

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
Trade Policy and Strategy Office

Journal
TPSO
YEAR 12
ISSUE 133
AUGUST 2022

TPSO Journal



SPECIAL TALK

► **Lonely Economy...**
เหตุเกิดจากความเหงา



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

ในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งการเลือกซื้อสินค้า บริการและ การใช้ชีวิตประจำวัน

วารสาร สนค. ฉบับนี้จึงขอเสนอ Special Talk เกี่ยวกับ **Lonely Economy...** **เหตุเกิดจากความเหงา** แนวทางการจับธุรกิจหรือเศรษฐกิจคนโตเดี่ยวเมื่อมีคนใช้ชีวิต คนเดียวเพิ่มขึ้น **เราจะจับธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างไร**

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง รวมถึง โรคที่กำลังระบาดใหม่ สุดท้ายนี้ขอให้ผู้อ่านทุกท่านโปรดระมัดระวังการใช้ชีวิตไม่ประมาท และรักษาสุขภาพกันด้วยนะคะ แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 SPECIAL TALK**
» Lonely Economy...เหตุเกิดจากความเหงา
- 08 LOGISTICS INSIGHTS**
» จับชีพจรโลจิสติกส์
» Highlight ประเด็นสำคัญ
- 10 ECONOMIC INDICATORS**
ภาพรวมเศรษฐกิจ : กรกฎาคม 2565
- 11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS**
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : มิถุนายน 2565
COMMODITIES & FX
สถานการณ์ราคากองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : กรกฎาคม 2565
- 12 TRADE ALERT**
เดือนสิงหาคม 2565



GETTING AROUND
WITH TPSO

ฉบับที่ 133



สนค. ร่วมกิจกรรมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา

วันที่ 18 กรกฎาคม 2565 นายณรงค์ พูลพิพัฒน์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย และยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) พร้อมด้วยข้าราชการและเจ้าหน้าที่ ร่วมลงนามถวายพระพร ชัยมงคล เพื่อแสดงออกถึงความจงรักภักดีและน้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณที่ทรงปฏิบัติ พระราชกรณียกิจนานัปการ เพื่อประโยชน์สุขของพสกนิกรชาวไทย



วันที่ 27 กรกฎาคม 2565 คณะผู้บริหารและข้าราชการ กระทรวงพาณิชย์ ได้ร่วมพิธีถวายสัตย์ปฏิญาณเพื่อเป็นข้าราชการ ที่ดีและพลังของแผ่นดิน โดยมีนายบุญยฤทธิ์ กัลยาณมิตร ปลัดกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานในพิธีฯ กราบบังคมทูล ถวายพระพรชัยมงคล และกล่าวนำถวายสัตย์ปฏิญาณต่อหน้า พระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ณ ห้องประชุมฉัตร ไชยการ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

โดย นางสาวศุภนภา สิริพงษ์, นางสาวสุริสสาร บุซซ
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
กองนโยบายการสร้างความเข้มแข็งทางการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

Lonely Economy

Lonely Economy คืออะไร

คุณอยู่คนเดียวหรือเปล่า? ... ถ้าใช่

คุณอาจจะยังไม่รู้ตัวว่าคุณคือส่วนหนึ่งของ Lonely Economy

Lonely Economy หรือเศรษฐกิจคนโดดเดี่ยว เป็นรูปแบบเศรษฐกิจหนึ่งที่เกิดจากทัศนคติและค่านิยมของคนยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดไลฟ์สไตล์ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจ จะเห็นว่า ในปัจจุบันคนยุคใหม่มีการศึกษาที่ดีขึ้น มีรายได้ที่มั่นคงจากการทำงาน มีอิสระทางการเงินมากขึ้น อีกทั้งมีความห่วงหาอาลัยความเป็นส่วนตัว ทำให้กลุ่มคนยุคใหม่มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ชีวิตอยู่คนเดียวเพิ่มขึ้น และส่งผลให้รูปแบบของครัวเรือนเปลี่ยนจากบ้านที่อาศัยอยู่รวมกันหลายรุ่น ไปสู่การเป็นครัวเรือนที่อาศัยอยู่คนเดียวมากขึ้น

ข้อมูลจาก Euromonitor ชี้ให้เห็นว่า ผู้คนมองหาความสุขจากการใช้ชีวิตตามลำพังมากขึ้น โดยในช่วงปี 2564 ครัวเรือนคนเดียว (Single person households)¹

จำนวน

414
ล้านคน

และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี
(Compound Average Growth Rate: CAGR)
ระหว่างปี 2543-2564

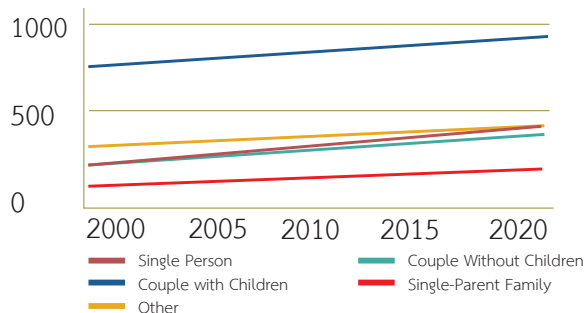
คิดเป็น

3.29%

การเติบโตของครัวเรือนคนเดียวเป็นผลจากการเลือกรูปแบบการใช้ชีวิต การสูงวัยของประชากร และปัจจัยอื่น ๆ ทำให้จำนวนครัวเรือนที่อยู่คนเดียวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และขยายตัวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับครัวเรือนลักษณะอื่น ๆ ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ของครัวเรือนคนเดียวอยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.76 ของจำนวนครัวเรือนคนเดียวทั่วโลก รองลงมา ได้แก่ ยุโรปตะวันตก ร้อยละ 17.68 และตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ร้อยละ 11.72

สำหรับไทย พบว่า ในปี 2564 มีจำนวนครัวเรือนคนเดียวมากเป็นอันดับที่ 4 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจาก จีน (101.99 ล้านครัวเรือน) ญี่ปุ่น (19.61 ล้านครัวเรือน) และอินเดีย (14.24 ล้านครัวเรือน) โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 7.07 ล้านครัวเรือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 3.68 ทั้งนี้ Euromonitor คาดการณ์ว่า ในปี 2583 ไทยจะมีจำนวนครัวเรือนคนเดียว 9.12 ล้านครัวเรือน เพิ่มขึ้นเกือบร้อยละ 30 จากปี 2564

Households by Type Globally 2000-2021



ที่มา: Euromonitor ประมวลผลโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2565)

¹ครัวเรือนคนเดียว (Single person households) หมายถึง คนที่ตัดสินใจจะอยู่คนเดียวแบบโดด ๆ รวมผู้สูงวัยที่อยู่คนเดียว ซึ่งอาจจะเกิดจากการหย่าร้างหรือการเสียชีวิตของคู่ชีวิต



แนวโน้มกลุ่มคนที่อยู่คนเดียวเพิ่มขึ้น เป็นอีกหนึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจและการบริโภคของประเทศอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้ไม่มีภาระที่ต้องรับผิดชอบสูงเท่ากลุ่มคนที่มีครอบครัว ทำให้มีอำนาจในการใช้จ่ายใช้สอยสูง และจะใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความชอบและความต้องการของตัวเองเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นโอกาสที่น่าจับตามองสำหรับภาคธุรกิจในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่จะตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ดังกล่าว

โอกาสธุรกิจในตลาดคนโดดเดี่ยว

ธุรกิจต่าง ๆ เล็งเห็นถึงช่องว่างการเติมเต็มผู้บริโภคจากความโสดและการอยู่คนเดียว นำมาวางกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการและปรับให้เข้ากับไลฟ์สไตล์การอยู่คนเดียวที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจหลายรูปแบบที่เริ่มปรับตัวและใช้ประโยชน์จากความเหงาและการอยู่คนเดียวมาสร้างรายได้เพิ่มขึ้น อาทิ

ธุรกิจสัตว์เลี้ยง Pet

■ การอยู่คนเดียวอาจทำให้เกิดความรู้สึกเหงา สัตว์เลี้ยงจึงกลายเป็นเพื่อนคลายเหงาที่ได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยเลี้ยงในลักษณะการเป็นเจ้าของ (Ownership) กลายเป็นการเลี้ยงด้วยความผูกพันเปรียบเสมือนลูกหรือคนในครอบครัว (Pet Parent) ทำให้ผู้เลี้ยงสัตว์ต้องการเลือกสรรสิ่งที่ดีมีคุณภาพให้กับสัตว์เลี้ยงของตน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ เครื่องใช้ อาหาร ของเล่น หรือบริการต่าง ๆ ผลักดันให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงเติบโตตามไปด้วย



ข้อมูลจาก Euromonitor ระบุว่า ในปี 2564 ตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยง (pet care) ทั่วโลก มีมูลค่า 159.70 พันล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวจากปี 2563 ร้อยละ 11.6 เป็นอาหารสัตว์เลี้ยง 114.94 พันล้านเหรียญสหรัฐ และผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยง 44.76 พันล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ คาดว่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงทั่วโลกจะมีมูลค่าถึง 242.91 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2570 สำหรับไทย บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด ผู้จัดงาน PET Expo Thailand 2022 คาดการณ์ว่า ในปี 2565 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงของไทยจะมีมูลค่าถึง 4.18 หมื่นล้านบาท หรือเติบโตจากปี 2564 ประมาณร้อยละ 10 ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นว่ามีสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงหลายประเภท อาทิ อาหารเสริม เสื้อผ้า เครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์สำหรับสัตว์เลี้ยง ร้านอาหารที่สามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปได้ โรงแรมที่อนุญาตให้เจ้าของนำสัตว์เลี้ยงไปพักได้ และเที่ยวบินที่ให้สัตว์เลี้ยงนั่งโดยสารพร้อมกับเจ้าของบนเที่ยวบินได้





<https://www.tsunagu-japan.com/th/edition-50-affordable-and-convenient-capsule-hotels-in-tokyo/>

ธุรกิจท่องเที่ยว Travel



■ เทรนด์ “เที่ยวคนเดียว ไปเองได้” เป็นเทรนด์ใหม่ที่นิยมมากขึ้น นับตั้งแต่ปี 2559 และจากการรีวิวการท่องเที่ยวคนเดียวจากในบล็อกหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีมาให้เห็นผ่านตาบ่อย ๆ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ให้บริการด้านการวางแผนเส้นทางการเดินทาง การจองที่พัก การเช่าพาหนะ และร้านอาหาร ส่งผลให้การออกแบบและการวางแผนการเดินทางด้วยตนเองมีความสะดวกสบาย ทำให้คนเกิดความกล้าและอยากที่จะออกไปท่องเที่ยวคนเดียวมากขึ้น โดยข้อมูลของ Google เกี่ยวกับเทรนด์ปี 2564 ระบุว่า การเดินทางคนเดียวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 761.15 และมีแนวโน้มการใช้บริการกรุ๊ปทัวร์เพิ่มขึ้นมากกว่าคู่รัก ครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน

ถึงร้อยละ 300 ทั้งนี้ จากข้อมูลของ Agoda ปี 2561 กรุงเทพฯ จัดเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางคนเดียวในเอเชีย ขณะที่ภูเก็ตอันดับ 9 จุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในเอเชียสำหรับนักเดินทางคนเดียวตามการจัดอันดับของ Traveloka

ภาคธุรกิจได้เล็งเห็นถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยวกับคนกลุ่มนี้ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโรงแรมในลักษณะแคปซูลโฮเทลในญี่ปุ่น ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีห้องพักขนาดเล็กรูปร่างเหมือนแคปซูลสำหรับนอนคนเดียว หรือธุรกิจ Oh My Oppa! ของเกาหลีที่สามารถเข้าโอปป้าให้พาเที่ยวในแบบที่ตรงกับไลฟ์สไตล์และความชอบได้ เป็นต้น สำหรับไทยก็ตื่นตัวกับเทรนด์การท่องเที่ยวเช่นกัน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จับมือกับบริษัท ไดรฟ์ดิเจิตัล จำกัด Tinder แพลตฟอร์มหาคู่ออนไลน์ชื่อดัง และบริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด เปิดตัวโครงการ “เส้นทางคนโสด Single Journey” #อย่าล้อเล่นกับความเหงา ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศสไตล์คนโสด (Solo Traveler) ซึ่งคาดว่าโครงการดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้มากกว่า 70 ล้านครั้ง และสร้างรายได้หมุนเวียนทางเศรษฐกิจได้มากกว่า 100 ล้านบาท

ธุรกิจร้านอาหาร Restaurant



■ ร้านอาหารส่วนใหญ่ถูกออกแบบมาสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม สังเกตได้จากการจัดโต๊ะที่นั่งอย่างน้อย 2 ที่ขึ้นไป เนื่องจากการให้บริการลูกค้าที่มาทีละสองคนหรือมากกว่า มีความคุ้มค่ากว่า การให้บริการลูกค้าที่มาคนเดียว เพราะจะมีการสั่งอาหารในปริมาณที่มากกว่า แต่เมื่อเทรนด์การรับประทานอาหารคนเดียว (Solo Diner) เริ่มเป็นที่นิยม ร้านอาหารต่าง ๆ จึงเริ่มปรับตัวและพัฒนาการให้บริการลูกค้าที่มารับประทานอาหารคนเดียวกันมากขึ้น ทั้งในด้านการจัดสรรที่นั่งและสัดส่วนอาหารที่พอดีสำหรับรับประทานหนึ่งคน

ตัวอย่างเช่น ร้านปิ้งย่าง Dokgojin ในเกาหลี ปรับรูปแบบการให้บริการลูกค้าตามกระแสวัฒนธรรมการรับประทานอาหารคนเดียว หรือที่คนเกาหลีเรียกว่า honbap โดยมีกรีกินโต๊ะสำหรับ 1 ที่ แต่มีอุปกรณ์ครบทั้งเตาปิ้งย่าง โทริทัศน์ส่วนตัว และมีปริมาณอาหารต่อจานที่พอเหมาะ หรือร้านหม้อไฟ Haidilao ในจีน หากลูกค้ามารับประทานอาหารคนเดียว ทางร้านจะจัดหาตุ๊กตาตัวใหญ่มานั่งเป็นเพื่อนขณะที่กำลังรับประทาน สำหรับไทย ก็มีร้านอาหารหลายร้านที่ปรับแผนกลยุทธ์ เช่น ร้านสุกี้ ปิ้งย่าง หรือหมูกระทะ จากเดิมที่จะรับประทานร่วมกันหลาย ๆ คนปรับเปลี่ยนรูปแบบให้นั่งรับประทานคนเดียวได้ หรือเปิดช่องทางให้สามารถสั่งไปรับประทานที่บ้านได้



<https://twitter.com/cneroflife/status/1256114362839781376>

https://www.reddit.com/r/China/comments/6ieclu/haidilao_now_offers_solo_diners_free_reclaybears/



ธุรกิจที่พักอาศัย Accommodation



■ ที่พักอาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตสำหรับทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคนมีแนวโน้มที่จะอยู่คนเดียวมากขึ้น การวางแผนหาที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับอนาคตจึงต้องกระทำอย่างรอบคอบ เพื่อให้ตอบโจทย์และเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์การอยู่คนเดียว ลดการพึ่งพาคนอื่น ดังนั้น ความปลอดภัยและความสะดวกสบายจึงสำคัญที่สุด รวมถึงขนาดที่พักอาศัยที่ไม่ใหญ่เกินไปเพื่อง่ายต่อการดูแล

เทรนด์การอยู่คนเดียวจึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านที่พักอาศัย และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ประกอบการหลายรายมีความตระหนัก และมีการปรับรูปแบบที่พักและบริการให้เข้ากับเทรนด์การอยู่คนเดียว และความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ อาทิ SC Asset ออกแบบบ้านสำหรับคนโสด โดยใช้แนวคิด 'One Size doesn't Fit All' โดยบ้านจะมีห้องนอนไม่เยอะ แต่มีพื้นที่สำหรับทำงาน เลี้ยงสัตว์ ปลูกต้นไม้ เพื่อให้สามารถทำทุกกิจกรรมที่บ้านได้เพิ่มขึ้น หรือบริการของกรมตำรวจในรัฐฟลอริดาของสหรัฐฯ ที่จะมีการเช่าคอนโดทางโทรศัพท์สำหรับผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียว โดยเจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัครจะโทรหาผู้สูงอายุทุก ๆ เช้า เพื่อตรวจสอบความเป็นอยู่



<https://www.everydaymarketing.co/business-and-market-research-study/property/%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%AA%E0%B8%94-4-segments-of-single-sc-asset/>

เครื่องซักผ้า พับเก็บได้



ง่ายต่อการจัดเก็บ

พับได้ ขนาดกรรเก็ดริช

ปุ่มสั่งการกันน้ำ

ใช้งานได้อย่างปลอดภัย



ธุรกิจสินค้าไลฟ์สไตล์ Small goods



■ เมื่อการอยู่คนเดียวทำให้รู้สึกว้าเหวของเครื่องใช้ที่จำหน่ายอยู่ทั่วไปมีขนาดที่ใหญ่เกินความจำเป็น หรือใช้พื้นที่ในการจัดเก็บเยอะเกินไป ทำให้เหลือพื้นที่ใช้สอยน้อยลง ตลาดสิ่งของเครื่องใช้จึงต้องปรับตัวหันมาออกแบบสินค้าให้มีขนาดเล็กลง เหมาะกับการใช้งานคนเดียว รวมถึงสินค้าแบบ Multi-Function ที่สามารถใช้งานได้หลายอย่าง เช่น ตู้เก็บของที่กางออกมาเป็นโต๊ะได้ และโซฟาเบดที่สามารถใช้เป็นเตียงนอนและโซฟาในชิ้นเดียวกัน เป็นต้น

สิ่งของเครื่องใช้ที่เหมาะสมสำหรับการอยู่คนเดียว มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ บริษัทต่าง ๆ หันมาทำการตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์มากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่อยู่คนเดียว อาทิ เครื่องซักผ้าแบรนด์ Moyu ของจีน ที่สามารถพับเก็บและขนย้ายสะดวก เหมาะสำหรับคนที่อยู่คนเดียวและมีปริมาณเสื้อผ้าที่ต้องซักในแต่ละครั้งไม่มากนัก และหม้อเอนกประสงค์ (multi-cooker) ซึ่งมีให้เลือกหลากหลายแบรนด์ ทั้ง Tefal Toyomi หรือ HAFELE สามารถใช้เป็นหม้อต้ม ผัด หรือตุ๋น ทำอาหารได้หลายรูปแบบในเครื่องเดียว มีความเหมาะสมสำหรับที่พักอาศัยขนาดเล็ก



การปรับตัวของผู้ประกอบการ

ความนิยม “การอยู่คนเดียว” กลายเป็นเรื่องปกติสำหรับคนยุคใหม่ ซึ่งแม้ว่าตลาดคนเหงา หรือตลาดที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่คนเดียวจะยังเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) แต่ถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ค่อนข้างมีกำลังซื้อสูง และยังมีช่องว่างทางการตลาดให้ภาคธุรกิจนำมาต่อยอดธุรกิจได้อีกมาก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านความบันเทิง ธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพจิต ธุรกิจให้เข้าถึงสิ่งของเครื่องใช้แทนการซื้อขาด และธุรกิจด้านการวางแผนทางการเงิน

ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าสู่ตลาดอยู่คนเดียว ควรติดตามแนวโน้มตลาดและความต้องการผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด รวมถึงพิจารณาการวางตำแหน่ง (Positioning) ของสินค้าและบริการของตนเพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความยืดหยุ่นทันสมัย และน่าดึงดูด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่มีความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มตลาด Mass ทั่วไป รวมทั้งสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค (Brand Awareness) ผ่านการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาเรียนรู้แนวโน้มและความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าวในประเทศ ก่อนขยายไปตลาดต่างประเทศ โดยอาจพิจารณาเลือกรูปแบบการตลาดที่แตกต่างไปตามแต่ละสภาพตลาดทั้งรูปออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลและแนวโน้มตลาดคนโดดเดี่ยว สามารถนำมาปรับใช้กับบทบาทด้านนโยบายและการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ได้ดังนี้

01



ประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด (เช่น รูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ตลาดและเทรนด์ความต้องการผู้บริโภค) โดยให้ความรู้และส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคกลุ่มนี้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มอันจะก่อให้เกิดรายได้ในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง



02



ให้คำปรึกษาทางการตลาด โดยอาจจัดเป็นการให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญแบบตัวต่อตัว (One-on-One) เพื่อให้ความช่วยเหลือในด้านที่เกี่ยวข้อง อาทิ ด้านเทคนิคการขาย การเข้าถึงเงินทุน การพัฒนามาตรฐานสินค้า เทคโนโลยี นวัตกรรม และการปรับปรุงการวางแผนธุรกิจต่าง ๆ



03



สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการตั้งเป้าหมายสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ และสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยอาจมองหาตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มคนโดดเดี่ยวและมีกำลังซื้อสูง เช่น สหรัฐฯ และญี่ปุ่น



04



ส่งเสริมบทบาทของกระทรวงพาณิชย์ในการเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงภาคธุรกิจกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ต่าง ๆ เช่น สมาพันธ์สมาคม ภาคแรงงาน และสตาร์ทอัพ เป็นต้น เพื่อสามารถนำเทคโนโลยีจากกลุ่มผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมากระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจคนโดดเดี่ยว และเกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ



จับชีพจรโลจิสติกส์

การเปิดปิดกิจการโลจิสติกส์ (กรกฎาคม 2565)

ภาพรวมการเปิดปิดธุรกิจ

จำนวนนิติบุคคลสะสม* **38,797**

	จำนวน	การเติบโต (YoY)
เปิดกิจการใหม่	262	▼ -45.0%
ปิดกิจการ	75	▲ 47.1%

*หมายเหตุ : รวมกลุ่มประเภทธุรกิจ (TSIC) หมวดการขนส่งและจัดเก็บสินค้าทั้งหมด ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ธุรกิจที่น่าจับตามอง (TSIC)

การขนส่งและขนถ่ายสินค้ารวมถึง คนโดยสาร (49323)	สัดส่วน*	การเติบโต (YoY)
	(52.7%)	▼ -40.3%
การขนส่งสินค้าอื่น ๆ ทางถนน (49339)	(13.7%)	▼ -40.0%
ตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร (52292)	(9.5%)	▼ -3.8%

*หมายเหตุ : สัดส่วนจากธุรกิจโลจิสติกส์เปิดใหม่ทั้งหมดในเดือน ก.ค. 2565 ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ธุรกิจที่ต่างชาติเข้ามาลงทุนมากที่สุด (TSIC)

กิจกรรมสิ่งอำนวยความสะดวกของท่าเรือ (ยกเว้นการขนถ่ายสินค้า) (52221)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน*
	2,277.79	(47.4%)
กิจกรรมการบริการอื่นที่สนับสนุนการขนส่ง ทางบก (52219)	474.31	(9.9%)
ตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร (52292)	467.77	(9.7%)

*หมายเหตุ : ข้อมูลระหว่างเดือน ม.ค.-ก.ค. 2565 ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

- ธุรกิจโลจิสติกส์มีจำนวนนิติบุคคลรวม 38,797 ราย โดยเปิดกิจการใหม่ 262 ราย ลดลง 45.0% และปิดกิจการ 75 ราย หรือเพิ่มขึ้น 47.1% เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน
- ธุรกิจโลจิสติกส์ที่น่าจับตามอง คือ การขนส่งและขนถ่ายสินค้ารวมถึงคนโดยสาร ซึ่งเปิดกิจการใหม่ จำนวน 138 ราย คิดเป็น 52.7% ของกิจการเปิดใหม่ทั้งหมด และลดลง 40.3% เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจที่มีสัดส่วนการเปิดกิจการใหม่รองลงมา คือ การขนส่งสินค้าอื่น ๆ ทางถนน และตัวแทนดำเนินพิธีการศุลกากร ตามลำดับ
- การลงทุนจากต่างชาติในธุรกิจโลจิสติกส์ (ม.ค.-ก.ค. 2565) มูลค่า 4,805.86 ล้านบาท คิดเป็น 20.9% ของการลงทุนในกลุ่มโลจิสติกส์ในประเทศไทย โดยสัญชาติที่มีการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ สิงคโปร์ จีน ฮ่องกง ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ตามลำดับ

มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ตามประเภทการขนส่ง (มิถุนายน 2565)

การขนส่งทางเรือ

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **1,323,124.69**
สัดส่วน **70.4%**
การเติบโต (YoY) **▲ 34.5%**

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
จีน	(18.8%)	▲ 27.3%
ญี่ปุ่น	(10.7%)	▲ 9.2%
สหรัฐอเมริกา	(10.3%)	▲ 29.0%

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ด่านศุลกากรมาบตาพุด (ปัตตานี)	(10.4%)	▲ 117.8%
ท่าเรือ บ.อักษิณแหลมฉบังฯ	(9.3%)	▲ 31.2%
ฝ่ายบริการศุลกากรที่ 5 (สภ.)	(7.7%)	▲ 132.9%

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
น้ำมันปิโตรเลียมดิบ (2709)	(12.7%)	▲ 186.4%
น้ำมันปิโตรเลียมและน้ำมันที่ ได้จากแร่ปิโตรลีส (2710)	(3.3%)	▲ 76.2%
ชิ้นส่วนรถยนต์ (8708)	(3.1%)	▲ 5.0%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณเบื้องต้นจากกรมศุลกากร

การขนส่งทางอากาศ

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **365,586.87**
สัดส่วน **19.5%**
การเติบโต (YoY) **▲ 20.2%**

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
สหรัฐอเมริกา	(17.7%)	▲ 21.2%
จีน	(15.7%)	▲ 18.9%
ญี่ปุ่น	(10.2%)	▲ 5.7%

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
คลังสินค้า การบินไทย	(50.7%)	▲ 20.9%
คลังฯ ดับบลิวเอฟเอสซี คาร์โก้	(25.9%)	▲ 13.3%
คลังฯ ดับบลิวเอฟเอสซี (EXPRESS)	(19.0%)	▲ 28.5%

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
วงจรรีเลกทรอนิกส์ (8542)	(20.6%)	▲ 30.0%
เครื่องคอมพิวเตอร์ (8471)	(9.7%)	▲ 16.4%
อุปกรณ์สื่อสาร (8517)	(7.9%)	▲ 26.0%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณเบื้องต้นจากกรมศุลกากร

การขนส่งทางถนน

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **177,368.98**
สัดส่วน **9.4%**
การเติบโต (YoY) **▲ 9.3%**

ตลาดสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
จีน	(17.3%)	▼ -13.1%
มาเลเซีย	(16.8%)	▲ 17.2%
เวียดนาม	(13.0%)	▲ 40.1%

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ด่านศุลกากรสะเดา (ศก. 4)	(24.5%)	▲ 28.8%
ด่านศุลกากรมุกดาหาร (ศก.2)	(12.9%)	▼ -23.1%
ด่านศุลกากรอรัญประเทศ (ศก.1)	(6.0%)	▲ 21.4%

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
เครื่องคอมพิวเตอร์ (8471)	(8.4%)	▼ -14.5%
ผลไม้อื่น ๆ สด (เช่น ทุเรียน ลำยง ฯลฯ) (0810)	(5.1%)	▼ -9.6%
ยางธรรมชาติ (4001)	(4.8%)	▲ 46.7%

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณเบื้องต้นจากกรมศุลกากร

การขนส่งทางราง

มูลค่าการค้ารวม (ล้านบาท) **1,396.31**
สัดส่วน **0.1%**
การเติบโต (YoY) **▲ 2.8%**

ตลาดสำคัญ*

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
จีน	(80.4%)	▲ 9.4%
เกาหลีใต้	(7.3%)	▼ -12.2%
ญี่ปุ่น	(6.5%)	▲ 221.8%

ด่านสำคัญ

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ด่านศุลกากรป่าดงเบขาร์ (92.9%)	(92.9%)	▼ -3.6%

สินค้าสำคัญ (พิกัดศุลกากร)

	ส่วนแบ่ง	การเติบโต (YoY)
ยางสังเคราะห์ (4002)	(64.3%)	▲ 21.8%
ยางธรรมชาติ (4001)	(27.4%)	▼ -31.3%
ผลไม้อื่น ๆ สด (เช่น ทุเรียน ลำยง ฯลฯ) (0810)	(2.7%)	-

ที่มา: สำนักงานสถิติกระทรวงพาณิชย์ โดยคำนวณเบื้องต้นจากกรมศุลกากร

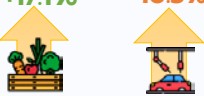
ประเด็นโอกาส

การส่งออกไทยครั้งแรกของปียังขยายตัวดีต่อเนื่อง

- การส่งออกของไทยในช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน 2565 ในตลาดสำคัญยังขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ท่ามกลางวิกฤตสถานการณ์ต่าง ๆ ภาวะเงินเฟ้อ ความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครน และการใช้มาตรการควบคุมโควิด-19

มูลค่าการส่งออกสินค้า

+17.1% **+10.5%**



สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

อัตราการส่งออกของไทยขยายตัวในตลาดสำคัญ :

สหรัฐฯ +20.5%	อาเซียน +24.9%
อินเดีย +46.6%	CLMV +9.9%
สหรัฐอเมริกาเหนือ +25.3%	สหภาพยุโรป +5.7%
ส่วนจีน +0.8%	ญี่ปุ่น +1.4%

แนวโน้มที่ส่งผลเชิงบวกในตลาดโลก ได้แก่ ความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารที่เพิ่มขึ้น ความสามารถในการรับมือกับโควิด-19 ได้ดีขึ้น การผ่อนคลายปัญหาตู้คอนเทนเนอร์ขาดแคลน และค่าระวางเรือที่มีแนวโน้มลดลง ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนการส่งออก อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องเฝ้าระวังการชะลอการใช้จ่ายทั่วโลกจากสถานการณ์เงินเฟ้อสูงด้วย

ประเด็นความท้าทาย

แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยนโยบายสูงขึ้น เงินบาทอ่อนค่า

- การทยอยปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางหลายประเทศ เช่น ธนาคารกลางสหรัฐฯ (Federal Reserve: Fed) ปรับขึ้น +0.75% สูงสุดในรอบ 28 ปี (สู่อัตรา 2.50%) ธนาคารกลางแคนาดา (Bank of Canada: BOC) ปรับขึ้น +1.00% (สู่อัตรา 2.50%) และธนาคารกลางยุโรป (European Central Bank: ECB) ปรับขึ้น +0.50% (สู่อัตรา 0.50%) และประเทศต่าง ๆ ยังคงมีแนวโน้มการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อรับมือกับอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นต่อเนื่อง (ที่มา: Investing.com)
- ประเทศไทยมีสัญญาณการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเช่นกัน เพื่อบรรเทาปัญหาเงินเฟ้อของไทยที่อยู่ในระดับสูง โดยล่าสุดอัตราเงินเฟ้อเดือนกรกฎาคม 2565 อยู่ที่ 7.61% ซึ่งหากมีการปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบายในประเทศไทย รวมถึงการที่เงินบาทอ่อนค่าสาเหตุจากเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่าขึ้นจากการปรับขึ้นดอกเบี้ย จะส่งผลให้ต้นทุนการทำธุรกิจสูงขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่พึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ
- ผู้ประกอบการจึงต้องวางแผนการบริหารสภาพคล่องอย่างรอบคอบ รวมถึงต้องติดตามทิศทางเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะการชะลอการบริโภคและการลงทุนในตลาดใหญ่ อย่างสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งจะมีผลต่อเศรษฐกิจการค้าทั่วโลกต่อไปได้

Highlight ประเด็นสำคัญ

เตรียมพร้อมรับ Peak Season กับประเด็นที่ต้องเฝ้าระวัง

ช่วง Peak Season ของการค้าระหว่างประเทศ และการขนส่งสินค้า ตั้งแต่เดือนสิงหาคมไปจนถึงเดือนพฤศจิกายน แม้จะเป็นโอกาสในการทำรายได้ของธุรกิจ แต่ Peak Season ครั้งนี้ ก็มีความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องเฝ้าระวัง โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องจับตามอง ได้แก่



ความหนาแน่นของท่าเรือ (Port Congestion)

- ▶ **หลายภูมิภาคยังคงประสบปัญหาท่าเรือหนาแน่นต่อเนื่อง** ตั้งแต่เริ่มใช้มาตรการควบคุมโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา ต่อเนื่องมาด้วยความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครน และการล็อกดาวน์ในเซี่ยงไฮ้เป็นบางช่วง คาดว่าสถานการณ์ความแออัดของท่าเรือจะยืดเยื้อไปถึงต้นปี 2566 จึงอาจต้องเฝ้าระวังปริมาณการขนส่งสินค้าทางเรือที่จะเพิ่มมากขึ้นในช่วง Peak Season อาจยังทำให้ความหนาแน่นของท่าเรือสูงขึ้น

อัตราความล่าช้ากรณีท่าเรือหนาแน่น (Port Congestion)

กลุ่ม/ประเทศ	เมือง/ท่าเรือ	วัน (เฉลี่ย)	อัตราเร็วเทียบท่าล่าช้า
สหรัฐอเมริกา	นิวยอร์ก	7	65%
	ซีแอตเทิล	4	53%
	ลอสแอนเจลิส	3	46%
	ลองบีช	2	60%
สหภาพยุโรป	ร็อตเตอร์ดัม เนเธอร์แลนด์	3	58%
	อัมสเตอร์ดัม เยอรมนี	14	78%
	แอนต์เวิร์ป เบลเยียม	4	51%
จีน	เซี่ยงไฮ้	2	24%
	ฮ่องกง	1	35%

ที่มา: www.gocomet.com/real-time-port-congestion, 2 สิงหาคม 2565



การบริโภคหดตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย

- ▶ **ธนาคารโลกได้ปรับประมาณการเศรษฐกิจโลกในปี 2565** คาดว่าจะเติบโต 2.9% ลดลงจากอัตรา 5.7% ในปี 2564 **ปัจจัยสำคัญมาจากภาวะเงินเฟ้อจากราคาล้างงานและสินค้าโภคภัณฑ์ที่สูงขึ้นต่อเนื่อง** ส่งผลให้ธนาคารกลางหลายประเทศปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ย ประกอบกับความกังวลของผู้บริโภคต่อความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ อาจส่งผลให้ความต้องการสินค้า (Demand) และคำสั่งซื้อลดลงในช่วง Peak Season ในครั้งนี้ได้

กลุ่ม/ประเทศ	ความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ประมาณการการเติบโตเศรษฐกิจปี 2565
สหรัฐอเมริกา	51.5 ณ ก.ค.65 ▲3.00%	2.5% (ปี 2564 = 5.7%)
สหภาพยุโรป	-27.0 ณ ก.ค.65 ▼13.45%	2.5% (ปี 2564 = 5.4%)
จีน	86.8 ณ พ.ค.65 ▲0.12%	4.3% (ปี 2564 = 8.1%)

ที่มา: <https://tradingeconomics.com> และ World Bank



ปัญหาแรงงานในท่าเรือสำคัญ

- ▶ การนัดหยุดงานเป็นเวลา 48 ชั่วโมง ของสหภาพแรงงานในท่าเรือของเยอรมนี รวมถึงอัมสเตอร์ดัม เบรเมอร์ฮาเฟิน และวิลเฮล์มชาเฟิน เมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา รวมถึงประเด็นการเจรจาสัญญาฉบับใหม่ระหว่างสหภาพแรงงานท่าเรือชายฝั่งตะวันตกของสหรัฐอเมริกา (International Longshore & Warehouse Union: ILWU) และสมาพันธ์ผู้ให้บริการท่าเรือและสายการเดินเรือฝั่งแปซิฟิก (Pacific Maritime Association: PMA) เนื่องจากสัญญาเดิมสิ้นสุดตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2565 ครอบคลุมประเด็นการจ้างงานพนักงานที่ประจำอยู่ ณ ท่าเรือชายฝั่งตะวันตกกว่า 30 ท่าเรือ รวมถึงท่าเรือลอสแอนเจลิส ที่เป็นท่าเรือที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ ซึ่งยังไม่มียุติข้อพิพาท **หากการเจรจายืดเยื้ออาจมีความเสี่ยงต่อปัญหาการนัดหยุดงานของสหภาพแรงงาน** ซึ่งอาจทำให้ปัญหาความหนาแน่นในท่าเรือทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

ที่มา: [//lot.dhl.com](http://lot.dhl.com), www.logisticsmgmt.com

Highlight ประเด็นสำคัญ

Vizhinjam ท่าเรือน้ำลึกใหม่ของอินเดีย



- ▶ ในเดือนพฤศจิกายน 2565 นี้ อินเดียมีแผนการเปิดใช้ท่าเรือน้ำลึกนานาชาติ (Vizhinjam International Deepwater Multipurpose Seaport) แห่งใหม่ ในเมืองรัฐวานันครปูรัม รัฐเกรละ ซึ่งเป็นท่าเรือน้ำลึกในอินเดียใต้ที่จะใช้เป็นฐานการผลิตแห่งใหม่เพื่อส่งออกไปตะวันออกกลาง และเชื่อมโยงเอเชียใต้กับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (East-West Shipping Route)

- ▶ การเปิดใช้ท่าเรือสามารถลดการพึ่งพาท่าเรือที่ความหนาแน่นสูงในเมืองต่าง ๆ เช่น ดูไบ สิงคโปร์ และโคลัมโบ เป็นต้น รวมถึงสามารถขนถ่ายสินค้าจำนวนมาก (Transshipment) โดยเฉพาะวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางที่นำมาต่อ ยอดในอุตสาหกรรม และการส่งออกจากอินเดียใต้ที่สำคัญ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ และเกษตรแปรรูป เป็นต้น

- ▶ **อินเดียถือเป็นคู่ค้าสำคัญติดอันดับ 1 ใน 10 ของไทย** ในปี 2564 มีมูลค่าการค้ารวม 475,744.17 ล้านบาท เติบโต 56.5% จากปีก่อน สินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังอินเดีย ได้แก่ น้ำมันปาล์ม (HS 1511) อัญมณี (HS 7102) เม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีน (HS 3907) ส่วนประกอบรถยนต์ (HS 8708) และเครื่องปรับอากาศ (HS 8415) ฯลฯ

ที่มา: ข้อมูลบางส่วนจาก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- ▶ การเปิดให้บริการท่าเรือดังกล่าว ถือเป็นอีกหนึ่งโอกาสทางการค้าและภาครัฐกิจ **โลจิสติกส์ไทย** โดยเฉพาะการขนส่งทางเรือ เจาะตลาดอินเดียใต้ ตะวันออกกลาง แอฟริกา และยุโรป รวมถึงธุรกิจบริการจัดเก็บและขนส่งด้วยระบบความเย็น (Cold-Chain Logistics Service) สำหรับสินค้าเกษตรอื่น ๆ โดยเฉพาะทางตอนใต้ของอินเดียที่ระบบและอุปกรณ์ยังขาดความทันสมัย เนื่องจากห้องเย็นส่วนใหญ่ก่อสร้างมาแล้วเกือบ 10 ปี และมีระบบดำเนินการที่ไม่ได้เชื่อมต่อกับโรงงานหรือโรงบรรจุเพื่อต่อยอดมูลค่าเพิ่มใดๆ จึงเป็นโอกาสอันดีของนักลงทุนชาวไทยในการขยายธุรกิจดังกล่าว

- ▶ ประเทศไทยอยู่ระหว่างศึกษา **โครงการ "แลนด์บริดจ์ (Land Bridge)"** ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโครงข่ายโลจิสติกส์ในพื้นที่ภาคใต้ให้เชื่อมต่อกับพื้นที่โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) และเชื่อมชุมพร-ระนอง เพื่อขนส่งสินค้าสู่ทะเลอันดามัน ซึ่งจะลดระยะเวลาขนส่งได้ถึง 2.5 วัน และลดต้นทุนการขนส่งได้ **สอดคล้องกับการเปิดท่าเรือใหม่ทางตอนใต้ของอินเดีย**



- ▶ อย่างไรก็ตาม โครงการ Land Bridge ยังมีข้อจำกัด เช่น ใช้งบประมาณสูงในการจัดทำโครงสร้างพื้นฐาน และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเมินค่าได้ยาก จึงยังคงต้องพิจารณาความคุ้มค่าควบคู่กับประสิทธิภาพ เพื่อให้ไทยสามารถเป็นศูนย์กลางระบบโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียนที่ยั่งยืนต่อไปได้



ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือน **กรกฎาคม 2565**

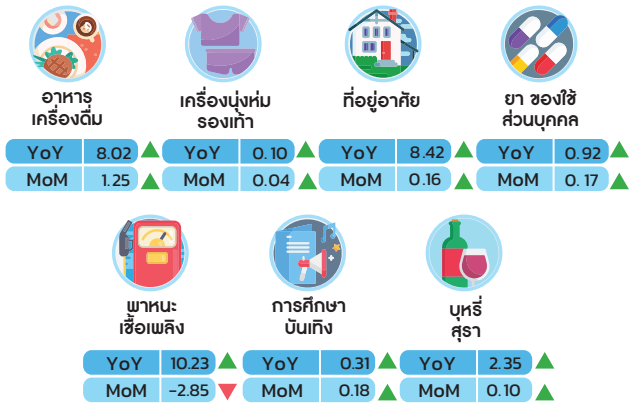
	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation	ก.ค. 65	107.41	-0.16	7.61	5.89
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	มิ.ย. 65	107.58	0.90	7.66	5.61
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation	ก.ค. 65	103.50	0.50	2.99	2.01
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	มิ.ย. 65	102.99	0.24	2.51	1.85
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	ก.ค. 65	114.7	-1.3	12.2	11.7
มิ.ย. 65	116.2	1.0	13.8	11.5	
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	ก.ค. 65	120.0	-0.7	6.3	7.0
มิ.ย. 65	120.9	-1.0	5.5	7.1	
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม : CCI	อยู่ที่ระดับ	ก.ค. 65		มิ.ย. 65	
		45.5		44.3	

เศรษฐกิจไทยยังมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป สะท้อนจากอัตราเงินเฟ้อทั่วไปที่ขยายตัวในอัตราที่น้อยกว่าเดือนที่ผ่านมา สูงขึ้นร้อยละ 7.61 (YoY) และเมื่อพิจารณาอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคเทียบกับเดือนก่อนหน้า ลดลงร้อยละ 0.16 (MoM) เป็นการลดลงครั้งแรกในรอบปี 2565 โดยสินค้ากลุ่มพลังงานยังเป็นสาเหตุหลักต่ออัตราเงินเฟ้อเดือนกรกฎาคม 2565 แม้ว่าราคาแก๊สโซฮอล์ และน้ำมันเบนซินจะลดลงเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา แต่ราคาก๊าซหุงต้ม ไฟฟ้า และน้ำมันดีเซล ยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นต้นทุนในทุกขั้นตอนการผลิตและโลจิสติกส์ของสินค้าและบริการ ประกอบกับอุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้น จากการท่องเที่ยว การส่งออก และราคาสินค้าเกษตรสำคัญสูงขึ้น นอกจากนี้ อัตราเงินเฟ้อในเดือนนี้เป็นผลของการคำนวณจากฐานดัชนีราคาผู้บริโภคของเดือนกรกฎาคม 2564 ที่ค่อนข้างต่ำ จึงทำให้เงินเฟ้อขยายตัว



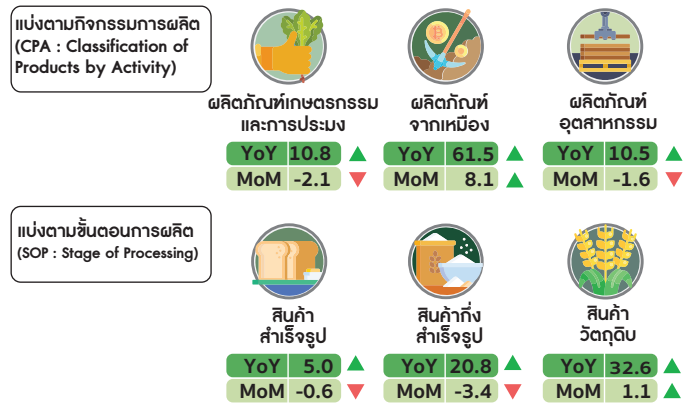
ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนกรกฎาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 7.61 (YoY)



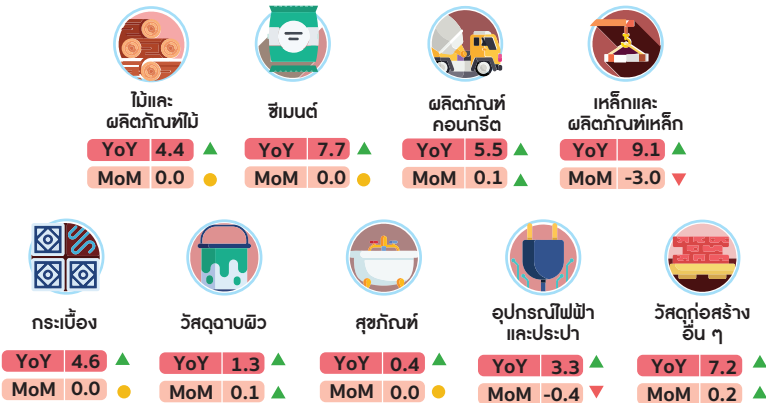
ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนกรกฎาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 12.2 (YoY)



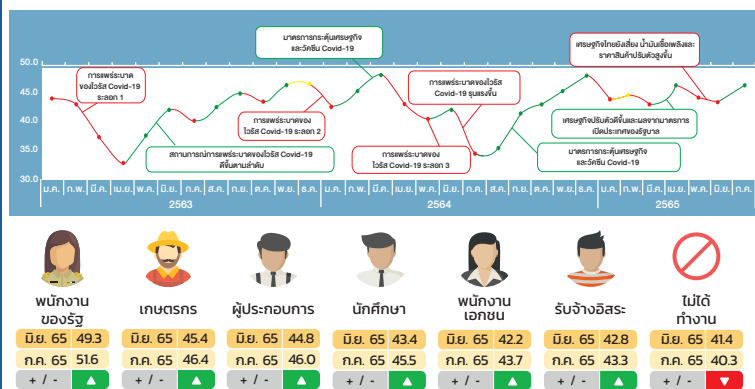
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนกรกฎาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 6.3 (YoY)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนกรกฎาคม 2565 เท่ากับ 44.5



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
สถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ
ประจำเดือนกรกฎาคม 2565
ผ่าน QR Code นี้

WEBSITE
<http://www.tps0.moc.go.th/tv>
mode:11491

การค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนมิถุนายน 2565



โดย สำนักงานนโยบายและ
ยุทธศาสตร์การค้า

การส่งออก มีมูลค่า 26,553.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (907,286 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 11.9 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 16 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 10.4 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นแรงหนุนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของการส่งออกในเดือน มิ.ย. สะท้อนความสามารถในการผลิตสินค้าอาหารของไทยป้อนสู่ตลาดโลก และสอดรับนโยบาย “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” ขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโตตามการขยายตัวของภาคการผลิตโลก **สินค้าส่งออก 5 อันดับแรก** ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง อัญมณีและเครื่องประดับ และน้ำมันสำเร็จรูป **ตลาดส่งออก** ที่ขยายตัว อาทิ สหรัฐฯ เวียดนาม และอินโดนีเซีย

การนำเข้า มีมูลค่า 28,082.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (971,481 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 24.5 สินค้านำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ น้ำมันดิบ เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกล เคมีภัณฑ์ และเครื่องจักรไฟฟ้า **แหล่งนำเข้า** ที่ขยายตัว อาทิ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐฯ และมาเลเซีย

- ดุลการค้า** ขาดดุล 1,529.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (64,195 ล้านบาท)
- ดัชนีราคาส่งออก** ปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 19 ที่ร้อยละ 5.3 (YoY)
- ดัชนีราคานำเข้า** ปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 19 ที่ร้อยละ 13.7 (YoY)

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	มิ.ย. 2565 Jun 2022	ม.ค. - มิ.ย. 2565 Jan-Jun 2022
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	26,553.1 +11.9%	149,184.8 +12.7%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	28,082.3 +24.5%	155,440.7 +21.0%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-1,529.2	-6,255.9

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 65

สินค้า	มูลค่า			สัดส่วน			
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)	ประเทศ	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,352.9	19.1	8.9	สหรัฐฯ	4,429.4	12.1	16.7
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,325.2	-6.0	8.8	จีน	3,297.3	-2.7	12.4
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,242.3	-4.9	4.7	ญี่ปุ่น	2,147.8	-1.0	8.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,123.8	18.6	4.2	เวียดนาม	1,187.5	2.0	4.5
น้ำมันสำเร็จรูป	1,118.3	75.2	4.2	อินโดนีเซีย	1,142.8	50.2	4.3

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 65

สินค้า	มูลค่า			สัดส่วน			
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)	ประเทศ	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	4,799.2	163.9	17.1	จีน	6,535.4	18.0	23.3
เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,899.5	17.9	6.8	ญี่ปุ่น	3,110.7	0.1	11.1
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,898.7	6.5	6.8	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	2,258.6	217.5	8.0
เคมีภัณฑ์	1,896.5	3.8	6.8	สหรัฐฯ	1,556.0	23.4	5.5
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,703.9	6.4	6.1	มาเลเซีย	1,338.5	24.6	4.8

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า เดือน มิ.ย. 65

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY) มิ.ย. 65	ดัชนี มิ.ย. 65
	มิ.ย. 65	พ.ค. 65	มิ.ย. 65		
ส่งออก	0.4	0.4	0.5	5.3	108.9
นำเข้า	-0.5	1.3	0.8	13.7	114.8



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนมิถุนายน 2565
ผ่าน QR Code นี้

สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมันอัตรแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

เดือนกรกฎาคม 2565

ราคาสินค้ารายเดือน

แหล่งที่มา : CEIC

สินค้า	เดือน	Jun-65	Jul-65	%Δ(MOM)	Jul-64	Jul-65	%Δ(YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (Hb)		1,405.00	1,376.88	-2.00	1,215.50	1,376.88	13.28
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,104.52	3,075.00	-0.95	1,995.00	3,075.00	54.14
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แท่งบดควัน ชั้น 3 (f.o.b)		73.15	67.77	-7.35	59.48	67.77	13.94
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		57.34	57.64	0.52	52.25	57.64	10.32
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,834.83	1,736.37	-5.37	1,807.09	1,736.37	-3.91
ไทย (THB/Baht)		30,295.45	29,864.29	-1.42	27,890.91	29,864.29	7.08
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		114.59	99.85	-12.86	72.46	99.85	37.80
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		34.97	36.33	3.90	32.61	36.33	11.43

ราคากองคำ

ราคาทองคำในประเทศและในตลาดโลกปรับตัวลดลง เป็นไปตามทิศทาง การแข็งค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐฯจากการใช้นโยบายการเงินแบบเข้มงวด เพื่อสกัดกั้น อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น โดยธนาคารกลางประเทศต่าง ๆ มีแนวโน้มปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย นโยบายอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักลงทุนทยอยลดการถือครองทองคำลง

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบมีแนวโน้มลดลงจากเดือนที่ผ่านมา แต่ยังทรงตัวในระดับสูง สาเหตุมาจากการตีตัวของอุปทาน เนื่องจาก 1) กลุ่มประเทศโอเปกพลัสยังไม่มีความตั้งใจเพิ่มกำลังการผลิตเพิ่มเติมหลังการเจรจาร่วมกับสหรัฐฯ 2) การคว่ำบาตรของ สหภาพยุโรปต่อรัสเซียไม่ชัดเจน และ 3) ความขัดแย้งในลิเบีย อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ มีแนวโน้มลดลงจากความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจโลก ขณะที่ปริมาณน้ำมันดิบเพิ่มขึ้น จากการที่สหรัฐฯ นำน้ำมันดิบในคลังสำรองน้ำมันเชิงยุทธศาสตร์ (SPR) มาใช้ และผู้ผลิตปรับเพิ่มการผลิต

อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงสาเหตุมาจาก 1) ความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐฯ 2) ผลกระทบจากการขาดแคลนพลังงานในยุโรป 3) การแพร่ระบาดของโควิด - 19 ในเซี่ยงไฮ้ และ 4) ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยไทยกับต่างประเทศที่มากขึ้น ทำให้นักลงทุนหันไปถือครองสกุลเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ ทั้งนี้ การอ่อนค่าของเงินบาทยังคงสอดคล้องกับค่าเงินในภูมิภาค และธนาคารแห่งประเทศไทยส่งสัญญาณปรับอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ข้าว

ราคาข้าวเดือนกรกฎาคม 2565 ยังคงปรับตัวลดลงต่อเนื่องจากเดือนก่อนหน้า โดยการปรับตัวลดลงของราคาข้าวได้รับผลกระทบจากการแข่งขันที่รุนแรงด้านราคาในตลาดโลก และผู้นำเข้าชะลอคำสั่งซื้อ

ยางพารา

ในภาพรวมราคายางพาราปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้า เป็นไป ในทิศทางเดียวกับราคาน้ำมัน เนื่องจากธนาคารกลางทั่วโลกปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย นโยบายเพื่อลดความร้อนแรงของเงินเฟ้อ เป็นปัจจัยกดดันให้ราคาน้ำมันปรับตัวลดลง



Trade Alert!

ออสเตรเลียเริ่มขยับตอบรับ แนวโน้มการใช้รถยนต์ไฟฟ้า

ประเทศออสเตรเลียนับเป็นประเทศที่มีความล่าช้าต่อนโยบายการใช้รถยนต์ไฟฟ้า จากอุปสรรคหลายประการ อาทิ ราคารถยนต์ไฟฟ้า สภาพภูมิประเทศที่กว้าง ทำให้ขาดแคลนสถานีชาร์จ จำนวนผู้เล่นในตลาดน้อย ทั้งนี้ออสเตรเลียได้เริ่มมีแผนการเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์พลังงานเชื้อเพลิงสู่รถยนต์ไฟฟ้าทั้งหมด ภายในปี 2578 โดยเริ่มจากเขตปกครอง Australia Capital Territory (ACT) ซึ่งมีนโยบายในการผลักดัน อาทิ สิ้นเชื้อเงินกู้การซื้อรถยนต์ไฟฟ้าปลอดดอกเบี้ย การยกเลิกค่าจดทะเบียนรถยนต์ประเภท ZEV เป็นระยะเวลา 2 ปี



กรีซ-บัลแกเรีย เชื่อมต่อส่งก๊าซสำเร็จ

กรีซและบัลแกเรียร่วมแสดงความสำเร็จในโครงการสร้างท่อขนส่งก๊าซธรรมชาติระหว่างกัน ระยะทาง 182 กิโลเมตร คาดว่าจะเริ่มใช้งานในเดือนสิงหาคมนี้ โดยสามารถส่งก๊าซธรรมชาติได้ 3 พันล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี และคาดว่าใน 3-4 ปี จะสามารถเพิ่มปริมาณเป็น 5 พันล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี ตามแนวโน้มความต้องการใช้งานที่เพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงาน และการกระจายแหล่งพลังงานทั้งในบัลแกเรียและประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคยุโรปตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน



ยูเออีจับมืออินเดีย สร้างความมั่นคงทางอาหาร

ในการประชุมสุดยอด I2U2 ครั้งแรก ของผู้นำอินเดีย อิสราเอล สหรัฐอเมริกา และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ที่ผ่านมา ได้มีการหารือเกี่ยวกับวิกฤตการณ์อาหารและพลังงานเป็นหนึ่งในวาระสำคัญของการประชุม รัฐบาลสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จึงได้มีแผนลงทุน 2 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในโครงการอุทยานอาหารเกษตร (Agricultural Food Park) ในอินเดีย เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชากรในเอเชียใต้และตะวันออกกลาง ผ่านความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอันแข็งแกร่งซึ่งเป็นก้าวแรกสู่ความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ระหว่างกัน



แหล่งที่มาข้อมูล: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

รับข้อมูล ข่าวสาร บทวิเคราะห์
ง่ายๆ แคสแกน QR Code

