

Journal
TPSO | YEAR 13
ISSUE 141
APRIL 2023



Next Move

Food Waste
เปลี่ยนขยะอาหารให้มีคุณค่า



อาจกล่าวได้ว่าเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุกคนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกันมากขึ้น ส่งผลให้เกิดแนวคิด นโยบายทางเศรษฐกิจ หรือแม้กระทั่งโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และแน่นอนว่า สนค. ก็ไม่พลาดที่จะนำข้อมูลอันน่าสนใจเช่นนี้มาฝากทุกท่านอีกเช่นเคย

ในวารสารฉบับนี้ กอง บก. ได้นำบทความที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสุขภาพ “Wellness Economy ไทยกับแนวโน้มความต้องการโลก” บทความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ตัวและเป็นหนึ่งในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) “Food Waste เปลี่ยนขยะอาหารให้มีคุณค่า” นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเชิงลึกจาก Province Dashboard บนเว็บไซต์ คิดค่า.com ซึ่งจะพาทุกท่านมาร่วมติดตามข้อมูลตลาด สปป. ลาว และข้อมูลเศรษฐกิจการค้าอื่น ๆ ที่น่าสนใจมาให้ได้ติดตามกันค่ะ

ก่อนจากกัน ด้วยสภาพอากาศที่ยังร้อนในหลายพื้นที่ของประเทศไทย อาจทำให้เกิดโรคลมร้อน หรือ Heatstroke อุณหภูมิในร่างกายสูงขึ้นอย่างรวดเร็วขึ้นได้ จึงขอให้ทุกท่านรักษาสุขภาพ หลีกเลี่ยงพื้นที่ที่ร้อนจัดและอากาศถ่ายเทไม่สะดวก รวมถึงดื่มน้ำให้เพียงพอในแต่ละวันด้วยนะคะ แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 I GOT IT

ส่องตลาด สปป.ลาว ด้วย คิดค่า.com
ข้อมูลค้าชายแดนบน Province Dashboard

04 ALL ROUND

ศักยภาพและโอกาสของ Wellness Economy ไทย
กับแนวโน้มความต้องการโลก

06 NEXT MOVE

Food Waste เปลี่ยนขยะอาหารให้มีคุณค่า

08 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมเศรษฐกิจ : มีนาคม 2566

10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : กุมภาพันธ์ 2566

12 TRADE ALERT

เดือนเมษายน 2566



สนค. ร่วมกิจกรรม

“พาณิชย์...จิตอาสา ร่วมแรงร่วมใจ
ทำความสะอาดวัดและปลูกต้นรวงผึ้ง”

นายวิชานัน นีวาตจินดา รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ในสังกัดร่วมกิจกรรมโครงการจิตอาสา พาณิชย์...จิตอาสา ร่วมแรงร่วมใจ ทำความสะอาดวัดและปลูกต้นรวงผึ้ง เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน ประจำปี 2566 โดยมีปลัดกระทรวงพาณิชย์เป็นประธานกิจกรรมในครั้งนี้ เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566 ณ วัดบางไผ่ พระอารามหลวง จังหวัดนนทบุรี

โดยภายในกิจกรรมดังกล่าวผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สนค. ได้ร่วมกันปลูกต้นรวงผึ้ง ดูดฝุ่นพรม กวาด ถู เช็ดเก้าอี้ ล้างห้องน้ำ ปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบวัด ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงามสะอาดตา พร้อมทั้งสนับสนุนอุปกรณ์ทำความสะอาดให้วัดอีกด้วย



ส่องตลาด สปป.ลาว ด้วย




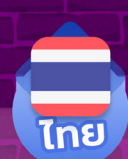

ข้อมูลค้าชายแดนบน Province Dashboard

จากการวิเคราะห์สถานการณ์การค้าชายแดนโดยใช้ Province Dashboard บน คิดค่า.com พบว่า มูลค่าการค้าชายแดน ระหว่างไทยและ สปป.ลาว ในปี 2565 อยู่ที่ 260,081 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 21.1 (YOY) โดยแบ่งเป็นมูลค่าการส่งออก 156,738 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 25.6 (YOY) และมูลค่าการนำเข้า 103,343 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 14.8 (YOY) และ เมื่อวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงลึก โดยพิจารณาการกระจายตัวของสินค้าส่งออกข้ามชายแดน สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าตามการขยายตัวได้ดังนี้



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) พัฒนาเว็บไซต์ "คิดค่า.com" อย่างต่อเนื่องและผลักดัน เป็นศูนย์รวมข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึกที่สำคัญของ ประเทศ ประกอบด้วยข้อมูลเชิงลึกรายตลาดและสินค้า ที่เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมนำไปประกอบการจัดทำนโยบายหรือประกอบ ธุรกิจที่ครอบคลุมทั้งข้อมูลเศรษฐกิจการค้า สินค้าเกษตร ธุรกิจบริการ เศรษฐกิจจังหวัด รวมถึงเศรษฐกิจการค้า ระหว่างประเทศ ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.คิดค่า.com

ม.ค. - ธ.ค. 65

การค้ารวมของไทย

มูลค่า **260,081**
ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลง **+21.1%** YOY

ส่งออก

มูลค่า **156,738**
ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลง **+25.6%** YOY

นำเข้า

มูลค่า **103,343**
ล้านบาท

การเปลี่ยนแปลง **+14.8%** YOY

การกระจายตัวของสินค้าส่งออกไทย

ขยายตัว 536 รายการ 52% | หดตัว 395 รายการ 38% | อื่นๆ 10%

409 สินค้าขยายตัวตามทิศทางตลาด
เติบโตสอดคล้องกับทิศทางารส่งออกรวมของไทย

สินค้า (เรียงตามมูลค่า)	%YOY ประเทศคู่ค้า	%YOY รวมทุกประเทศ
น้ำมันปิโตรเลียม HS-2710	+92.9%	+24.3%
น้ำตาลที่ได้จากอ้อยหรือหัวอ้อย HS-1701	+323.9%	+116.9%
เครื่องใช้ในครัวเรือน HS-2202	+5.2%	+7.3%

124 สินค้าหดตัวตามทิศทางตลาด
หดตัวสอดคล้องกับทิศทางารส่งออกรวมของไทย

สินค้า (เรียงตามมูลค่า)	%YOY ประเทศคู่ค้า	%YOY รวมทุกประเทศ
สัตว์จำพวกโคกระบือ มีชีวิต HS-0102	-71.3%	-19.9%
ฮาร์ดดิสก์ดีฟท์ HS-8471	-14.5%	-1.8%
กระดาษและกระดาษแข็ง HS-4805	-4.0%	-16.8%

127 สินค้าขยายตัวจากปัจจัยเฉพาะ
เติบโตสวนทางกับทิศทางารส่งออกรวมของไทย

สินค้า (เรียงตามมูลค่า)	%YOY ประเทศคู่ค้า	%YOY รวมทุกประเทศ
แทรกเตอร์ HS-8701	+22.7%	-9.9%
พอร์แลนดีซีเมนต์ HS-2523	+21.9%	-15.4%
สังกะสี HS-6307	+120.0%	-0.3%

271 สินค้าหดตัวจากปัจจัยเฉพาะ
หดตัวสวนทางกับทิศทางารส่งออกรวมของไทย

สินค้า (เรียงตามมูลค่า)	%YOY ประเทศคู่ค้า	%YOY รวมทุกประเทศ
ทองคำ HS-7108	-8.2%	+93.9%
ยานยนต์อื่นๆ HS-8703	-21.4%	+12.9%
เครื่องโทรสาร HS-8517	-25.0%	+57.8%

หมายเหตุ: * จำนวนสินค้าพิจารณาจากรายการสินค้าตาม HS code 4 หลัก
ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ กรมศุลกากร สผศ.

สนใจข้อมูลการค้า
เชิงลึกเพิ่มเติม

คิดค่า.com



ศักยภาพและโอกาสของ

Wellness Economy ไทย กับแนวโน้มความต้องการโลก

เศรษฐกิจสุขภาพ หรือ Wellness Economy มีการเติบโตสูงจากกระแสการใส่ใจต่อสุขภาพและการดูแลตนเองที่มากขึ้น ข้อมูลล่าสุดของ The Global Wellness Institute (GWI) อุตสาหกรรมเวลเนสโลก ในปี 2563 มีมูลค่ารวม 4.37 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ลดลง -11.0% จากปี 2562 ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 4.90 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ) โดยคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมเวลเนสของโลกว่าระหว่างปี 2566-2568 จะมีโอกาสเติบโตเฉลี่ย 7.5% ต่อปี โดยปี 2568 จะมีมูลค่ารวมสูงถึง 6.99 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ โดยพบว่า สัดส่วนมูลค่าตลาดเกือบ 70% จะอยู่ที่ 4 สาขา ได้แก่ (1) การดูแลสุขภาพส่วนบุคคลและความงาม (สัดส่วน 19.90%) (2) โภชนาการและการลดน้ำหนัก (สัดส่วน 17.04%) (3) การออกกำลังกาย (สัดส่วน 16.89%) และ (4) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สัดส่วน 15.88%)

โครงสร้างของกลุ่มเวลเนสสาขาต่าง ๆ ของโลก และไทย

สามารถแบ่งกลุ่มศักยภาพของไทย* ตามแนวโน้มการเติบโตของสาขาเวลเนสในตลาดโลก (คาดการณ์เติบโตเฉลี่ย ปี 2566 - 2568) ดังนี้

กลุ่มที่ 01 | สาขาศักยภาพของไทย

(ไทยมีส่วนในตลาดโลกสูง และตลาดโลกเติบโตสูง) ได้แก่ **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 1.08% ตลาดโลกเติบโต 10.2% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 1,127.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ) โดยคาดว่าจะเร่งตัวสูงขึ้นมากในช่วงหลังเปิดการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ จึงเป็นสาขาที่ควรให้ความสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์การขยายตลาดของไทย

กลุ่มที่ 02 | สาขาที่เป็นโอกาสการพัฒนาของไทย

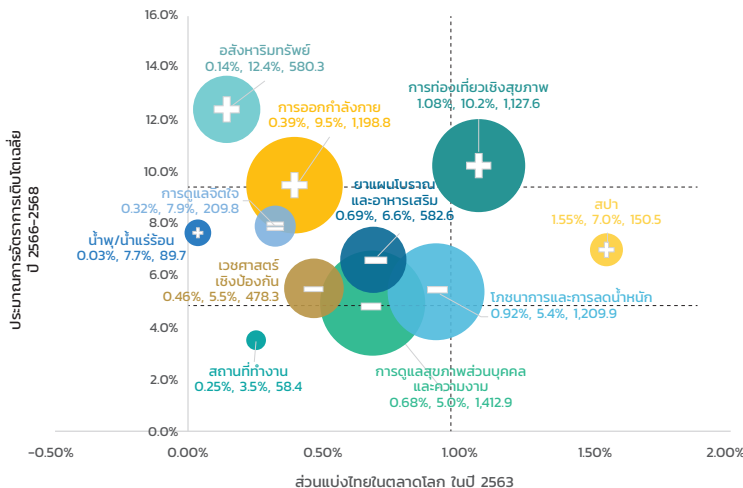
(ไทยมีส่วนในตลาดโลกต่ำ แต่ตลาดโลกเติบโตสูง) ได้แก่ **อสังหาริมทรัพย์** (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.14% ตลาดโลกเติบโต 12.4% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 580.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ) และ **การออกกำลังกาย** (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.39% ตลาดโลกเติบโต 9.5% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 1,198.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งแนวโน้มการเติบโตสูง แต่ไทยมีส่วนตลาดในประเทศและตลาดโลกน้อย จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้น

กลุ่มที่ 03 | สาขาที่ไทยโดดเด่น

(ไทยมีส่วนในตลาดโลกสูง แต่ตลาดโลกเติบโตปานกลาง) ได้แก่ **สปา** (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 1.55% ตลาดโลกเติบโต 7.0% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 150.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ) แม้สปาจะมีมูลค่ารวมในตลาดโลกน้อย แต่ไทยสามารถพัฒนาอัตลักษณ์เป็นจุดขายที่เจาะกลุ่มเฉพาะด้าน

ภาพที่ 1 อุตสาหกรรมเวลเนส โลกและไทย รายสาขา

(%สัดส่วนไทยในตลาดโลกในปี 2563, %การเติบโตเฉลี่ยของโลกปี 2566-2568, มูลค่าประมาณการตลาดโลกปี 2568 (หน่วย: พันล้านเหรียญสหรัฐ))



ที่มา: Global Wellness Institute | หมายเหตุ: + - มาจากสัดส่วนมูลค่าเวลเนสโลก ปี 63 เทียบกับปี 68 ถ้าสัดส่วนเพิ่มขึ้น (+) และลดลง (-)

กลุ่มที่ 04

สาขาที่ต้องปรับปรุงพัฒนา โดยการริแบรนด์ หรือเพิ่มนวัตกรรม

(ไทยมีส่วนในตลาดโลกต่ำ และตลาดโลกเติบโตปานกลาง) แบ่งเป็น



สาขาที่ไทยควรส่งเสริมการพัฒนาดังต่อไปนี้

ได้แก่ โภชนาการและการลดน้ำหนัก (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.92% ตลาดโลกเติบโต 5.4% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 1,209.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ) การดูแลสุขภาพและความงาม (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.68% ตลาดโลกเติบโต 5.0% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 1,412.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ยาแผนโบราณและอาหารเสริม (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.69% ตลาดโลกเติบโต 6.6% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 582.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ) และเวชศาสตร์เชิงป้องกัน (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.46% ตลาดโลกเติบโต 5.5% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 478.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ) สาขาการดูแลสุขภาพและความงาม และโภชนาการและการลดน้ำหนัก มีมูลค่ารวมในตลาดโลกสูง ซึ่งต้องให้ความสำคัญในการขยายตลาด ในส่วนของยาแผนโบราณและอาหารเสริม ต้องเร่งนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานสูง

สาขาที่ไทยควรเร่งพัฒนา

ได้แก่ น้ำพุ/น้ำแร่ร้อน (สัดส่วนไทยในตลาดโลก 0.03% ตลาดโลกเติบโต 7.7% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี 2568 อยู่ที่ 89.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งแม้จะมีขนาดตลาดไม่ใหญ่ และไทยมีส่วนในตลาดโลกน้อยมาก แต่ก็มีโอกาสจากแนวโน้มสัดส่วนตลาดโลกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น และไทยมีแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนกลุ่มจังหวัดอันดามัน ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น

จุดแข็ง (Strengths)

- ไทยมีมีอัตลักษณ์ท้องถิ่น มาผสมผสานในการให้บริการฯ ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น น้ำแร่ โคลน เกลือ สมุนไพร ฯลฯ
- ไทยมีความหลากหลายด้านบริการและสมุนไพร ที่สามารถนำมาต่อยอดธุรกิจ ทั้งอาหารสุขภาพ และอาหารเสริม ฯลฯ
- บริการสปาและนวดแผนไทย เป็นภูมิปัญญาที่ยอมรับของนานาชาติ

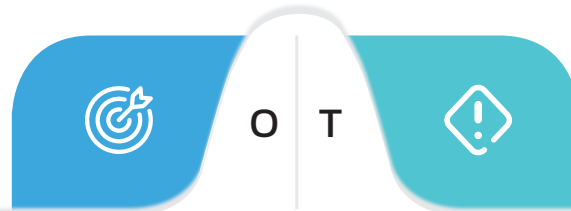


จุดอ่อน (Weaknesses)

- ธุรกิจให้บริการฯ แบบครบวงจรต้องใช้เงินลงทุนสูง
- ต้องฝึกอบรมทักษะบุคลากรเป็นเวลานาน จึงอาจเกิดปัญหาขาดแคลนบุคลากร
- ข้องจำกัดด้านภาษาในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ
- ผู้ประกอบการขนาดเล็กและวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการดำเนินการตลาดเชิงรุก
- ผู้ให้บริการฯ ในไทยจำนวนมากไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ
- สรรพคุณของ น้ำพุ/น้ำแร่ร้อน และสมุนไพรของไทย ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก ซึ่งยังขาดการประชาสัมพันธ์เพียงพอ

โอกาส (Opportunities)

- แนวโน้มความต้องการการบริการฯ สูงขึ้นของคนไทยและต่างชาติ
- โอกาสการพัฒนาต่อยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง (Wellness Product) ควบคู่กับบริการฯ
- แนวโน้มการท่องเที่ยว/การเดินทางที่กลับมา
- โอกาสของธุรกิจจอสังหาริมทรัพย์จากสังคมสูงวัย



อุปสรรค (Threats)

- การบริโภคน้ำสมุนไพรไทยยังจำกัดอยู่ในตลาดแคบ และมีอุปสรรคจากมาตรการนำเข้าของต่างประเทศ

ประเทศไทยถือว่ามียุทธศาสตร์ด้านเวลเนสในหลากหลายด้าน

อันดับ 1 จุดหมายด้านการพักผ่อนเพื่อสุขภาพ (Wellness Retreat 2020, www.slingo.com)



อันดับ 5 ประเทศที่มีการดูแลด้านสุขภาพที่ดี (Global Health Security Index 2021)



อันดับ 5 ประเทศที่มีอิทธิพลของมรดกทางวัฒนธรรม (Culture Heritage Influence 2021, นิตยสาร CEOWorld)



ไทยมีนโยบายในการสนับสนุนประเทศไทยเป็นระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสประเทศไทย (Thailand Wellness Economic Corridor :TWC) โดยไทยควรต้องมุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรมเวลเนสในสาขาที่มีแนวโน้มความต้องการสูงขึ้น การดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มการใช้จ่ายด้านเวลเนสสูง การใช้โอกาสในการกระจายรายได้ไปสู่การท่องเที่ยวเมืองรอง โดยชูอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมประสานกับความโดดเด่นในพื้นที่ ควบคู่กับการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการและการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงการสนับสนุนการจับคู่ทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อดึงดูดการลงทุน ซึ่งจะช่วยบูรณาการการสร้างความสำเร็จให้แก่อุตสาหกรรมเวลเนสของไทย และสร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการไทย

*หมายเหตุ:

- กลุ่ม 1 ส่วนแบ่งไทยในตลาดโลก > 1%, อัตราการเติบโตของตลาดโลก ปี 66-68 สูง > 9.5%
- กลุ่ม 2 ส่วนแบ่งไทยในตลาดโลก < 1%, อัตราการเติบโตของตลาดโลก ปี 66-68 สูง > 9.5%
- กลุ่ม 3 ส่วนแบ่งไทยในตลาดโลก > 1%, อัตราการเติบโตของตลาดโลก ปี 66-68 ปานกลาง 5-9 %
- กลุ่ม 4 ส่วนแบ่งไทยในตลาดโลก < 1%, อัตราการเติบโตของตลาดโลก ปี 66-68 ปานกลาง 5-9 %



Food Waste

เปลี่ยนขยะอาหารให้มีคุณค่า



ขยะอาหาร (Food Waste) เป็นหนึ่งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ทั่วโลกให้ความสนใจ เพราะอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยการลดขยะอาหารเป็นหนึ่งในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ (UN) เป้าหมายย่อยที่ 12.3 “ร่วมกันลดปริมาณขยะอาหารของโลกลงครึ่งหนึ่งภายในปี 2573 ทั้งในระดับค้าปลีกและผู้บริโภค และลดการสูญเสียอาหารจากกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการสูญเสียอาหารหลังเก็บเกี่ยว” รายงานดัชนีขยะอาหารปี 2564 (Food Waste Index Report 2021) ของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ระบุว่าปี 2562 ทั่วโลกมีปริมาณขยะอาหารกว่า 931 ล้านตัน เทียบได้กับรถบรรทุก 40 คัน จำนวน 23 ล้านคัน ซึ่งเกิดจากผู้บริโภค ร้อยละ 61 ผู้ประกอบการ ร้อยละ 26 และผู้จำหน่ายอาหาร ร้อยละ 13 โดยเฉลี่ยแล้วทั่วโลกมีปริมาณขยะอาหารคิดเป็น 74 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งขยะอาหารที่ถูกทิ้งไปอย่างสูญเปล่า สร้างก๊าซเรือนกระจกถึงร้อยละ 8 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก

ขยะอาหาร คือ

เศษอาหารที่ไม่สามารถนำมาบริโภคต่อได้ อาจเป็นสิ่งที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน จากการจำหน่ายในร้านค้าปลีก เป็นขยะที่สร้างขึ้นจากภาคเกษตรและอุตสาหกรรม หรือจากการจัดเก็บวัตถุดิบที่ไม่ถึงจนทำให้เกิดการเน่าเสีย อาทิ เศษอาหารที่รับประทานไม่หมด อาหารกระป๋องที่หมดอายุ และเศษผักผลไม้ตกแต่งงาน



แม้ว่าปริมาณอาหารที่ถูกผลิตขึ้นบนโลกจะมีจำนวนมากจนบางส่วนกลายเป็นขยะอาหาร แต่มีผู้คนทั่วโลกกว่า 830 ล้านคน กำลังเผชิญกับความอดอยากและขาดสารอาหาร องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations : FAO) ระบุว่า หากลดปริมาณอาหารเน่าเสียหรือเหลือทิ้งทั่วโลกลงได้ร้อยละ 25 จะสามารถเลี้ยงดูผู้คนได้อีก 870 ล้านคน ทำให้หลายประเทศตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อโลกและผู้คน และได้ดำเนินการในหลายมิติตลอดห่วงโซ่อุปทาน ผ่านการดำเนินการทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ตลอดจนส่งเสริมให้ครัวเรือนมีส่วนร่วม

การดำเนินการโดยภาครัฐในต่างประเทศ

ฝรั่งเศส

ออกกฎหมายเพื่อลดปริมาณขยะอาหารที่เกิดจากผู้ประกอบการ กฎหมายว่าด้วยการต่อต้านขยะอาหาร (The fight against food waste) ในปี 2559 กำหนดให้ร้านค้าปลีกที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 400 ตารางเมตรขึ้นไป ห้ามทิ้งและทำลายอาหารที่ยังไม่หมดอายุ โดยให้ร้านค้าต้องทำสัญญากับองค์กรการกุศลหรือธนาคารอาหาร เพื่อบริจาคอาหารที่เหลือจากการขายที่ยังไม่หมดอายุ และนำไปแจกจ่ายให้กับผู้ที่ต้องการ รวมถึงมาตรการทางกฎหมายว่าด้วยการสร้างแรงจูงใจทางภาษี (the French General Tax Code มาตราที่ 238) กำหนดให้ผู้บริจาคอาหารสามารถขอคืนภาษีได้ร้อยละ 60 ของมูลค่าอาหารที่บริจาค แต่ไม่เกินร้อยละ 0.5 ของผลประกอบการต่อปี



สหรัฐอเมริกา

ออกกฎหมายเพื่อส่งเสริมการบริจาคอาหารส่วนเกิน The Bill Emerson Good Samaritan Act of 1996 โดยกำหนดว่าผู้บริจาคอาหารโดยเจตนาสุจริต จะไม่ต้องรับโทษทางแพ่งและอาญา หากอาหารที่บริจาคไปเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ปัจจุบัน สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมสหรัฐ (U.S. Environmental Protection Agency : EPA) จัดทำแผนที่โอกาสด้านอาหารส่วนเกิน (Excess Food Opportunities Map) เพื่อเป็นฐานข้อมูลแหล่งผลิตอาหารส่วนเกินหรือขยะอาหาร และข้อมูลความต้องการรับอาหาร โดยได้รวบรวมแหล่งผลิตอาหารกว่า 1.2 ล้านแห่งทั่วประเทศ ทั้งโรงงานผลิตและแปรรูปอาหาร ร้านอาหาร และศูนย์การค้า และหน่วยงานที่รับบริจาคอาหารส่วนเกินกว่า 5,000 แห่งทั่วประเทศ



เกาหลีใต้

ให้ความสำคัญกับการลดปริมาณขยะอาหารที่เกิดจากครัวเรือน โดยในปี 2538 รัฐบาลเริ่มใช้ระบบ Volume-Based Waste Fee (VBWF) เปลี่ยนการเก็บค่าธรรมเนียมการจัดเก็บขยะในอัตราคงที่ เป็นการเก็บตามสัดส่วนปริมาณขยะที่ทิ้ง โดยกำหนดให้ครัวเรือนต้องซื้อถุงขยะเฉพาะสำหรับขยะแต่ละประเภท ได้แก่ เศษอาหาร ขยะรีไซเคิล ขยะปกติ และขยะขนาดใหญ่ ซึ่งหากฝ่าฝืนทิ้งขยะโดยใช้ถุงพลาสติกทั่วไป มีโทษปรับ 200,000 วอน จึงช่วยให้ครัวเรือนเกิดแรงจูงใจในการลดปริมาณขยะ และความชื้นของขยะ เรียนรู้ที่จะคัดแยก และนำขยะกลับมารีไซเคิล





สถานการณ์ในประเทศไทย และโอกาสทางธุรกิจ

รายงานดัชนีขยะอาหาร ปี 2564 ประเมินว่าประเทศไทยมีปริมาณขยะอาหาร 79 กิโลกรัมต่อคนต่อปี โดยไทยอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง ที่มีค่าเฉลี่ยปริมาณขยะอาหาร 76 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ซึ่งใกล้เคียงกับข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ ที่ระบุว่าในปี 2563 ไทยมีปริมาณขยะอาหาร 5.58 ล้านตัน หรือ 80 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ขณะที่ปัญหาความหิวโหยของไทย มีสัดส่วนผู้หิวโหยสูงถึงร้อยละ 9 ของประชากรทั้งประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาของการบริหารจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานอาหาร ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการร่วมมือแก้ปัญหา

การดำเนินการของภาคเอกชน ในต่างประเทศ

นอกเหนือจากการผลักดันของภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนจำนวนมากได้พัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อช่วยลดการเกิด Food Waste ตั้งแต่การจัดการผลผลิตทางการเกษตร การบริจาคหรือซื้อขายอาหารส่วนเกิน และการจัดการวัตถุดิบในครัวเรือน อาทิ

สหรัฐอเมริกา



มีแอปพลิเคชัน Misfits Market ช่วยจัดการกับผลผลิตทางการเกษตรที่คุณภาพดีอาจถูกโยนทิ้ง เนื่องจากไม่สวยงาม/ไม่สมบูรณ์ที่จะวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต โดยจะส่งผลผลิตจากเกษตรกรถึงบ้านผู้บริโภคโดยตรง ในราคาที่ถูกลงร้อยละ 40 ในขณะที่ Food for All เป็นแอปฯ ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้ออาหารได้ 1 ชั่วโมงก่อนร้านอาหารปิด โดยได้รับส่วนลดสูงสุดถึงร้อยละ 80 และผู้ใช้ยังสามารถบริจาคอาหารให้กับผู้คนที่ผ่านแอปได้โดยตรง



อังกฤษและไอร์แลนด์

มีแอปฯ FoodCloud เป็นกิจการเพื่อสังคมที่เชื่อมโยงธุรกิจที่มีอาหารส่วนเกินกับองค์กรการกุศลและชุมชนที่ต้องการอาหาร

สิงคโปร์



มีแพลตฟอร์มTreatsure ให้บริการบุฟเฟ่ต์ใส่กล่อง (Buffet In A Box) ที่ให้ผู้ใช้งานเลือกซื้ออาหารในไลน์บุฟเฟ่ต์ของโรงแรม ในช่วง 30-60 นาที ก่อนหมดเวลาบุฟเฟ่ต์ ในราคาเพียง 10 ดอลลาร์สิงคโปร์



เดนมาร์ก

มีแอปฯ Too Good To Go ที่ปัจจุบันขยายไปยังหลายประเทศ ช่วยให้ร้านอาหารและร้านขายของชำต่าง ๆ นำอาหารส่วนเกินมาขายแบบลดราคาประมาณ 3-6 ยูโร จากราคาเต็ม ทำให้ผู้บริโภคได้อาหารที่ดี ขณะที่ร้านอาหารมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

สหราชอาณาจักร



มีแอปฯ Nosh ใช้ AI คำนวณวันหมดอายุของอาหารและติดตามพฤติกรรมการซื้ออาหาร โดยจะช่วยวางแผนการซื้อของ และแนะนำสูตรอาหารจากวัตถุดิบที่มีในตู้เย็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจก่อนออกไปเลือกซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต

ในส่วนของภาครัฐได้ให้ความสำคัญและดำเนินการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการจัดการขยะของประเทศ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2565-2570)¹ ซึ่งได้บรรจุแนวทางการลดปริมาณขยะอาหาร ทั้งการส่งเสริมการแบ่งปันอาหารส่วนเกินในส่วนของผู้จำหน่ายอาหาร และการให้ความรู้เพื่อลดการเกิดขยะอาหารในส่วนของผู้บริโภค สำหรับกระทรวงพาณิชย์มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการลดโอกาสการเกิดขยะอาหารทั้งต้นน้ำและกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทานอาหาร อาทิ นโยบายเกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด ใช้แนวคิดตลาดนำการผลิต เพื่อบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรให้มีความสมดุล การบริหารจัดการสินค้า และการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ ที่เชื่อมโยงให้ผลผลิตจากตลาดสินค้าเกษตรส่งถึงมือผู้บริโภคก่อนจะเน่าเสีย และร่วมกับภาครัฐกิจจัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการร้านและสต็อกวัตถุดิบ เพื่อลดการเกิดขยะอาหารจากร้านค้าปลีก

ขณะที่ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม เมืองครีและธุรกิจที่ให้บริการเชื่อมโยงอาหารส่วนเกินกับผู้ที่ต้องการ อาทิ มูลนิธิรักษ์อาหาร หรือ SOS Thailand รับบริจาคอาหารจากร้านค้าปลีก หรือโรงแรม เพื่อนำมาส่งต่อให้ผู้ที่ต้องการแต่ไม่สามารถเข้าถึงอาหารได้ ทั้งโรงเรียน ชุมชน และสถานสงเคราะห์ แอปฯ Yindii และแอปฯ Oho! เป็นแพลตฟอร์มสั่งอาหารคุณภาพดีที่หลีกเลี่ยงการขายหน้าร้านอาหาร โรงแรม และซูเปอร์มาร์เก็ตที่ถูกกว่าราคาจริงร้อยละ 50-80 ซึ่งปัจจุบันมีร้านค้าเข้าร่วมแล้วกว่า 200-500 แห่ง

อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างการพัฒนาที่ภาครัฐสามารถออกกฎระเบียบเพื่อเป็นกลไกช่วยขับเคลื่อนการดำเนินการ และภาครัฐก็ยังสามารถแสวงหาโอกาสและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับอาหารส่วนเกินเพื่อไม่ให้กลายเป็นขยะอาหารได้ ดังนั้น จึงควรยกระดับการดำเนินการโดยอาศัยการประยุกต์ใช้แนวทางปฏิบัติที่ดีจากหลายประเทศ เพื่อให้เกิดการบูรณาการการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมในองคร่วม และนำไปสู่การลดปริมาณขยะอาหารในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทานต่อไป



¹องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) นิยามว่า ความหิวโหย คือความรู้สึกล้มสลายหรือเจ็บป่วยทางร่างกาย เนื่องจากได้รับพลังงานจากการบริโภคอาหารไม่เพียงพอ
²จัดทำโดย กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ภาพรวมเศรษฐกิจ เดือนมีนาคม 2566

ภาพรวม

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนมีนาคม 2566

	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline Inflation CPI	มี.ค.66 107.76 ก.พ.66 108.05	-0.27 -0.12	2.83 3.79	3.88 4.40
	เงินเฟ้อพื้นฐาน ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน	Core Inflation Core CPI	มี.ค.66 104.22 ก.พ.66 104.17	0.05 0.11	1.75 1.93
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	CCI	มี.ค.66 52.3 ก.พ.66 52.5			

เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับแรงสนับสนุนจากอุปสงค์ในประเทศที่ปรับตัวขึ้นจากภาคการท่องเที่ยวและการบริโภคภายในประเทศ ขณะที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลดลง และราคาสินค้าอาหารชะลอตัวเกือบทุกกลุ่มสินค้า ประกอบกับฐานราคาที่ใช้คำนวณเงินเฟ้อในปี 2565 อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไป สูงขึ้นร้อยละ 2.83 (YoY) ชะลอตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และต่ำสุดในรอบ 15 เดือน อยู่ในกรอบเป้าหมายเงินเฟ้อที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และคณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) กำหนดไว้



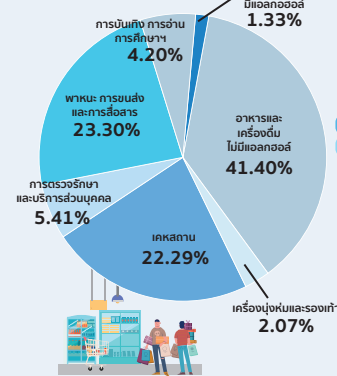
ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนมีนาคม 2566 อยู่ที่ร้อยละ 2.83 (YoY)

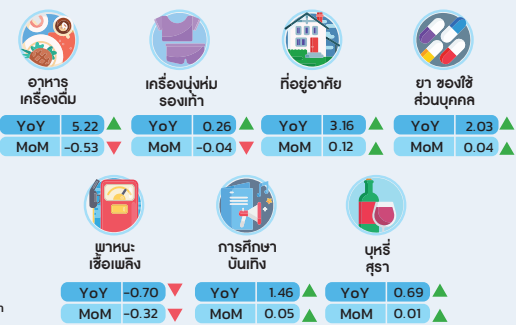
ดัชนีราคาผู้บริโภค (อัตราเงินเฟ้อทั่วไป) เดือนมีนาคม 2566 สูงขึ้นร้อยละ 2.83 (YoY) ตามการชะลอตัวของสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ที่สูงขึ้นร้อยละ 5.22 (YoY) ลดลงจากร้อยละ 5.74 ในเดือนก่อนหน้า สินค้าที่ราคาสูงขึ้น อาทิ ผักและผลไม้ (มะนาว กะหล่ำปลี แดงกวา) ตามปริมาณผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดน้อย ไข่ไก่ เนื้อสุกร ไก่สด ราคาสูงขึ้นต่อเนื่องจากช่วงที่ผ่านมา แต่มีแนวโน้มชะลอตัว ข้าวสาร ตามโปรโมชัน ซีอิ๊ว น้ำพริกแกง กาแฟ/ชา (ร้อน/เย็น) และน้ำอัดลม เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ยังสูงกว่าปีที่ผ่านมา ประกอบกับความต้องการมีอย่างต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจ นอกจากนี้ อาหารสำเร็จรูปปรับขึ้นเล็กน้อย สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ ผักคะน้า ผักชี ขึ้นฉ่าย กัลฉวยหอม ทุเรียน น้ำมันพืช มะพร้าว (ผลแห้ง/ชุด) และมะขามเปียก ส่วนสินค้าหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม สูงขึ้นร้อยละ 1.22 (YoY) ชะลอตัวจากร้อยละ 2.47 ในเดือนก่อนหน้า สินค้าที่ราคายังคงสูงขึ้น อาทิ ค่าไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม ค่าโดยสารสาธารณะ น้ำมันเชื้อเพลิงบางประเภท (น้ำมันดีเซล ก๊าซยานพาหนะ (LPG)) ค่าการศึกษา ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสะอาด (สบู่ถูตัว ยาสีฟัน น้ำยาปรับผ้านุ่ม) นอกจากนี้ ค่าบริการส่วนบุคคล (ค่าแต่งผมชาย/สตรี ค่าทำเล็บ) เพิ่มขึ้นเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าสำคัญหลายรายการราคาลดลง ซึ่งส่งผลให้ราคาสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มในภาพรวมชะลอตัวค่อนข้างมาก อาทิ น้ำมันเชื้อเพลิงในกลุ่มแก๊สโซฮอล์และเบนซิน เครื่องใช้ไฟฟ้า

สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง



(เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า) เสื้อผ้าบุรุษ หน้ากากอนามัย โฟมล้างหน้า ที่เขียนตัวผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีหมึก ค่าสมาชิกเคเบิลทีวี เครื่องรับโทรทัศน์ที่มีจอแอลซีดี และค่าทัศนอาภรณ์ในประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออกแล้ว) สูงขึ้นร้อยละ 1.75 (YoY)

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ลดลงร้อยละ 0.27 (MoM) ขณะที่ไตรมาสที่ 1 ปี 2566 (ม.ค. - มี.ค.) เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 3.88 (YoY) และเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สูงขึ้นร้อยละ 0.05 (QoQ)

แนวโน้มเงินเฟ้อไตรมาสที่ 2 ปี 2566

แนวโน้มเงินเฟ้อไตรมาสที่ 2 ปี 2566 มีแนวโน้มชะลอตัว เนื่องจากราคาสินค้าสำคัญหลายรายการมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิงที่ส่งผลถึงทางตรงและทางอ้อมต่อเงินเฟ้อ ประกอบกับฐานราคาปี 2565 อยู่ระดับสูง และมาตรการช่วยเหลือค่าครองชีพของภาครัฐที่มีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การส่งออกของไทยที่ชะลอตัว และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย อาจส่งผลให้กำลังซื้อของภาคธุรกิจและประชาชนลดลง ซึ่งมีส่วนทำให้อัตราเงินเฟ้อชะลอตัว อย่างไรก็ตาม ค่าไฟฟ้า และก๊าซหุงต้มก็ยังอยู่ระดับสูง รวมถึงการขาดแคลนแรงงาน ยังคงเป็นสาเหตุที่ทำให้ต้นทุนอยู่ระดับสูง นอกจากนี้เศรษฐกิจของไทยที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเทศกาลสงกรานต์ วันหยุดยาว และการหาเสียงของพรรคการเมือง ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น และจะส่งผลต่ออุปสงค์โดยรวม ราคาสินค้าและบริการ ตามลำดับ ซึ่งจะต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดต่อไป ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้ปรับตัวเลขคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2566 เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน จากระหว่างร้อยละ 2.0 - 3.0 (ค่ากลาง 2.5) เป็นระหว่างร้อยละ 1.7 - 2.7 (ค่ากลาง 2.2) และหากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจะมีการทบทวนอีกครั้ง

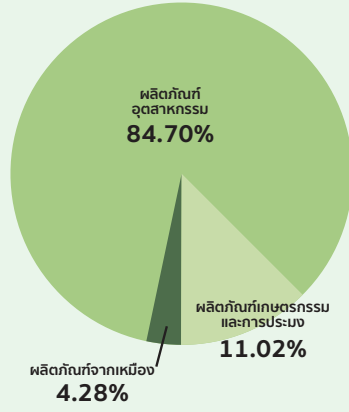


ดัชนีราคาผู้ผลิต

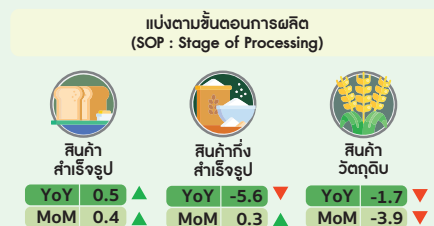
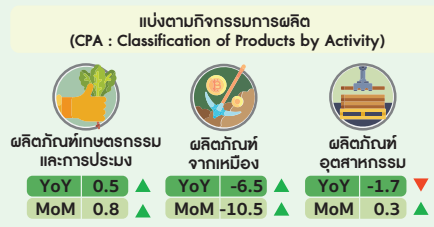
เดือนมีนาคม 2566 **ลดลงร้อยละ 1.7** (YoY)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนมีนาคม 2566 ลดลงร้อยละ 1.7 (YoY) หดตัวครั้งแรกในรอบ 26 เดือน ตามราคาวัตถุดิบและสินค้าในตลาดโลกที่ปรับลดลง โดยเฉพาะน้ำมันดิบ ประกอบกับความต้องการชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจ ส่งผลให้ **หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง** ลดลงร้อยละ 6.5 สินค้าที่ราคาปรับลดลง ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติ น้ำมันปิโตรเลียมดิบ และแร่โลหะ **หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** ลดลงร้อยละ 1.7 สินค้าสำคัญที่ราคาปรับลดลง ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม (น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91,95) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก (ยางแท่ง น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน) กลุ่มเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี (เม็ดพลาสติก โขดไฟ กรดเกลือ) กลุ่มโลหะขั้นมูลฐาน (เหล็กเส้น เหล็กแผ่นรีดร้อน ท่อเหล็กกล้า) อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าที่ราคาปรับสูงขึ้น ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร (เนื้อสุกร มันเส้น น้ำตาลทราย) กลุ่มเครื่องดื่ม (สุรากลั่น เบียร์ น้ำอัดลม) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแร่โลหะ (ปูนเม็ด กระเบื้องปูพื้น-บุผนัง โถส้วม) กลุ่มกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ (เยื่อกระดาษ ก่อกระดาษ กระดาษพิมพ์เขียน) กลุ่มยานยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ (รถบรรทุก ตัวถังรถยนต์) ขณะที่ **หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง** สูงขึ้นร้อยละ 0.5 โดยสินค้าที่มีราคาสูงขึ้น คือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ กลุ่มพืชล้มลุก (ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว หัวมันสำปะหลังสด) กลุ่มพืชผัก (มะนาว หน่อไม้ฝรั่ง พริกสด) กลุ่มผลไม้ (ลำไย

สัดส่วนน้ำหนัก



อัตราการเปลี่ยนแปลง



สับปะรดโรงงาน มะละกอสุก) กลุ่มสัตว์ (ไก่/สุกรมีชีวิต ไก่ไข่ ไข่เป็ด) และกลุ่มผลิตภัณฑ์จากการประมง (ปลาหมึกกล้วย ปูม้า ปลาทูสัด) อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าที่ราคาปรับลดลง ได้แก่ ผลปาล์มสด และยางพารา)

ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ลดลงร้อยละ 0.2 (MoM) ขณะที่ไตรมาสที่ 1 ปี 2566 (ม.ค. - มี.ค.) เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (YoY) และเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ลดลงร้อยละ 2.8 (QoQ)

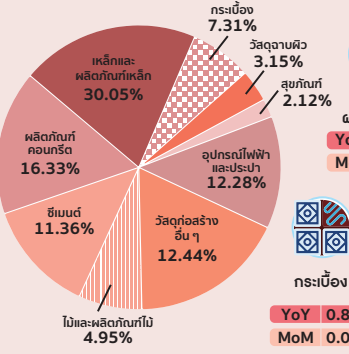


ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

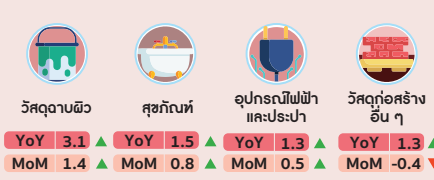
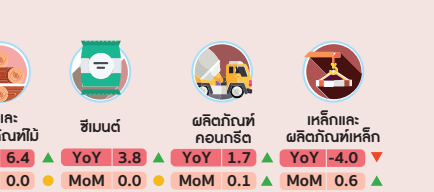
เดือนมีนาคม 2566 **สูงขึ้นร้อยละ 0.6** (YoY)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนมีนาคม 2566 สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (YoY) ชะลอตัวจากร้อยละ 2.6 (YoY) ในเดือนก่อนหน้า ตามต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบพลังงาน และค่าขนส่ง ที่ยังคงสูงกว่าปีที่ผ่านมา และความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น โดย **หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** สูงขึ้นร้อยละ 6.4 (ไม้แป้น วงกบหน้าต่าง บานประตู) **หมวดซีเมนต์** สูงขึ้นร้อยละ 3.8 (ปูนซีเมนต์ผสม ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนฉาบสำเร็จรูป) **หมวดวัสดุฉนวน** สูงขึ้นร้อยละ 3.1 (สีทาถนนชนิดสะท้อนแสง สีรองพื้นโลหะ นํ้ายกกันซึม) **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** สูงขึ้นร้อยละ 1.7 (เสาเข็ม คอนกรีตอัดแรง ผนังคอนกรีตสำเร็จรูป คานคอนกรีตสำเร็จรูป) **หมวดสุขภัณฑ์** สูงขึ้นร้อยละ 1.5 (ราวจับสแตนเลส อ่างล้างหน้าเซรามิก สายน้ำดี) **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** สูงขึ้นร้อยละ 1.3 (กลุ่มวัสดุธรรมชาติ (หิน ดิน ทราย)) **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** สูงขึ้นร้อยละ 1.3 (ท่อพีอี ถังดักไขมัน ตะแกรงกรองผง) และ **หมวดกระเบื้อง** สูงขึ้นร้อยละ 0.8 (กระเบื้องแกรนิต กระเบื้องเคลือบปูพื้น กระเบื้องยางพีวีซีปูพื้น) ขณะที่ **หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** ลดลงร้อยละ 4.0 (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ผิวขี้ดอ้อย เมทัลชีท เหล็กดัดซี)

สัดส่วนน้ำหนัก



อัตราการเปลี่ยนแปลง



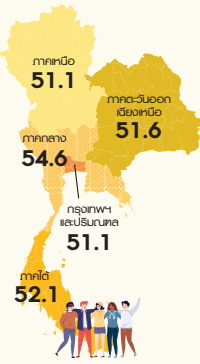
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2566 สูงขึ้นร้อยละ 0.3 (MoM) ขณะที่ไตรมาสที่ 1 ปี 2566 (ม.ค. - มี.ค.) เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 2.2 (YoY) และเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (QoQ)



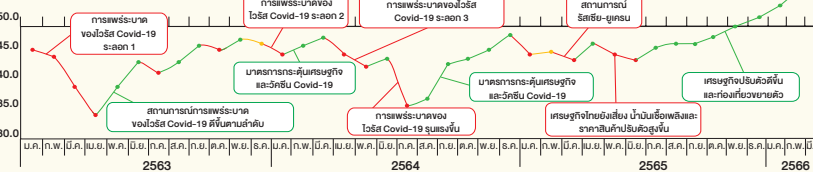
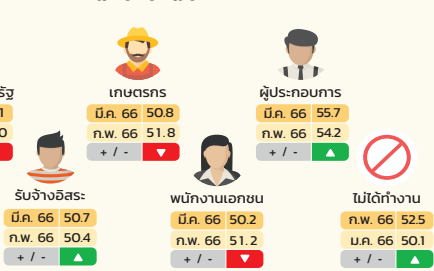
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนมีนาคม 2566 **เท่ากับ 52.3** (YoY)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมีนาคม 2566 อยู่ที่ระดับ 52.3 ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 (นับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565) แม้ว่าจะปรับลดลงเล็กน้อยจากระดับ 52.5 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับลดลงทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน และในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) สาเหตุการปรับลดลงเล็กน้อยแต่ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นโดยรวมมาจาก (1) เศรษฐกิจในประเทศฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการท่องเที่ยวและการบริโภคในประเทศ (2) ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคบางรายการปรับลดลง โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิง เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า (3) มาตราการลดค่าครองชีพและการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ อาทิ การตรึงค่าไฟฟ้าภาคครัวเรือน และโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 5 และ (4) พรรคการเมืองเริ่มหาเสียงเพื่อเลือกตั้งในกลางเดือนพฤษภาคมนี้ ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น รวมทั้งประชาชนส่วนมากคาดหวังที่จะมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการเมือง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดี อย่างไรก็ตาม ประชาชนยังมีความกังวลต่อภาวะค่าครองชีพที่ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะค่าไฟฟ้าภาคครัวเรือนที่ปรับเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในระยะต่อไป



อัตราการเปลี่ยนแปลง



การค้าระหว่างประเทศไทย

เดือนกุมภาพันธ์ 2566

การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2566

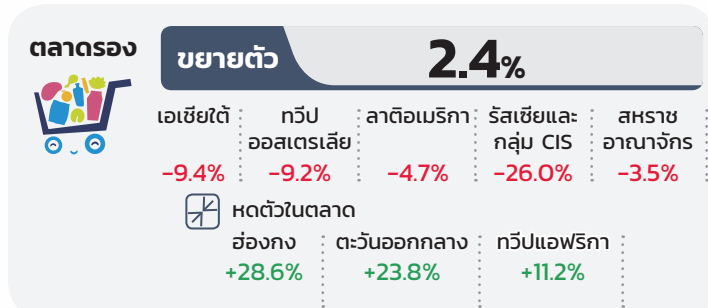
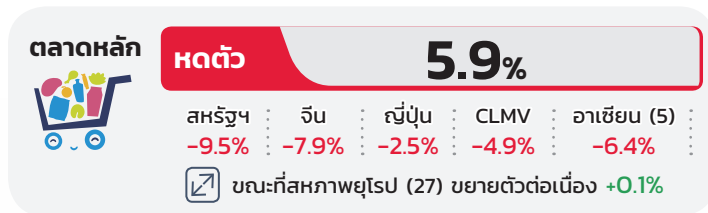
มีมูลค่า **22,376.3** ล้านเหรียญสหรัฐ (730,123 ล้านบาท)

↓ หดตัว **4.7%**
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย หดตัวเพียง **0.05%**



เนื่องจากฐานที่สูงในปีก่อนหน้า และแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว กระทบต่อความต้องการสินค้า โดยกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ยังคงหดตัว รวมทั้งสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน (โดยเฉพาะเม็ดพลาสติก และเคมีภัณฑ์) และทองคำ มีการปรับลดลงจากปัจจัยราคาเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรกลับมาขยายตัวในรอบ 5 เดือน และสินค้าอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนต่อการส่งออกสูงยังคงขยายตัวได้ดี ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) และเครื่องปรับอากาศ แม้ว่าการส่งออกตลาดหลัก (ได้แก่ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น) ยังคงหดตัว แต่การส่งออกตลาดเป้าหมายที่กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญในปี 2566 เติบโตดี โดยเฉพาะตลาดตะวันออกกลาง และอินเดีย อีกทั้งการส่งออกไปยังฮ่องกงที่เป็นคู่ค้าอันดับ 4 ของไทย กลับมาขยายตัวในรอบ 10 เดือน ทั้งนี้ การส่งออกไทย 2 เดือนแรก หดตัวร้อยละ 4.6 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย หดตัวร้อยละ 1.4

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้



● **การนำเข้า** เดือนกุมภาพันธ์ 2566 มีมูลค่า 23,489.7 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 1.1 สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์ แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ แหล่งนำเข้าที่หดตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย

● **ดุลการค้า** เดือนกุมภาพันธ์ 2566 การค้าขาดดุล 1,113.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ดุลการค้า 2 เดือนแรกของปี 2566 ขาดดุล 5,763.1 ล้านเหรียญสหรัฐ

ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาส่งออก เดือนกุมภาพันธ์ 2566 เท่ากับ 108.6 สูงขึ้นร้อยละ 2.1 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาส่งออกปรับตัวสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า ประกอบด้วย หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร หมวดสินค้าเกษตรกรรม และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม

ดัชนีราคานำเข้า ดัชนีราคานำเข้า เดือนกุมภาพันธ์ 2566 เท่ากับ 112.1 สูงขึ้นร้อยละ 2.6 (YoY) หมวดสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าปรับตัวสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า ประกอบด้วยหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดสินค้าเชื้อเพลิง หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป หมวดสินค้าทุน และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐฯ (Million USD)	ก.พ. 2566 Feb 2023	ม.ค. - ก.พ. 2566 Jan-Feb 2023
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	22,376.3 -4.7%	42,625.8 -4.6%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	23,489.7 +1.1%	48,388.8 +3.3
ดุลการค้า (Trade Balance)	-1,113.4	-5,763.1

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.พ. 66

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,380.7	3.6	10.6	สหรัฐอเมริกา	3,525.2	-9.5	15.8
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,240.9	-22.9	5.6	จีน	2,456.9	-7.9	11.0
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,235.8	-5.8	5.5	ญี่ปุ่น	2,034.2	-2.5	9.1
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,135.1	-3.6	5.1	ฮ่องกง	1,155.7	28.6	5.2
เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ	756.0	8.2	3.4	มาเลเซีย	963.0	-7.9	4.3

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.พ. 66

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	3,239.0	21.4	13.8	จีน	4,942.1	-1.3	21.0
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,501.8	-12.1	6.4	ญี่ปุ่น	2,848.5	-0.3	12.1
เคมีภัณฑ์	1,489.4	-10.3	6.3	สหรัฐอเมริกา	1,789.0	10.8	7.6
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,487.8	0.2	6.3	สหรัฐอเมริกา อเมริกา	1,464.4	118.7	6.2
แผงวงจรไฟฟ้า	1,302.3	2.7	5.5	มาเลเซีย	1,156.9	-3.8	4.9

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า เดือน ก.พ. 66

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
				ดัชนี	
	ธ.ค. 65	ม.ค. 66	ก.พ. 66	ก.พ. 66	ก.พ. 66
ส่งออก	0.0	0.6	-0.1	2.1	108.6
นำเข้า	-0.5	1.3	-0.3	2.6	112.1



● การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออก ระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุกและลึก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวกการส่งออก โดยการดำเนินงานที่สำคัญ ในรอบเดือนที่ผ่านมา อาทิ (1) **การผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตร** กระทรวงพาณิชย์ เดินหน้าทำตลาดข้าวผ่านงานแสดงสินค้านานาชาติ ตั้งเป้าการส่งออกปี 2566 ที่ 7.5 ล้านตัน ด้วยปัจจัยหนุนจากอินเดียและเวียดนามมีนโยบายเก็บสต็อกข้าว ในประเทศเพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการบริโภคข้าวในอินโดนีเซีย บังกลาเทศ และ ตะวันออกกลางที่เพิ่มขึ้น (2) **การเดินหน้ารื้อฟื้นความร่วมมือระดับทวิภาคี** ด้วยการ ลงนามบันทึกความเข้าใจ (Mini FTA) ระหว่างไทยและจีน ตั้งเป้าการค้าระหว่าง กันอีก 43,000 ล้านบาท ในปี 2566 - 2567 จีนเป็นเขตเศรษฐกิจใหญ่ อันดับ 3 ของจีน รองจากฮ่องกงและไต้หวัน และมีขนาดเศรษฐกิจเกือบเท่าไทย (3) **การเร่งเปิดเจรจา FTA** คณะรัฐมนตรีเห็นชอบการเจรจาจัดทำความตกลง การค้าเสรี (FTA) ไทย-สหรัฐอเมริกา (ยูเออี) โดยหลังจากนี้จะเข้าสู่ กระบวนการเปิดการเจรจาระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งก่อนหน้านี้กระทรวงพาณิชย์ได้นำ คณะผู้แทนภาครัฐและเอกชนของไทยร่วมประชุมกับฝ่ายยูเออี เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุนระหว่างกัน และเปิดโครงการไทยซุค (Thai Souq) ที่เป็นแหล่งรวมและ กระจายสินค้าและบริการของไทยในเมืองดูไบ ทั้งนี้ ยูเออีเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งในกลุ่ม ประเทศตะวันออกกลางและจะเป็นประตูเข้าสู่การค้าของกลุ่มประเทศอาหรับต่อไป

● แนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า ช่วงครึ่งปีแรกการส่งออกของไทยจะได้รับ ผลกระทบตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความไม่แน่นอนสูง ประเทศคู่ค้าหลักยังคง เผชิญกับปัญหาเงินเฟ้อ และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่องจะชะลอ การเติบโตของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามคาดว่าช่วงหลังของปี การส่งออกจะปรับตัวดีขึ้น อย่างค่อยเป็นค่อยไปจากแรงกดดันเงินเฟ้อที่ปรับตัวลดลงตามแนวโน้มราคาพลังงาน และปัญหาห่วงโซ่อุปทานโลกที่ทยอยคลี่คลาย นอกจากนี้ แรงหนุนจากการเปิด ประเทศของจีน และการฟื้นตัวของภาคบริการและการท่องเที่ยวจะช่วยหนุนอุปสงค์ ของประเทศคู่ค้าในระยะต่อไป

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม
การค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2566
ผ่าน QR Code นี้

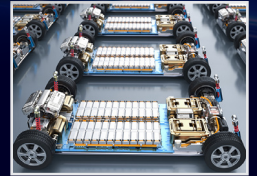
WEBSITE
[http://www.tpsa.moc.go.th/
international_trade](http://www.tpsa.moc.go.th/international_trade)



สหรัฐฯ

รุกลงทุนเอเชีย หวังถ่วงดุลจีน

รอยเตอร์ระบุสหรัฐฯ ส่งสัญญาณรุกรกลงทุนในเอเชียหวังถ่วงดุลจีน พร้อมร่วมมือกับญี่ปุ่นยกเว้นภาษีส่งออกแร่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแบตเตอรี่รถยนต์ EV โดยได้ประกาศข้อตกลงการค้าระหว่างกันเกี่ยวกับการละเว้นภาษีส่งออกแร่ที่สำคัญในการผลิตแบตเตอรี่ EV ได้แก่ ลิเทียม โคบอลต์ แมงกานีส นิกเกิล และกราฟไฟต์ รวมทั้งร่วมกันแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการละเมิดแรงงาน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับห่วงโซ่อุปทานระหว่างกัน



IMF ชี้ ปี 66

จะเป็นอีกปีที่เศรษฐกิจโลกเผชิญความท้าทาย

นางคริสตาลินา จอร์เจียวา กรรมการผู้จัดการกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ชี้ว่าความเสี่ยงต่อเสถียรภาพระบบการเงินเพิ่มขึ้น และปี 66 จะเป็นอีกปีที่เศรษฐกิจโลกเผชิญความท้าทาย โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ทั่วโลกจะชะลอลง เนื่องจากผลกระทบจากโรคระบาด ความขัดแย้งในยูเครน และการดำเนินนโยบายทางการเงินที่ตึงตัว และกล่าวเพิ่มเติมว่า แม้ประเทศที่พัฒนาแล้วได้จัดการกับความเสถียรภาพทางการเงินหลังจากเกิดวิกฤตการณ์การ



เมียนมา เผชิญแรงกดดัน

หลังธุรกิจต่างชาติคว่ำบาตร

เมียนมาเผชิญแรงกดดันระลอกใหม่หลังธุรกิจต่างชาติทยอยคว่ำบาตร ล่าสุด 2 บริษัทในอุตสาหกรรมปิโตรเลียม ได้แก่ Total และ Chevron เริ่มดำเนินการตามแนวทางของสหภาพยุโรปและรัฐบาลสหรัฐฯ เช่น ไม่จ่ายเงินปันผล ย้ายสำนักงานและทิ้งหุ้น อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังมีขั้นตอนในการถอนการลงทุนอีกมากและอาจโดนเบี้ยปรับเพราะผิดสัญญาได้



เกาะติดสถานการณ์
เศรษฐกิจการค้า
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!

เพียง 1 สแกน QR Code 2 กด LIKE 3 เลือก Favorites
Facebook: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



คิดคำ.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



www.tps0.moc.go.th



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

ห้ามพลาด !!
กดสแกน QR Code
เพื่อติดตามข้อมูล บทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้าจาก
ช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ของ
สำนักงานนโยบายและ
ยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์