

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

Journal
TPSO
DECEMBER 2024

YEAR
15
ISSUE
161

TPSO Journal



ALL ROUND

**Trump 2.0
กับทศวรรษระลอกใหม่**



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

ช่วงปลายปีเป็นช่วงเวลาแห่งการจับจ่ายใช้สอย หลายคนต่างเตรียมตัวซื้อของขวัญให้คนสำคัญ จัดเตรียมของขวัญสำหรับเทศกาล การเดินทางท่องเที่ยว นับเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ด้วยการบริโภคสำคัญที่ทำให้ช่วงปลายปีคึกคัก รวมถึงการพัฒนาช่องทางทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างประสบการณ์การซื้อสินค้าด้วยเทคโนโลยีอย่างการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะสามารถสร้างความสะดวกสบายและกระตุ้นให้ผู้บริโภคจับจ่ายใช้สอยมากยิ่งขึ้น

ในวารสารฉบับส่งท้ายปี พ.ศ. 2567 นี้ ทางกอง บก. ก็ยังคัดสรรบทความเศรษฐกิจการค้ามาฝากทุกท่านเช่นเคย ซึ่งทุกท่านจะได้พบกับ “อนาคตอุตสาหกรรม PCB ไทย สู่แนวหน้าชั้นนำของโลก” “Trump 2.0 กับภาคเกษตรและอาหารโลก” “Data Center ธุรกิจแห่งอนาคต: เครื่องมือยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลไทย” และ “ส่องพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวทางการสร้างยอดขายให้แก่ธุรกิจในปี 2568” รวมถึงอัปเดตข้อมูลเศรษฐกิจการค้าที่น่าสนใจ

และในวาระขึ้นปีใหม่ ปี พ.ศ. 2568 กอง บก. ขอส่งความปรารถนาดีมาถึงท่านขออาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายในสากลโลก จงดลบันดาลให้ท่านผู้อ่านประสบแต่ความสุข ความเจริญ มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง คิดหวังสิ่งใดขอให้สมความปรารถนาตลอดปีและตลอดไป แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL REPORT

อนาคตอุตสาหกรรม PCB ไทย สู่แนวหน้าชั้นนำของโลก

04 ALL ROUND

Trump 2.0 กับภาคเกษตรและอาหารโลก

06 NEXT MOVE

Data Center ธุรกิจแห่งอนาคต: เครื่องมือยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลไทย

08 MARKET MOSAIC

ส่องพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวทางการสร้างยอดขายให้แก่ธุรกิจในปี 2568

10 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนพฤศจิกายน 2567

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนพฤศจิกายน 2567

12 TRADE ALERT

เดือนธันวาคม 2567



พาณิชย์เตรียมพร้อมผู้ประกอบการรับปีใหม่ สู่เทรนด์การค้าที่ยั่งยืนในตลาดโลก

เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2567 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดงานเสวนา เปิดรับปีใหม่ สู่การค้าไทยอย่างยั่งยืน “ธุรกิจการค้าไทย ...ใส่ใจสังคมและสิ่งแวดล้อม” ซึ่งถือเป็นของขวัญที่กระทรวงพาณิชย์ตั้งใจมอบให้ประชาชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการไทย รวมถึงบุคลากรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในด้านเศรษฐกิจการค้า ให้มีมุมมองใหม่และเข้าใจต่อประเด็นการค้าโลกที่มุ่งเน้นการพัฒนาและการค้าที่ยั่งยืนสามารถปรับตัวรองรับแนวโน้มความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพไปพร้อม ๆ กัน

โดยภายในงานเสวนาฯ ได้รับเกียรติจากวิทยากรจากกระทรวงพาณิชย์ นำทีมโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และภาคเอกชนจากแบรนด์ Sarnsard และแบรนด์ Bioblack มาร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง อาทิ กฎกติกการค้าโลก การเจรจาการค้าที่มุ่งสู่ SDGs เป้าหมาย SDGs กับความท้าทายของไทย บทบาท MSMEs ในการสนับสนุน SDGs แนวโน้มตลาดในต่างประเทศ การดำเนินงานของผู้ประกอบการ ปัจจัยความสำเร็จ และโอกาสทางการค้า



บรรณาธิการ : ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
ผู้จัดทำ : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนทบุรี จังหวัดนทบุรี 11000
โทรศัพท์ : 0 2507 7895 โทรสาร : 0 2547 5687

อนาคตอุตสาหกรรม

PCB ไทย สู่แนวหน้าชั้นนำของโลก

โดย นางศุจิรัตน์ สิริโรจน์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สืบค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

แผงวงจรพิมพ์ หรือ Printed Circuit Board (PCB) เป็นชิ้นส่วนพื้นฐานในอุปกรณ์ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ AI Server เครื่องใช้ไฟฟ้า ยานยนต์อัจฉริยะ ไปจนถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์ ส่งผลให้ PCB กลายเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อการสร้างความสามารถแข่งขันทางเศรษฐกิจ หลายประเทศจึงได้เร่งพัฒนาและลงทุนในอุตสาหกรรม PCB เพื่อช่วงชิงความสามารถทางการแข่งขันในห่วงโซ่อุปทานของตลาดโลก

นโยบาย PCB สำคัญระดับโลก



จีน

ผู้ผลิตและส่งออก PCB รายใหญ่ที่สุดในโลก ได้รับ การสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาล อาทิ "Made in China 2025" ที่มุ่งส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง แต่ต้องเผชิญ การขาดแคลนทองแดงและสารเคมีบางประเภท ที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น



ญี่ปุ่น

หนึ่งในประเทศผู้นำด้านการผลิต PCB ในตลาดโลก โดยรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรม อาทิ การมอบเงินกู้เพื่อวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตร่วมกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและ สถาบันการศึกษา



ไต้หวัน

มีความเชี่ยวชาญทางเทคนิคที่มีมาตรฐานสูง โดยเฉพาะการใช้งานในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ขนาดเล็กและมีการทำงานที่มีความซับซ้อนสูง และยังคง รักษาตำแหน่งผู้นำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง



เกาหลีใต้

ผลิตแผงวงจร PCB ล้ำสมัยและมาตรฐานการผลิตสูง ทั้งแผงวงจรพิมพ์แบบแข็งและแบบยืดหยุ่น โดยรัฐบาลให้การสนับสนุน อาทิ การจัดตั้ง เขตเศรษฐกิจพิเศษให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และเงินอุดหนุน ปรับปรุงกระบวนการทางกฎหมาย



ไทย

อุตสาหกรรม PCB เติบโตอย่างต่อเนื่อง และก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตอันดับ 1 ของอาเซียน ผ่านการสนับสนุนจากรัฐบาลและเอกชน อาทิ การกำหนดให้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2566 – 2570



สหรัฐอเมริกา

ครองส่วนแบ่งรายได้ 27.41% ของรายได้รวม ในอุตสาหกรรม PCB โดยรัฐบาลสหรัฐฯ มีการออกกฎหมาย CHIPS and Science Act of 2022 เพื่อสนับสนุนการผลิตในอุตสาหกรรม เซมิคอนดักเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงแผงวงจรพิมพ์ภายในประเทศ



มาเลเซีย

ส่งเสริมอุตสาหกรรม PCB ภายใต้แผนแม่บท อุตสาหกรรมแห่งชาติ และยุทธศาสตร์เซมิคอนดักเตอร์ แห่งชาติ รวมถึงความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และแรงงานทักษะสูง มุ่งเน้นในอุตสาหกรรมระดับ Back end



เวียดนาม

อุตสาหกรรม PCB กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ผ่านการสนับสนุนจากรัฐบาลหลายประการ อาทิ การจัดทำแผนปฏิบัติการและกลยุทธ์พัฒนา ศูนย์นวัตกรรมแห่งชาติ และเขตอุตสาหกรรมไฮเทค 3 แห่ง ที่ กรุงฮานอย นครโฮจิมินห์ และนครดานัง

TRUMP 2.0

กับภาคเกษตรและอาหารโลก

นายโดนัลด์ ทรัมป์ จากพรรครีพับลิกัน ได้กลับมาดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐฯ อีกครั้ง โดยมีกำหนดสาบานตนเข้ารับตำแหน่งในวันที่ 20 มกราคม 2568 ทำให้เกิดความกังวลอย่างมากต่อมาตรการทางการค้าที่อาจรุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจการค้าโลก และไทย รัฐบาลทรัมป์ยังยึดแนวนโยบายหลัก **"Make America Great Again"** โดยให้ความสำคัญและถือผลประโยชน์ของสหรัฐฯ เป็นที่ตั้ง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ทางการค้าของประเทศ

สำหรับผลกระทบต่อภาคเกษตรและอาหารโลก รายงาน **"Trump 2.0: Impacts on Global Food and Agriculture"** ของ Rabobank สถาบันการเงินของเนเธอร์แลนด์ที่เชี่ยวชาญด้านธุรกิจเกษตรและอาหาร ระบุว่า การดำรงตำแหน่งรอบที่ 2 ของทรัมป์ จะสร้างความซับซ้อนให้กับการค้าสินค้าเกษตรและอาหารในระดับโลก และอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางการค้า (Trade Relationships) การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ของการส่งออก (Export Demand) ต้นทุนของธุรกิจและผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้น โดยการกลับมาของทรัมป์เป็นการส่งสัญญาณถึงการเพิ่มอัตราภาษีศุลกากร (Tariff) สำหรับสินค้านำเข้า การยกเลิกกฎระเบียบ (เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม) การลดภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบริษัทที่ผลิตสินค้าในสหรัฐฯ และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการป้องกันประเทศ ซึ่งเป็นนโยบายที่ทรัมป์เคยกล่าวไว้ตอนหาเสียง โดยอาจนำไปสู่ภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้น การขยายตัวของ GDP สหรัฐฯ ที่ช้าลง และการขาดดุลงบประมาณเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ผู้บริโภคและบริษัทผลิตอาหารในสหรัฐฯ จะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ โดยเงินเฟ้อจะเป็นแรงกดดันให้ผู้บริโภคพิจารณาถึงคุณค่าของสินค้ามากขึ้น มุ่งเน้นที่ความสะดวกสบาย เลือกบริโภคสินค้าที่เป็นแบรนด์ร้านค้าปลีก (Private Label) สินค้าหรูหราในราคาไม่แพง (Affordable Luxuries) และออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นครั้งคราวสำหรับความต้องการบริการด้านอาหาร (Food Service) คาดว่า จะฟื้นตัวช่วงกลางปี 2568 เนื่องจากสถานะการเงินผู้บริโภคเริ่มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคสหรัฐฯ จะยังคงเลือกซื้อสินค้าโดยเน้นที่คุณค่าของสินค้าต่อไป





สำหรับบริษัทผลิตอาหารในสหรัฐฯ ที่พึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ จะมีต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งอาจทำให้มีกำไรลดลง บริษัทอาจต้องปรับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ (Product Mix)¹ ลดการพึ่งพาการนำเข้า เน้นจัดหาและใช้วัตถุดิบจากในสหรัฐฯ เป็นหลัก โดยเฉพาะบริษัทขนาดเล็กอาจปิดกิจการหรือควมรวมกิจการกับบริษัทขนาดใหญ่ สถานการณ์ดังกล่าวจะผลักดันให้บริษัทแสวงหาวิธีเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ อาทิ ปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ลงทุนด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะทำให้เกิดนวัตกรรมและความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

อัตราการเก็บภาษีนำเข้ามายังสหรัฐฯ

ต่างประเทศ **10-20%** ประเทศจีน **60%**



- การที่ทรัมป์จะเก็บภาษีกับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศในอัตรา 10-20% และสินค้าจากจีนที่สูงถึง 60% อาจส่งผลให้ประเทศที่ได้รับผลกระทบออกมาตรการตอบโต้ โดยสินค้าประมงและแปรรูปของสหรัฐฯ มักเป็นเป้าหมายหลักในการเก็บภาษีตอบโต้ ซึ่งเมื่อรวมกับการแข็งค่าของเงินดอลลาร์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จะส่งผลเชิงลบต่อการส่งออกสินค้าประมงและแปรรูปของสหรัฐฯ
- สงครามการค้าส่งผลกระทบต่อการค้า แต่สินค้าเกษตรหลายชนิดถือเป็นสินค้าจำเป็นประเทศต่าง ๆ ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหาร โดยจะเลือกนำเข้าตามความต้องการจากประเทศที่ให้ราคาดีที่สุด เช่น หากถั่วเหลืองจากบราซิลมีผลผลิตลดลงจากปัญหาสภาพภูมิอากาศ อาจส่งผลให้การส่งออกถั่วเหลืองของสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น แม้ถั่วเหลืองสหรัฐฯ อาจมีภาษีนำเข้าที่สูงกว่าเนื่องจากมาตรการตอบโต้ของคู่ค้าก็ตาม ทั้งนี้ สหรัฐฯ เป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีการส่งออกไปยังกว่า 190 ประเทศทั่วโลก
- หากสหรัฐฯ เพิ่มภาษีสินค้านำเข้าจากจีน จีนมีแนวโน้มที่จะตอบโต้ โดยมุ่งที่สินค้ากลุ่มธัญพืชและพืชน้ำมัน โดยเฉพาะถั่วเหลือง ซึ่งครั้งนี้จีนจะได้รับผลกระทบไม่รุนแรงเท่าสงครามการค้ารอบที่แล้ว เนื่องจากมีปริมาณสต็อกสำรองในประเทศเพิ่มขึ้น ผู้นำเข้าจีนอาจนำเข้าถั่วเหลืองจากสหรัฐฯ ล่วงหน้าก่อนมีการขึ้นภาษี หรือเปลี่ยนไปนำเข้าถั่วเหลืองจากบราซิลทดแทนหากสงครามการค้าปะทุขึ้น

ประเทศผู้ผลิตข้าวโพดและถั่วเหลืองรายใหญ่ของโลก²

ปีการผลิต 2566/67	สหรัฐอเมริกา	จีน	บราซิล
<p>● ผลผลิตข้าวโพดทั่วโลก ประมาณ 1,229.11 ล้านตัน</p>	<p>● อันดับที่ 1 389.67 ล้านตัน คิดเป็น 31.70% ของผลผลิตข้าวโพดโลก</p>	<p>● อันดับที่ 2 288.84 ล้านตัน คิดเป็น 23.50% ของผลผลิตข้าวโพดโลก</p>	<p>● อันดับที่ 3 122.00 ล้านตัน คิดเป็น 9.92% ของผลผลิตข้าวโพดโลก</p>
ปีการผลิต 2566/67	บราซิล	สหรัฐอเมริกา	
<p>● ผลผลิตถั่วเหลืองทั่วโลก ประมาณ 394.73 ล้านตัน</p>	<p>● อันดับที่ 1 153.00 ล้านตัน คิดเป็น 38.76% ของผลผลิตถั่วเหลืองโลก</p>	<p>● อันดับที่ 2 113.27 ล้านตัน คิดเป็น 28.70% ของผลผลิตถั่วเหลืองโลก</p>	

นอกจากนี้ ห่วงโซ่อุปทานปัจจัยการผลิตทางการเกษตรของสหรัฐฯ อาจได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าที่รุนแรงขึ้น เนื่องจากจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเคมีเกษตร (Agrochemical Industry) ระดับโลก โดยการผลิตทั่วโลกกว่า 70% มีซัพพลายเชนที่เชื่อมโยงกับจีน (มีสัดส่วน 10% ของการส่งออกยูเรียทั่วโลก และสัดส่วน 15-25% ของการส่งออกฟอสเฟตทั่วโลก) ราคาเคมีเกษตรในประเทศสหรัฐฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ผลกระทบต่อราคาปุ๋ยของสหรัฐฯ อาจอยู่ในระดับปานกลางหรือเป็นบวก เนื่องจากสหรัฐฯ มีการผลิตปุ๋ยในประเทศเพิ่มขึ้น

สงครามการค้า Trump 2.0 ยังมีความไม่แน่นอน โดยเฉพาะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรของทรัมป์ แต่ไทยในฐานะผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารรายใหญ่แห่งหนึ่งของโลก โดยมีจีนและสหรัฐฯ เป็นคู่ค้าอันดับที่ 1 และ 2 ต้องติดตามสถานการณ์การค้า นโยบายที่สำคัญ รวมทั้งแนวโน้มการเข้ามามาตรการและการตอบโต้ของทั้งสหรัฐฯ จีน และประเทศต่าง ๆ ในอนาคตอย่างใกล้ชิด เพื่อแสวงหาโอกาสและเตรียมพร้อมรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อไป

¹ ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) หมายถึง สินค้าทั้งหมดของบริษัทที่ผลิต/จำหน่ายแก่ผู้บริโภค ซึ่งอาจประกอบด้วยหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์
² รายงาน World Agricultural Production (November 2024) ของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (USDA)

โดย นางเจบจรา เหมิน นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สืบค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

DATA CENTER

ธุรกิจแห่งอนาคต

เครื่องมือยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลไทย

ปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างมาก หลายประเทศทั่วโลกต่างหันมาใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ และการเพิ่มขึ้นของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดธุรกิจดิจิทัลรูปแบบใหม่ ธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจ คือ Data Center หรือ ศูนย์ข้อมูล หมายถึง สถานที่ที่ออกแบบมาเพื่อใช้ในการจัดเก็บและจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ รวมถึงเซิร์ฟเวอร์ ระบบเครือข่าย และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการประมวลผล การจัดเก็บข้อมูล และการให้บริการที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจัดการเว็บไซต์ การจัดเก็บข้อมูลสำรอง (Backup) และการให้บริการคลาวด์ (Cloud Service)

การเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้การลงทุนใน Data Center เพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยฐานข้อมูลด้านการตลาดและอุตสาหกรรม Statista คาดการณ์ว่า ในปี 2567 ตลาด Data Center จะมีมูลค่าสูงถึง 416.10 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และ ในช่วงปี 2567 - 2572 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.45 ส่งผลให้ในปี 2572 ตลาด Data Center จะมีมูลค่าสูงถึง 624.10 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศไทย ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2567 มีโครงการเกี่ยวกับ Data Center ที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุน รวม 8 โครงการ คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนรวมกว่า 92,764 ล้านบาท จากหลากหลายสัญชาติ ในขณะที่ SCB EIC คาดว่า ในปี 2567 ตลาด Data Center ของไทยมีแนวโน้มเติบโตประมาณร้อยละ 24 จากปีก่อนหน้า

การต่อยอด Data Center

นอกจากธุรกิจในช่วงโซ่อุปทานและสตาร์ทอัพด้านดิจิทัลเทคโนโลยี ธุรกิจประเภทอื่น ๆ ก็สามารถใช้ Data Center ให้เกิดประโยชน์ได้ด้วย อาทิ ธุรกิจค้าปลีกสามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าแบบ Real-Time วิเคราะห์และปรับปรุงการจัดการคลังสินค้า และกระบวนการด้านโลจิสติกส์อื่น ๆ รวมถึงบริหารจัดการการค้าออนไลน์อัตโนมัติ และจัดทำแผนการตลาดสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจบริการสุขภาพสามารถจัดเก็บข้อมูลผู้ป่วยอย่างปลอดภัย ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลผู้ป่วยจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว รวมถึงสามารถต่อยอดกับระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) และการวินิจฉัยโรคด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สามารถพัฒนาระบบเข้าชมอสังหาริมทรัพย์เสมือนจริง (Virtual Tour) ซึ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ติดตามความผันผวนของราคาอสังหาริมทรัพย์และความต้องการของตลาดในแต่ละพื้นที่ และแนะนำพื้นที่ที่ควรลงทุนและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

ประโยชน์ของ Data Center

- 1** เกิดการจ้างงานและการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล
 - 2** เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล
 - 3** ลดต้นทุนในการบริหารจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
 - 4** เพิ่มความปลอดภัยของข้อมูล
 - 5** รองรับการเติบโตของธุรกิจ
- อาทิ e-Commerce บริการคลาวด์ (Cloud Service) ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การเชื่อมโยงอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วยอินเทอร์เน็ต หรืออินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things) การเงินดิจิทัล (Digital Finance) และบริการดิจิทัลอื่น ๆ ที่มีการใช้ข้อมูลจำนวนมาก
- อย่างเป็นระบบ ปลอดภัย และสามารถประมวลผลข้อมูลจำนวนมากศาลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
- อาทิ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์เครือข่ายต่าง ๆ รวมถึงการบำรุงรักษาฐานข้อมูลขององค์กร
- Data Center จะมีมาตรการด้านความปลอดภัยขั้นสูง อาทิ ระบบป้องกันไฟไหม้ การสำรองข้อมูล และการควบคุมการเข้าถึงทางกายภาพ ซึ่งช่วยปกป้องข้อมูลสำคัญของธุรกิจจากการสูญหายหรือถูกโจมตี
- ระบบที่มีการออกแบบและจัดการอย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจและการเพิ่มขึ้นของปริมาณข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การลงทุนใน Data Center อาจช่วยดึงดูดการลงทุนในพลังงานสะอาด เนื่องจาก Data Center เป็นธุรกิจที่ต้องใช้พลังงานไฟฟ้าจำนวนมาก ซึ่งส่งผลต่อเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศ ธุรกิจ Data Center และประเทศที่มี Data Center จำนวนมาก จึงต้องส่งเสริมการลงทุนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด อาทิ แสงอาทิตย์ ลม และน้ำ เพื่อให้มีพลังงานสะอาดมากขึ้นและเสถียรขึ้น หรือนำไปเขตเขยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแทน

ข้อเสนอแนะ

การเติบโตของธุรกิจ Data Center จะก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและภาคเอกชนควรเตรียมความพร้อมในทุกมิติ เพื่อให้ธุรกิจ Data Center ก่อให้เกิดประโยชน์กับประเทศไทยในระยะยาว อาทิ

1 **ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน** เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ การดำเนินงาน Data Center อาทิ สายเคเบิลใต้น้ำ และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง



2 **ควรพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำ** (อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์) และ **อุตสาหกรรมปลายน้ำ** ในประเทศที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Data Center (อาทิ อุตสาหกรรมการเงิน e-Commerce และการตลาดดิจิทัล) และส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา อาทิ การลงทุนโรงไฟฟ้าพลังงานหมุนเวียน และการพัฒนาตลาดคาร์บอนเครดิต



3 **ควรพัฒนากำลังคน** และหลักสูตรการศึกษาให้ตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจ Data Center เพื่อเพิ่มการจ้างงานคนไทยในระยะยาว

4 **ควรพิจารณากำหนดนโยบายการส่งเสริมการลงทุน** ที่คำนึงถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ รวมทั้งส่งเสริม Data Center ของไทย



5 **ปรับปรุงกฎหมาย** ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ Data Center รวมถึงประสานให้ธุรกิจ Data Center ของต่างชาติ จัดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศไทยให้เรียบร้อยก่อนเริ่มดำเนินการ เพื่อให้สามารถส่งภาษีมูลค่าเพิ่มจากบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และอิเล็กทรอนิกส์แพลตฟอร์ม (ภาษี e-Service) ตามที่กรมสรรพากรกำหนด



6 **ควรมีนโยบายหรือมาตรการดึงดูดแรงงานทักษะสูง (Digital Nomad)** ให้เข้ามาทำงานในไทยมากขึ้น



ส่อง พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวทางการสร้าง ยอดขายให้แก่ธุรกิจ

ในปี **2568**



บริษัท NielsenIQ ร่วมกับ GfK บริษัทวิจัยด้านการตลาดและให้คำปรึกษาทางธุรกิจระดับโลก ได้ร่วมจัดทำรายงานแนวโน้มผู้บริโภคปี 2568 ที่ชื่อว่า NIQ Guide to 2025 Mid-Year Consumer Outlook โดยในรายงานระบุว่า ปี 2568 เป็นอีกปีที่ผู้คนส่วนใหญ่ยังคงระมัดระวังการใช้จ่าย และให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายไปกับสิ่งที่สำคัญ ลดการบริโภคสินค้าบางกลุ่มแม้ว่าจะมีกำลังซื้อมากขึ้น และมองหาส่วนลดสินค้า ดังนั้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของบรรดาภาคธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการฟื้นคืนกำลังซื้อให้กลับคืนมา อย่างไรก็ดี ผู้บริโภคยอมใช้จ่ายเพิ่มขึ้นกว่า 2 ปีที่ผ่านมา โดยมีตลาดที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น เช่น อินโดนีเซีย อินเดีย แอฟริกาใต้ บราซิล ชาติอ่าวเปอร์เซีย อียิปต์ ชดเชยตลาดที่มีแรงกดดันด้านการเงินที่จะใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาติตะวันตก เช่น ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร สหรัฐฯ แคนาดา ออสเตรเลีย

สำหรับสินค้าที่ปริมาณยอดขายมีแนวโน้มขยายตัวในปีหน้าท่ามกลางค่าครองชีพที่สูงขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เครื่องดื่ม และอาหาร (อาหารสำเร็จรูป อาหารเน่าเสียง่าย และอาหารแช่แข็ง) สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการเติบโตของยอดขายที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น เพื่อแลกกับคุณภาพที่ดีของสินค้าหรือประสบการณ์ที่จะได้รับการบริการที่เหนือชั้น ขณะเดียวกันเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านขนาดเล็ก เช่น หม้อทอดไร้น้ำมัน หุ่นยนต์ดูดฝุ่น สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ และการอำนวยความสะดวกผู้คนในชีวิตประจำวันสมัยใหม่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีเช่นกัน

Consumer Class กลุ่มเป้าหมายที่ภาคธุรกิจหวังสร้างยอดขาย

กลุ่ม Consumer class ปี 2568

กลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายใช้สอย

94%

ของมูลค่าการใช้จ่ายสินค้าและบริการทั่วโลก

คาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น ↑

131 ล้านคน

การใช้จ่ายมากกว่าปี 2567

300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

จำแนกได้ 2 กลุ่มใหญ่ คือ



กลุ่ม **Lower Middle**

ที่มีการใช้จ่าย **12 - 40** ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน



กลุ่ม **Upper class**

ที่มีการใช้จ่าย **120** ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน

ซึ่งเป็นกลุ่มที่นำส่วนใจที่มีสัดส่วนการใช้จ่ายมากถึง 33% ของการใช้จ่ายในปี 2568

หากเมื่อพิจารณารายประเทศ พบว่า

1



อินเดีย

จะมี Consumer class เพิ่มขึ้นมากที่สุดภายในโลก

เพิ่มขึ้นกว่า **47** ล้านคน

2



จีน

จะมี Consumer class เพิ่มขึ้นกว่า

30 ล้านคน

3



อินโดนีเซีย

จะมี Consumer class เพิ่มขึ้นกว่า

5.7 ล้านคน

ช่องทางการตลาดและจัดจำหน่ายต้องหลากหลายและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในโลกออนไลน์



Omni-Channel กลายเป็นกลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่ายที่ใช้กันอย่างเข้มข้นตามเทรนด์โลก ซึ่งช่วยเชื่อมโยงและประสานช่องทางการขายและการให้บริการลูกค้าทุกช่องทาง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ (Seamless Experience) เช่น ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าออนไลน์และมารับที่ร้านค้า หรือคืนสินค้าได้ทุกช่องทาง ตามเทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารได้ง่ายขึ้น



การลงทุนในเครือข่ายสื่อค้าปลีก (Retail Media Networks: RMN) เพิ่มขึ้น โดยพัฒนากลยุทธ์การมีส่วนร่วมของลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลของตนเอง ซึ่งไม่ได้จำกัดเพียงโฆษณาสินค้า แต่ยังรวมถึงการสร้างรายได้จากผลการค้นหาในอีคอมเมิร์ซ และการสร้างรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณา



Quick commerce มุ่งเน้นตลาดที่มีความถี่ในการสั่งซื้อสูงและอาศัยความเร็วในการจัดส่ง เพื่อสร้างกำไรสูงสุด สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ โดยภาคธุรกิจควรมีการวางแผนคิดกลยุทธ์ และบริหารจัดการจัดส่งและบริการที่รวดเร็วเพื่อทำกำไรในระยะยาว



Social commerce ช่วยสร้างประสบการณ์การซื้อที่สนุกสนานและสร้างการมีส่วนร่วมให้กับผู้บริโภค เช่น การเรียนรู้และค้นพบสินค้าผ่านการบอกต่อ ผ่าน influencer รวมถึงการเล่นเกมหรือกิจกรรมในการซื้อสินค้า และชำระเงินหรือรับสินค้าในช่องทางอื่น แอปพลิเคชัน TikTok คือ หนึ่งใน Social commerce ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในจีน ยอดขายสินค้าผ่านช่องทาง TikTok ในปี 2567 เพิ่มขึ้น 54.8% โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคและบริโภค ผลิตภัณฑ์กระดาษ และผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยง



ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเปิดรับประสบการณ์การซื้อสินค้าด้วยเทคโนโลยีมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยอมรับคำแนะนำสินค้าจากผู้ช่วย AI และใช้ประโยชน์จาก AI เพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่รวดเร็วขึ้น อนุญาตให้อุปกรณ์อัจฉริยะ อาทิ ตู้เย็นอัจฉริยะในการสั่งซื้อสินค้าได้ด้วยตนเอง ยอมรับที่จะซื้อสินค้าหรือบริการหากพวกเขาได้รับประสบการณ์ผ่านโลกเสมือนจริงหรือประสบการณ์ในรูปแบบดิจิทัล เช่น VR และ AR อย่างไรก็ตาม การประยุกต์ใช้ AI ในการทำธุรกิจจำเป็นต้องบริหารจัดการข้อมูลให้เหมาะสมและปลอดภัย เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งจากการสำรวจผู้บริโภคของบริษัทนิลเส็น ในรายงาน NIQ Guide to 2025 Mid-Year Consumer Outlook ส่วนใหญ่ (56%) หลีกเลี่ยงการแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคลในโลกดิจิทัล



ภาคธุรกิจยังมีโอกาสสร้างยอดขายและรายได้ให้เติบโตได้ในปีหน้า เนื่องจากผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า โดยตลาดที่มีแนวโน้มสร้างยอดขายได้ดีส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชียที่เป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging markets) อย่างไรก็ตาม ภาคธุรกิจต้องสร้างและสื่อสารคุณค่าของสินค้าและบริการของธุรกิจให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและรู้สึกคุ้มค่าทางจิตใจและเงินในกระเป๋าที่ได้เลือกซื้อสินค้าและบริการจากธุรกิจ

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนพฤศจิกายน 2567

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนพฤศจิกายน 2567

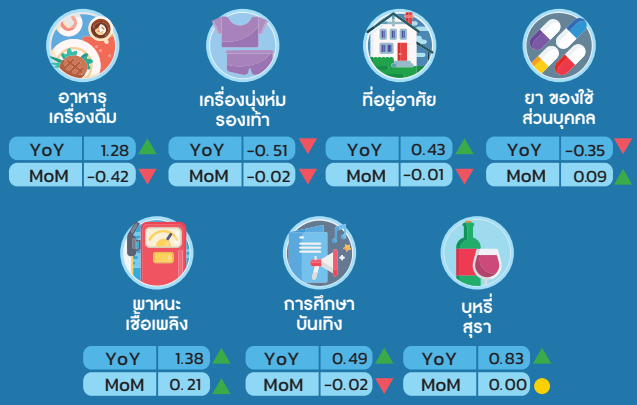
	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	พ.ย. 67	108.47	-0.13	0.95
	ต.ค. 67	108.61	-0.06	0.83
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	พ.ย. 67	105.36	0.10	0.80
	ต.ค. 67	105.26	0.08	0.77
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	พ.ย. 67	111.2	0.3	-0.1
	ต.ค. 67	110.9	0.0	-1.4
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	พ.ย. 67	112.8	-0.3	0.4
	ต.ค. 67	113.1	-0.1	0.4
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม : CCI	พ.ย. 67	53.2		
	ต.ค. 67	52.9		

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนพฤศจิกายน 2567 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนพฤศจิกายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.95 (YoY) ปัจจัยหลักมาจากการสูงขึ้นของราคาน้ำมันดีเซล ซึ่งเป็นผลจากราคาน้ำมันปีก่อน รวมทั้งราคาสินค้าในหมวดอาหารและเครื่องดื่มปรับตัวสูงขึ้นจากราคาผลไม้สด เครื่องประกอบอาหาร และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ส่วนดัชนีราคาผู้ผลิตปรับลดลงตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ขณะที่ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์คอนกรีต วัสดุฉนวนผิว สุขภัณฑ์ อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับสูงขึ้น

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2568 คาดว่าจะอยู่ระหว่างร้อยละ 0.3 - 1.3 (ค่ากลางร้อยละ 0.8) ปรับสูงขึ้นจากคาดการณ์ร้อยละ 0.5 (ค่ากลาง) ในปี 2567 โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อปรับสูงขึ้นจาก (1) เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้ม

ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2567 ทั้งการขยายตัวของการลงทุนและการบริโภคภาคเอกชน รวมถึงแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้น (2) ราคาน้ำมันดีเซลภายในประเทศที่กำหนดเพดานไม่เกิน 33 บาทต่อลิตร ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี 2567 และ (3) การใช้จ่ายของประชาชนเพิ่มขึ้นจาก “โครงการเติมเงิน 10,000 บาท” ขณะที่ยังมีปัจจัยที่อาจทำให้เงินเฟ้อลดลง ได้แก่ (1) ภาครัฐมีแนวโน้มดำเนินมาตรการลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่าไฟฟ้าและการตรึงราคาก๊าซ LPG (2) ฐานราคาผักและผลไม้สดในปี 2567 อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์เอลนีโญและลานีญา (3) การชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์และการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ จะส่งผลให้ราคาค่าเช่าบ้านและรถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างจำกัด และ (4) สินค้าสำคัญมีแนวโน้มปรับขึ้นราคาอย่างจำกัดจากปัจจัยด้านต้นทุนสำคัญที่มีแนวโน้มปรับลดลง เช่น อัตราดอกเบี้ย และราคาน้ำมันในตลาดโลก

ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนพฤศจิกายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.95 (YoY)



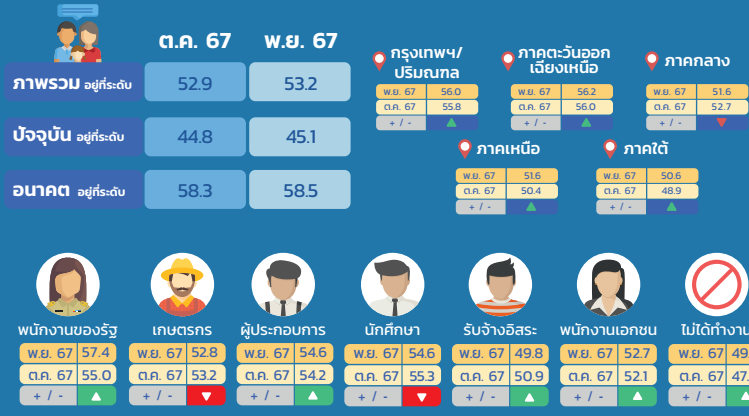
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนพฤศจิกายน 2567 ลดลงร้อยละ 0.1 (YoY)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนพฤศจิกายน 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (YoY)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนพฤศจิกายน 2567 เท่ากับ 53.2



การค้าระหว่างประเทศของไทย

เดือนพฤศจิกายน 2567

การส่งออกของไทยในเดือนพฤศจิกายน 2567

มีมูลค่า **25,608.2** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (849,069 ล้านบาท)

↑ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ที่ 8.2%
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **7.0%**



โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญจากการส่งออกสินค้ากลุ่มเทคโนโลยี โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ที่เติบโตในระดับสูง สอดรับกับกระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลของโลก ขณะที่การส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการปรับตัวเชิงรุกของประเทศต่าง ๆ เพื่อรับมือกับพลวัตทางการค้ารูปแบบใหม่และความท้าทายด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดโลก ยังเป็นแรงหนุนสำคัญที่ผลักดันให้การส่งออกของไทยเติบโตได้อย่างมีศักยภาพ ทั้งนี้

การส่งออกไทย 11 เดือนแรกของปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 5.1 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำและยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 4.9

- **การนำเข้า** เดือนพฤศจิกายน 2567 มีมูลค่า 25,832.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 0.9 **สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **สินค้านำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ น้ำมันดิบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น แหล่งนำเข้าที่หดตัว ได้แก่ สหรัฐฯ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และไต้หวัน เป็นต้น
- **ดุลการค้า** เดือนพฤศจิกายน 2567 การค้าขาดดุล 224.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- **แนวโน้มการส่งออกในปี 2567**

การส่งออกปี 2567 และแนวโน้มปี 2568 กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกทั้งปี 2567 จะทำสถิติใหม่ด้วยมูลค่ากว่า 10 ล้านล้านบาท สะท้อนความสำเร็จที่เหนือกว่าเป้าหมายที่วางไว้ อันเป็นผลจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการดำเนินนโยบายเชิงรุก ท้ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวช้าและความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยืดเยื้อ สำหรับแนวโน้มในปี 2568 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2-3 ภายใต้บริบทความท้าทายที่ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ แนวโน้มการค้าโลกที่อาจชะลอตัว ความขัดแย้งระหว่างประเทศที่ยังไม่คลี่คลาย อัตราดอกเบี้ยที่ยังทรงตัวในระดับสูง ตลอดจนความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม ด้วยการขับเคลื่อน 10 นโยบายยุทธศาสตร์การส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมแห่งอนาคต การขยายฐานตลาดการค้าใหม่ ไปจนถึง

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	พ.ย. 2567 Nov 2024	ม.ค. - พ.ย. 2567 Jan-Nov 2024
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	25,608.2 +8.2%	275,763.6 +5.1%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	25,832.5 +0.9%	282,033.3 +5.7%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-224.4	-6,269.8

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน พ.ย. 67

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,809.6	+4.8	11.0	สหรัฐอเมริกา	4,687.4	+9.5	18.3
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,233.7	+40.8	8.7	จีน	3,018.1	+16.9	11.8
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,566.7	+63.5	6.1	ญี่ปุ่น	2,030.7	-3.7	7.9
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,397.5	+24.8	5.5	เวียดนาม	1,105.2	+15.9	4.3
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	905.7	+16.8	3.5	ออสเตรเลีย	1,085.8	-2.1	4.2

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน พ.ย. 67

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	2,429.9	+85.6	9.4	จีน	7,686.8	+16.9	29.8
น้ำมันดิบ	2,253.9	-28.8	8.7	ญี่ปุ่น	2,394.9	+1.0	9.3
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	2,025.4	-10.9	7.8	สหรัฐอเมริกา	1,427.5	-3.6	5.5
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,994.2	+7.5	7.7	สหรัฐอเมริกา	1,374.3	-14.1	5.3
แผงวงจรไฟฟ้า	1,526.6	-6.5	5.9	ไต้หวัน	1,082.7	-46.5	4.2

การเร่งผลักดันความตกลงการค้าเสรี (FTA) ให้ครอบคลุมพันธมิตรทางการค้าในทุกภูมิภาค ประกอบกับการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขอุปสรรคทางการค้า จะเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและรักษาการเติบโตของภาคการส่งออกไทยในระยะต่อไป



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนพฤศจิกายน 2567 ผ่าน QR Code นี้

จีนห้ามส่งออก

แกลเลียม-เจอร์เมเนียม-พลวง ไปสหรัฐฯ หวั่นกระทบห่วงโซ่อุปทาน

จีนห้ามส่งออกแร่ธาตุสำคัญไปยังสหรัฐฯ เช่น แกลเลียม เจอร์เมเนียม และพลวง ท่ามกลางความตึงเครียดทางการค้าที่เพิ่มขึ้นจากมาตรการของสหรัฐฯ ต่อภาคการผลิตชิปของจีน ซึ่งมีผลบังคับใช้ทันที เพื่อเป็นการเสริมการบังคับใช้มาตรการควบคุมที่กำหนดไว้เกี่ยวกับการส่งออกแร่ธาตุที่เริ่มดำเนินการเมื่อปีที่ผ่านมามาเฉพาะกับตลาดสหรัฐฯ เท่านั้น อีกทั้ง ไม่มีการส่งออกแกลเลียมและเจอร์เมเนียมไปยังสหรัฐฯ ในช่วงเดือน ม.ค.-ต.ค. 67 ซึ่งแร่เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการทหาร การควบคุมนี้ยังรวมถึงการตรวจสอบการส่งออกแร่ไฟฟ้ต่ออย่างเข้มงวด ส่งผลให้ตลาดกังวลว่าจีนอาจขยายมาตรการให้ครอบคลุมแร่อื่น เช่น นิกเกิลหรือโคบอลต์ โดยผู้เชี่ยวชาญชี้ว่า มาตรการนี้จะเพิ่มความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ ภาคเอกชนของสหรัฐฯ เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรและแร่ของประเทศอื่น ๆ เพื่อลดการพึ่งพาวัตุดิบจากจีนในอนาคต



เงินเพื่อกระตุ้นความต้องการในประเทศ และ ภาคการผลิตอินเดียชะลอตัว

การเติบโตของภาคการผลิตของอินเดียชะลอตัวลงในเดือน พ.ย. 67 เนื่องจากแรงกดดันจากเงินเฟ้อสูง ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (PMI) ของอินเดียเดือน พ.ย. 67 สะท้อนว่าภาคการผลิตของอินเดียชะลอตัวลง แต่ในภาพรวมอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง แม้ว่าความต้องการภายในประเทศจะลดลงจากแรงกดดันด้านต้นทุนที่สูงขึ้น โดยเศรษฐกิจอินเดียเติบโตเพียง 5.4% (YoY) ในไตรมาสที่ 3 ปี 67 ต่ำกว่าคาดการณ์ที่ระดับ 6.5% โดยการเติบโตที่ซบเซามาจากภาคการผลิตและการบริโภค ทั้งด้าน วัสดุดิบ ค่าแรง และค่าขนส่ง อย่างไรก็ตาม ความต้องการสินค้าส่งออกกลับเพิ่มขึ้นจากจำนวนคำสั่งซื้อส่งออกใหม่ขยายตัวเร็วที่สุดในรอบ 4 เดือน ประกอบกับดัชนียอดขายอุปสงค์และการขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น แม้การจ้างงานจะเติบโตในอัตราที่ชะลอลง ขณะที่เงินเฟ้อเดือน ต.ค. 67 พุ่งสูงถึง 6.21% (YoY) ซึ่งสูงสุดในรอบ 14 เดือน และสูงกว่ากรอบเป้าหมายของธนาคารกลาง ทำให้นักเศรษฐศาสตร์เตือนการคาดการณ์การลดดอกเบี้ยไปเป็นต้นปีหน้า



ออสเตรเลีย - นาอูรู

ลงนามสนธิสัญญาความมั่นคงและเศรษฐกิจ มูลค่า 89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ออสเตรเลียลงนามสนธิสัญญาความมั่นคงและเศรษฐกิจ มูลค่า 89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ กับนาอูรูเป็นเวลา 5 ปี เพื่อป้องกันไม่ให้ประเทศที่สามเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ซึ่งมีผลในการกีดกันไม่ให้จีนสร้างความสัมพันธ์ด้านการจัดการหน่วยงานตำรวจในนาอูรู ข้อตกลงดังกล่าวยังให้สิทธิยับยั้งการมีส่วนร่วมของจีนในด้านต่าง ๆ โดยต้องได้รับการอนุมัติจากออสเตรเลีย ข้อตกลงนี้ยังมีการให้การรับรองบริการธนาคารของนาอูรู สนับสนุนด้านการศึกษา สาธารณสุข และอื่น ๆ โดยนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียกล่าวว่า จะเป็นหุ้นส่วนด้านความมั่นคงหลักของนาอูรู ทั้งนี้ ธนาคารเครือจักรภพแห่งออสเตรเลียจะได้รับสิทธิพิเศษในการให้บริการทางการเงินในนาอูรูตั้งแต่ปี 68 เป็นต้นไป



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