

วิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าไทยรายภูมิภาค

ประจำเดือนมกราคม 2565



กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

กองนโยบายการสร้างความเข้มแข็งทางการค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

โทร. 02-507-7894, 02-507-8501, 02-507-6489

E-mail: tpso.localeconomy@gmail.com



TPSO
Trade Policy and Strategy Office



TPSO
Trade Policy and Strategy Office



ภาคเหนือ

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดน่าน จัดทำ E - Catalog สินค้าดี สินค้าเด่น จังหวัดน่าน ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เพื่อโปรโมทสินค้าที่มีศักยภาพของท้องถิ่น เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และเพิ่มยอดขายให้ผู้ประกอบการจังหวัดน่าน สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ Facebook Line E-Mail เป็นต้น E - Catalog สินค้าดี สินค้าเด่น จังหวัดน่าน ประกอบด้วย (1) หมวดสินค้าผ้าและเครื่องแต่งกาย (ผ้าทอพื้นเมือง เสื้อผ้าสำเร็จรูป สินค้าที่ระลึก สินค้าแฮนด์เมด ฯลฯ) (2) หมวดสินค้าสิ่งประดิษฐ์ ของที่ระลึก ของใช้ และของประดับตกแต่ง (เครื่องประดับเงินของจังหวัดน่าน) (3) หมวดผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อสุขภาพ (สินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป เครื่องดื่ม เครื่องสำอางสมุนไพร อาหารเพื่อสุขภาพ ฯลฯ) และ (4) หมวดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) (ส้มสีทองน่าน ญอกมละบริน่าน¹ เกลือภูเขาบ่อเกลือน่าน) โดยผู้สนใจสามารถดาวน์โหลด E - Catalog สินค้าดี สินค้าเด่น จังหวัดน่าน ที่ <https://me-qr.com/8125315>

บทวิเคราะห์

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น ข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ คาดว่า ในปี 2565 การค้าออนไลน์ หรือตลาดอีคอมเมิร์ซของไทยจะมีมูลค่าประมาณ 900,000 ล้านบาท เติบโตเกือบร้อยละ 30 จากปี 2564 ที่มีมูลค่า 693,000 ล้านบาท การค้าออนไลน์เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าออนไลน์ จึงเป็นวิธีการโปรโมทสินค้าที่มีศักยภาพ ทำได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก รวดเร็ว และสามารถเผยแพร่ผ่านช่องทาง Online เช่น email / Facebook / line / หรือนำไปติดตั้งบนเว็บไซต์

การทำ e-catalog เป็นการต่อยอดจากการทำ catalog ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีต้นทุนสูงกว่า จึงเป็นอีกทางเลือกที่มีศักยภาพสำหรับการนำเสนอธุรกิจแบบออนไลน์ โดย E-Catalog ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น Flip Book, Online Presentation, เทค นิค การนำเสนอ Multimedia และ Web Catalog และหากมีการจัดทำหลายภาษา จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในประเทศต่างๆ ได้มากขึ้น

ข้อมูล UNCTAD (พฤษภาคม 2564) มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก (Global E-Commerce) เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยในปี 2562 การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโลกมีมูลค่า 26.7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 จากปีก่อน) และในปี 2563 การค้าออนไลน์มีสัดส่วนร้อยละ 19 ของมูลค่าการค้าปลีกทั้งหมดของโลก (จากร้อยละ 16 ในปี 2562) ประเทศที่มีสัดส่วนการค้าออนไลน์ต่อมูลค่าการค้าปลีกสูง เช่น เกาหลีใต้ จีน สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ มีสัดส่วนร้อยละ 25.9 24.9 23.3 14.0 และ 11.7 ตามลำดับ



1 ญอกมละบริน่าน หมายถึง ญอกขี้ผึ้งของชาวมละบริที่ผลิตในเขตอำเภอปัวเกลือ อำเภอบ้านหลวง และอำเภอเมืองจังหวัดน่าน ซึ่งทำจากเมล็ดกาแฟ (ทะเล) ซึ่งมีความเหนียว ทนทาน เมื่อทำตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาจะได้ญอกที่มีความเหนียวเป็นพิเศษ



ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายในวงกว้าง สามารถเพิ่มยอดขาย สร้างรายได้ให้กับชุมชน และผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด
2. การสร้างเนื้อหา (Content) ของสินค้าใน E - Catalog ให้น่าสนใจ เช่น บอกถึงคุณภาพ จุดเด่น ประโยชน์ คุณค่าของสินค้า จะช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค
3. ควบคุมรักษาคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ และพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อดึงดูดลูกค้ารายใหม่ และรักษาลูกค้าเดิม
4. ควบคู่กับพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง การเลือกซื้อสินค้าและบริการ คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม และธรรมาภิบาลมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของ Mintel (บริษัทข้อมูลการตลาด) วิเคราะห์เทรนด์ผู้บริโภคของโลกในปี 2022 ว่า ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าที่มีข้อมูลชัดเจน น่าเชื่อถือ ไม่ปกปิดข้อมูล มีความโปร่งใสและจริยธรรม ให้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และลดผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ

อ้างอิง

1. ประชาชาติธุรกิจ. ทิศทางอีคอมเมิร์ซปี'65 ทะลุ 9 แสนล้าน โขชัยล-โลฟัสต์ แรจ (ออนไลน์) <https://www.prachachat.net/ict/news-831222> สืบค้นวันที่ 24 มกราคม 2565
2. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดน่าน. ขอประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ E-Catalog สินค้าดี สินค้าเด่น จังหวัดน่าน. (ออนไลน์) <https://www.facebook.com/mocnan.55000/>. สืบค้นวันที่ 24 มกราคม 2565
3. Mintel. 2022 Global Consumer Trends. (ออนไลน์) <https://www.mintel.com/global-consumer-trends>. สืบค้นวันที่ 31 มกราคม 2565.

เกษตรกรฉะเชิงเทรา เลี้ยงปลากะพงขาว มีคุณภาพ เน้นขายแบบรวมกลุ่ม สร้างผลกำไรงาม

เกษตรกรจังหวัดฉะเชิงเทรา ปรับเปลี่ยนจากการทำนา มาเลี้ยงปลากะพงน้ำจืด มีการจัดการเป็นระบบ ทั้งทำการตลาดแบบรวมกลุ่มกันขาย เกษตรกรจะติดต่อกับพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อ ราคาอิงจากกลุ่มผู้เลี้ยงเป็นหลัก อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ไม่ถูกกดราคา ทำให้ขายปลากะพงขาวได้ในราคาดี เป็นรายได้หลักเลี้ยงครอบครัว ปลากะพงขาวสด ราคาประมาณ 120-145 บาท ต่อกิโลกรัม ส่วนปลาตายราคาจะลดลงตามกลไกตลาด

บทวิเคราะห์

ปลากะพงขาว สามารถเลี้ยงได้ในน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม แหล่งเพาะเลี้ยงสำคัญ ได้แก่ ฉะเชิงเทรา สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สุราษฎร์ธานี และสงขลา ในปี 2563 ผลผลิตปลากะพงทั่วประเทศ มีปริมาณ 45,415 ตัน จังหวัดฉะเชิงเทราผลิตปลากะพงขาวได้ 20,000 ตัน และเป็นฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) ทั้งนี้ การผลิตปลากะพงขาวเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ต้องได้รับการตรวจรับรอง GAP ตามมาตรฐานสากลจากกรมประมง จึงมีคุณภาพและความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ

ในปี 2564 ไทยส่งออก (1) ปลากะพงขาวทั้งตัวแช่แข็ง (พิกัด 0303.89.19.000) ปริมาณ 23,369.8 ตัน มูลค่า 1,111.8 ล้านบาท ตลาดสำคัญ ได้แก่ จีน ฮองกง และเมียนมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.4 14.8 และ 8.8 ตามลำดับ (2) เนื้อปลากะพงขาวฟิลเลแช่แข็ง (พิกัด 0304.89.00.000) ปริมาณ 6,383.6 ตัน มูลค่า 911 ล้านบาท ตลาดสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย สัดส่วนร้อยละ 62.1 21.0 และ 5.8 ตามลำดับ (3) เนื้อปลากะพงขาวฟิลเลแช่เย็น (พิกัด 0304.49.00.090) มีมูลค่า 357,913 บาท ตลาดสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น และเนปาล คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 95.2 และ 4.8 ตามลำดับ

นอกจากนี้ สามารถนำปลาไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น ชุบแป้งหรือเกล็ดขนมปังและแช่แข็ง (พิกัด 1604.19.90) ปี 2564 ไทยส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ ปริมาณ 5,529.5 ตัน มีมูลค่าถึง 1,182.4 ล้านบาท ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.6 23.5 และ 16.2 ตามลำดับ

อ้างอิง

1.เทคโนโลยีชาวบ้าน (2564). เกษตรกรฉะเชิงเทราเลี้ยงปลากะพงมีคุณภาพ เน้นขายแบบรวมกลุ่ม สร้างผลกำไรงาม :

https://www.technologychaoban.com/fishery-technology/article_92821. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 ม.ค. 2565

2.กรมประมง (2563). สถิติปลากะพง : https://www4.fisheries.go.th/dof/list_main/3. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 ม.ค. 2565



ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. สนับสนุน การรวมกลุ่มของเกษตรกร เพื่อลดต้นทุนและสร้างอำนาจต่อรองทั้งทางด้านปัจจัยการผลิตและการขายผลผลิต โดยส่งเสริมความร่วมมือในพื้นที่ เน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาทั้งทางด้านสินค้าและพื้นที่
2. เกษตรกรต้องรักษาคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง และได้การรับรองมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การแปรรูปทำให้สินค้ามีมูลค่าสูงขึ้น จากสถิติตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ และออสเตรเลีย นิยมนำเข้าปลากะพงขาวรูปแบบเนื้อปลาฟิลเลแช่แข็ง และในรูปแบบปลาชุบแป้งหรือเกล็ดขนมปังแช่แข็ง ขณะที่จีน ฮองกง และเมียนมา นิยมนำเข้าในรูปแบบปลาทั้งตัวแช่แข็ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าการส่งออกที่มีการแปรรูป เช่น เนื้อปลาฟิลเลแช่แข็ง ปลาชุบแป้งหรือเกล็ดขนมปัง สร้างรายได้ต่อหน่วยสูงกว่าการส่งออกปลาทั้งตัวแช่แข็ง เป็นต้น



ภาคตะวันตก

สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย หรือกลุ่มโรงงานน้ำตาลลุ่มแม่น้ำแม่กลอง เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาการรับอ้อยสดสกปรกและปัญหาอ้อยไฟไหม้

ปัญหาและสถานการณ์การทึบอ้อยของจังหวัดกาญจนบุรี พบอ้อยสดสกปรกในปีนี้รุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา คณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย (กอน.) ได้เชิญเจ้าของโรงงานน้ำตาลลุ่มแม่น้ำแม่กลอง 9 โรงงาน ประชุมเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2565 เพื่อแก้ไขปัญหาอ้อยสดสกปรกที่เข้าโรงงาน ทุกโรงงานเห็นด้วยที่จะไม่รับอ้อยสดสกปรกเข้าทึบ และร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการงดรับอ้อยสดสกปรก ที่ไม่มีการตัดยอด ไม่สาบใบอ้อย และมีสิ่งปนเปื้อน หากตรวจพบจะให้ชาวไร่นำอ้อยกลับไปปรับปรุงคุณภาพ ให้เป็นไปตามเกณฑ์อ้อยสดคุณภาพดี แล้วนำกลับมาส่งโรงงานอีกครั้ง มีผลตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2565 เป็นต้นไป การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือครั้งนี้ เพื่อแก้ไขปัญหาอ้อยสดสกปรก ที่เป็นสาเหตุทำให้เปอร์เซ็นต์น้ำตาลต่อตันอ้อยลดลง ป้องกันความเสียหายของเครื่องจักร และไม่ให้อ้อยโรงงานต้องหยุดการผลิต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการส่งออกของชาวไร่ที่ต้องรอคิวเพื่ออ้อยเป็นเวลานาน และจะเกิดความเสียหายต่อรายได้ของระบบอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย รวมถึงการร่วมมือไม่รับอ้อยไฟไหม้ที่เกิดจากการเผาอ้อยก่อนตัด ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดฝุ่น PM 2.5 ที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาด้านสุขภาพของประชาชน และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด

บทวิเคราะห์

“อ้อย” เป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตน้ำตาล และนำมาใช้เป็นพลังงานทดแทนได้ ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายของประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากการก่อตั้งและขยายโรงงานน้ำตาลทรายเพิ่มขึ้นจำนวนมาก รัฐบาลผลักดันนโยบายบริหารพื้นที่ทำการเกษตร เปลี่ยนพื้นที่ปลูกข้าวที่ไม่เหมาะสมไปสู่การปลูกอ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ส่งผลให้พื้นที่ปลูกอ้อยเพิ่มมากขึ้น การผลิตอ้อยและน้ำตาลทรายของประเทศไทยจึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การผลิต ปีการผลิต 2563/64 มีพื้นที่เพาะปลูกอ้อยทั่วประเทศในเขตพื้นที่สำรวจ 47 จังหวัด จำนวน 10,862,610 ไร่ ลดลงจากปีการผลิต 2562/63 จำนวน 1,096,530 ไร่ หรือลดลง ร้อยละ 10.09 โดยพื้นที่ปลูกอ้อยลดลงมากที่สุดใน 5 จังหวัด คือ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ กาญจนบุรี สุรินทร์ และนครราชสีมา เนื่องจากราคาอ้อยตกต่ำอย่างต่อเนื่อง ทำให้ชาวไร่หันไปปลูกพืชอื่นทดแทน

ราคา กอน. ได้กำหนดราคาอ้อยขั้นต้น ฤดูกาลผลิตปี 2563/64 อัตราตันละ 920 บาท ณ ระดับความหวานที่ 10 ซี.ซี.เอส. โดยกำหนดอัตรารับ/ลง ของราคาอ้อย เท่ากับ 55.20 บาท ต่อ 1 หน่วย ซี.ซี.เอส. และผลตอบแทนการผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทรายขั้นต้น ฤดูกาลผลิตปี 2563/64 เท่ากับ 394.29 บาท ต่อตัน



ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. การร่วมมือระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ทำให้ภาครัฐได้รับทราบปัญหาที่เกิดขึ้น และสามารถร่วมกันระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนเกษตรกร และผู้ประกอบการ ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ เพื่อสามารถเตรียมการรองรับปรับตัวได้อย่างทันท่วงที

2. การอบรมให้ความรู้แก่ชาวไร่อ้อย ให้ทราบถึงแนวทางการจัดการอ้อยที่มีคุณภาพส่งโรงงานเพื่อลดปัญหาการผลิต และปลูกจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อลดปัญหามลพิษ

3. ข้อมูล Trademap.org ในปี 2563 ไทยส่งออกน้ำตาลจากอ้อย (พิกัด 170114) เป็นมูลค่า 875,826 เหรียญสหรัฐ มีมูลค่าสูงสุดอันดับ 2 ของโลก และมีสัดส่วนร้อยละ 7.8 ของมูลค่าการส่งออกของทั้งโลก (รองจากบราซิล ที่ส่งออกเป็นมูลค่า 11.2 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีสัดส่วนร้อยละ 65.7) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันทั่วโลกให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และไม่ทำลายสภาพแวดล้อมหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว เริ่มนำสิ่งแวดลอมมาเป็นเงื่อนไข หรือข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เช่น การออกมาตรการต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย (IUU) กรณีสหรัฐห้ามนำเข้ากุ้งจากไทย ดังนั้น ภาครัฐ/เอกชน และเกษตรกร ต้องร่วมกันปรับกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น

อ้างอิง

1. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. ชาวไร่เตรียมตัว ดีเคย์ 25 ม.ค. ตีกลับไม่ซื้ออ้อยสกปรก : (ออนไลน์) <https://www.prachachat.net/economy/news-849001>. (สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2565)
2. กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย : (ออนไลน์) (สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2565)