรวมลดราคา)

โครงการรถโมบายพาณิชย์ลดราคา! ช่วยประชาชน

กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก **1,000** คันทั่วประเทศ

ช่วงล็อกดาวน์โควิด-19 (ระลอก 3)

กรุงเทพฯ จำนวน 50 คัน

ส่วนภูมิภาค 76 จังหวัด จำนวน 950 คัน

ประชาชนมาซื้อสินค้า **1,367,458** คน

มูลค่าการค้ารวม **200,339,042** บาท

สามารถลดค่าครองชีพรวม **85.85** ล้านบาท

จับคู่กู้เงิน

ช่วยเหลือแหล่งเงินทุนเชื่อมโยงพิเศษ ให้ร้านอาหารและ SMEs ส่งออก

ทั้ง 2 โครงการ **4,512** ล้านบาท

โครงการจับคู่กู้เงิน... ต่อมาที่ร้านอาหาร

โครงการจับคู่กู้เงิน... ต่อมาที่ SMEs ส่งออก

ช่วย SMEs และ Micro SMEs พัฒนาคุณภาพและการตลาด

SMEs ทั้งประเทศ **3,134,442** ราย

สนับสนุน พัฒนา ตลาด เตรียมความพร้อมการส่งออก พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

ในประเทศ **12,873** ราย

ต่างประเทศ **73,230** ราย

ทุกภารกิจของการส่งเสริมการส่งออก ให้เพิ่มโอกาส SMEs ให้ได้รวม **10-15%**

ช่วยเพิ่ม SMEs ได้ **57,890** ราย

ขยาย-ค่าบริการ พาณิชย์โลก

เพิ่มระบบ QR Code

เพิ่มเป็นธรรม

MOC Online One Stop Service

ลดขั้นตอนการให้บริการ ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ด้วยระบบออนไลน์

85 บริการที่กระทรวง

www.moc.go.th

ดันทุกจังหวัด มีสินค้า GI

เพิ่มมูลค่าและรายได้ให้ชุมชนด้วยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ **รวม 77 จังหวัด**

มีสินค้า GI ของท้องถิ่นที่ขึ้นทะเบียนแล้ว **152** รายการ

สร้างมูลค่าที่เกื้อหนุนในประเทศ **39,000** ล้านบาท

พัฒนาส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาของคนไทย

ใช้ประโยชน์จากสิทธิบัตร

Fast Track พิจารณาพร้อมพิจารณาสิทธิบัตรจาก 12 เดือน เหลือ 6 เดือน

Fast Track ตัดอายุสิทธิบัตรพิจารณาจาก 60 วัน เหลือ 60 นาที

Patent e-Certificate ออกหนังสือสำคัญจาก 60 วัน เหลือ 15 วัน

สร้างฮับอุตสาหกรรม ดิจิทัลคอนเทนต์/ภาพยนตร์

พัฒนาผู้ประกอบการไทย ในกลุ่มดิจิทัลคอนเทนต์และภาพยนตร์

สร้างมูลค่าการค้ารวม **8,852** ล้านบาท

ในประเทศ **6,377.25** ล้านบาท

ต่างประเทศ **2,474.73** ล้านบาท

ส่งเสริมศิลปอาชีพของคนไทย

อนุรักษ์ ส่งเสริม พัฒนา คุ้มครอง ส่งเสริมศิลปอาชีพของคนไทย

ส่งเสริมให้ศิลปอาชีพ ช่างศิลปอาชีพ ศิลปินอาชีพ คนไทย ส่งเสริมศิลปอาชีพของคนไทย

ส่งเสริมศิลปอาชีพของคนไทย ในทุกมิติอย่างยั่งยืน

รายได้ต่อปีของชุมชนช่างฝีมือและผู้ประกอบการงานศิลปกรรม **5.28** ล้านบาท (ปี 2561-2562)

ภาพรวมเศรษฐกิจ เดือนตุลาคม 2564

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน ตุลาคม 2564

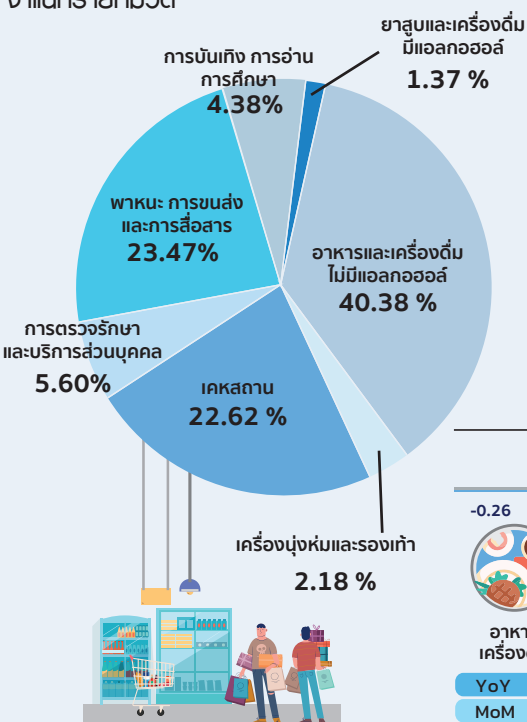
		%MoM	%YoY	%AoA	%YoY ก.ย. 64
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline CPI	0.74	2.38	0.99	1.68
เงินเฟ้อพื้นฐาน	Core CPI	0.00	0.21	0.23	0.19
ดัชนีราคาผู้ผลิต	PPI	1.7	6.9	4.0	5.3
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	CMI	1.6	10.0	7.8	8.6
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	CCI		ก.ย. 64 43.4		ก.ย. 64 42.1

สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยมีสัญญาณฟื้นตัว สะท้อนจากเงินเฟ้อที่สูงขึ้นในเดือนนี้ โดยมีปัจจัยสำคัญจากสินค้าในกลุ่มพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้นตามอุปสงค์โลก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ส่งผลให้ภาคธุรกิจและประชาชนมีกำลังซื้อและการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจสำคัญที่มีสัญญาณปรับตัวดีขึ้น ด้านอุปสงค์สะท้อนได้จากยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากการนำเข้าและมูลค่าการส่งออกที่ขยายตัวต่อเนื่อง รวมถึงดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้นร้อยละ 10.0 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 43.4 จากระดับ 42.1 ในเดือนก่อนหน้า แม้ว่าจะยังไม่อยู่ในระดับความเชื่อมั่น แต่มีทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยเพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 3 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นในทุกภาคและทุกอาชีพ สำหรับด้านอุปทานสะท้อนได้จากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ปรับตัวดีขึ้น ส่วนดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเริ่มปรับตัวดีขึ้น แต่ยังต่ำกว่าปีก่อน สอดคล้องกับดัชนีราคาผู้ผลิตที่สูงขึ้นร้อยละ 6.9

ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนตุลาคม 2564 สูงขึ้นร้อยละ 2.38 (YoY)

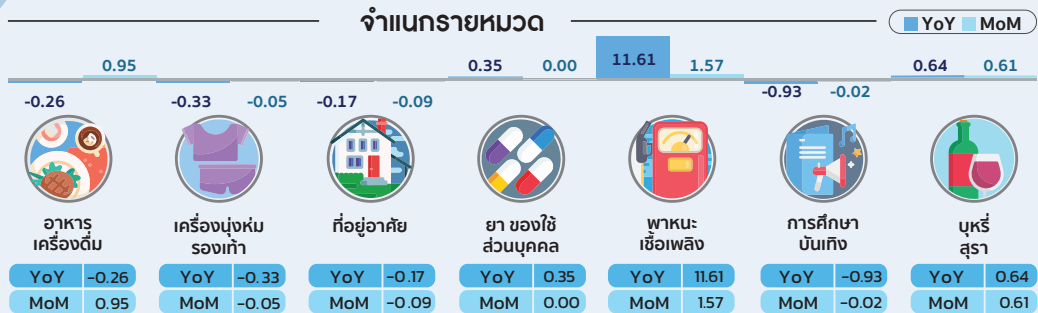
สัดส่วนน้ำหนัก จำแนกรายหมวด



ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนตุลาคม 2564 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 2.38 (YoY) จากระดับ 1.68 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ตามราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิงที่ปรับเพิ่มขึ้นตามราคาในตลาดโลก ประกอบกับสินค้าในกลุ่มอาหารสดบางชนิด โดยเฉพาะผักสด ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยในหลายพื้นที่ และใช้ไถ่ราคายังคงปรับเพิ่มขึ้น แต่มีแนวโน้มชะลอตัวลง นอกจากนี้ อาหารบริโภคในบ้าน-นอกร้าน และเครื่องประกอบอาหาร ปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุน อย่างไรก็ตาม สินค้าในกลุ่มอาหารสดส่วนใหญ่ ราคายังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว เนื้อสุกร ไก่สด และผลไม้สด สำหรับสินค้าอื่น ๆ ยังเคลื่อนไหวในทิศทางที่ปกติ สอดคล้องกับความต้องการและปริมาณผลผลิต ยกเว้น สินค้ากลุ่มอาหารสดราคาค่อนข้างผันผวนเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

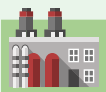
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว) สูงขึ้นร้อยละ 0.21 (YoY) สำหรับเงินเฟ้อทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2564 สูงขึ้นร้อยละ 0.74 (MoM) และเฉลี่ย 10 เดือน (ม.ค.- ต.ค.) ปี 2564 สูงขึ้นร้อยละ 0.99 (AoA)

อัตราการเปลี่ยนแปลง จำแนกรายหมวด



แนวโน้มเงินเฟ้อเดือนพฤศจิกายน 2564

แนวโน้มเงินเฟ้อเดือนพฤศจิกายน 2564 มีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้น โดยมีปัจจัยสำคัญจาก 1) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่เริ่มคลี่คลายในหลายพื้นที่จากการกระจายวัคซีนและการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ ส่งผลให้ภาคธุรกิจสามารถดำเนินการได้มากขึ้น ประกอบกับมาตรการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 จะส่งผลดีต่อกำลังซื้อและการใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ 2) น้ำมันเชื้อเพลิง ราคายังมีทิศทางที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจจะกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงการขนส่ง 3) อุทกภัยในหลายพื้นที่ในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาดน้อยลง และส่งผลต่อระดับราคาต่อไป สำหรับสินค้าในหมวดอื่น ๆ มีแนวโน้มเคลื่อนไหวในทิศทางปกติตามปริมาณผลผลิตและความต้องการ อย่างไรก็ตาม สินค้าในหมวดอาหารสดส่วนใหญ่ โดยเฉพาะข้าว เนื้อสุกร ไก่สด และผลไม้สด ยังมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่สถานการณ์โควิด-19 ยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่เป็นตัวแปรสำคัญของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจซึ่งจะต้องเฝ้าระวังและส่งผลต่อเงินเฟ้ออย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่า เงินเฟ้อเฉลี่ยในปี 2564 จะอยู่ระหว่างร้อยละ 0.8 - 1.2 (ค่ากลางอยู่ที่ร้อยละ 1.0) ซึ่งเป็นอัตราที่น่าจะช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง หากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จะมีการทบทวนอีกครั้ง

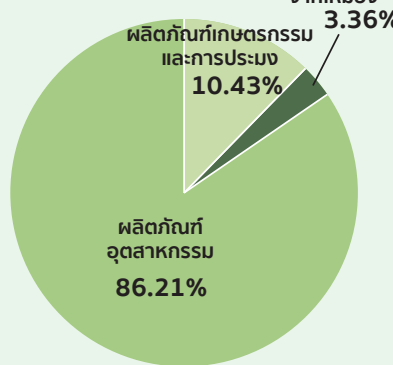


ดัชนีราคาผู้ผลิต

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนตุลาคม 2564 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน **สูงขึ้นร้อยละ 6.9** (YoY) จากร้อยละ 5.3 ในเดือนก่อนหน้า **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** สูงขึ้นร้อยละ 7.6 จากร้อยละ 6.1 ในเดือนก่อนหน้า เป็นผลจากการสูงขึ้นของราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและสินค้าที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปรับสูงขึ้นตามราคาวัตถุดิบและราคาในตลาดโลก สินค้าที่ราคาปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม (น้ำมันดีเซล น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91, 95 น้ำมันเตา น้ำมันเครื่องบิน ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)) กลุ่มเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี (เม็ดพลาสติก โขดไฟ ปุ๋ยเคมีผสม) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย กากน้ำตาล มันเส้น มันอัดเม็ด แป้งมันสำปะหลัง) กลุ่มโลหะขั้นมูลฐาน (เหล็กแผ่น ท่อเหล็ก เหล็กเส้น เหล็กฉาก เหล็กรูปตัวซี เหล็กถวด) กลุ่มผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ (ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก (ยางแท่ง ถุงพลาสติก แผ่นฟิล์มพลาสติก ท่อ ข้อต่อ) **หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** สูงขึ้นร้อยละ 24.9 ได้แก่ น้ำมันปิโตรเลียมดิบ ก๊าซธรรมชาติ และกลุ่มแร่ (แร่เหล็ก ดิบ กังกะสี วุลแฟรม) ขณะที่**หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง** ลดลงร้อยละ 2.6 เป็นการลดลงติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก ขณะที่ความต้องการในประเทศยังไม่กลับมาเป็นปกติ โดยสินค้าสำคัญที่มีราคาลดลงคือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ กลุ่มพืชล้มลุก (ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว) กลุ่มไม้ผล (สับปะรด กัญห้อม กัญน้ำว่า) กลุ่มไม้ยืนต้น (มะพร้าวผล) และกลุ่มสัตว์ (สุกร ไก่มีชีวิต) ส่วนสินค้าที่ราคาปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ พืชผัก (ผักคะน้า ผักกาดขาว ผักกาดหอม ผักบุ้ง) หัวมันสำปะหลังสด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ผลปาล์มสด ยางพารา และกลุ่มผลิตภัณฑ์จากการประมง (ปลาสด ปลาทรายแดง ปลาสุก ปลาหมึก กุ้งแวนนาโม)

เดือนตุลาคม 2564 **สูงขึ้นร้อยละ 6.9** (YoY)

สัดส่วนน้ำหนัก



แผนภูมิกิจกรรมการคิด (CPA : Classification of Products by Activity)		แผนภูมิขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)	
ผลิตภัณฑ์กึ่งเกษตรกรรมและการประมง YoY -2.6 MoM 2.8	สินค้าสำเร็จรูป YoY 2.3 MoM 1.1	ผลิตภัณฑ์จากเหมือง YoY 24.9 MoM -0.1	สินค้ากึ่งสำเร็จรูป YoY 16.5 MoM 3.5
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม YoY 7.6 MoM 1.7	สินค้าวัตถุดิบ YoY 7.1 MoM 1.0		

ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2564 สูงขึ้นร้อยละ 1.7 (MoM) และเฉลี่ย 10 เดือน (ม.ค.- ต.ค.) ปี 2564 สูงขึ้นร้อยละ 4.0 (AoA)

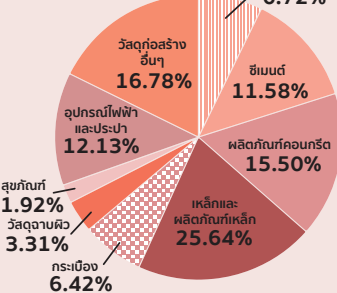


ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนตุลาคม 2564 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน **สูงขึ้นร้อยละ 10.0** (YoY) จากร้อยละ 8.6 ในเดือนก่อนหน้า โดย**หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** สูงขึ้นร้อยละ 39.4 ตามราคาเหล็กตลาดโลกยังคงผันผวน จากการส่งลดกำลังการผลิตเหล็กในประเทศจีน ในขณะที่ยังมีความต้องการตลาดโลกสูงขึ้น จากการเร่งการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายประเทศ หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มคลี่คลายมากขึ้น ส่งผลให้ราคาเหล็กในประเทศยังคงสูงขึ้นต่อเนื่องเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** สูงขึ้นร้อยละ 5.3 เนื่องจากราคาต้นทุนสูงขึ้นจากวัตถุดิบ คือ เหล็ก เป็นสำคัญ ประกอบกับฐานต่ำในปีที่ผ่านมา **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** สูงขึ้นร้อยละ 4.2 ตามราคาต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น จากการปรับราคาสูงขึ้นของสินค้าในกลุ่มโลหะ ได้แก่ เหล็ก ทองแดง และอลูมิเนียม **หมวดวัสดุก่อสร้าอื่น ๆ** สูงขึ้นร้อยละ 3.1 เนื่องจากต้นทุนสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา **หมวดสุกภัณฑ์** สูงขึ้นร้อยละ 0.2 **หมวดวัสดุฉนวนผิว** สูงขึ้นร้อยละ 0.1 ขณะที่**หมวดซีเมนต์** ลดลงร้อยละ 0.7

เดือนตุลาคม 2564 **สูงขึ้นร้อยละ 10.0** (YoY)

สัดส่วนน้ำหนัก



อัตราการเปลี่ยนแปลง			
จำแนกรายหมวด			
ไม่และผลิตภัณฑ์ไม้ YoY 1.9 MoM 0.0	ซีเมนต์ YoY -0.7 MoM 1.1	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต YoY 5.3 MoM 1.0	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก YoY 39.4 MoM 3.5
กระเบื้อง YoY -0.1 MoM 0.0	วัสดุฉนวนผิว YoY 0.1 MoM 0.1	สุกภัณฑ์ YoY 0.2 MoM 0.0	อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา YoY 4.2 MoM 0.1
			วัสดุก่อสร้าอื่น ๆ YoY 3.1 MoM 2.2

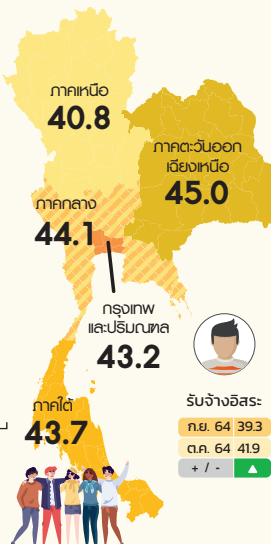
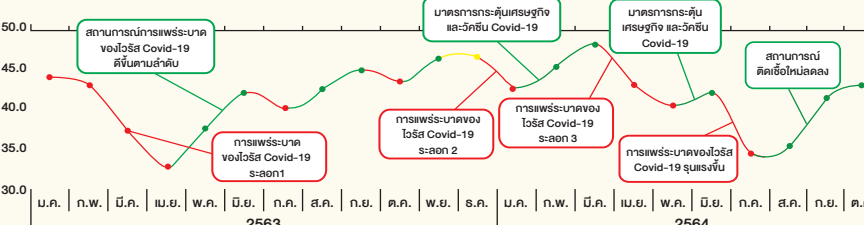
เนื่องจากมีการแข่งขันสูงจากโครงการก่อสร้างภาครัฐ ในขณะที่ยังคงเผชิญกับผลกระทบการระบาดของโควิด-19 และ**หมวดกระเบื้อง** ลดลงร้อยละ 0.1

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนกันยายน 2564 สูงขึ้นร้อยละ 1.6 (MoM) และเฉลี่ย 10 เดือน (ม.ค.- ต.ค.) ปี 2564 สูงขึ้นร้อยละ 7.8 (AoA)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนตุลาคม 2564 เท่ากับ **43.4** (YoY)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนตุลาคม 2564 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 43.4 เทียบกับระดับ 42.1 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่สาม ปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 34.2 มาอยู่ที่ระดับ 35.3 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 47.4 มาอยู่ที่ระดับ 48.8 เป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ละประเทศเริ่มคลายล็อกดาวน์ส่งผลให้เศรษฐกิจทั้งไทยและต่างประเทศเริ่มฟื้นตัว โดยเฉพาะยอดการส่งออกที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น 17.1% ในเดือนกันยายนที่ผ่านมา ประกอบกับภาครัฐได้มีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายมาตรการ อย่างเช่น โครงการคนละครึ่ง โครงการการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ โครงการพาณิชย์ลดราคา! ปูช่วยเกษตรกร ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ดำเนินการร่วมกับกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยไม่ต้องกักตัวที่จะเริ่มขึ้นในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ เกษตรกรและประชาชนปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่า จะยังคงอยู่ในช่วงที่มีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจก็ตาม



อัตราการเปลี่ยนแปลง		
จำแนกรายอาชีพ		
เกษตรกร ก.ย. 64 425 ต.ค. 64 432 + / - ▲	พนักงานเอกชน ก.ย. 64 40.8 ต.ค. 64 41.7 + / - ▲	ผู้ประกอบการ ก.ย. 64 43.6 ต.ค. 64 45.0 + / - ▲
รับจ้างอิสระ ก.ย. 64 39.3 ต.ค. 64 41.9 + / - ▲	พนักงานของรัฐ ก.ย. 64 48.0 ต.ค. 64 49.3 + / - ▲	นักศึกษา ก.ย. 64 37.4 ต.ค. 64 38.3 + / - ▲
		ไม่ได้ทำงาน ก.ย. 64 36.1 ต.ค. 64 39.4 + / - ▲

การค้าระหว่างประเทศของไทย

เดือนกันยายน 2564

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนกันยายน 2564 มีมูลค่า 23,036.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (760,556 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 17.1 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 14.8 การเติบโตอย่างแข็งแกร่งนี้ ได้รับแรงหนุนจากการส่งเสริม ผลักดัน และแก้ไขอุปสรรคด้านการส่งออกที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องของกระทรวงพาณิชย์ เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่เติบโตดี และการอ่อนค่าของเงินบาทช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันสินค้าไทย ทั้งนี้ การส่งออก 9 เดือนแรก ของปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 15.5 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 20.4

กลุ่มสินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ยางพารา น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย อาหารสัตว์เลี้ยง และสิ่งปรุงรสอาหาร 2) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน (Work from Home) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ เตาอบไมโครเวฟ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์ 3) สินค้าเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและลดการแพร่ระบาด เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ 4) สินค้าชั้นกลางหรือสินค้าวัตถุดิบ เช่น เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ 5) สินค้าทุนหรือสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคาสูง เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ยังขยายตัวได้ดี

ด้านตลาดส่งออก การส่งออกไปยังตลาดส่งออกสำคัญส่วนใหญ่ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน ตามการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์จากประเทศคู่ค้า สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์เดลต้าทั่วโลกที่คลี่คลายลง และการฉีดวัคซีนที่ครอบคลุมมากขึ้น

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

1. ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 18.1 โดยขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 20.2 จีน ร้อยละ 23.3 ญี่ปุ่น ร้อยละ 13.2 อาเซียน (5) ร้อยละ 25.7 CLMV ร้อยละ 8.2 และสหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 12.6

2. ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 21.8 ขยายตัวทุกกลุ่มตลาด ได้แก่ เอเชียใต้ ร้อยละ 69.0 ทวีปออสเตรเลียร้อยละ 3.0 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 17.4 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 30.2 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 10.1 และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ร้อยละ 42.5

3. ตลาดอื่นๆ หดตัวร้อยละ 65.5

การนำเข้า

การนำเข้า เดือนกันยายน 2564 มีมูลค่า 22,426.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (750,267 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 30.3 สินค้านำเข้า 10 อันดับแรก ขยายตัวทุกรายการ ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ สินแร่โลหะฯ เครื่องเพชรพลอย ส่วนประกอบรถยนต์ และคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ แหล่งนำเข้าที่ขยายตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ มาเลเซีย และไต้หวัน

ดุลการค้า

เดือนกันยายน 2564 การค้า เกินดุล 609.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	ก.ย. 2564 Sep 2021	ม.ค. - ก.ย. 2564 Jan-Sep 2021
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	23,036.0 +17.1%	199,997.7 +15.5%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	22,426.2 +30.3%	197,980.9 +30.9%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+609.8	+2,016.8

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.ย. 64

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(%)	(ล้าน USD)	
รถยนต์และส่วนประกอบฯ	2,238.7	4.9	9.7	สหรัฐฯ	3,724.4	20.2	16.2
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,187.3	22.6	9.5	จีน	3,104.4	23.3	13.5
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,116.6	2.6	4.9	ญี่ปุ่น	2,196.2	13.2	9.5
เม็ดพลาสติก	1,005.7	40.3	4.4	ฮ่องกง	1,048.6	14.6	4.6
เคมีภัณฑ์	908.6	55.8	3.9	มาเลเซีย	963.9	-1.4	4.2

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.ย. 64

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(%)	(ล้าน USD)	
น้ำมันดิบ	1,964.6	48.4	8.8	จีน	5,643.5	33.9	25.2
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,755.5	14.3	7.8	ญี่ปุ่น	3,017.5	39.9	13.5
เคมีภัณฑ์	1,645.1	46.9	7.3	สหรัฐฯ	1,108.4	6.5	4.9
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,621.2	11.0	7.2	มาเลเซีย	947.7	10.7	4.2
แผงวงจรไฟฟ้า	1,344.6	36.0	6.0	ไต้หวัน	920.5	39.7	4.1

ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ก.ย. 64	ส.ค. 64	ก.ย. 64	ก.ย. 64	ดัชนี ก.ย. 64
ส่งออก	0.1	-0.1	0.3	3.2	103.7
นำเข้า	0.5	-0.7	1.4	11.2	102.2

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาส่งออก เดือนกันยายน 2564 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 3.2 (YoY) โดยหมวดสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม ขณะที่หมวดสินค้าเกษตรกรรมลดลง

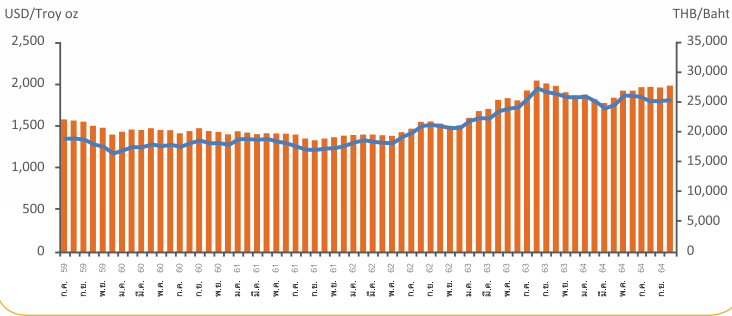
ดัชนีราคานำเข้า เดือนกันยายน 2564 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 11.2 (YoY) โดยหมวดสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิง หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค และหมวดสินค้าทุน ขณะที่หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งลดลง

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนกันยายน 2564
ผ่าน QR Code นี้



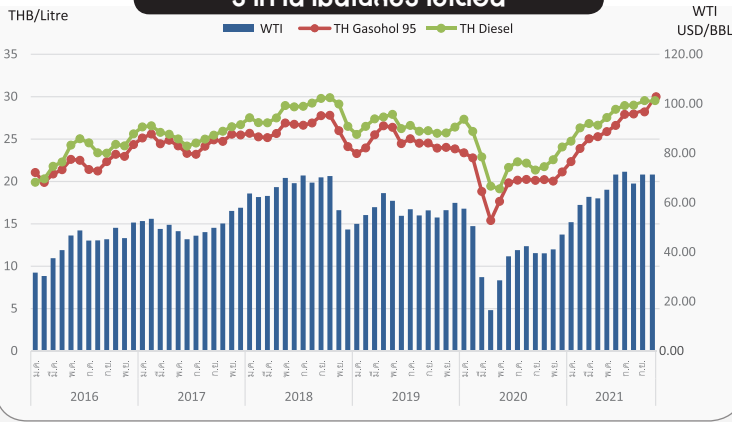
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมันอัตรแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร ตุลาคม 2564

ราคาทองคำเฉลี่ยรายเดือน



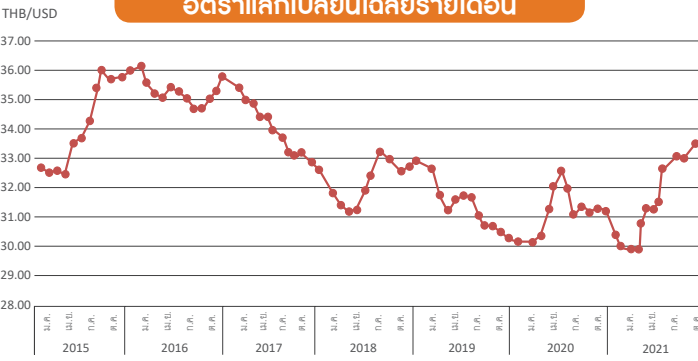
แหล่งที่มา : CEIC

ราคาน้ำมันเฉลี่ยรายเดือน



แหล่งที่มา : CEIC

อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือน



แหล่งที่มา : CEIC

ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	Sep-64	Oct-64	%Δ(MOM)	Oct-63	Oct-64	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,174.05	1,202.78	2.45	1,338.50	1,202.78	-10.14
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		2,140.24	2,145.00	0.22	2,475.00	2,145.00	-13.33
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		58.71	61.74	5.16	68.49	61.74	-9.86
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		53.77	57.41	6.77	48.35	57.41	18.74
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,777.25	1,776.85	-0.02	1,900.28	1,776.85	-6.49
ไทย (THB/Baht)		27,784.09	28,026.19	0.87	28,059.09	28,026.19	-0.12
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		71.56	81.32	13.64	39.53	81.32	105.72
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		33.03	33.48	1.35	31.27	33.48	7.08

แหล่งที่มา : CEIC

ราคาทองคำ

ในเดือนตุลาคม 2564 ราคาทองคำในตลาดโลกทรงตัว เฉลี่ยอยู่ที่ 1,776.85 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROYออนซ์ หดตัวร้อยละ 0.02 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ขณะที่ราคาทองคำในประเทศเฉลี่ยอยู่ที่ 28,026.19 บาท ขยายตัวร้อยละ 0.87 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวท่ามกลางความเสี่ยง กองทุนการเงินระหว่างประเทศปรับลดตัวเลขคาดการณ์เศรษฐกิจโลกสู่ระดับ 5.9% จากเดิม 6% เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังคงกระทบต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะประเทศตลาดเกิดใหม่ ภาคการผลิตโลกชะลอตัวลง ปัญหาห่วงโซ่อุปทานวิกฤตราคาน้ำมัน และอัตราเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนราคาทองคำในประเทศปรับตัวขึ้นจากการอ่อนค่าของเงินบาท คาดการณ์ว่าราคาทองคำในตลาดโลกของไตรมาสสี่ของปี 2564 จะอยู่ที่ 1,770 - 1,800 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ ทROYออนซ์

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบ (WTI) เดือนตุลาคม 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 81.32 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้นร้อยละ 105.72 (YoY) และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.64 (MoM) สาเหตุสำคัญมาจากอุปสงค์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการใช้น้ำมันที่เพิ่มขึ้นในการผลิตไฟฟ้าและในภาคอุตสาหกรรม เพื่อทดแทนการใช้ก๊าซธรรมชาติและถ่านหินที่ราคาปรับเพิ่มสูงขึ้นกว่า 3 เท่าตัว เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า รวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่แนวโน้มฟื้นตัวหลังจากการฉีดวัคซีนโควิด-19 ทั่วโลกที่ขยายวงกว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ผลิตน้ำมันดิบรายใหญ่ยังคงมีมติเดิมในการเพิ่มกำลังการผลิต แต่กำลังการผลิตดังกล่าวเป็นไปได้ยาก และยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้น้ำมันทั่วโลกที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนตุลาคม 2564 เฉลี่ยอยู่ที่ 33.48 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน อ่อนค่าลงร้อยละ 7.08 (YoY) และเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า อ่อนค่าลงที่ร้อยละ 1.35 (MoM) เป็นการอ่อนค่ามากที่สุดในรอบกว่า 4 ปี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 สาเหตุสำคัญมาจากการแข็งค่าขึ้นของค่าเงินดอลลาร์ตามพันธบัตรรัฐบาลกลางสหรัฐฯ ที่ปรับตัวสูงขึ้น จากภาวะเงินเฟ้อที่ปรับสูงขึ้นและความกังวลต่อนโยบายการเงินที่เข้มงวดขึ้นของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจหลัก ประกอบกับข้อมูลดัชนีทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ออกมาดีเกินคาดการณ์ รวมถึงแรงหนุนจากอัตราดอกเบี้ยของสหรัฐฯ ที่คาดว่าจะปรับตัวขึ้น เพื่อลดเงินเฟ้อที่พุ่งสูงขึ้นทำให้นักลงทุนต่างชาติในตลาดการเงินไทยเทขายพันธบัตร ค่าเงินบาทของไทยจึงอ่อนค่าลง

ข้าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) 1,202.78 บาท/100 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน ร้อยละ 2.45 เช่นเดียวกับราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) 2,145.00 บาท/100 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.22 โดยภาพรวมราคาข้าวปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ในประเทศ รวมถึงราคาส่งออกข้าวของคู่แข่งอย่างเวียดนามปรับตัวสูงขึ้น

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 61.74 บาท เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนร้อยละ 5.16 เช่นเดียวกับราคายางแท่ง STR 20 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 57.41 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.77 ราคายางปรับตัวเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีฝนตกชุกในพื้นที่ปลูกยาง ส่งผลให้มีปริมาณยางออกสู่ตลาดน้อย ประกอบกับได้รับปัจจัยบวกจากราคาน้ำมันดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น

แนวโน้มการปรับตัวของภาคการส่งออกไทยหลังสถานการณ์โควิด-19

ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 การส่งออกเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ สะท้อนจาก ในปี 2564 การส่งออกไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยรายเดือนสูงกว่าค่าเฉลี่ยย้อนหลัง 5 ปี และสร้างมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในเดือนมีนาคม ที่ 24,222.45 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม การส่งออกก็ยังคงมีปัญหาเชิงโครงสร้างที่สะสมมานาน ทำให้เติบโตอย่างจำกัด และเป็นปัจจัยกดดันต่อการปรับตัวให้เข้ากับทิศทางของโลกหลังยุคโควิด-19

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนการส่งออกของไทยในตลาดโลกค่อนข้างคงที่ ที่ร้อยละ 1.3 ส่วนใหญ่ส่งออกอุตสาหกรรมขั้นต้น (เช่น จีโตรีเลียม ยางรถยนต์ ไก่แปรรูป) และอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นกลาง (เช่น รถปิกอัพ รถยนต์นั่ง ส่วนประกอบยานยนต์) ส่วนอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงเติบโตเล็กน้อย (เช่น ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์) สวนทางกับพลวัตของโลกที่กำลังเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ขณะที่สินค้าเกษตรและอาหาร แม้จะมีสัดส่วนในโครงสร้างการส่งออกน้อย แต่เติบโตได้ดีและต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผักผลไม้ สัตว์น้ำ และเนื้อสัตว์

ประเทศในภูมิภาคอาเซียนหลายประเทศมุ่งสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ สร้างสภาพแวดล้อมทางการค้าที่เปิดกว้าง และยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางด้านดิจิทัล โดยประเทศที่มีความใกล้เคียงกับไทย เช่น มาเลเซีย และเวียดนาม มีการส่งออกอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงค่อนข้างมาก

สำหรับไทยได้ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่จะช่วยให้ประเทศเติบโตอย่างยั่งยืน โดยขับเคลื่อนการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย S-curve เปลี่ยนผ่านประเทศไปสู่ยุคดิจิทัลและยกระดับภาคบริการสมัยใหม่ เป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารและการแพทย์ครบวงจร ลดปัญหาโลกร้อนด้วยนโยบาย BCG Model ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาค เชื่อมโยงทั้งตลาดแรงงาน และโลจิสติกส์ แต่ปัจจุบันสัดส่วนอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูงขยายตัวไม่มาก ไทยจึงต้องพยายามผลักดันเป้าหมายด้วยอัตราเร่งมากขึ้น

พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในยุคหลังโควิด-19 อาทิ การใส่ใจสุขภาพ การใช้ชีวิตประจำวันผ่านโลกออนไลน์มากขึ้น และยังมีแรงผลักดันของนโยบายการฟื้นฟูประเทศหลังโควิด-19 ของคู่ค้าสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบสินค้าและการค้าในระยะต่อไป

ปี 2564 มูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในเดือนมีนาคม

24,222.45
ล้านเหรียญสหรัฐฯ

มูลค่าการส่งออก รายเดือนสูงกว่าค่าเฉลี่ยย้อนหลัง 5

จากปัจจัยที่ผลักดันพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น สผค. ได้วิเคราะห์แนวโน้มความต้องการสินค้าที่ตอบโจทย์เมกะเทรนด์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อเนื่องในยุคหลังโควิด-19 ประกอบด้วย



1 การเข้าสู่ยุคดิจิทัลและเทคโนโลยี

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เพื่อตอบโจทย์วิถีชีวิตใหม่ อาทิ อุปกรณ์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะ หุ่นยนต์ ซอฟต์แวร์ดิจิทัลคอนเทนต์ และอุปกรณ์ IoT



2 การใส่ใจสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์แนวโน้มการบริโภคอาหารที่ดีทำให้ความต้องการอาหารออร์แกนิก อาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชัน อาหารและโปรตีนจากพืช เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดประเทศพัฒนาแล้ว



3 การใส่ใจสิ่งแวดล้อม

หลายประเทศตื่นตัวกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและผลักดันให้เกิดขึ้นจริง หลังจากการฟื้นฟูตัวของธรรมชาติปรากฏชัดเจน ในช่วงล็อกดาวน์ ส่งผลให้ความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขยายตัว



4 การใช้ชีวิตในบ้าน

มาตรการล็อกดาวน์ในช่วงการระบาดของโควิด-19 เป็นระยะเวลาอันยาวนาน กระตุ้นความต้องการเพิ่มขึ้นในสินค้าที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตภายในบ้าน เช่น สินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้าและอาหารสำเร็จรูป



5 การเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย

ผลักดันให้เกิดความต้องการสินค้าเพื่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย เช่น สินค้านวัตกรรมเพื่อสุขภาพ เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงและชะลอวัย เทคโนโลยีและแอปพลิเคชัน



6 การขยายความเป็นเมือง

ความกังวลต่อโรคระบาดทำให้ การกระจุกตัวในเมืองใหญ่หรือพื้นที่แออัดลดลง เพิ่มโอกาสให้สินค้าวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง อุปกรณ์ตกแต่งบ้านและเฟอร์นิเจอร์



รับข้อมูล ข่าวสาร ทวีเคราะห์ง่ายๆ แคสแกน QR Code

โดย กลุ่มพัฒนาแบบจำลองและเครื่องชีวิต กองวิจัยเศรษฐกิจการคำนวณ

Facebook: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า @TPSO.TradeInsights

LINE: @TPSO.TradeInsights

WEBSITE: www.tpsoc.moc.go.th