

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

Journal
TPSO

YEAR
15
ISSUE
162

JANUARY 2025

TPSO
Journal



ก้าวสู่ปีที่ 11

ก้าวต่อไปสู่เศรษฐกิจไทยที่แข็งแกร่งและยั่งยืน

ADVANCING TOWARDS A STRONG AND SUSTAINABLE THAI ECONOMY



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

การผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจ นวัตกรรม และความยั่งยืนเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมเกษตรและเครื่องประดับ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ และสร้างสังคมที่ยั่งยืน

ในวาระสารแรกแห่งปี พ.ศ. 2568 นี้ จะพาทุกท่านไปพบกับบทความ “อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องมือสำคัญทางเศรษฐกิจ” “มันสำปะหลัง พืชมหัศจรรย์เปลี่ยนโลก” “ปรับเปลี่ยนของไร้ค่า...เป็นเครื่องประดับที่มีค่าตามไลฟ์สไตล์ส่วนบุคคล” และ “ยกระดับการผลิตภาคเกษตรด้วย AI” พร้อมอัปเดตข้อมูลเศรษฐกิจการค้าที่น่าสนใจ

ช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญกับปัญหา PM2.5 หลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ มีค่าเกินมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ จึงขอให้ทุกท่านสวมใส่หน้ากากอนามัยที่มีประสิทธิภาพในการกรองฝุ่น PM2.5 และหลีกเลี่ยงกิจกรรมกลางแจ้งแล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

- 03 SPECIAL REPORT
อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องมือสำคัญทางเศรษฐกิจ
- 04 ALL ROUND
มันสำปะหลัง พืชมหัศจรรย์เปลี่ยนโลก
- 06 NEXT MOVE
ปรับเปลี่ยนของไร้ค่า...เป็นเครื่องประดับที่มีค่าตามไลฟ์สไตล์ส่วนบุคคล
- 08 MARKET MOSAIC
ยกระดับการผลิตภาคเกษตรด้วย AI
- 10 ECONOMIC INDICATORS
ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนธันวาคม 2567
- 11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนธันวาคม 2567
- 12 TRADE ALERT
เดือนมกราคม 2568



สนค. ก้าวสู่ปีที่ 11

ก้าวต่อไปสู่เศรษฐกิจไทย ที่แข็งแกร่งและยั่งยืน

Advancing Towards a Strong and Sustainable Thai Economy

เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2568 นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (พอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์ พร้อมด้วยคณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สนค. เข้าร่วมงานครบรอบ 10 ปี วันสถาปนา สนค. ซึ่งได้มีพิธีสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำกระทรวงพาณิชย์ พิธีเจริญพระพุทธมนต์ และถวายสังฆทานพระสงฆ์ เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่

โดย พอ.สนค. กล่าวว่า เราเป็นหน่วยงานน้องเล็กสุดของกระทรวงพาณิชย์ มีขนาดองค์กรที่ไม่ใหญ่บุคลากรน้อย แต่ก็มีความคล่องตัว เจ้าหน้าที่มุ่งมั่นทุ่มเททำงาน จนเป็นที่ยอมรับกับทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน แต่อย่างไรก็ตาม เราต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ต้องปฏิบัติภารกิจอย่างเต็มความสามารถ และเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ภายใต้การดำเนินการด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และอยู่บนพื้นฐานของหลักการที่น่าเชื่อถือ ให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และยึดถือผลประโยชน์ของประเทศชาติเป็นสำคัญ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนองานและเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ให้สมกับที่ปฏิบัติมาตลอดระยะเวลาหนึ่งทศวรรษ



บรรณาธิการ : ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
ผู้จัดทำ : สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ : 0 2507 7895 โทรสาร : 0 2547 5687

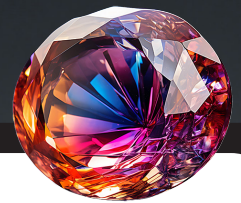
อัญมณีและเครื่องประดับ

เครื่องมือสำคัญทางเศรษฐกิจ

โดย กลุ่มงานยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรม
นโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และการส่งออก อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทักษะการผลิต การออกแบบ และการสร้างงาน รวมไปถึงกระตุ้นการท่องเที่ยวและการลงทุน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตและความมั่นคงของเศรษฐกิจทั้งในระดับชาติและระดับโลก

นโยบายอัญมณีและเครื่องประดับสำคัญระดับโลก



ไทย

ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกผ่านการแสดงสินค้านานาชาติ ดึงดูดทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และขับเคลื่อนสู่การเป็น “ศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ”



เดนมาร์ก

ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ตั้งเป้าลดการปล่อยคาร์บอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการใช้ Lab-Grown Diamond ใช้เงินและทองคำรีไซเคิล 100% เป็นวัสดุในการผลิต



อินเดีย

จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษสำหรับการผลิตและส่งออกเครื่องประดับ พัฒนาทักษะแรงงาน และใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการออกแบบและการผลิตเครื่องประดับ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์



สหราชอาณาจักร

สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง มีนวัตกรรมที่ทันสมัย สามารถผลิตกับทิมและคริสตัลเรืองแสงในห้องทดลองครั้งแรกของโลก



โคลอมเบีย

ก่อตั้งสมาคมผู้ผลิตมรกตโคลอมเบีย ส่งเสริมการขุดเจาะอย่างถูกกฎหมาย และทำ FTA กับกลุ่มเศรษฐกิจและประเทศต่าง ๆ รวม 17 ฉบับ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับการค้าระหว่างประเทศ



สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ยกเว้นภาษีสำหรับอัญมณีและเครื่องประดับบางประเภท และมีการจัดตั้งเขตปลอดอากรเพื่อส่งเสริมการลงทุน และผลักดันให้ UAE เป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับระดับโลก



ออสเตรเลีย

พัฒนาผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในระดับประเทศ มีการจัดฝึกอบรมและรับรองวุฒิปริญญา ส่งเสริมการวิจัย เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมก้าวสู่ความเป็นผู้นำและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล



แคนาดา

ออกกฎหมาย Canadian Environmental Assessment Act เพื่อประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนการอนุมัติสำหรับดำเนินการและเข้าร่วมโครงการป้องกันการค้าขายเพชรที่เกิดจากความขัดแย้ง เพื่อสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรม

แหล่งที่มาข้อมูล: GJEPC / Cognitive Market Research / TechSci Research

WEBSITE

<https://tpso.go.th/>

Important policies around the world



ท่านสามารถดาวน์โหลดข้อมูลฉบับเต็มผ่าน QR Code นี้ :

<https://tpso.go.th/important-policies-around-the-world>





มันสำปะหลัง

พืชมหัศจรรย์เปลี่ยนโลก

มันสำปะหลังเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และได้รับการยอมรับจากองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ว่าเป็นพืชที่ช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหารและพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังเป็นพืชที่ผูกพันกับวิถีชีวิตกับเกษตรกรไทยกว่าเจ็ดแสนครัวเรือน อยู่คู่กับเศรษฐกิจไทยมายาวนาน

ปัจจุบันไทยเป็นผู้ผลิตมันสำปะหลังอันดับ 3 ของโลก รองจากไนจีเรีย และคองโก และเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอันดับ 1 ของโลก โดยปี 2566 ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมูลค่า 3,713.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปี 2567 (มกราคม - ตุลาคม) ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังแล้วมูลค่ากว่า 2,684.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีตลาดส่งออกสำคัญคือ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ นอกจากนี้ไทยยังมีศักยภาพที่จะใช้ประโยชน์จากมันสำปะหลังและนวัตกรรมจากผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การใช้มันสำปะหลังช่วยดูดซับและกักเก็บคาร์บอน ลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนในกระบวนการผลิต ไปจนถึงการสร้างสรรค่นวัตกรรมล้ำสมัยในด้านพลาสติกชีวภาพและอาหารแห่งอนาคต รวมถึงการรับมือกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม

พลาสติกชีวภาพ การปฏิวัติสีเขียวจากมันสำปะหลังเพื่อสิ่งแวดล้อม



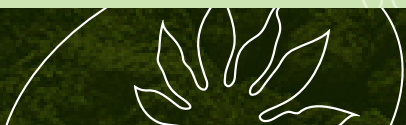
พลาสติกชีวภาพ

ปี 2566	คาดว่าปี 2567
มูลค่าตลาดของพลาสติกชีวภาพทั่วโลก	มูลค่าตลาดของพลาสติกชีวภาพทั่วโลก
96,600	1,353,300
ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ	ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

(ที่มา: www.statista.com)

สอดคล้องกับเทรนด์ในอนาคต ในเรื่องของวิถีโลกที่ใส่ใจสุขภาพและสุขอนามัย ที่ผู้คนในยุคปัจจุบันต่างหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้น พลาสติกชีวภาพที่ได้จากมันสำปะหลังสามารถย่อยสลายได้ด้วยจุลินทรีย์ตามธรรมชาติภายในเวลาไม่กี่เดือน ช่วยลดภาระด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างมากเมื่อเทียบกับพลาสติกทั่วไปที่คงทนอยู่ได้นานหลายร้อยปี ไม่ทิ้งสารตกค้างที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และยังช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากกระบวนการผลิต เมื่อเทียบกับการผลิตพลาสติกทั่วไป ซึ่งผลิตภัณฑ์พลาสติกชีวภาพจากมันสำปะหลังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมการแพทย์ บรรจุภัณฑ์ ยานยนต์ หรือการเกษตร ผลิตเป็นถุงช้อปปิ้งภาชนะใส่อาหาร ซ้อนล้อ หมอน พิล์มคลุมดิน เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพเท่านั้น แต่ยังคงละลายในน้ำได้ จึงช่วยลดความเสี่ยงต่อระบบนิเวศทางธรรมชาติอีกด้วย

อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของไทย ภายใต้แนวคิด BCG (Bio-Circular-Green) ที่รัฐบาลได้สนับสนุนให้เกิดการลงทุน ซึ่งไทยมีแหล่งวัตถุดิบหลักอย่างมันสำปะหลังที่มีคุณภาพสามารถนำมาผลิตพลาสติกชีวภาพได้ อีกทั้งมีความพร้อมด้านห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรม มีความสามารถด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรบุคลากร รวมถึงมีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ปัจจุบันไทยก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา (ที่มา: <https://renewable-carbon.eu/>) ปัจจุบันไทยสามารถผลิตพลาสติกชีวภาพได้กว่า 95,000 ตันต่อปี ผลผลิตมากกว่า 90% ได้ส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยมีตลาดส่งออกสำคัญ คือ จีน ยุโรป เกาหลีใต้ อินเดีย และประเทศในแถบทวีปอเมริกา





นวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตจากแป้งมันสำปะหลัง

ผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลัง อย่างแป้งมันสำปะหลังดัดแปร (Modified Starch) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำแป้งมันสำปะหลังดิบ (Native Starch) มาผ่านกรรมวิธีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ทำให้มีคุณสมบัติเปลี่ยนไปตามความต้องการใช้งาน เช่น การเพิ่มความหนืด การเพิ่มความคงทนต่อความร้อน คงทนต่อความเป็นกรด-ด่าง เป็นต้น ซึ่งจากคุณสมบัติดังกล่าวทำให้สามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารได้หลากหลาย นอกจากนี้ แป้งจากมันสำปะหลังยังเป็นแป้งที่ปราศจากโปรตีนกลูเตนโดยธรรมชาติ จึงเหมาะกับผู้บริโภคที่แพ้โปรตีนชนิดดังกล่าว ปัจจุบันได้มีการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารมนุษย์ และอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงหลายรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถนำมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมสุขภาพ ตามกระแสสังคมที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องการรับประทานอาหารเป็นยา สังคมผู้สูงอายุ และเทรนด์อาหารจากพืช (Plant-Based Food) โดยนำมาใช้เป็นส่วนผสมพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช และอาหารฟังก์ชัน (Functional Foods) ที่ให้ประโยชน์ต่อผู้บริโภค นอกเหนือจากคุณค่าทางโภชนาการพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ด้วยการเสริมคุณสมบัติในการช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงในการเกิดโรคต่าง ๆ

ตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชทั่วโลก	ตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชันทั่วโลก
ปี 2568 มูลค่า 77,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	คาดการณ์ปี 2573 มูลค่า 161,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
	คาดการณ์ปี 2570 มูลค่า 268,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

โดยเฉพาะอาหารฟังก์ชันที่มีการเสริมวิตามินและแร่ธาตุ โปรตีน กรดอะมิโน Iwsไบโอติก พรไบโอติก และใยอาหาร เพื่อเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ก็จะมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

(ที่มา: www.statista.com)

อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านอาหารที่สามารถใช้ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบ คือ บรรจุภัณฑ์อาหารทานได้ (Edible Packaging) ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคยุคใหม่ ที่หันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ จึงมองหาบรรจุภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ทานได้ส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบัน ผลิตมาจากโพลีเมอร์ธรรมชาติ (อาทิ เจลาติน และกลูเตน) หรือแป้งและไขมัน ซึ่งสามารถใช้แป้งมันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้

ตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารทานได้ทั่วโลก	ตลาดบรรจุภัณฑ์อันดับ 1
การเติบโตปี 2566 มูลค่า 711.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	สหภาพยุโรป ส่วนแบ่งการตลาด 37.49%
คาดการณ์การเติบโตปี 2575 มูลค่า 1,193.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	
คิดเป็นอัตราการเติบโตปีแบบทบต้น (CAGR) อยู่ที่ 6.02%	

(ที่มา: <https://www.fortunebusinessinsights.com/>)



อนาคตมันสำปะหลัง พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย

มันสำปะหลังไม่ได้เป็นเพียงพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย แต่ยังเป็นความหวังสำหรับอนาคตที่ยั่งยืนของโลก ด้วยศักยภาพในการลด Carbon Footprint¹ การพัฒนานวัตกรรมพลาสติกชีวภาพ และการสร้างสรรค์อาหารแห่งอนาคต ทำให้มันสำปะหลังมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

ประเทศไทย ในฐานะผู้ผลิตและส่งออกมันสำปะหลังชั้นนำของโลก มีความพร้อมในทุกมิติ ตั้งแต่วัตถุดิบคุณภาพสูง ห่วงโซ่การผลิตที่แข็งแกร่ง เทคโนโลยีที่ทันสมัย ไปจนถึงนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ สิ่งเหล่านี้ทำให้มันสำปะหลังไม่ได้เป็นเพียงพืชสำหรับวันนี้ แต่ยังเป็นโอกาสสำหรับวันข้างหน้า ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ด้วยนวัตกรรมที่ไม่หยุดยั้งและความมุ่งมั่นในการพัฒนาที่ยั่งยืน มันสำปะหลังจึงเป็นพืชมหัศจรรย์ที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนโลก ไม่เพียงแค่ช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหารและพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นต้นแบบของการสร้างอนาคตที่ดีกว่าให้กับประเทศ เกษตรกร และธุรกิจไทยอีกด้วย ซึ่งทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาและวิจัย เพื่อให้เกิดผลผลิตทั้งด้านคุณภาพและปริมาณที่ดียิ่งขึ้นต่อไป



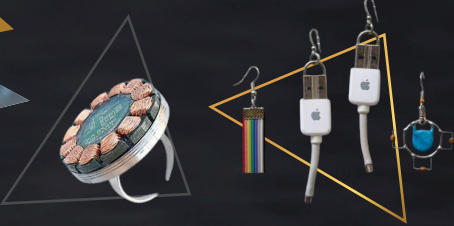
¹Carbon Footprint คือปริมาณก๊าซเรือนกระจก ที่วัดผลกระทบจากกิจกรรมของมนุษย์ที่มีต่อระบบสิ่งแวดล้อมจากวงจรของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การประกอบชิ้นส่วน การขนส่ง การใช้งาน และการจัดการซากหลังใช้งาน

โดย นางสาวกุลจิรา ปานทอง นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สืบค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ปรับเปลี่ยนของไร้ค่า เป็นเครื่องประดับ ทรัพย์สินมีค่า ตามไลฟ์สไตล์ส่วนบุคคล



อุตสาหกรรมเครื่องประดับกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญจากการที่ผู้บริโภคยุคใหม่มีความใส่ใจในกระแสความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในสังคมมากขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนไปใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการรีไซเคิลโลหะมีค่าจากขยะ นำมาทำเป็นเครื่องประดับ ซึ่งไม่ได้ลดทอนความงดงามของผลิตภัณฑ์ แต่กลับเพิ่มคุณค่าและเปิดโอกาสให้อุตสาหกรรมเครื่องประดับสร้างสรรค์ความงามในรูปแบบที่ยั่งยืนมากขึ้น



แหล่งที่มาของโลหะมีค่าจากขยะจำพวก **ขยะอิเล็กทรอนิกส์ (E-waste)** อาทิ โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งมีส่วนผสมของทองคำ เงิน แพลทินัม และพัลลาเดียม ที่อยู่ในแผงวงจรและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ **เครื่องประดับเก่าที่ชำรุดหรือไม่ใช่แล้ว** อาทิ สร้อยคอ แหวน และกำไล ที่ทำจากทอง เงิน และทองคำขาว **วัสดุเหลือใช้ทางการแพทย์** อาทิ ฟิล์มเอกซเรย์ และอุปกรณ์ทางทันตกรรม มีทองคำ เงิน และแพลทินัมเป็นส่วนประกอบ และ**ของใช้ในชีวิตประจำวัน** อาทิ เทรียนยูเก้ เฟอร์นิเจอร์โบราณ และผ้าปัก มีเงินหรือทองคำเป็นส่วนประกอบ กระบวนการนำโลหะมีค่าจากขยะกลับมาใช้ใหม่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการรีไซเคิล เพื่อให้ได้โลหะมีค่าที่บริสุทธิ์ก่อนจะถูกนำมาขึ้นรูปและเตรียมเข้าสู่การผลิตเครื่องประดับต่อไป

หนึ่งในจุดเด่นของเครื่องประดับที่ผลิตจากโลหะรีไซเคิล คือ ประหยัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติใหม่ สนับสนุนการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะและปัญหาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุที่ไม่ใช้งานแล้ว นอกจากนี้ ยังสามารถออกแบบให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล เครื่องประดับเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งของที่มีมูลค่าทางวัตถุเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์และรสนิยมของผู้สวมใส่ด้วย ตัวอย่างการออกแบบที่ได้รับความนิยม อาทิ **สไตล์มินิมอล (Minimal Style)** มักจะเน้นความเรียบง่าย ทันสมัย และคลาสสิก เช่น แหวนพลอกมิต ต่างหูห่วงเล็ก หรือสร้อยข้อมือเส้นบาง สีของโลหะรีไซเคิล เช่น สีเงิน หรือสีทองด้าน (Matte Gold) มอบความรู้สึกเรียบหรูและดูดีในทุกโอกาส **สไตล์เอิร์ธโทน (Earthy/Natural Style)** แนวคิดนี้ได้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ โดยออกแบบเครื่องประดับให้มีลวดลายที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น ใบไม้ ต้นไม้ หรือคลื่นน้ำ นอกจากนี้ อาจมีการประดับด้วยหินธรรมชาติ เช่น หินเทอร์ควอยซ์ หรือหินอาเกต ซึ่งเข้ากันได้เป็นอย่างดีกับโลหะรีไซเคิล **สไตล์โมเดิร์นลักซิวรี (Modern Luxury Style)** จะเน้นความหรูหรา และทันสมัย โดยออกแบบให้มีความซับซ้อนของรูปทรงและการเล่นสีโลหะ เช่น การใช้เทคนิคการชุบสีโรสโกลด์หรือการผสมสีของโลหะที่ต่างกันภายในชิ้นเดียวกัน เพื่อให้ได้เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนความหรูหรา





ตัวอย่างแบรนด์ที่มีการนำโลหะมีค่าที่รีไซเคิลจากขยะมาทำเป็นเครื่องประดับ อาทิ **แบรนด์ Hoover & Strong** จากสหรัฐอเมริกา เป็นผู้ผลิตรายแรก ๆ ที่ใช้ทองคำ แพลทินัม และเงิน ที่รีไซเคิลจากเครื่องประดับที่แตกหัก และเศษวัสดุที่ได้จากอุปกรณ์ทางทันตกรรม มาทำเป็นเครื่องประดับ **แบรนด์ 886 by The Royal Mint** จากสหราชอาณาจักร มีการนำโลหะเงินที่รีไซเคิลจากฟิล์มเอ็กซ์เรย์ทางการแพทย์ที่ถูกทิ้งแล้ว มาทำเป็นเครื่องประดับ **แบรนด์ Pandora** จากเดนมาร์ก โลหะเงินและทองในเครื่องประดับของแบรนด์กว่าร้อยละ 71 มาจากการรีไซเคิลขยะอิเล็กทรอนิกส์ และตั้งเป้าหมายที่จะใช้เป็นโลหะรีไซเคิลทั้งหมดภายในปี 2025 และ **แบรนด์ Brilliant Earth** ใช้ทองและเงินที่รีไซเคิลจากชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าร้อยละ 90 มาทำเป็นเครื่องประดับ

ข้อมูลจาก Global Trade Atlas พบว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2019-2023) มูลค่าการค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.31 ต่อปี โดยในปี 2023 มีมูลค่าการค้า 1.39 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศไทย อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับ 3 ของไทย โดยในปี 2023 มีมูลค่าการส่งออก 14,787.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.19 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ อาเซียน สัดส่วนร้อยละ 17.13 สหภาพยุโรป สัดส่วนร้อยละ 12.97 และสหรัฐอเมริกา สัดส่วนร้อยละ 11.50

ตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับสำคัญของไทย

อาเซียน	สหภาพยุโรป	สหรัฐอเมริกา
17.13%	12.97%	11.50%



มูลค่าการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ปี 2023

โลก	ไทย
มูลค่าการค้า	มูลค่าการส่งออกอันดับ 3 ของโลก
1.39	14,787.22
ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ	ล้านดอลลาร์สหรัฐ
	คิดเป็นสัดส่วน 5.19% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย

ประเทศไทยมีการผลิตเครื่องประดับที่ทำจากโลหะรีไซเคิล โดยเป็นฐานการผลิตให้กับแบรนด์ต่างประเทศ อาทิ **แบรนด์ Pandora** ผู้จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีรายใหญ่ที่สุดในโลก มีโรงงานผลิตอยู่ในประเทศไทยจำนวน 2 แห่ง (กรุงเทพฯ และลำพูน) มีการจ้างช่างฝีมือในไทยกว่า 13,500 ตำแหน่ง และสินค้าที่ผลิตถูกส่งออกไปจำหน่ายมากกว่า 100 ประเทศ นอกจากนี้ ผู้ผลิตในไทยยังมีการผลิตเครื่องประดับที่ทำจากโลหะรีไซเคิลทั้งแบบรับจ้างผลิตตามคำสั่งของลูกค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) และแบบรับจ้างผลิตและออกแบบสินค้าให้กับลูกค้าที่มีแบรนด์แล้ว (Original Design Manufacturer: ODM) อาทิ **บริษัท Regal Jewelry** ผู้ผลิตเครื่องประดับแบบครบวงจรชั้นนำของไทยที่ผลิตทั้งในรูปแบบ OEM และ ODM บริษัทมีการใช้โลหะรีไซเคิลในกระบวนการผลิตเครื่องประดับ อาทิ ทองคำและเงินรีไซเคิล โดยได้รับการรับรองตามมาตรฐาน RJC Code of Practices ซึ่งเป็นมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างที่ยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานเครื่องประดับ ตั้งแต่การทำเหมืองไปจนถึงการค้าปลีก



ข้อเสนอแนะสำหรับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เพื่อเพิ่มการส่งออกและยกระดับให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในระดับสากล

หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถร่วมมือกันขับเคลื่อนตามแนวทาง ดังนี้

1



การพัฒนาแบรนด์และยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้า

ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะในด้านความยั่งยืนและความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำวัสดุรีไซเคิลจากแหล่งที่ยั่งยืนมาใช้มากขึ้น เพื่อลดขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยี เช่น บล็อกเชน (Blockchain) เพื่อยืนยันแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

2



การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งออก

ควรมุ่งเน้นการเจาะตลาดที่มีความต้องการเครื่องประดับแบบยั่งยืน เช่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา ซึ่งผู้บริโภคมักเลือกซื้อสินค้าที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและผลิตด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ในขณะเดียวกัน ความต้องการในตลาดเอเชียแปซิฟิกก็มีแนวโน้มที่จะเติบโต โดยเฉพาะจีนและอินเดีย ซึ่งประชากรรุ่นใหม่มีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การสร้างแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลกผ่านการเล่าเรื่องราวของสินค้า (Storytelling) เช่น การเน้นความชำนาญในงานฝีมือและการผลิตที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม จะช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่าง เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับสินค้าไทยในตลาดโลก

3



การส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

การนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาช่วยในกระบวนการออกแบบเครื่องประดับ ซึ่งช่วยลดเวลา ต้นทุน และสร้างไอเดียใหม่ ๆ หรือนำมาประยุกต์ใช้ในด้านการตลาด อาทิ การทดลองสวมใส่เสมือนจริง (Virtual Try-On) ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถทดลองใส่เครื่องประดับแบบเสมือนจริงผ่านหน้าจอ สมาร์ทโฟนหรือคอมพิวเตอร์ ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

ยกระดับการผลิตภาคเกษตรด้วย AI

เทคโนโลยีทางการเกษตรมีบทบาทสำคัญในการช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ภาคการเกษตรมีความสำคัญ เนื่องจากสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรมีสัดส่วน 17.3% ของการส่งออกรวมทั้งหมดในปี 2566 รวมไปถึงเกษตรกรถือครองพื้นที่การเกษตรกว่า 8.7 ล้านราย ซึ่งมีส่วนสำคัญในการผลักดันผลผลิตทางการเกษตรของไทย

อย่างไรก็ตาม ภาคการเกษตรกำลังเผชิญกับผลผลิตต่อไร่ต่ำ รวมถึงการสูญเสียที่เกิดจากภัยพิบัติตามธรรมชาติ ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอ ในขณะที่เดียวกับการใช้แอปพลิเคชันในการทำการเกษตรอยู่ที่ 29.8% ของผู้ทำการเกษตรทั้งหมดในประเทศเท่านั้น โดยใช้ด้านพยากรณ์อากาศ 66.1% ใช้สำหรับลงทะเบียนติดต่อกับภาครัฐ 54.9% ตรวจสอบราคาปัจจัยการผลิต 18.3% ประกันภัยพืชผลทางการเกษตร 11.4% ตรวจสอบราคาสินค้าที่ขาย 11.1%¹



การนำ AI

มาใช้โดยกลุ่มวิจัยสตรอว์เบอร์รี
มีผลผลิต โดยเฉลี่ย

6.86 กิโลกรัม

ให้ผลผลิตมากกว่าปลูกแบบปกติ

195.7%

ผลตอบแทนการลงทุน (ROI)
สูงกว่ากลุ่มเกษตรกร

75.5%

คาดการณ์ว่าจะมีการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้ในภาคการเกษตรมูลค่า 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2028² ปัจจุบันหลายประเทศมีการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการเกษตร ตัวอย่างเช่น

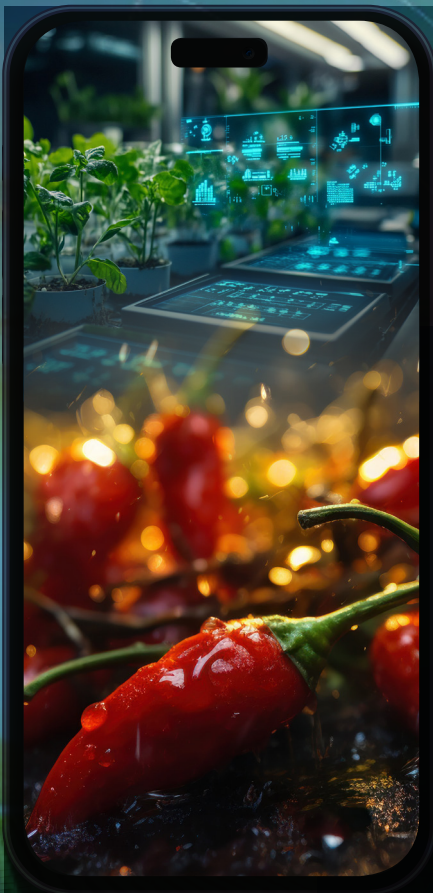
ประเทศจีน ด้วยความร่วมมือกับองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และมหาวิทยาลัยการเกษตรแห่งประเทศจีน (China Agricultural University) มีการทดลองแข่งขันการปลูกสตรอว์เบอร์รีระหว่างกลุ่มเกษตรกรที่ทำการปลูกแบบดั้งเดิม และกลุ่มนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญด้าน AI ในมณฑลยูนนาน พบว่ากลุ่มเกษตรกรมีผลผลิตสตรอว์เบอร์รี โดยเฉลี่ย 2.32 กิโลกรัม ในขณะที่กลุ่มนักวิจัยมีผลผลิตโดยเฉลี่ย 6.86 กิโลกรัม ให้ผลผลิตมากกว่าการปลูกแบบปกติ 195.7% อีกทั้งกลุ่มนักวิจัยยังมีผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) โดยเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มเกษตรกร 75.5% ตามข้อมูลที่ผู้ออกแบบการทดลองในครั้งนี้อย่างงาน

▶ strawberry





บริษัท ZhongAn พัฒนาระบบตรวจจับพฤติกรรมสำหรับฟาร์มไก่ในชื่อ GoGo Chicken ผ่านอุปกรณ์ที่ติดบริเวณขาของไก่ เซ็นเซอร์ในอุปกรณ์จะส่งข้อมูลไปบนระบบ Blockchain ที่ทางบริษัทได้มีการพัฒนาขึ้นมา โดยแสดงข้อมูลสภาพแวดล้อมที่ไก่อาศัยอยู่ ปริมาณอาหารที่ไก่กิน พฤติกรรมการเดินและจำนวนก้าวของไก่ ระบบนี้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับทราบข้อมูลของเนื้อไก่ว่ามีที่มาจากแหล่งใด รวมถึงคุณภาพของเนื้อไก่ว่าควรจะเลือกซื้อหรือไม่



หน่วยงานภาครัฐในรัฐเตลังคานาแถบภาคกลางตอนใต้ของประเทศอินเดีย ด้วยความร่วมมือกับ Digital Green ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่พัฒนา AI เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตและรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกพริกในพื้นที่ดังกล่าวประมาณ 7,000 ครัวเรือน โครงการดังกล่าวมีชื่อว่า Saagu Baagu ซึ่งนอกจากหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรระหว่างประเทศแล้ว บริษัทสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีในอินเดียหลายแห่ง ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนา AI ทางการเกษตรนี้ด้วยเช่นกัน เกษตรกรสามารถขอคำแนะนำเกี่ยวกับการเพาะปลูกพริก การเก็บเกี่ยวผลผลิต ผ่านทางแชทบอทนี้ได้ รวมถึงมีการเปิดศูนย์ทดสอบคุณภาพดินที่พัฒนาเครื่องตรวจโดยใช้ Machine Learning ช่วยในการตรวจสอบ เกษตรกรสามารถนำตัวอย่างดินปลูกไปตรวจสอบความเป็นกรด ปริมาณแร่ธาตุในดิน เพื่อดูคุณภาพดินที่เหมาะสมต่อการปลูกพริกได้ ผลลัพธ์พบว่ากลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีผลผลิตต่อเอเคอร์เพิ่มขึ้น 21% โดยใช้สารกำจัดศัตรูพืชลดลง 9% รวมถึงใช้ปริมาณปุ๋ยลดลง 5% และคาดการณ์ว่าเมื่อใช้กระบวนการปลูกที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถเพิ่มราคาขายต่อหน่วยได้ 8%

AI กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในการยกระดับภาคการเกษตรทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย โดยนำมาประยุกต์ใช้ในหลากหลายขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดการทรัพยากร การตรวจสอบโรคพืช การเก็บเกี่ยวผลผลิต ไปจนถึงการตลาดและการจัดจำหน่าย ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต ประเทศไทยจึงมีโอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าว เพื่อยกระดับภาคการเกษตรและสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประเทศ



ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนธันวาคม 2567

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนธันวาคม 2567

	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	ธ.ค. 67	108.28	-0.18	1.23	0.40
	พ.ย. 67	108.47	-0.13	0.95	0.32
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	ธ.ค. 67	105.41	0.05	0.79	0.56
	พ.ย. 67	105.36	0.10	0.80	0.55
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	ธ.ค. 67	111.0	-0.2	0.9	1.7
	พ.ย. 67	111.2	0.3	-0.1	1.7
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	ธ.ค. 67	112.4	-0.4	0.4	-0.2
	พ.ย. 67	112.8	-0.3	0.4	-0.3

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนธันวาคม 2567 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนธันวาคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 1.23 (YoY) โดยปัจจัยหลักมาจากการสูงขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นผลจากฐานราคาต่ำปีก่อน รวมถึงราคาสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มปรับตัวสูงขึ้นจากราคาผลไม้สด เครื่องประกอบอาหาร และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สำหรับดัชนีราคาผู้ผลิตปรับตัวสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง ส่วนดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตวัสดุฉนวนผิว สุขภัณฑ์อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ปี 2568 ยังคงคาดการณ์ว่าจะอยู่ระหว่างร้อยละ 0.3 - 1.3 (ค่ากลางร้อยละ 0.8) ซึ่งเป็นอัตราที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับสูงขึ้น ประกอบด้วย (1) เศรษฐกิจไทยปี 2568 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปี 2567 ทั้งการขยายตัวของการลงทุนและการบริโภคภาคเอกชน รวมถึงแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทำให้อุปสงค์ต่อสินค้าและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้น และ (2) ราคาน้ำมันดีเซลในประเทศที่กำหนดเพดานไม่เกิน 33 บาทต่อลิตร ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี 2567 ขณะที่ปัจจัยที่กดดันให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ประกอบด้วย (1) ภาครัฐมีแนวโน้มดำเนินมาตรการช่วยเหลือลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่าไฟฟ้าและการตรึงราคาก๊าซ LPG (2) ฐานราคาผักและผลไม้สด ปี 2567 อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์เอลนีโญและลานีญา ขณะที่ในปี 2568 คาดว่าสถานการณ์ดังกล่าวจะไม่รุนแรงและส่งผลกระทบต่อราคาไม่มากนัก และ (3) การชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์และการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศ จะส่งผลให้ค่าเช่าบ้านและราคารถยนต์เพิ่มขึ้นอย่างจำกัด

ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนธันวาคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 1.23 (YoY)

หมวดหมู่	YoY	MoM
อาหาร เครื่องดื่ม	1.28 ▲	-0.51 ▼
เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	-0.51 ▼	-0.09 ▼
ที่อยู่อาศัย	0.39 ▲	0.00 ●
ยา ของใช้ส่วนบุคคล	-0.37 ▼	0.01 ▲
พาหนะ เชื้อเพลิง	2.71 ▲	0.17 ▲
การศึกษา บันเทิง	0.37 ▲	-0.02 ▼
บุหรี่ย สุรา	0.82 ▲	0.00 ●

ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนธันวาคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.90 (YoY)

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)

กิจกรรมการผลิต	YoY	MoM
ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง	6.0 ▲	-1.5 ▼
ผลิตภัณฑ์จากเหมือง	-5.3 ▼	2.1 ▲
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	0.5 ▲	-0.1 ▼

แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)

ขั้นตอนการผลิต	YoY	MoM
สินค้า สำเร็จรูป	2.6 ▲	-0.2 ▼
สินค้า กึ่งสำเร็จรูป	-2.1 ▼	-0.1 ▼
สินค้า วัตถุดิบ	0.7 ▲	-0.4 ▼

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนธันวาคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 0.40 (YoY)

วัสดุ	YoY	MoM
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	1.0 ▲	0.1 ▲
ซีเมนต์	-0.8 ▼	0.0 ●
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	1.2 ▲	0.0 ●
เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	-3.2 ▼	-1.1 ▼
กระเบื้อง	-1.2 ▼	-0.6 ▼
วัสดุฉนวน	1.8 ▲	1.3 ▲
สุขภัณฑ์	0.6 ▲	0.3 ▲
อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	2.8 ▲	0.0 ●
วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	7.0 ▲	-0.5 ▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนธันวาคม 2567 เท่ากับ 51.6

ประเภท	พ.ย. 67	ธ.ค. 67
ภาพรวม	53.2	51.6
ปัจจุบัน	45.1	43.9
อนาคต	58.5	56.7

กรุงเทพฯ/ปริมณฑล: ธ.ค. 67 54.1, พ.ย. 67 56.0

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: ธ.ค. 67 55.3, พ.ย. 67 56.2

ภาคกลาง: ธ.ค. 67 48.7, พ.ย. 67 51.6

ภาคเหนือ: ธ.ค. 67 50.5, พ.ย. 67 51.6

ภาคใต้: ธ.ค. 67 49.1, พ.ย. 67 50.6

กลุ่มอาชีพ	พ.ย. 67	ธ.ค. 67
พนักงานของรัฐ	55.0	57.4
เกษตรกร	51.0	52.8
ผู้ประกอบการ	53.4	54.6
นักศึกษา	52.8	54.6
รับจ้างอิสระ	49.5	49.8
พนักงานเอกชน	50.8	52.7
ไม่ได้ทำงาน	45.6	49.1

การค้าระหว่างประเทศของไทย

เดือนธันวาคม 2567

การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2567

มีมูลค่า **24,765.9** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (853,305 ล้านบาท)

↑ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ที่ 8.7%
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **10.4%**
ภาพรวมการส่งออกทั้งปี 2567 ทำมูลค่าการส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์



โดยการส่งออกในรูปแบบของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ พุ่งทะยานสู่ระดับ 3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นครั้งแรก เช่นเดียวกับการส่งออกในรูปแบบของเงินบาทที่มีมูลค่าสูงกว่า 10 ล้านล้านบาท เป็นครั้งแรกเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ การส่งออกในเดือนธันวาคมได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการส่งออกสินค้าทุนและวัตถุดิบของไทยในทุกหมวดและยังขยายตัวเกือบทุกตลาดส่งออกสำคัญ ท่ามกลางความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของนโยบายทางการค้าโลกในระยะข้างหน้า ทั้งนี้

การส่งออกของไทยทั้งปี 2567 ขยายตัวร้อยละ 5.4 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 5.4

- **การนำเข้า** มีมูลค่า 24,776.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 14.9 สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ เป็นต้น สินค้าที่หดตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ ตลาดที่ขยายตัวดี ได้แก่ จีน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ตลาดที่หดตัว ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และไต้หวัน เป็นต้น
- **ดุลการค้า** เดือนธันวาคม 2567 การค้าขาดดุล 10.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- **แนวโน้มการส่งออกในปี 2568**

กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกทั้งปี 2568 จะขยายตัวได้ที่ร้อยละ 2-3 ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนจากแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเติบโตใกล้เคียงในระดับปัจจุบัน แรงกดดันจากอัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ การย้ายฐานการผลิตมายังกลุ่มประเทศอาเซียน รวมถึงไทยมากขึ้น และการเร่งส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์ของไทย เชื่อมโยงเข้ากับสินค้าส่งออกเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำในระดับโลก ขณะที่ปัจจัยท้าทายจากความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ซึ่งกระทบกับบรรยากาศการค้าโลก ปัญหารัฐศาสตร์ที่ยืดเยื้อยาวนาน และความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้ติดตามสถานการณ์และวางแผนเตรียมความพร้อมร่วมกับภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การค้าไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ธ.ค. 2567 Dec 2024	ม.ค. - ธ.ค. 2567 Jan - Dec 2024
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	24,765.9 +8.7%	300,529.5 +5.4%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	24,776.5 +14.9%	306,809.8 +6.3%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-10.6	-6,280.4

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ธ.ค. 67

สินค้า	มูลค่า			ประเทศ	มูลค่า		
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,633.7	+43.5	10.6	สหรัฐอเมริกา	4,658.3	+17.5	18.8
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,497.0	-7.2	10.1	จีน	3,003.2	+15.0	12.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,444.4	+48.6	5.8	ญี่ปุ่น	1,740.5	+0.6	7.0
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,332.6	+22.5	5.4	อินเดีย	1,257.7	+62.8	5.1
เครื่องจักรกลและ ส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	942.3	+35.6	3.8	เวียดนาม	989.9	+5.8	4.0

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ธ.ค. 67

สินค้า	มูลค่า			ประเทศ	มูลค่า		
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,547.7	-9.7	10.3	จีน	7,225.6	+30.7	29.2
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	1,987.1	+28.4	8.0	ญี่ปุ่น	2,186.8	-1.8	8.8
แผงวงจรไฟฟ้า	1,942.4	+20.1	7.8	สหรัฐอเมริกา	1,626.9	+13.0	6.6
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	1,894.5	+23.1	7.7	สหรัฐอเมริกา	1,517.9	-10.5	6.1
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ	1,577.9	+94.0	6.4	ไต้หวัน	1,302.9	-8.1	5.3



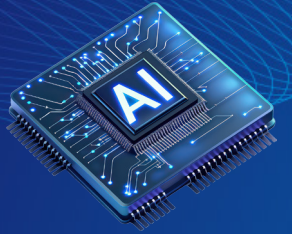


Trade Alert!



Tech ยักษ์ใหญ่ หวั่น เสียตำแหน่งผู้นำเทคโนโลยี จ่อขอระเบียบควบคุมชิป

กลุ่มบริษัทเทคโนโลยีเรียกร้องให้สหรัฐฯ ยุติกฎระเบียบที่จำกัดการเข้าถึงชิป AI ทั่วโลก นำโดยสภาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITI) ซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทใหญ่ อาทิ Amazon, Microsoft และ Meta เรียกร้องให้รัฐบาลสหรัฐฯ ระบุการออกกฎระเบียบ ควบคุมการเข้าถึงชิปสำหรับพัฒนา AI และการขายระบบคอมพิวเตอร์ในต่างประเทศ เนื่องจากข้อจำกัดดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อความเป็นผู้นำของสหรัฐฯ ในด้านการพัฒนา ปัญญาประดิษฐ์ และเป็นการเปิดโอกาสให้กับคู่แข่งเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางตลาด ซึ่งกระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ มีแผนที่จะควบคุมการส่งออกชิปประเภทดังกล่าวเพื่อป้องกันไม่ให้มีการใช้งานที่ผิด รวมถึงการนำไปใช้เพิ่มขีดความสามารถทางทหาร ขณะที่ ITI เสนอให้ข้อเสนอประกาศกฎเกณฑ์เบื้องต้นก่อนบังคับใช้



Bloomberg คาดการณ์ในปี 2568 ธนาคารกลางทั่วโลกจะดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายต่อไป เพื่อสนับสนุนการกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่อาจชะลอการลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อประเมินผลกระทบจากนโยบายขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าของประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตทางเศรษฐกิจ และกดดันให้อัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นโดย Bloomberg คาดการณ์ว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายโดยเฉลี่ยของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐฯ ยูโรโซน สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น จะลดลงจาก 3.6% ในช่วงสิ้นปี 2567 เป็น 2.9% ในช่วงสิ้นปี 2568 หรือลดลง 0.72% ซึ่งน้อยกว่าการลดลงในปี 2567 โดยที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายของสหรัฐฯ คาดว่าจะลดลงจาก 4.5% เป็น 3.75% ยูโรโซน ลดลงจาก 3% เป็น 2% และสหราชอาณาจักรลดลงจาก 4.75% เป็น 3.75% ขณะที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายของญี่ปุ่น คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 0.25% เป็น 1%



"คาดปี 68 ทั่วโลก กระตุ้นเศรษฐกิจต่อเนื่อง" พร้อมเฝ้าระวังนโยบาย ขึ้นภาษีของทรัมป์



จีนอัดฉีดงบแลกเปลี่ยน สินค้าเพิ่ม หวังกระตุ้นเศรษฐกิจ จากพิชวิกฤตอสองหา

จีนขยายโครงการแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อกระตุ้นทางเศรษฐกิจ โดยเพิ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เช่น เตาไมโครเวฟ เครื่องกรองน้ำ และหม้อหุงข้าว เป็นต้น รวมถึงเสนอเงินอุดหนุน 15% สำหรับสินค้าดิจิทัล เช่น โทรศัพท์และแท็บเล็ตที่ราคาต่ำกว่า 6,000 หยวน โดยรัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณราว 11,050 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับรองรับมาตรการดังกล่าว เพื่อที่จะกระตุ้นอุปสงค์ภาคครัวเรือนที่ซบเซาในปี 2568 เนื่องจากวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ที่ลดทอนเงินของผู้บริโภคและการใช้จ่ายของครัวเรือน ซึ่งทางการจีนจะเพิ่มงบประมาณอุดหนุนผ่านการออกพันธบัตรระยะยาวพิเศษในการสนับสนุนมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริโภคโดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ขั้นสูง อัจฉริยะ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ในภาคเทคโนโลยี และการเกษตร



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



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