



## SUSTAINABLE PACKAGING

### NEXT MOVE

Sustainable Packaging  
แนวโน้มการค้าที่เปลี่ยนไป  
สู่บรรทัดฐานที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม



ISSN 2408-2465  
9 772408 246502



สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปผนวกกับเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างก้าวกระโดด อาจส่งผลกระทบต่อโลก ภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างคาดไม่ถึง รวมถึงการเป็นประเด็นร้อนสำคัญในทุกเวทีโลกอย่างต่อเนื่อง

ในวารสาร TPSO Journal ฉบับที่ผ่านมา ได้นำเสนอสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงและผันผวน อย่างเอลนีโญ - ลานีญา และเทคโนโลยีและธุรกิจสำหรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกันไปแล้ว ในฉบับนี้ กอง บก. จึงขอนำเสนอบทความ “Sustainable Packaging แนวโน้มการค้าที่เปลี่ยนไปสู่บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” โลกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น “การวิจัยและพัฒนาข้าวโพด GMO ของจีน การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ” เมื่อจีนต้องการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวโพด เพื่อต้านทานแมลงศัตรูพืช ต่อสู้กับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังได้นำเสนอ “สินค้าส่งออกไทยแชมป์ตลาดอินเดีย” ด้วยประมวลผลโดยเว็บไซต์ คิดค้า.com และทุกท่านยังสามารถติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าอื่น ๆ ได้เช่นเคยค่ะ

เข้าสู่ครึ่งปีหลังกันอย่างเป็นทางการแล้ว มาจัดการลิสต์เป้าหมายที่ยังไม่บรรลุไปพร้อมกัน อีกครั้งนะคะ ในช่วงหน้าฝนที่ชุ่มฉ่ำและยาวนานนี้ ขอให้ทุกท่านระมัดระวังการเดินทาง และดูแลสุขภาพ กันด้วยนะคะ แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สบค.

CONTENTS

- 03 I GOT IT  
“คิดค้า” ซี 3 กลุ่มสินค้าส่งออกไทยแชมป์ตลาดอินเดีย
- 04 ALL ROUND  
การวิจัยและพัฒนาข้าวโพด GMO ของจีน การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ
- 06 NEXT MOVE  
Sustainable Packaging แนวโน้มการค้าที่เปลี่ยนไปสู่บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
- 08 ECONOMIC INDICATORS  
ภาพรวมเศรษฐกิจ : มิถุนายน 2567
- 10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS  
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : มิถุนายน 2567
- 12 TRADE ALERT  
เดือนกรกฎาคม 2567



# สบค. ลุยลงพื้นที่เร่งยกระดับและพัฒนาธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย พร้อมเดินหน้ารับฟังความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (พ.อ.สบค.) นำทีมลงพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ร่วมกับคณะที่ปรึกษาจากมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ภายใต้โครงการศึกษาแนวทางการส่งเสริมศักยภาพธุรกิจการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตร (สิ่งผลไม้) รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย สำหรับการขับเคลื่อนยกระดับ และพัฒนาธุรกิจโรงคัดบรรจุผลไม้ไทย ที่จังหวัดจันทบุรี เชียงใหม่ ลำพูน ชุมพร ราชบุรี และสมุทรสาครอย่างต่อเนื่อง



นอกจากนี้ พ.อ.สบค. ยังเป็นประธานการประชุมรับฟังความคิดเห็นต่อแผนปฏิบัติการด้านการค้าแห่งชาติ พ.ศ. 2568 - 2570 จากหน่วยงานในส่วนภูมิภาค เพื่อเปิดรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ภาคเหนือ จากหน่วยงานในพื้นที่ภาคเหนือ 17 จังหวัด โดย สบค. ได้เสนอต่อที่ประชุม 5 เรื่องสำคัญ ได้แก่

- 1 การพัฒนาและยกระดับการส่งออกของไทย
- 2 การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
- 3 การค้าสินค้าอุตสาหกรรม
- 4 การค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร
- 5 การค้าธุรกิจบริการและมีแผนรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานในส่วนภูมิภาคอีก 4 ภาค ก่อนประชุมกับหน่วยงานส่วนกลางสรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในภาพรวมของประเทศ ก่อนจัด Public hearing ต่อสาธารณชนในลำดับต่อไป



# ชี 3 กลุ่มสินค้าส่งออกไทย แชมป์ตลาดอินเดีย

อินเดียเป็นหนึ่งในตลาดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่และอัตราการขยายตัวสูง โดยมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเฉลี่ยในรอบ 5 ปี สูงถึงร้อยละ 7 และจำนวนประชากรที่มากที่สุดในโลกถึง 1,417 ล้านคน อีกทั้งที่ผ่านมามีสัดส่วนสินค้าส่งออกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 31 ในปี 2564 จากร้อยละ 14 ในปี 2548 ชี้ว่า อินเดียเป็นตลาดส่งออกที่มีแนวโน้มความต้องการสูงและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

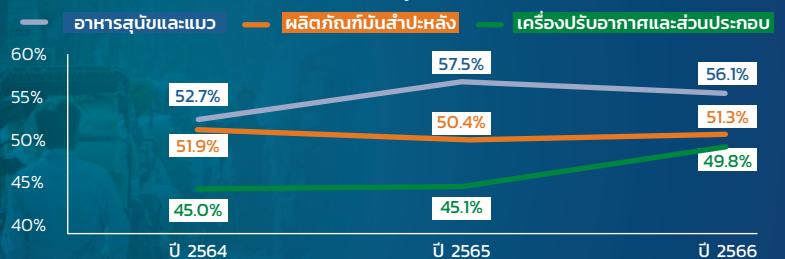
## ปัจจุบันไทยมีสินค้าที่ครองตำแหน่งแชมป์ตลาดอินเดียและมีศักยภาพโดดเด่น

พิจารณาจากสินค้าไทยที่มีส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าในตลาดอินเดียสูงเป็นอันดับที่ 1 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ **อาหารสุนัขและแมว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และเครื่องปรับอากาศ**



### ส่วนแบ่งการนำเข้าสินค้าไทยในตลาดอินเดีย

หน่วย: ร้อยละของมูลค่านำเข้าสินค้า



ที่มา: Global Trade Atlas ประมวลผลโดย คิดค่า.com

### อาหารสุนัขและแมว



ไทยส่งออกไปยังอินเดีย ปี 2566




มูลค่า **63** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ส่งออก 5 เดือนแรกปี 2567

มูลค่า **34** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

↑ ขยายตัว **+26.4%**

### การนำเข้าอาหารสุนัขและแมวในตลาดอินเดีย ปี 2566

	อันดับ 1 <b>ไทย</b>	<b>56.1%</b>
	อันดับ 2 <b>แอฟริกาใต้</b>	<b>9.8%</b>
	อันดับ 3 <b>ฝรั่งเศส</b>	<b>9.3%</b>

3 เดือนแรกของปี 2567  
ไทยมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นเป็น 60.6%

### ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง



ไทยส่งออกไปยังอินเดีย ปี 2566




มูลค่า **42** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ส่งออก 5 เดือนแรกปี 2567

มูลค่า **18** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

↑ ขยายตัว **+7.7%**

### การนำเข้าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในตลาดอินเดีย ปี 2566

	อันดับ 1 <b>ไทย</b>	<b>51.3%</b>
	อันดับ 2 <b>สหรัฐฯ</b>	<b>14.3%</b>
	อันดับ 3 <b>เนเธอร์แลนด์</b>	<b>7.9%</b>

3 เดือนแรกของปี 2567  
ไทยมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นเป็น 62.3%

### เครื่องปรับอากาศ



ไทยส่งออกไปยังอินเดีย ปี 2566




มูลค่า **331** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ส่งออก 5 เดือนแรกปี 2567

มูลค่า **153** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

↑ ขยายตัว **+26.4%**

### การนำเข้าเครื่องปรับอากาศในตลาดอินเดีย ปี 2566

	อันดับ 1 <b>ไทย</b>	<b>49.8%</b>
	อันดับ 2 <b>จีน</b>	<b>29.7%</b>
	อันดับ 3 <b>เกาหลีใต้</b>	<b>4.6%</b>

3 เดือนแรกของปี 2567  
ไทยมีส่วนแบ่งลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ 49.0%

ในปี 2566 ไทยส่งออกอาหารสุนัขและแมวไปยังอินเดีย มีมูลค่า 63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2567 มีมูลค่า 34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 26.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า หากพิจารณามุมมองจากการนำเข้าของอินเดีย ในปี 2566 พบว่า ไทยครองส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าสินค้าในตลาดอินเดียเป็นอันดับ 1 สูงถึงร้อยละ 56.1 รองลงมาเป็นแอฟริกาใต้ ร้อยละ 9.8 และฝรั่งเศส ร้อยละ 9.3 ตามลำดับ และแนวโน้ม 3 เดือนแรกของปี 2567 ยังพบว่าไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 60.6

ในปี 2566 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไปยังอินเดียมีมูลค่า 42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2567 คิดเป็น 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า หากพิจารณามุมมองจากการนำเข้าของอินเดียในปี 2566 พบว่า ไทยครองส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าสินค้าในตลาดอินเดียเป็นอันดับ 1 ที่ร้อยละ 51.3 รองลงมาเป็นสหรัฐฯ ร้อยละ 14.3 และเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 7.9 ตามลำดับ และแนวโน้ม 3 เดือนแรกของปี 2567 ยังพบว่าไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 62.3

ในปี 2566 ไทยส่งออกเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบไปยังอินเดียเป็นมูลค่า 331 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2567 คิดเป็น 153 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวที่ร้อยละ 21.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า หากพิจารณามุมมองจากการนำเข้าของอินเดียในปี 2566 พบว่า ไทยครองส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าสินค้าในตลาดอินเดียเป็นอันดับ 1 ที่ร้อยละ 49.8 รองลงมาเป็นจีน ร้อยละ 29.7 และเกาหลีใต้ ร้อยละ 4.6 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แนวโน้ม 3 เดือนแรกของปี 2567 พบว่าไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ร้อยละ 49.0 แต่ไทยยังคงเป็นอันดับที่ 1

นอกจาก 3 กลุ่มสินค้าดังกล่าว ไทยยังมีสินค้าที่เป็นแชมป์ตลาดอินเดียแต่ยังมีมูลค่าการส่งออกที่ไม่สูงมาก เช่น ยางพลา ผลิตภัณฑ์หนัง เป็นต้น หากท่านสนใจข้อมูลเชิงลึกด้านการค้าระหว่างประเทศและบทวิเคราะห์ แนวโน้มการค้าของสินค้าและตลาดต่าง ๆ สามารถเข้ามาดูเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ **คิดค่า.com** หรือ **Facebook Page สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า**



# การวิจัยและพัฒนา ข้าวโพด **GMO** ของจีน การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ

จีนได้เริ่มดำเนินการวิจัยด้านข้าวโพดตัดแต่งพันธุกรรม (Genetically Modified Organism : GMO) มายาวนาน โดยความสำเร็จในด้านการวิจัยเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2540 ที่จีนสามารถพัฒนาสายพันธุ์ข้าวโพดต้านทานแมลงศัตรูพืชได้ และได้ดำเนินการวิจัยด้านดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง มีการทดลองภาคสนามเพื่อให้มั่นใจในความปลอดภัยและประสิทธิภาพของพืช GMO เหล่านี้ รวมทั้งจีนได้เริ่มเปิดให้มีการนำเข้าข้าวโพด GMO มาตั้งแต่ธันวาคม 2563

## ผลผลิต และ การนำเข้าข้าวโพดของจีน

ปี 2566 จีนเป็นประเทศผู้นำเข้าข้าวโพด (HS Code: 100590)



อันดับ  
**1** ของโลก



ปริมาณ  
**27.14** ล้านตัน



มูลค่า  
**9,017.99** ล้านเหรียญสหรัฐ

นำเข้าข้าวโพดจากประเทศบราซิล อันดับ 1 และสหรัฐอเมริกา อันดับ 2 ทั้งสองประเทศผลิตข้าวโพด ใช้พันธุ์ GMO ที่สำคัญของโลก

**↑** เพิ่มขึ้น 26.99% จากปีก่อนหน้า



จีนมีผลผลิตข้าวโพดในประเทศรวม  
**288.84** ล้านตัน

**↑** เพิ่มขึ้น 2.7% จากปีก่อนหน้า (YoY)

**↑** เพิ่มขึ้น 20% เมื่อเทียบกับปี 2563 (ปี 2563 จีนมีผลผลิตข้าวโพด 239 ล้านตัน)



ความต้องการข้าวโพดภายในประเทศ  
**293** ล้านตัน

ปี 2567/68 คาดว่าจีนจะมีปริมาณผลผลิตข้าวโพด



ปริมาณ  
**296** ล้านตัน

**↑** เพิ่มขึ้น 2.4% (YoY)



ความต้องการข้าวโพดภายในประเทศ  
**318** ล้านตัน

จีนอาจมีความต้องการนำเข้าข้าวโพดปริมาณ 20 ล้านตัน เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ และปีนี้ (ม.ค. - เม.ย.) บราซิลยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวโพดอันดับ 1 มายงจีน

จะเห็นว่าปริมาณผลผลิตข้าวโพดภายในประเทศของจีนยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ จีนยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าข้าวโพดเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ การวิจัยและพัฒนาข้าวโพด GMO ของจีนจึงไม่ใช่เพียงเพื่อการต่อสู้กับโรคและศัตรูพืชเท่านั้น แต่จีนยังต้องการเพิ่มปริมาณอุปทานของข้าวโพดภายในประเทศเพื่อความมั่นคงด้านอาหารและการส่งเสริมการพึ่งพาตนเองด้านธัญพืช ลดการใช้จ่ายนำเข้า ช่วยเกษตรกรลดต้นทุนการเพาะปลูก ซึ่งเป็นไปตามทิศทางทางการพัฒนาด้านการเกษตรภายในประเทศที่สำคัญตามแผนพัฒนาระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 ของจีน





โดยล่าสุดเมื่อมกราคม 2567 จีนได้ออกประกาศรายการข้าวโพด GMO 37 สายพันธุ์ จาก 24 บริษัทและหน่วยงานวิจัย ที่สามารถนำไปเพาะปลูกได้ใน 8 มณฑลของจีน ประกอบด้วย มงโกเลียใน กานซู เหอเป่ย์ จี๋หลิน เหลียวหนิง กวางซี เสฉวน และยูนนาน (ปี 2563 อนุญาตให้ปลูกได้ใน 2 มณฑล ปี 2566 เพิ่มเป็น 5 มณฑล) ซึ่งใน 4 มณฑล (จี๋หลิน มงโกเลียใน เหลียวหนิง และเหอเป่ย์) สามารถทำการเพาะปลูกข้าวโพด GMO ได้ในทุกพื้นที่ ทำให้ปัจจุบันจีนมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพด GMO เพิ่มขึ้นจาก 1.67 ล้านไร่ ในปี 2566 เป็น 4.17 ล้านไร่ในปี



## ทิศทางพัฒนาข้าวโพด GMO ของจีน



เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2567 รัฐบาลจีนได้เผยแพร่เอกสารหมายเลข 1 ฉบับที่ 12 แห่งคณะกรรมการกลางพรรคคอมมิวนิสต์จีน (The Communist Party of China: CPC) ที่ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาชนบท และภาคการเกษตรของจีน เอกสารดังกล่าวจัดทำขึ้นทุกปี โดยในปีนี้ได้กล่าวถึงการกำหนดแนวทางการพัฒนาเขตพื้นที่ชนบทอย่างครอบคลุม ที่มุ่งเน้นการยกระดับผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าวโพดและถั่วเหลือง บนพื้นฐานการวิจัย พัฒนา และการนำเทคโนโลยีชีวภาพมาใช้ในการผลิตพืชอาหารที่สำคัญของประเทศ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางอาหาร โดยมีเป้าหมายในการยกระดับผลผลิตธัญพืชให้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ

แนวนโยบายดังกล่าวจึงเป็นการเน้นย้ำว่าจีนจะพัฒนาการใช้ข้าวโพด GMO เพื่อความมั่นคงทางอาหารและการยกระดับผลผลิตในประเทศ ลดการพึ่งพาการนำเข้าธัญพืช ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเปิดกว้างการใช้ข้าวโพด GMO เชิงพาณิชย์ แม้ปัจจุบันพื้นที่การเพาะปลูกข้าวโพด GMO ของจีนจะมีไม่ถึง 1% ของพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดทั้งประเทศ (พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดทั้งหมดของจีน ปี 2566 อยู่ที่ 276.37 ล้านไร่ - ที่มา: MOA) ทั้งนี้ จากรายงานของ Foreign Agricultural Service (FAS) คาดการณ์ว่าพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพด GMO ของจีนในช่วงปี 2568 - 2570 จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 - 15% ต่อปี

คาดการณ์ว่า ปี 2567 ตลาดข้าวโพด GMO ทั่วโลก มีมูลค่า 264,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5 หรือคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดที่ 384,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2573 อุปทานที่เพิ่มขึ้นของข้าวโพด GMO จากผู้ผลิตรายใหม่ ๆ อย่างประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้าข้าวโพดที่สำคัญของโลกในปัจจุบัน อาจผลักดันให้ราคาข้าวโพดทั่วโลกปรับตัวลดลงในอนาคต

ถึงแม้ข้าวโพดจะไม่ใช้สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย เนื่องจากปริมาณผลผลิตภายในประเทศยังมีไม่พอเพียงกับความต้องการของตลาดภายในประเทศ แต่ข้าวโพดเป็นสินค้าทดแทนมันสำปะหลังที่สามารถนำไปใช้ในการผลิตอาหารสัตว์และเอทานอล ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นอันดับหนึ่งของโลก และจีนเองก็เป็นตลาดมันสำปะหลังที่สำคัญของไทย การที่จีนจะหันมาใช้ข้าวโพด GMO เพื่อการเพิ่มผลผลิตภายในประเทศให้เพียงพอต่อความต้องการ อาจกระทบต่อความต้องการมันสำปะหลัง ดังนั้น ไทยจึงควรหาแนวทางเพื่อรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นในอนาคต

## การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อไทย





โดย นางสาวพรปวีณ์ ธีสมิ นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ  
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สืบค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

# Sustainable Packaging

## แนวโน้มการค้าที่เปลี่ยนไป สู่บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

**บรรจุภัณฑ์** คือสิ่งที่ผลิตขึ้นมาเพื่อห่อหุ้มสิ่งของ ช่วยรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และอำนวยความสะดวกในการขนส่ง รวมถึงยังทำหน้าที่ในการแสดงข้อมูลผู้ผลิต เครื่องหมายการค้า และรายละเอียดอื่น ๆ ในรูปแบบหลากหลาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบสวยงาม ทันสมัย ยังมีส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจ ช่วยกระตุ้นยอดขายได้



บรรจุภัณฑ์  
แบ่งออกเป็น

**4**  
ประเภทหลัก



**2**  
แก้ว



**4**  
โลหะ



**1**  
พลาสติก



**3**  
กระดาษ



### จากข้อมูลของ Global Trade Atlas

พบว่า มูลค่าการค้าบรรจุภัณฑ์ภาพรวมของโลก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2019-2022



ปี 2023

มูลค่า  
**229.35**

พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

↓ ลดลง 3.66% จากปีก่อนหน้า

บรรจุภัณฑ์ที่มีสัดส่วนของมูลค่าการค้า  
ในตลาดโลก



อันดับที่ 1  
พลาสติก

ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าการค้าบรรจุภัณฑ์ของไทย  
ที่มีมูลค่าการค้ารวมเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2019-2022

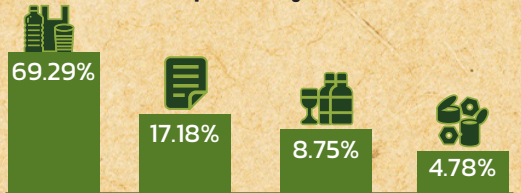


การค้ารวมของบรรจุภัณฑ์ของไทยมีมูลค่า  
**2.97**

พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

↓ ลดลง 12.40% จากปีก่อนหน้า

สัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ในมูลค่าการค้าของไทย



พลาสติก    กระดาษ    โลหะ    แก้ว

บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ใช้กันอยู่ทุกวันนี้ บางประเภทย่อยสลายได้ยาก หรือย่อยสลายไม่ได้ ประกอบกับกระบวนการกำจัดที่ไม่ถูกต้อง จึงทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม อาทิ การก่อให้เกิดขยะและมลพิษ จากการทิ้งบรรจุภัณฑ์หลังการใช้งาน ซึ่งก่อให้เกิดขยะที่สร้างความเสียหายต่อทั้งมนุษย์ สัตว์และระบบนิเวศ รวมถึงการปนเปื้อนของน้ำและดิน ที่มีต้นเหตุจากการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม ทั้งนี้ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์ได้ทวีความรุนแรงขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของ Covid-19 จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ซื้อขายสินค้าทางออนไลน์และสั่งอาหารกลับบ้านเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดขยะพลาสติกมากถึง 8 ล้านตัน จึงทำให้ผู้บริโภคทั่วโลกมีความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น และเห็นว่าควรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น



ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากบรรจุภัณฑ์  
ได้สร้างโอกาสให้กับบรรจุภัณฑ์ในอีกรูปแบบ คือ

## Sustainable Packaging



ข้อมูลจากบริษัทวิจัยตลาด  
Precedence Research WUว่า

ปี 2023

มูลค่าตลาดทั่วโลก

109.22

พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ปี 2033

(คาดการณ์)

มูลค่าตลาดทั่วโลก

225.78

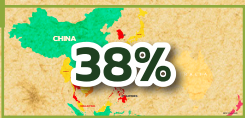
พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

↑ เติบโตเฉลี่ย 7.52% ต่อปี

ในปี 2023 ทวีปที่มีสัดส่วนในมูลค่าตลาด Sustainable Packaging มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ

1

เอเชียแปซิฟิก



2

อเมริกาเหนือ



3

ยุโรป



สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของ Sustainable Packaging ที่เพิ่มขึ้นจากผู้ผลิตและผู้บริโภคทั่วโลก

จากความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ผลิตและผู้บริโภคทั่วโลก ส่งผลให้เกิดการพัฒนาของ Sustainable Packaging หลายรูปแบบ อาทิ การใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิล ย่อยสลายได้หรือวัสดุจากธรรมชาติ การลดขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง การออกแบบเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ สำหรับส่งเสริมการนำกลับมาใช้ซ้ำ การใช้ฉลากแบบล้างออก ที่อำนวยความสะดวกการใช้เคลือบบรรจุภัณฑ์โดยไม่ต้องแยกส่วนประกอบ และการใช้วัสดุที่แปรรูปมาจากขยะหลังการบริโภค

ภาครัฐและภาคเอกชนประเทศต่าง ๆ ตระหนักถึงผลกระทบและเห็นความสำคัญ จึงได้มีการวางแนวทางการปรับตัวสู่ Sustainable Packaging เพิ่มมากขึ้น อาทิ

สหภาพยุโรป



มีการเสนอร่างกฎหมาย Packaging and packaging waste (EU Regulation) เพื่อกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ และการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์

สหรัฐอเมริกา



ได้ออกพระราชบัญญัติ Break Free From Plastic Pollution Act of 2021 (BFFPPA) ที่กำหนดให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ต้องออกแบบ จัดการ และให้เงินสนับสนุน สำหรับการจัดการขยะ

อินโดนีเซีย



ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ทานได้จากสาหร่ายทะเล เพื่อเป็นหนึ่งในตัวเลือกของบรรจุภัณฑ์

ออสเตรเลีย



นำเทคโนโลยี Plastic-eating enzymes ที่ย่อยสลายพลาสติกได้เกือบทุกชนิด ให้กลายเป็นส่วนประกอบที่สามารถนำกลับมาใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่ ส่งผลให้เกิดการนำขยะพลาสติกกลับมาใช้และไม่ก่อให้เกิดขยะ

## Sustainable Packaging



จากแนวโน้มการปรับตัวสู่ Sustainable Packaging ของโลก จึงเป็นสัญญาณให้ผู้ประกอบการไทยเตรียมความพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง กระแสห่วงโซ่อุปทานซึ่งเป็นหน่วยงานในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีความสามารถทางการแข่งขัน จึงได้มีแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการปรับตัวสู่ Sustainable Packaging อาทิ การพัฒนาองค์ความรู้และบ่มเพาะผู้ประกอบการ ผ่านการอบรม/สัมมนา โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (New Economy Academy: NEA) ที่มีหลักสูตร/เนื้อหาในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โครงการ/กิจกรรมที่สร้างมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของสินค้าต่อผู้บริโภค อาทิ Thailand Trust Mark (T Mark) ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าและบริการชั้นนำของไทย และ Design Excellence Award (DEmark) ที่เป็นรางวัลสำหรับสินค้าไทยที่มีการออกแบบดีเด่น รวมถึงการส่งเสริมช่องทางตลาด เพื่อเปิดโอกาสให้สินค้าของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และขยายตลาดคู่ค้าให้กว้างขึ้น ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและการประชาสัมพันธ์ทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรเตรียมการและปรับตัวสู่ Sustainable Packaging เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยต้องติดตามสถานการณ์ของประเทศคู่ค้า และมาตรการทางการค้าระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม พร้อมพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและใส่ใจสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างจุดเด่นหรือความมีเอกลักษณ์ของสินค้า เพื่อเพิ่มการรับรู้และเพิ่มยอดขาย รวมถึงเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมที่สร้างมาตรฐานหรือรับรองคุณภาพสินค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการค้า และผลักดันเศรษฐกิจไทยให้ก้าวหน้าท่ามกลางแนวโน้มการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป





# ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนมิถุนายน 2567

## ภาพรวม

### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนมิถุนายน 2567

ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA		
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	Headline Inflation CPI	มิ.ย. 67 108.50 พ.ค. 67 108.84	-0.31 0.63	0.62 1.54	0.0 -0.13
เงินเฟ้อพื้นฐาน ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน	Core Inflation Core CPI	มิ.ย. 67 104.73 พ.ค. 67 104.74	-0.01 0.08	0.36 0.39	0.41 0.42
ดัชนีราคาผู้ผลิต	PPI	มิ.ย. 67 113.6 พ.ค. 67 113.6	0.0 -0.2	4.7 3.9	2.6 2.1
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง	CMI	มิ.ย. 67 113.3 พ.ค. 67 113.0	0.3 0.7	0.3 -0.3	-0.7 -1.0
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	CCI	มิ.ย. 67 52.3 พ.ค. 67 52.4			

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนมิถุนายน 2567 มีความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนมิถุนายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.62 (YoY) ซึ่งมีปัจจัยสำคัญมาจาก ผลกระทบจากฐานต่ำของค่ากระแสไฟฟ้าในเดือนก่อนหน้าสิ้นสุดลง ประกอบกับราคาสินค้ากลุ่มอาหารสดสูงขึ้นในอัตราชะลอลง เนื่องจากสภาพอากาศเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก หลังสิ้นสุดช่วงสภาพอากาศร้อนจัด นอกจากนี้ ดัชนีราคาผู้ผลิตปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์คอนกรีต วัสดุฉนวน และอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับลดลงเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 19 โดยมีรายละเอียด ดังนี้



## ดัชนีราคาผู้บริโภค

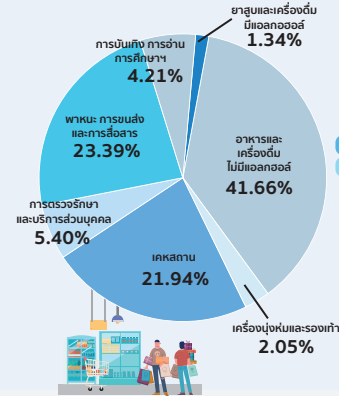
เดือนพฤษภาคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 0.62 (YoY)**

ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนมิถุนายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.62 (YoY) จากการสูงขึ้นของหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 0.48 (YoY) ตามการสูงขึ้นของราคาสินค้าสำคัญ อาทิ ผลไม้สด ผักสด ไข่ไก่ นมสด ข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว น้ำตาลทราย และกับข้าวสำเร็จรูป สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ เนื้อสุกร ปลาหู มะนาว น้ำมันพืช ไข่ไก่ ส้มเขียวหวาน และหัวหอมแดง และหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 0.71 ตามการสูงขึ้นของราคาสินค้าสำคัญ โดยเฉพาะกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิง (แก๊สโซฮอล์ น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน) รวมถึงแป้งทานตะวัน ยาสีฟัน ค่าแต่งผมสตรี และกลุ่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (สุรา เบียร์) สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ ค่ากระแสไฟฟ้า ผงซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม และเสื้อยืดบุรุษและสตรี

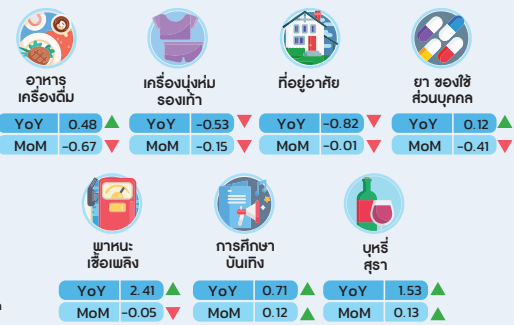
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (หักอาหารสดและพลังงานออก) สูงขึ้นร้อยละ 0.36 (YoY) ส่วนดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2567

## สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



## อัตราการเปลี่ยนแปลงจำแนกรายหมวด



ลดลงร้อยละ 0.31 (MoM) และเฉลี่ย 6 เดือน (ม.ค. - มิ.ย) ของปี 2567 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 ไม่เปลี่ยนแปลง (AoA)

## แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนมิถุนายน 2567

คาดว่าอยู่ในระดับใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก (1) ค่ากระแสไฟฟ้าภาคครัวเรือนอยู่ในระดับต่ำกว่าปีก่อนหน้า ตามมาตรการลดค่าครองชีพของภาครัฐ (2) สภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเกษตร ทำให้ปริมาณผลผลิตและราคาสินค้าปรับเข้าสู่ระดับปกติ และ (3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการและการค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ขณะที่ปัจจัยที่ทำให้อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้น ได้แก่ (1) ราคาน้ำมันดีเซลภายในประเทศ กำหนดเพดานไม่เกิน 33 บาทต่อลิตร ซึ่งสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน (2) อัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มอ่อนค่ากว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน และ (3) ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ อาจทำให้ราคาน้ำมันและค่าระวางเรือปรับสูงขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนการนำเข้าสินค้า ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังคงคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 0.0 - 1.0 (ค่ากลางร้อยละ 0.5)





## ดัชนีราคาผู้ผลิต

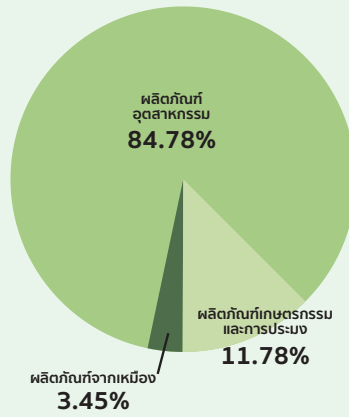
เดือนพฤษภาคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 4.7 (YoY)**

**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เดือนมิถุนายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 4.7 (YoY) จากการสูงขึ้นของราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ร้อยละ 4.2 อาทิ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการถลุงปิโตรเลียม ผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องจักรและเครื่องมือ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก และกลุ่มยานยนต์ และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง ร้อยละ 11.4 จากการสูงขึ้นของราคาสินค้าสำคัญ อาทิ ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว และอ้อย ขณะที่หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง **ลดลงร้อยละ 5.1** จากระาคาสินค้าก๊าซธรรมชาติ และเกลือสมุทร

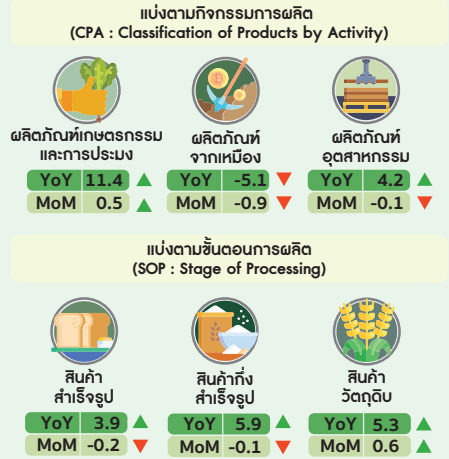
**ดัชนีราคาผู้ผลิต** ในเดือนนี้ เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2567 ไม่เปลี่ยนแปลง (MoM) และเฉลี่ย 6 เดือน (ม.ค. - มิ.ย. 2567) เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 สูงขึ้นร้อยละ 2.6 (AoA)

## สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง  
จำแนกรายหมวด



## ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

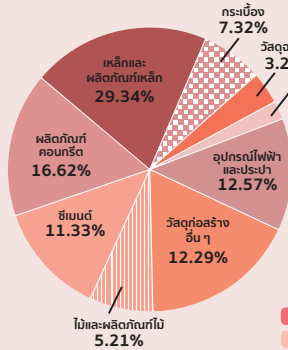
เดือนพฤษภาคม 2567 **เท่ากับ 113.3**

**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เดือนมิถุนายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.3 (YoY) มีสาเหตุสำคัญจากการสูงขึ้นของหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ร้อยละ 5.0 และหมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต ร้อยละ 1.2 ตามการสูงขึ้นของต้นทุนทั้งค่าดำเนินการและค่าขนส่ง หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา ร้อยละ 2.7 ตามต้นทุนราคาวัตถุดิบที่ปรับสูงขึ้น และหมวดวัสดุฉนวน ร้อยละ 1.4 จากความต้องการใช้ในการก่อสร้างด้านสาธารณสุขภาคโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจในโครงการต่อเนื่อง

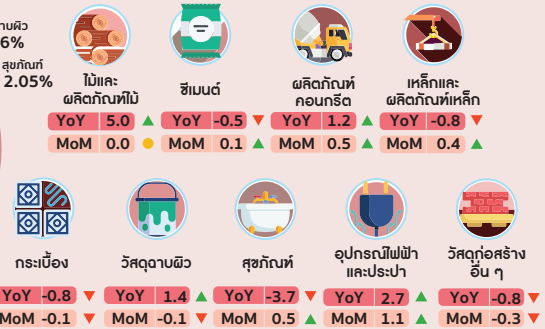
ขณะที่หมวดซีเมนต์ **ลดลงร้อยละ 0.5** (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ผสม ปูนฉาบสำเร็จรูป) หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก **ลดลงร้อยละ 0.8** (เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ เหล็กเส้นกลมผิวขรุขระ ซีทไฟล์เหล็ก) หมวดกระเบื้อง **ลดลงร้อยละ 0.8** (กระเบื้องเคลือบปูพื้น กระเบื้องเคลือบบุผนัง) หมวดสุขภัณฑ์ **ลดลงร้อยละ 3.7** (โถส้วมชักโครกราวจัสแตนเลส ผักบัวอาบน้ำ) และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ **ลดลงร้อยละ 0.8** (หิน ดิน ทราฟ หน้าต่าง UPVC)

## สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



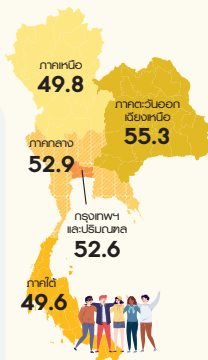
อัตราการเปลี่ยนแปลง  
จำแนกรายหมวด



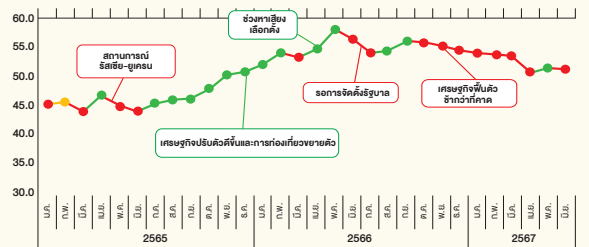
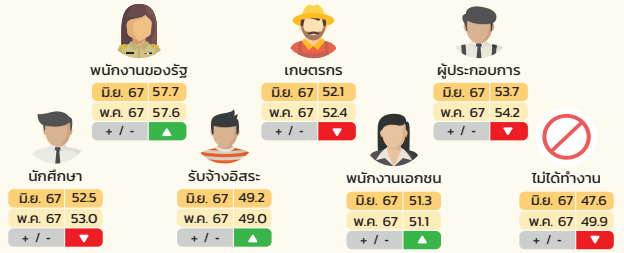
## ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนพฤษภาคม 2567 **เท่ากับ 52.3**

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม** เดือนมิถุนายน 2567 ปรับลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ระดับ 52.3 จากระดับ 52.4 ในเดือนก่อนหน้า แต่ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่น (ดัชนีฯ มีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป) ติดต่อกันเป็นเดือนที่ 19 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับสูงขึ้น ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับลดลง สาเหตุคาดว่ามาจาก 1) สถานการณ์ภายนอกประเทศส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยชะลอตัว 2) ความเข้มงวดของธนาคารในการปล่อยสินเชื่อจากปัญหาภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และ 3) ความกังวลต่อภาระค่าครองชีพและราคาพลังงาน อย่างไรก็ตาม มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐส่งผลดีต่อธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ดัชนียังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่น



อัตราการเปลี่ยนแปลง  
จำแนกรายหมวด





# การค้าระหว่างประเทศไทย

## เดือนมิถุนายน 2567

### การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2567

มีมูลค่า **24,796.6** ล้านเหรียญสหรัฐ (892,766 ล้านบาท)

 **หดตัว 0.3%**  
หากหักสินค้าเกี่ยวกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย หดตัว **1.6%**




การส่งออกไทยกลับมาหดตัวเล็กน้อย สาเหตุหลักจากสินค้าผลไม้เข้าสู่ช่วงท้ายของฤดูกาล จึงมีผลผลิตออกสู่ตลาดลดลง ดุลการค้าไทยเกินดุลต่อเนื่อง 2 เดือน ขณะที่บรรยากาศการค้าโลกเริ่มมีความวิตกกังวลต่อแนวโน้มการใช้มาตรการกีดกันทางการค้า ทั้งยังมีความไม่แน่นอนของผลการเลือกตั้งในหลายประเทศ นอกจากนี้ ประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี อาทิ การเปลี่ยนผ่านไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้า ยังส่งผลให้ความต้องการของเครื่องยนต์สันดาปฯ หดตัวลงอย่างชัดเจน ทั้งนี้ การส่งออกไทยครึ่งแรกของปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 2.0 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 3.1

#### • ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้

**ตลาดหลัก** **หดตัว 1.3%**


จีน	ญี่ปุ่น	อาเซียน (5)
-12.3%	-12.3%	-2.0%

 แต่ขยายตัวในตลาด

สหรัฐฯ	CLMV	สหภาพยุโรป (27)
+5.4%	+7.6%	+7.9%

**ตลาดรอง** **ขยายตัว 2.5%**

เอเชียใต้	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา	ลาตินอเมริกา
+9.3%	+16.1%	+25.1%	+30.5%

 แต่หดตัวในตลาด

ทวีปออสเตรเลีย	รัสเซียและกลุ่ม CIS	สหราชอาณาจักร
-4.5%	-20.7%	-20.0%

**ตลาดอื่น ๆ** **หดตัว 15.0%**



• **การนำเข้า** เดือนมิถุนายน 2567 การนำเข้า 24,578.5 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 0.3 สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ เป็นต้น **สินค้านำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ น้ำมันดิบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ จีน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และไต้หวัน เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

• **ดุลการค้า** เดือนมิถุนายน 2567 การค้าเกินดุล 218.0 ล้านเหรียญสหรัฐ

#### • ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

**ดัชนีราคาส่งออก** เดือนมิถุนายน 2567 เท่ากับ 110.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.8 (YoY) ปัจจัยหลักยังคงเป็นผลจากฐานราคาเดือนมิถุนายน 2566 ที่อยู่ในระดับต่ำ ประกอบกับราคาสินค้าเกษตรสำคัญส่วนใหญ่ปรับเพิ่มขึ้นตามปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดน้อยลง รวมถึงการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยังขยายตัวดี แม้อุปสงค์โลกจะมีอย่างจำกัด ตามทิศทางเศรษฐกิจโลกที่มีการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ยังคงส่งผลให้ดัชนีราคาส่งออกปรับสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า ประกอบด้วย หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง สูงขึ้นร้อยละ 8.6

**ดัชนีราคานำเข้า** เดือนมิถุนายน 2567 เท่ากับ 112.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องที่ร้อยละ 3.6 (YoY) ปัจจัยหลักเป็นผลจากฐานของปีก่อนหน้าที่อยู่ในระดับต่ำ ขณะที่ความต้องการนำเข้าสินค้าขยายตัวดีต่อเนื่องเกือบทุกหมวดสินค้า โดยหมวดสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิง สูงขึ้นร้อยละ 8.0





## การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐ (Million USD)	ม.ย. 2567 Jun 2024	ม.ค. – ม.ย. 2567 Jan-Jun 2024
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	24,796.6 -0.3%	145,290.0 +2.0%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	24,578.5 +0.3%	150,532.6 +3.0%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+218.0	-5,242.7

### สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ม.ย. 67

สินค้า	ม.ย. 67			ประเทศ	ม.ย. 67		
	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)		มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,920.9	+13.5	11.8	สหรัฐอเมริกา	4,450.4	+5.4	18.0
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,292.2	+22.0	9.2	จีน	3,006.0	-12.3	12.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,250.2	+34.6	5.0	ญี่ปุ่น	1,890.8	-12.3	7.6
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,063.9	-7.9	4.3	ออสเตรเลีย	1,073.0	-7.6	4.3
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	881.4	+7.2	3.6	ฮ่องกง	1,052.4	-15.5	4.2

### สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ม.ย. 67

สินค้า	ม.ย. 67			ประเทศ	ม.ย. 67		
	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)		มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
น้ำมันดิบ	2,641.5	-3.6	10.8	จีน	6,396.4	+15.4	26.0
แผงวงจรไฟฟ้า	1,858.1	+21.0	7.6	ญี่ปุ่น	2,346.9	-13.3	9.6
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,746.3	+2.1	7.1	สหรัฐอเมริกา เยอรมนี	1,626.5	+9.7	6.6
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,678.3	-15.1	6.8	สหรัฐฯ	1,443.1	-2.0	5.9
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	1,644.4	+37.2	6.7	ไต้หวัน	1,277.0	+12.3	5.2

### ดัชนีราคาส่งออก – นำเข้า เดือน ม.ย. 67

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	เม.ย. 67	พ.ค. 67	ม.ย. 67	ม.ย. 67	ค.ย. 67
ส่งออก	0.3	0.0	-0.1	1.8	110.5
นำเข้า	0.8	-0.5	0.2	3.6	112.7



### การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกในระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินงานที่สำคัญในเดือน มิถุนายน อาทิ (1) การหารือเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทยเพื่อขยายโอกาสทางการค้า โดยกระทรวงพาณิชย์ของไทยขอให้ญี่ปุ่นเพิ่มรายการนำเข้าสินค้ากล้วยหอมทอง และลดภาษีน้ำตาลทราย พร้อมกันนี้ยังได้ชักชวนนักลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องมือแพทย์ หุ่นยนต์ และพลังงานสะอาด มาลงทุนในไทย และในพื้นที่ EEC (2) การนำผู้ประกอบการข้าวไทยเดินทางเยือนจีนเพื่อสร้างความเชื่อมั่น โดยกรมการค้าต่างประเทศนำสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทยเดินทางเยือนเมืองกวางโจวเพื่อพบปะผู้นำเข้า และผู้ประกอบการค้าข้าวในจีน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการค้าข้าว พร้อมจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข้าวไทย แสดงศักยภาพในฐานะผู้ส่งออกข้าวที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับโลก และมีแผนที่จะใช้ อินฟลูเอนเซอร์ และบล็อกเกอร์ มาช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางยอดนิยมของกลุ่มคนวัยรุ่นจีนอย่าง TikTok หรือ WeChat Channel

### แนวโน้มการส่งออกในปี 2567

กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกของไทยในปี 2567 จะขยายตัวได้ตามเป้าหมาย โดยมีปัจจัยบวกจากการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร และการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลที่สนับสนุนความต้องการสินค้าที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ปัจจัยเสี่ยงจากสถานการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาดลดลง ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงอยู่ สงครามกลางเมืองในหลายประเทศ ปัญหาการว่างเรือที่จะเพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง เศรษฐกิจของคู่ค้าบางประเทศฟื้นตัวได้ค่อนข้างล่าช้า รวมถึงการเลือกตั้งในหลายประเทศสร้างความไม่แน่นอนทำให้นักลงทุนชะลอการลงทุนเพื่อรอท่าทีนโยบายของรัฐบาลใหม่

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม  
การค้าระหว่างประเทศของไทย  
ประจำเดือนมิถุนายน 2567  
ผ่าน QR Code นี้

WEBSITE  
[https://tppo.go.th/  
international-trade](https://tppo.go.th/international-trade)





# ยูโรโซน

## 'จ่อขยายมาตรการ Safeguard' เหล็กกล้าของจีน

คณะกรรมการการยุโรปประกาศขยายระยะเวลาบังคับใช้มาตรการป้องกันการค้าเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Safeguard Measure) กับสินค้าประเภทเหล็กกล้าจนถึงปี 69 หลังจากที่ได้ข้อสรุปจากการทบทวนมาตรการที่บังคับใช้เดิมว่า ตลาดของสหภาพยุโรปยังคงเผชิญกับแรงกดดันจากการนำเข้าเหล็กกล้าเนื่องจากกำลังการผลิตเหล็กกล้าทั่วโลกที่สูงเกินความต้องการ ประกอบกับการส่งออกเหล็กกล้าจากจีนไปยังประเทศที่สามในเอเชีย เพื่อส่งออกต่อไปยังตลาดยุโรปที่เพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ความต้องการใช้เหล็กกล้ายุโรปกลับลดลง ส่งผลให้มาตรการดังกล่าวจำเป็นต้องมีการขยายเวลาการบังคับใช้และปรับปรุงให้เหมาะสม ทั้งนี้ คณะกรรมการการยุโรปได้บังคับใช้มาตรการกับสินค้าเหล็กกล้าในปี 61 และสามารถขยายเวลาการบังคับใช้ได้สูงสุดไม่เกิน 8 ปี โดยในระหว่างช่วงเวลาดังกล่าวคณะกรรมการการยุโรปสามารถทบทวนเพื่อปรับปรุงการบังคับใช้ให้มีความเหมาะสม

# จีน

## ทบทวนมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด 'สารโทลูอิดีน' ของยุโรป

กระทรวงพาณิชย์จีนประกาศศึกษาทบทวนการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสารโทลูอิดีน (Toluidine) ที่นำเข้าจากสหภาพยุโรป ตามคำร้องที่ขอให้มีการทบทวนเพื่อขยายการบังคับใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของผู้ผลิตภายในประเทศ ทั้งนี้ สารโทลูอิดีนเป็นสารเคมีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์สีย้อมผ้า ยารักษาโรค และยากำจัดศัตรูพืช ซึ่งในปี 56 ทางกรจีนได้บังคับใช้อาการตอบโต้การทุ่มตลาดกับการนำเข้าสินค้าดังกล่าวจากสหภาพยุโรปในอัตรา 19.6% - 36.9% เป็นระยะเวลา 5 ปี ก่อนที่จะตัดสินใจขยายการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวต่อไปอีก 5 ปี ตั้งแต่ปี 61 โดยระยะเวลาการทบทวนครั้งนี้จะแล้วเสร็จภายใน 1 ปี อย่างไรก็ตาม การทบทวนดังกล่าวจะไม่ครอบคลุมกรณีการนำเข้าสารเคมีที่มาจากสหราชอาณาจักร

# อินเดีย

## 'กังวล' นำเข้าเหล็กจากจีนพุ่งสูงสุดในรอบ 5 ปี

กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงเหล็กอินเดีย เร่งหาหรือข้อกังวลเกี่ยวกับการนำเข้าเหล็กจากจีนที่พุ่งสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยกระทรวงเหล็กได้แจ้งให้กระทรวงพาณิชย์ทราบถึงการนำเข้าที่เพิ่มขึ้น และอุตสาหกรรมเหล็กได้ขอให้สอบสวนเรื่องนี้แล้ว หลังจากที่มีเสียงเรียกร้องจากภาคเอกชน โดยเฉพาะผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ของอินเดีย เช่น ทาตา สตีล (Tata Steel) เรียกร้องให้รัฐบาลแทรกแซงโดยการปรับขึ้นภาษีนำเข้า ขณะที่ผู้ผลิตบางรายเสนอให้รัฐบาลปรับขึ้นภาษีศุลกากรพื้นฐานสำหรับเหล็กจาก 7.5% เป็น 12.5% อย่างไรก็ตาม กระทรวงเหล็กได้ต่อต้านข้อเรียกร้องดังกล่าว โดยอ้างว่าอินเดียมีอุปสงค์เหล็กที่แข็งแกร่งมากเพียงพออยู่แล้ว ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 66 อินเดียกลายเป็นผู้นำเข้าเหล็กมากกว่าผู้ส่งออก และในเดือน พ.ค. 66 การนำเข้าเหล็กของอินเดียพุ่งขึ้นแตะระดับสูงสุดในรอบ 5 ปี แล้ว



เกาะติดสถานการณ์  
**เศรษฐกิจการค้า**  
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!  
เพียง 1 สแกน QR Code 2 กด LIKE 3 เลือก Favorites  
Facebook: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



**ห้ามพลาด !!**  
กดสแกน QR Code เพื่อติดตามข้อมูล ทบทวนวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจการค้าจากช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์