

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

Journal  
TPSO | YEAR 14  
ISSUE 158  
September 2024



# พิชัย นริทะพาน์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

**SPECIAL TALK**

กระทรวงพาณิชย์  
ขับเคลื่อน 10 นโยบายสำคัญ  
เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ  
ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส



สินค้าเกษตร ถือเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย แม้ว่าในเชิงมูลค่าการค้า อาจจะยังเป็นรองภาคอุตสาหกรรมและบริการ แต่สินค้าเกษตรกลับมีความเกี่ยวข้องกับครัวเรือนไทยจำนวนมาก และยังเป็นสินค้าที่ภาครัฐให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา

ในคอลัมน์ ถอดรหัสการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าไทย - จีน เปิดเสรีทุเรียนไทยแลกรถยนต์ไฟฟ้าจีนคุ้มค่าหรือไม่? และ โอกาสทองของมะพร้าวน้ำหอมไทย จากพิชเศรษฐกิจสู่ Soft Power จะนำทุกท่านมาเจาะลึกสินค้าเกษตรของไทยที่แกร่งสุด ๆ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งน่าจับตามองอย่างยิ่ง เพราะไม่เพียงแต่การส่งออกมูลค่าการค้าทางตรงแล้วยังส่งเสริมการค้าในทางอ้อมได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีบทความ ส่องเทรนด์ท่องเที่ยว บทบาทของธุรกิจบริการสู่เป้าหมาย IGNITE Thailand's Tourism ที่เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยสู่อนาคตที่ยั่งยืน

เดินทางผ่านมามาจนถึงเดือนสุดท้ายของปีงบประมาณ 2567 แล้ว หวังว่าผลลัพธ์ของงานต่าง ๆ จะออกมาเป็นที่น่าพอใจนะคะ สิ่งใดที่ยังขาดเหลือจากเป้าหมาย... มาเริ่มกันใหม่ในปีงบประมาณ 2568 แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 SPECIAL TALK**  
กระทรวงพาณิชย์ขับเคลื่อน 10 นโยบายสำคัญ เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ชัยโยโอกาส
- 04 ALL ROUND**  
โอกาสทองของมะพร้าวน้ำหอมไทย จากพิชเศรษฐกิจสู่ Soft Power
- 06 NEXT MOVE**  
ส่องเทรนด์ท่องเที่ยว บทบาทของธุรกิจบริการสู่เป้าหมาย IGNITE Thailand's Tourism
- 08 ECONOMIC INDICATORS**  
ภาพรวมเศรษฐกิจ : สิงหาคม 2567
- 10 INTERNATIONAL TRADE FOCUS**  
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย : สิงหาคม 2567
- 12 TRADE ALERT**  
เดือนกันยายน 2567



# สนค. คว้ารางวัลเลิศรัฐ

## 'บริหารราชการแบบมีส่วนร่วมระดับดีเด่น' และหน่วยงานที่มีคุณธรรมและโปร่งใสระดับ 'ผ่านดี'



**นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์**  
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

**นางบุษพันธ์ กฤษณามะ**  
ผู้อำนวยการกองดัชนีเศรษฐกิจการค้า

**นายวิชานัน นิวาตจินดา**  
รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ได้รับรางวัลเลิศรัฐ ประจำปี 2567 ที่จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ โดยได้รับรางวัล "ระดับดีเด่น" สาขาการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม ประเภทเปิดใจใกล้ชิดประชาชน ในผลงาน "ข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้า" จากการเปิดระบบราชการผ่านกลไกของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน วิชาการและประชาชนทั่วไป สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีนัยและตรงตามวัตถุประสงค์

พร้อมกันนี้ สนค. ยังได้ผ่านการประเมินการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA) ด้วยคะแนน 91.0 ระดับ 'ผ่านดี' พร้อมรับคะแนนเต็ม 100 ด้านการป้องกันการทุจริต ความซื่อสัตย์ และความโปร่งใสจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกัน และปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ คุณธรรมและความโปร่งใสถือเป็นสิ่งที่ สนค. ให้ความสำคัญควบคู่กับการผลักดันเศรษฐกิจการค้าไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อให้ทุกภาคส่วนมั่นใจในกระบวนการทำงานของ สนค. ที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ



งานเสวนาวิชาการและพิธีมอบรางวัลเลิศรัฐ ประจำปี 2567





นายพิชัย นริพทะพันธุ์  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

# กระทรวงพาณิชย์ ขับเคลื่อน 10 นโยบายสำคัญ เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส

นโยบาย  
**01**

## ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส

- ดูแลค่าครองชีพ ลดภาระค่าใช้จ่าย
- เพิ่มรายได้ 1 ครอบครัว 1 ทักษะ
- เพิ่มช่องทางการค้า และโอกาสในการประกอบอาชีพ

นโยบาย  
**02**

## บริหารให้เกิดความสมดุลระหว่าง ผู้บริโภค เกษตรกร ผู้ประกอบการ

- ผู้บริโภคได้สินค้าดี มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม
- เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ประกอบการมีรายได้สุทธิเพิ่มพูน
- เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและราคาพืชผลการเกษตร

นโยบาย  
**03**

## ทำงานเชิงรุก ระหว่าง พาณิชย์จังหวัด และกุตพาณิชย์

- ทำงานเป็นหนึ่งเดียว เพื่อรักษาตลาดเดิม เสริมตลาดใหม่
- เพิ่มบทบาท “พาณิชย์คู่คิด SMEs” ช่วยเหลือผู้ประกอบการรายเล็ก
- พลักดันนโยบาย Soft Power และขับเคลื่อนการตลาดสินค้าไทย

นโยบาย  
**04**

## แก้ไขข้อจำกัดของกฎหมายหรือ ปรับปรุงข้อกฎหมายที่เก๋าล้าสมัย

- พลักดันและปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่ล้าสมัย
- สร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

นโยบาย  
**05**

## ร่วมขับเคลื่อนนโยบาย กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดและเชื่อมต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก
- อำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายผ่านช่องทางการตลาดหลากหลาย ทั้งร้านค้าธงฟ้า ร้านอาหารธงฟ้า ตลาดต้องชม และหมู่บ้านทำมาค้าขาย

นโยบาย  
**06**

## เร่งพลักดันการส่งออก ให้ตัวเลขเป็นบวก

- การกุตเศรษฐกิจเชิงรุก การสร้างเครือข่าย “ทีมไทยแลนด์”
- เปิดตลาดการค้าใหม่และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้า
- สนับสนุนผู้ประกอบการในการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสีเขียว และเศรษฐกิจดิจิทัล
- พัฒนาระบบโลจิสติกส์

นโยบาย  
**07**

## พลักดันให้มีการใช้ประโยชน์ จาก FTA

- เร่งเจรจา FTA กับประเทศคู่ค้าสำคัญ
- เร่งส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ในประเทศ
- เร่งจัดทำ Matching Fund เพื่อลงทุนพัฒนา Start-up ที่มีศักยภาพ

นโยบาย  
**08**

## พานักธุรกิจไทยไปบุกต่างประเทศ

- พลักดันการค้า ขยายการลงทุน และคว้าโอกาสให้กับสินค้าและบริการ
- สนับสนุนให้กระทรวงพาณิชย์มีผู้เชี่ยวชาญในการเจรจาในตลาดต่างประเทศ
- แบ่งเบาค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ SMEs ในการเจรจาในต่างประเทศ
- เร่งเปิด “เวทีสินค้าไทยในร้านอาหารทั่วโลก”

นโยบาย  
**09**

## ปรับโครงสร้างการส่งออกให้ทันสมัย

- เน้นในนวัตกรรมในสินค้า
- เน้นการผลิตที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
- เชื่อมโยงอุตสาหกรรมตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- ส่งเสริมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ รวมถึงแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์หรือ “PCB” (Print Circuit Board)

นโยบาย  
**10**

## ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้เข้าถึง ตลาดสินค้ารักสิ่งแวดล้อม

- สนับสนุนผู้ประกอบการระดับกลางและคำนวณการปล่อยปริมาณคาร์บอน



# โอกาสทองของ มะพร้าวน้ำหอมไทย จากพืชเศรษฐกิจสู่ Soft Power

มะพร้าวอ่อนหรือมะพร้าวน้ำหอมของไทย ไม่เพียงแต่มีความหอมหวานอันเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังเป็นหนึ่งในผลไม้ส่งออกสำคัญ ทำให้สินค้าไทยก้าวหน้าและโดดเด่นในตลาดต่างประเทศได้อย่างดีเยี่ยม โดยเฉพาะในตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดหลักสำหรับการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย

การส่งออกมะพร้าวอ่อน (HS Code 08011910) ของไทยส่วนใหญ่พึ่งพาตลาดจีนกว่า **80%**

ซึ่งเป็นตลาดหลักที่ไทยต้องรักษา ขณะเดียวกัน การกระจายการส่งออกไปตลาดใหม่ ๆ ก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทยเติบโตต่อเนื่อง

## อัตราการเติบโตเฉลี่ยของตลาดส่งออกมะพร้าวอ่อน (CAGR)



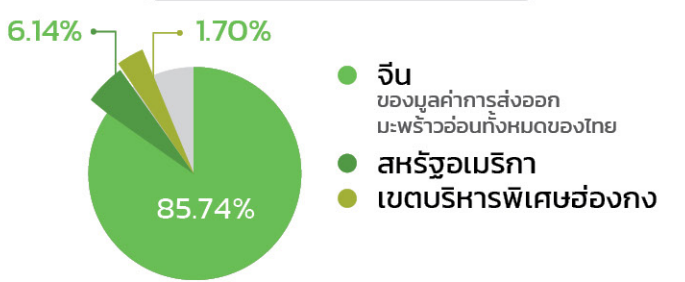
สูงถึง **31.15 %**  
ระหว่างปี 2560 – 2566<sup>1</sup>

## ยอดการส่งออกมะพร้าวอ่อนไปยังต่างประเทศปี 2566



มูลค่า **288.19** ล้านเหรียญสหรัฐ<sup>2</sup> (9,888.92 ล้านบาท)  
ขยายตัว **4.04%** เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา  
ปริมาณการส่งออก **432,520** ตัน

## ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย

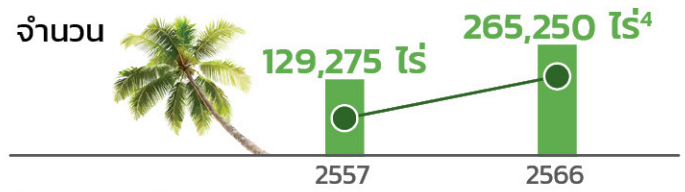


## ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 (มกราคม – มิถุนายน) ไทยส่งออกมะพร้าวอ่อนรวม



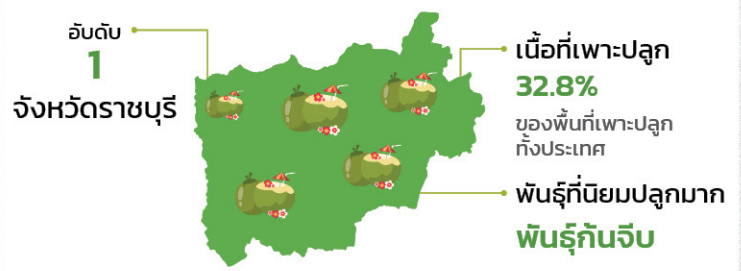
มูลค่า **97.00** ล้านเหรียญสหรัฐ (3,451.14 ล้านบาท)  
หดตัว **40.28%** จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากสภาพอากาศร้อนแล้งทำให้ผลผลิตลดลง

## พื้นที่การเพาะปลูกมะพร้าวอ่อน<sup>3</sup>



เนื่องจากเป็นที่ต้องการสูงของตลาดในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มะพร้าวอ่อนปลูกได้ในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และนครปฐม เป็นแหล่งปลูกมะพร้าวอ่อนที่มีภูมิประเทศเหมาะสม ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพโดดเด่นเฉพาะตัว รสชาติหวานหอม และมีเอกลักษณ์จนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนไทยและต่างชาติ

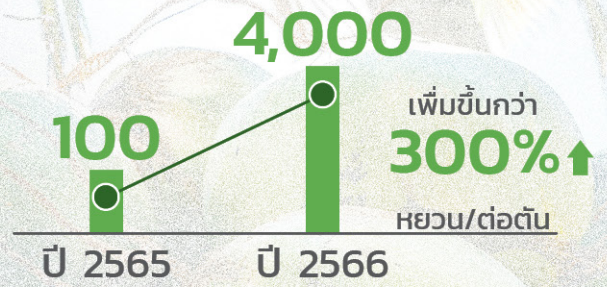
## แหล่งเพาะปลูกมะพร้าวอ่อนหรือมะพร้าวน้ำหอมในไทย



- พันธุ์กันจับ ที่มีลักษณะเด่นคือ
- ลูกใหญ่
  - ผลดก มีจำนวนทะลายมาก ให้ผลผลิตสม่ำเสมอ
  - เนื้อมะพร้าว นุ่ม
  - มีหอมกลิ่น ใบเตยอ่อน ๆ

ทำให้ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมะพร้าวน้ำหอมราชบุรียังได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ครอบคลุมพื้นที่ 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองราชบุรี ดำเนินสะดวก วัดเพลง บ้านโป่ง บางแพ ปากท่อ และโพธาราม

## ราคามะพร้าวในประเทศไทย



### ความนิยมในมะพร้าวอ่อนหรือมะพร้าวน้ำหอมของไทยในตลาดจีน

ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างมาก ตามความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ส่งผลให้ราคามะพร้าวเพิ่มขึ้นจาก 100 หยวนต่อตันในปี 2565 เป็น 4,000 หยวนในปี 2566 ทำให้เกิดปรากฏการณ์การเติบโตของการส่งออกมะพร้าวไทยที่น่าจับตามอง โดยเมื่อต้นปี 2566 จีนมีคำสั่งซื้อ **“มะพร้าว”** จากไทย เพิ่มขึ้นมากกว่า 300% เมื่อเทียบเป็นรายปี และจำนวนร้านอาหารในจีนที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมะพร้าวเพิ่มมากกว่า 368%<sup>5</sup> เนื่องจากเทรนด์รักสุขภาพ และน้ำมะพร้าวเป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทำให้ชาวจีนมีความต้องการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของมะพร้าวเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับมะพร้าว  
ในร้านอาหารเพิ่มขึ้นกว่า

368% ↑

แม้ว่าความต้องการมะพร้าวอ่อนของโลกจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมะพร้าวอ่อนของไทยยังคงเป็นที่ต้องการของทั่วโลก แต่ผู้ประกอบการไทยต้องติดตามสถานการณ์การค้าและการตลาดอย่างใกล้ชิด และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมมะพร้าวในทุกมิติ ตั้งแต่การเพาะปลูก ไปจนถึงการกระจายสินค้าที่มีคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงเร่งวิจัยและพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สร้างความแตกต่าง อาทิ การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เช่น มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี และมะพร้าวน้ำหอมบ้านแพ้ว ที่มีการนำเสนอด้านรสชาติที่หอมหวานนุ่มนวล และอุดมด้วยแร่ธาตุ ตลอดจนเร่งประชาสัมพันธ์ เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภครายใหม่ ๆ โดยเฉพาะการสร้างเรื่องราว (Stories) สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงเอกลักษณ์ของมะพร้าวอ่อนไทย พร้อมสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคควบคู่ไปด้วย เพื่อให้มะพร้าวอ่อนเป็นผลิตภัณฑ์ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของไทยที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย และเป็นที่ต้องการของตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง

<sup>1</sup> อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกมะพร้าวอ่อนของไทย (HS Code 08011910) ปี 2560 – 2566 เติบโตร้อยละ 40.64, 16.83, 17.89, 78.31, 41.66 และ 4.04 ตามลำดับ

<sup>2</sup> ปี 2560 – 2566 มูลค่าการส่งออกมะพร้าวอ่อน อยู่ที่ 56.62, 79.63, 93.03, 109.67, 195.55, 277.02 และ 288.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ

<sup>3</sup> สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และกรมส่งเสริมการเกษตร, ปี 2566

<sup>4</sup> ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

<sup>5</sup> สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกว่างโจว, ปี 2566

โดย นายพร้อมพงษ์ พึ่งโพธิ์มิน นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ  
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันักค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

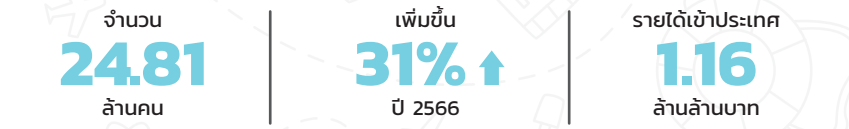
# ส่องเทรนด์ท่องเที่ยว บทบาทของธุรกิจบริการสู่เป้าหมาย IGNITE Thailand's Tourism

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องยนต์สำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างหนักจากวิกฤตโควิด-19 และเมื่อวิกฤตคลี่คลาย การท่องเที่ยวได้กลับมาเป็นความหวังของการพลิกฟื้นเศรษฐกิจไทยอีกครั้ง โดยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญอย่างมาก และผลักดันผ่านนโยบาย IGNITE Thailand's Tourism



## ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

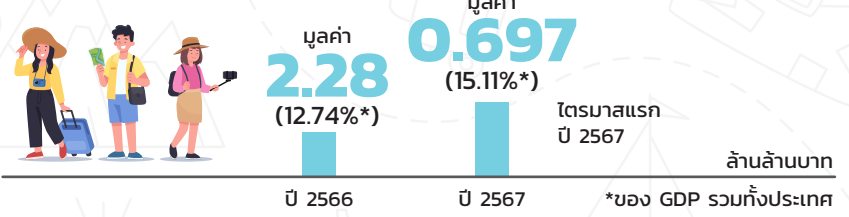
นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนไทย 1 มกราคม - 15 กันยายน 2567



ชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่

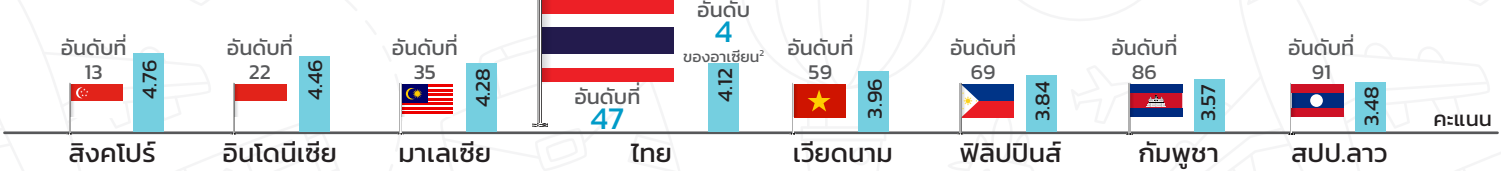


ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ด้านการท่องเที่ยว



ทั้งนี้ ภาคการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายสาขา อาทิ ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า กิจกรรมการบริการและบริการสนับสนุน ซึ่งรวมถึงธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ และการขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ รวมจำนวนนิติบุคคลในสาขาธุรกิจเหล่านี้ถึงกว่า 450,000 ราย<sup>1</sup>

## รายงานดัชนีชี้วัดการพัฒนาการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Development Index: TTDI) 2024 ซึ่งจัดทำโดยสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum: WEF)



โดยดัชนีดังกล่าวประเมิน 5 ด้าน<sup>3</sup> ได้แก่

<p>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม</p> <p><b>1</b></p> <p>Enabling Environment</p>	<p>นโยบายและเงื่อนไขการเดินทางและการท่องเที่ยว</p> <p><b>2</b></p> <p>T&amp;T Policy &amp; Conditions</p>	<p>โครงสร้างพื้นฐานและบริการ</p> <p><b>3</b></p> <p>Infrastructure and Services</p>	<p>ทรัพยากรการเดินทางและการท่องเที่ยว</p> <p><b>4</b></p> <p>T&amp;T Resources</p>	<p>ความยั่งยืนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว</p> <p><b>5</b></p> <p>T&amp;T Sustainability</p>
--	---	---	--	--

ซึ่งมีปัจจัยที่ไทยได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาทิ ด้านที่ 1 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ในประเด็นสุขภาพและอนามัย และประเด็นความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ขณะเดียวกัน ก็ยังมีปัจจัยที่ไทยได้คะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ด้านที่ 3 โครงสร้างพื้นฐาน และด้านที่ 5 ความยั่งยืนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว



ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและผู้ประกอบการเป็นวงกว้าง โดยภาคการท่องเที่ยวของไทยมีจุดแข็งที่ต้องรักษาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม ประเด็นสุขภาพและอนามัย และประเด็นความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในขณะที่ยังมีความท้าทายสำคัญที่ต้องเร่งยกระดับขึ้น ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน และความยั่งยืนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว โดยการขับเคลื่อนต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

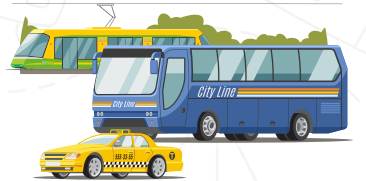
## จุดแข็งที่ต้องรักษา

**01 รักษากระดับความพร้อมและพัฒนาส่วนที่ไทยทำได้ ได้รับคะแนนประเมินสูง เช่น** สุขภาพและอนามัย และความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ การยกระดับร้านอาหารสตรีทฟู้ดไทยให้ถูกสุขอนามัยอาหารยิ่งขึ้น และการพัฒนาระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้มีความเสถียรและครอบคลุมพื้นที่เมื่องน้ำเที่ยวและพื้นที่ต่างอำเภอ



## จุดที่ต้องพัฒนาและเร่งยกระดับ

**02 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว** มีความสะดวกปลอดภัย เช่น การเชื่อมโยงการเดินทางในพื้นที่เมื่องน้ำเที่ยวและพื้นที่ต่างอำเภอให้เข้าถึงได้ ตลอดจนกฎระเบียบและกระบวนการปฏิบัติงานที่อำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว



**03 เร่งส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยภาคบริการที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว** ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจโลจิสติกส์ ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจนำเที่ยว รวมไปถึงสาขาบริการอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถปรับตัวสู่การทำธุรกิจอย่างยั่งยืน อาทิ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการประกอบธุรกิจ และคำนึงถึงการทำให้ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ให้คำนึงถึงการรักษาวินัยและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ควบคู่กับการรักษาสุขภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

**04 สำหรับภาคเอกชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง** ที่ล้วนแต่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะร่วมขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยว ก็ต้อง**เร่งปรับตัวให้เท่าทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกและผู้บริโภค** โดยผู้ประกอบการแต่ละรายสามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจของตน จนสามารถเป็นธุรกิจที่ดึงดูดการท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้ ผ่านการค้นหาและหยิบยกเอกลักษณ์หรือเสน่ห์ที่มีความเฉพาะของพื้นที่ตน รวมถึงสินค้าและบริการที่สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น โดยอาจบูรณาการความร่วมมือกับภาครัฐในด้านการผลิตและจัดจำหน่าย รวมถึงพัฒนาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และการพัฒนาพื้นที่ตลาดในชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ตามนโยบาย IGNITE Thailand's Tourism **มุ่งใช้ประโยชน์ Soft Power ของไทย และแนวคิด 5 Must Do in Thailand** ("Must Beat", "Must Eat", "Must Seek", "Must Buy" และ "Must See") โดยต้องไม่มองข้ามการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมมาช่วยในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงใช้ในการจัดการข้อมูลและการสื่อสารให้เข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว



<sup>1</sup>ข้อมูลจำนวนนิติบุคคลจากแคชบอร์ดสุขภาพธุรกิจรายจังหวัด ของ สนค. โดยได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่าในปี 2566 มีนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร 41,233 ราย การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า 41,961 ราย กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน 53,484 ราย ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ 7,980 ราย และการขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ 306,552 ราย

<sup>2</sup>WEF ไม่มีการรายงานดัชนีของเมียนมา  
<sup>3</sup>ไทยได้รับคะแนนแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม 4.61 คะแนน 2) นโยบายและเงื่อนไขการเดินทางและการท่องเที่ยว 4.48 คะแนน 3) โครงสร้างพื้นฐาน 3.61 คะแนน 4) ปัจจัยขับเคลื่อนความต้องการการเดินทางและการท่องเที่ยว 3.86 คะแนน และ 5) ความยั่งยืนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว 3.70 คะแนน ทั้งนี้ WEF ปรับปรุงโครงสร้างการประเมินในปี 2567 มีประเด็นการประเมินต่างจากปี 2562

## ภาพรวม

### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนสิงหาคม 2567

	2563	2564	2565	2566	2567
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline Inflation CPI	-0.85%	1.23%	6.08%	1.23%	%AoA 0.15
เงินเฟ้อพื้นฐาน ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน Core Inflation Core CPI	0.29%	0.23%	2.51%	1.27%	%AoA 0.44
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม CCI	42.1	43.0	46.2	54.2	49.5 ส.ค.

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนสิงหาคม 2567 มีความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนสิงหาคม 2567 สูงขึ้นในอัตราชะลอตัวลงที่ร้อยละ 0.35 (YoY) ซึ่งมีปัจจัยสำคัญมาจากการสูงขึ้นของราคาสินค้าในกลุ่มอาหาร โดยเฉพาะผักสดและผลไม้สด เนื่องจากสถานการณ์ฝนตกหนักและอุทกภัยในบางพื้นที่เพาะปลูก ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตลดลง รวมถึงข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว และอาหารสำเร็จรูป อาทิ กับข้าวสำเร็จรูป ข้าวราดแกง และอาหารตามสั่ง ขณะที่สินค้ากลุ่มพลังงาน (แก๊สโซฮอล์ ค่ากระแสไฟฟ้า) ราคาลดลงนอกจากนี้ดัชนีราคาผู้ผลิตปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง และดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์คอนกรีต วัสดุฉนวน อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับลดลง โดยมีรายละเอียด ดังนี้



## ดัชนีราคาผู้บริโภค

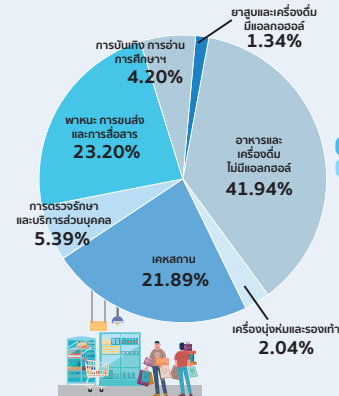
เดือนสิงหาคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 0.35 (YoY)**

**ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป)** จากการสูงขึ้นของ**หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** ร้อยละ 1.83 (YoY) ตามการสูงขึ้นของราคาสินค้าสำคัญ อาทิ ผักสด (มะเขือ พริกสด มะนาว) ผลไม้สด (เงาะ มะม่วง กล้วยน้ำว้า) ไข่ไก่ นมสด ข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว กับข้าวสำเร็จรูป อาหารตามสั่ง น้ำตาลทราย กะทิสำเร็จรูป สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ เนื้อสุกรและปลาหู ขณะที่**หมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม** ลดลงร้อยละ 0.68 (YoY) โดยเฉพาะกลุ่มพลังงาน (ค่ากระแสไฟฟ้า แก๊สโซฮอล์) สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด (ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ) ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล (แชมพู สบู่ตัว) และเสื้อผ้า (เสื้อยืดบุรุษและสตรี) อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าหลายรายการที่ราคาสูงขึ้น อาทิ น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน ค่าเช่าบ้าน ค่ารถรับส่งนักเรียน และค่าแต่งผมบุรุษและสตรี

**ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป** (หักอาหารสดและพลังงานออก) สูงขึ้นร้อยละ 0.62 (YoY) ส่วนดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 0.07 (MoM)** และเฉลี่ย 8 เดือน (ม.ค. - ส.ค.) ของปี 2567 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2566 **สูงขึ้นร้อยละ 0.15 (AoA)**

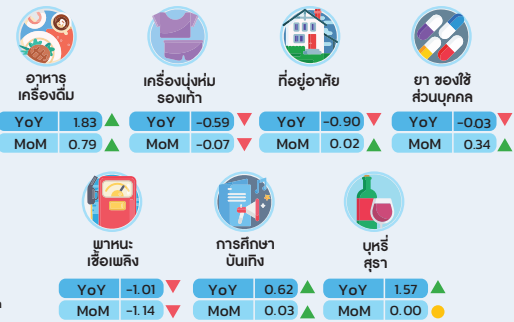
## สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



## อัตราการเปลี่ยนแปลง

จำแนกรายหมวด



## แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนกันยายน 2567

มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนสิงหาคม 2567 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก (1) ราคาน้ำมันดีเซลภายในประเทศที่กำหนดเพดานไม่เกิน 33 บาทต่อลิตร ซึ่งสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน (2) ผลกระทบจากอุทกภัยทำให้ราคาผักและผลไม้สดปรับสูงขึ้น (3) ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่สำคัญ รวมถึงต้นทุนค่าขนส่งทางเรือ ขณะที่ยังมีปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้อัตราเงินเฟ้อชะลอตัวลง ได้แก่ (1) ค่ากระแสไฟฟ้าภาคครัวเรือนอยู่ในระดับต่ำกว่าปีก่อนหน้า ตามมาตรการลดค่าครองชีพของภาครัฐ (2) ฐานราคาน้ำมันดิบดูไบในตลาดโลกในปีก่อนหน้าที่อยู่ระดับสูง และราคาน้ำมันดิบดูไบในปัจจุบันมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างช้า ๆ หรืออาจลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มจะขยายตัวระดับต่ำ และ (3) การลดราคาสินค้าและการแข่งขันในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการค้าปลีกในประเทศ และการค้าผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังคงคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2567 อยู่ที่ร้อยละ 0.0 - 1.0 (ค่ากลางร้อยละ 0.5)





## ดัชนีราคาผู้ผลิต

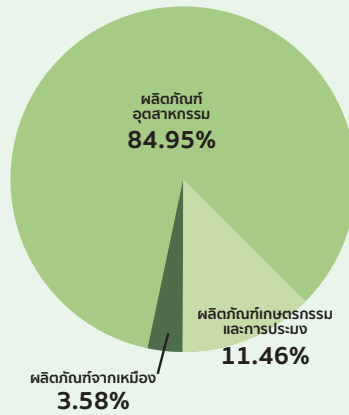
เดือนสิงหาคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 1.8** (YoY)

**ดัชนีราคาผู้ผลิต** เดือนสิงหาคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 1.8 (YoY) จาก การสูงขึ้นของราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ร้อยละ 0.9 อาทิ ผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรมอื่น ๆ (ทองคำ) ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ เคมี เครื่องจักรและเครื่องมือ ยานยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์อาหาร และ สิ่งทอ และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง ร้อยละ 9.8 จากการสูง ขึ้นของราคาสินค้าสำคัญ อาทิ ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว และอ้อย ขณะที่ หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ดัชนีไม่เปลี่ยนแปลง

**ดัชนีราคาผู้ผลิต** ในเดือนนี้ เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2567 ลดลง ร้อยละ 0.9 (MoM) และเฉลี่ย 8 เดือน (ม.ค. - ส.ค. 2567) เทียบกับช่วงเดียวกัน ของปี 2566 **สูงขึ้นร้อยละ 2.6** (AoA)

## สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



อัตราการเปลี่ยนแปลง  
จำแนกรายหมวด



## ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนสิงหาคม 2567 **เท่ากับ 113.3** (YoY)

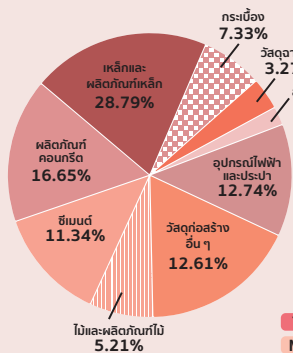
**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เดือนสิงหาคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (YoY) มีสาเหตุสำคัญจากการสูงขึ้นของ **หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้** ร้อยละ 4.6 ตามการ สูงขึ้นของต้นทุนค่าดำเนินการและค่าขนส่ง **หมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ** ร้อยละ 4.0 ตามการสูงขึ้นของยางมะตอยและอลูมิเนียมแผ่นเรียบ **หมวดวัสดุน้ำมัน** ร้อยละ 1.9 ตามต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น (ปิโตรเคมี ผงสี) **หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต** ร้อยละ 1.2 และ **หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา** ร้อยละ 3.6 ตามความต้องการใช้ในการก่อสร้าง ด้านสาธารณูปโภคโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่เป็นโครงการต่อเนื่อง

ขณะที่ **หมวดซีเมนต์** ลดลงร้อยละ 0.4 (ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ ปูนซีเมนต์ ผสม ปูนฉาบสำเร็จรูป) **หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก** ลดลงร้อยละ 2.0 (เหล็ก เส้นกลมผิวเรียบ เหล็กเส้นกลมผิวข้ออ้อย) **หมวดกระเบื้อง** ลดลงร้อยละ 0.6 (กระเบื้องลอนคู่ กระเบื้องเคลือบปูพื้น) และ **หมวดสุขภัณฑ์** ลดลงร้อยละ 3.6 (โถส้วมชักโครก ผักบัวอาบน้ำ)

**ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง** เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2567 **สูงขึ้นร้อยละ 0.2** (MoM) และเฉลี่ย 8 เดือน (ม.ค. - ส.ค.) ของปี 2567 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน ของปีก่อน **ลดลงร้อยละ 0.4** (AoA)

## สัดส่วนน้ำหนัก

จำแนกรายหมวด



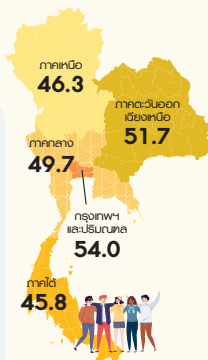
อัตราการเปลี่ยนแปลง  
จำแนกรายหมวด



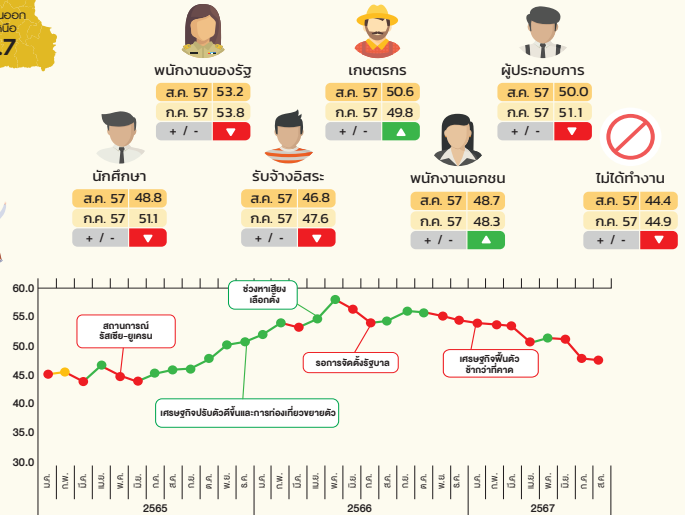
## ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

เดือนสิงหาคม 2567 **เท่ากับ 49.5**

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม** เดือนสิงหาคม 2567 ปรับลดลงมา อยู่ที่ระดับ 49.5 จากระดับ 49.7 ในเดือนก่อนหน้า ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในปัจจุบันปรับลดลงเช่นกัน สาเหตุการปรับลด คาดว่ามาจาก (1) ภาพรวมของ เศรษฐกิจไทยชะลอตัว และ (2) ปัญหารายได้ที่ไม่สอดคล้องกับภาระค่าครองชีพ และหนี้สินที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคให้ลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคัด (3 เดือนข้างหน้า) ปรับเพิ่ม ขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 55.1 จากระดับ 54.8 ในเดือนก่อนหน้า และยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่น (ดัชนีฯ มีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป) จากปัจจัยสนับสนุนของภาคการท่องเที่ยว ที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จากมาตรการส่งเสริมของภาครัฐและการเข้าสู่ฤดูกาลท่องเที่ยว ในช่วงปลายปี



อัตราการเปลี่ยนแปลง  
จำแนกรายหมวด



# การค้าระหว่างประเทศไทย

## เดือนสิงหาคม 2567

**การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2567**

มีมูลค่า **26,182.3** ล้านเหรียญสหรัฐ (939,521 ล้านบาท)



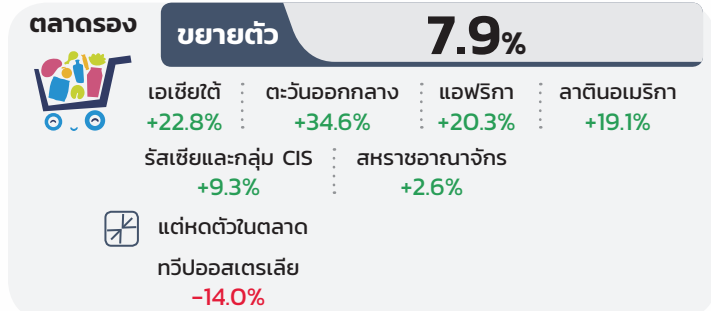
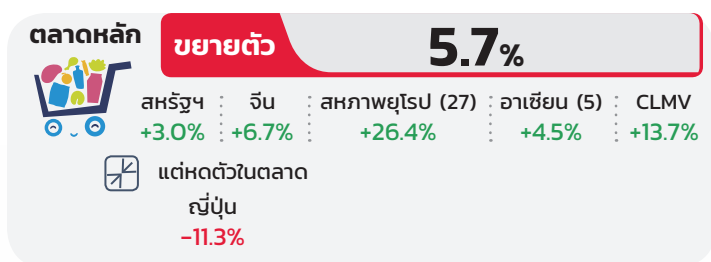
**ขยายตัว 7%**

หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **6.6%**



การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยขยายตัวในทุกหมวดสินค้า โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรที่ขยายตัวสูง ขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมก็เติบโตได้ดี มีปัจจัยสนับสนุนจากสภาพภูมิอากาศที่ผันผวนในหลายประเทศ ประกอบกับการฟื้นตัวของภาคบริการในตลาดสำคัญ ส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารเพิ่มขึ้น ประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจของสหภาพยุโรปเริ่มกลับมาฟื้นตัวจากภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น กระตุ้นความต้องการสินค้าจากไทย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยบวกจากค่าระวางเรือที่ลดลง โดยเฉพาะเส้นทางขนส่งไปยังสหรัฐฯ และยุโรป ทำให้ผู้ส่งออกมีต้นทุนลดลง เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ทั้งนี้ การส่งออกไทย 8 เดือนแรกของปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 4.2 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 4.3

● ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ ดังนี้



- **การนำเข้า** เดือนสิงหาคม 2567 การนำเข้า 25,917.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 8.9 สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น **สินค้านำเข้าที่หดตัว** คือ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ จีน สหรัฐอเมริกา และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ ญี่ปุ่น และไต้หวัน เป็นต้น

- **ดุลการค้า** เดือนสิงหาคม 2567 การค้าเกินดุล 264.9 ล้านเหรียญสหรัฐ

● **ดัชนีราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า**

**ดัชนีราคาส่งออก** เดือนสิงหาคม 2567 เท่ากับ 110.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ขยายตัวชะลอลงเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกันที่ร้อยละ 1.2 (YoY) ส่วนหนึ่งเป็นผลจากฐานราคาในช่วงครึ่งหลังของปี 2566 เริ่มปรับสูงขึ้น ตามราคาสินค้าเกษตรที่อยู่ในระดับสูงจากสถานการณ์ภัยแล้ง ประกอบกับเศรษฐกิจโลกฟื้นตัวทำให้ความต้องการสินค้าขยายตัวได้น้อยลง อย่างไรก็ตาม ราคาส่งออกในหลายกลุ่มสินค้ายังขยายตัวดี และส่งผลให้หมวดสินค้าที่ดัชนีราคาส่งออกปรับตัวสูงขึ้น

**ดัชนีราคานำเข้า** เดือนสิงหาคม 2567 เท่ากับ 112.8 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ขยายตัวชะลอลงที่ร้อยละ 1.8 (YoY) จากผลของฐานราคาหมวดสินค้าเชื้อเพลิงในเดือนสิงหาคม 2566 ตีดลงน้อยลงเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ความต้องการนำเข้าสินค้าในหมวดอื่น ๆ ยังขยายตัวได้ดี

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านเหรียญสหรัฐ (Million USD)	ส.ค. 2567 Aug 2024	ม.ค. – ส.ค. 2567 Jan-Aug 2024
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	26,182.3 +7.0%	197,192.8 +4.2%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	25,917.4 +8.9%	203,543.8 +5.0%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+264.9	-6,351.0

### สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 67

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,846.6	+0.4	10.9	สหรัฐอเมริกา	5,030.3	+3.0	19.2
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,180.9	+74.7	8.3	จีน	2,990.3	+6.7	11.4
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,270.0	+14.9	4.9	ญี่ปุ่น	2,042.6	-11.3	7.8
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,129.9	+40.8	4.3	มาเลเซีย	1,094.6	+3.5	4.2
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	975.6	+23.1	3.7	ออสเตรเลีย	1,093.0	-13.7	4.2

### สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 67

สินค้า	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า	△	สัดส่วน (%)
	(ล้าน USD)	(%YoY)			(ล้าน USD)	(%YoY)	
น้ำมันดิบ	2,559.6	+40.2	9.9	จีน	7,024.9	+15.8	27.1
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	2,146.1	+38.6	8.3	ญี่ปุ่น	2,404.4	-8.6	9.3
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,899.4	-0.2	7.3	สหรัฐอเมริกา	1,743.0	+20.2	6.7
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,880.4	+3.7	7.3	สหรัฐอเมริกา	1,462.8	+43.7	5.6
แผงวงจรไฟฟ้า	1,672.4	+9.1	6.5	ไต้หวัน	1,195.8	-8.8	4.6

### ดัชนีราคาส่งออก – นำเข้า เดือน ส.ค. 67

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ส.ค. 67	ค.ย. 67
	ม.ย. 67	ก.ค. 67	ส.ค. 67	ส.ค. 67	ค.ย. 67
ส่งออก	-0.1	0.2	0.0	1.2	110.7
นำเข้า	0.2	0.4	-0.3	1.8	112.8



### ● การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกในระยะถัดไป

**การส่งเสริมการส่งออก** กระทรวงพาณิชย์ดำเนินงานที่สำคัญในเดือนสิงหาคม อาทิ (1) **การอำนวยความสะดวกต่อผู้ส่งออกผลไม้ไปจีน** เมื่อ 5 สิงหาคม 2567 สถานที่ควบคุมตรวจสอบจำเพาะผลไม้นำเข้าของท่าเรือกวนเหล่ย์ ได้เปิดใช้งานอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะเปิดเส้นทางค้าใหม่ที่ยังเชื่อมโยงการค้าจากเชียงรายสู่คุนหมิงโดยตรง เป็นการเพิ่มช่องทางการส่งออกผลไม้ไทยไปจีน และจะช่วยระบายผลผลิตในช่วงที่ผลผลิตออกมามากได้ ซึ่งเป็นผลมาจากการทำงานของทีมพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขยายความร่วมมือทางการค้ากับจีน แก้ปัญหาการส่งออกผลไม้และสินค้าเกษตรจากไทย (2) **การนำคณะผู้ประกอบการไทยสำรวจตลาดศักยภาพในทวีปแอฟริกา** โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้นำคณะผู้ประกอบการไทยสินค้าอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ ชิ้นส่วนอะไหล่และอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ เครื่องจักรกลการเกษตร เครื่องมือแพทย์ อาหารและเครื่องดื่ม และเกษตรแปรรูป เป็นต้น เดินทางไปเจรจาการค้าพร้อมสำรวจตลาดการค้าที่สำคัญ ณ สาธารณรัฐกานา สาธารณรัฐแทนซาเนีย และสาธารณรัฐโมซัมบิก (3) **การหารือเพื่อเปิดตลาดค้าชัคสถาน** โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้หารือกับ Dr.Mirgali Kunayev กงสุลกิตติมศักดิ์ของไทยแห่งสาธารณรัฐคาซัคสถาน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับโอกาสทางการค้าของไทยในสาธารณรัฐคาซัคสถาน และยิ่งหรือความเป็นไปได้ในการเปิดสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศในคาซัคสถาน เพื่อเป็นด่านหน้าในการสำรวจตลาด ขยายความร่วมมือกับผู้ซื้อผู้นำเข้า เพื่อผลักดันการส่งออกของไทยต่อไป

### ● แนวโน้มการส่งออกในปี 2567

กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2567 จะเติบโตต่อเนื่อง ปัจจัยบวกที่สำคัญมาจากสัญญาณการคลี่คลายของภาวะเงินเฟ้อระดับสูงในหลายประเทศ และแนวโน้มการใช้นโยบายการเงินที่ผ่อนคลาย ซึ่งคาดว่าจะกระตุ้นการบริโภคในตลาดโลก ขณะที่ความต้องการสินค้าเกษตรไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับนโยบายรักษาความมั่นคงทางอาหารของประเทศคู่ค้า และสภาพภูมิอากาศที่ผันผวนทั่วโลกซึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตในหลายประเทศ นอกจากนี้ แนวโน้มการชะลอตัวของอัตราค่าระวางเรือขนส่งสินค้าจะช่วยลดต้นทุนโลจิสติกส์ เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ส่งออกไทย อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่อาจกระทบต่อการส่งออกไทยในระยะถัดไป อาทิ ปัจจัยด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความไม่แน่นอนสูง ค่าเงินบาทที่ยังแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง และปัญหาอุทกภัยในประเทศที่อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตร ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์จะติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และพร้อมปรับกลยุทธ์เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการส่งออกไทย เพื่อให้มั่นใจว่าการส่งออกจะยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจไทยต่อไป

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติม  
การค้าระหว่างประเทศของไทย  
ประจำเดือนสิงหาคม 2567  
ผ่าน QR Code นี้

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





Trade Alert!

# จีน

## เด็นหน้า

### 'สอบสวนการทุ่มตลาดนำเข้าเรพซีดจากแคนาดา'เป็นเวลา 1 ปี

กระทรวงพาณิชย์จีนประกาศว่าจะเริ่มการสอบสวนการทุ่มตลาดเป็นเวลา 1 ปี สำหรับการนำเข้าเรพซีด (Rapeseed) จากแคนาดา ซึ่งเกิดขึ้นเพียงไม่นานก่อนที่แคนาดาจะเริ่มจัดเก็บภาษี 100% ในการนำเข้ายานยนต์ไฟฟ้าที่ผลิตในจีน รวมถึงภาษีนำเข้าเหล็กและอะลูมิเนียมจากจีน 25% ในวันที่ 1 ตุลาคม 67 ตามแนวทางของสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ในแถลงการณ์ระบุว่า หลักฐานและข้อมูลเบื้องต้นแสดงให้เห็นว่ามีการทุ่มตลาดน้ำมันคาโนลาจริง ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่ออุตสาหกรรมในประเทศจากการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและราคาที่ลดลง ทั้งนี้ จีนมีการซื้อคาโนลา 5.5 ล้านเมตริกตันในปี 66 คิดเป็นมูลค่ากว่า 3.72 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นการนำเข้าจากแคนาดาคิดเป็น 94% ของทั้งหมด



# อินเดีย

## อัดฉีด

### 'ยานยนต์พลังงานไฟฟ้าในประเทศ' กว่า 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

รัฐบาลอินเดียนัดมติแผนส่งเสริมการใช้ยานยนต์พลังงานไฟฟ้าในประเทศ มูลค่า 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยแผนดังกล่าวประกอบไปด้วยการให้เงินอุดหนุนแก่ผู้ที่ต้องการซื้อยานยนต์พลังงานไฟฟ้าในรูปแบบยานยนต์สองล้อ ยานยนต์สามล้อ รถบรรทุก และยานยนต์ไฟฟ้ารูปแบบอื่น ๆ ตลอดจนถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ทั้งในด้านการชาร์จยานยนต์ไฟฟ้า และการทดสอบเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยแผนส่งเสริมดังกล่าวจะเร่งรัดให้เกิดการปรับตัวให้หันมาใช้ยานยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นในประเทศ ผ่านการสร้างแรงจูงใจและเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งนี้ ในปี 66 ยอดขายยานยนต์ไฟฟ้าในอินเดียมีสัดส่วนไม่ถึง 2% จากยอดขายยานยนต์ทั้งหมด 4.2 ล้านคัน ซึ่งรัฐบาลอินเดียตั้งเป้าที่จะเพิ่มสัดส่วนดังกล่าวเป็น 30% ภายในปี 73



# ไต้หวัน

## ขัดขวาง

### 'Nippon Steel เข้าซื้อกิจการ US Steel'

ประธานาธิบดีโจ ไบเดน เตรียมขัดขวางการเข้าซื้อกิจการ US Steel ของ Nippon Steel ที่มีมูลค่าการควบรวมกิจการ 14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในด้าน US Steel และ Nippon Steel ต่างระบุในแถลงการณ์ว่าจะต่อสู้ในทางกฎหมายเพื่อให้ข้อตกลงนี้ได้รับการอนุมัติ ไม่ว่าไบเดนจะประกาศว่าจะดำเนินการใด ๆ ก็ตามโดย US Steel กล่าวสนับสนุนการซื้อกิจการเนื่องจาก Nippon Steel ได้ให้คำมั่นว่าจะลงทุนในโรงงานที่รวมสหภาพแรงงานนอกเมืองพิตต์สเบิร์ก และในเมืองแกรี รัฐอินเดียนา มูลค่ากว่า 2.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จะช่วยสนับสนุนอนาคตการผลิตในโรงงานเหล่านั้น อย่างไรก็ตามสหภาพแรงงานสหรัฐฯ คัดค้าน เนื่องจากไม่เชื่อมั่นในคำสัญญานั้น ซึ่งในแถลงการณ์ของสหภาพแรงงานระบุว่าเมื่อเดือนก่อนหน้า Nippon Steel ยังคงไม่รับประกันเรื่องงาน ค่าจ้าง หรือสวัสดิการว่าจะได้รับการคุ้มครองหลังจากข้อตกลงปัจจุบันที่จะสิ้นสุดลงในปี 2026



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



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