

Journal  
TPSO  
FEBRUARY 2025

YEAR  
15  
ISSUE  
163

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

TPSO  
Journal



NEXT MOVE

ธุรกิจอินเลิฟ กระตุ้นเศรษฐกิจไทย  
ช่วงวันแห่งความรัก



ISSN 2408-2465  
9 772408 246502



วันวาเลนไทน์ นอกจากจะเป็นวันแห่งความรักแล้ว ยังเป็นช่วงเวลาที่มีธุรกิจหลายประเภทในประเทศไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด สอดรับกับรัฐบาลที่ส่งเสริมการสร้างรายได้และส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ กระตุ้นให้ผู้คนหันมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น นอกจากสินค้าและบริการในช่วงวาเลนไทน์แล้ว ในปัจจุบันธุรกิจไลฟ์สไตล์ก็ได้รับอานิสงส์จากเทศกาลนี้ด้วยเช่นกัน สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้คนให้ความสำคัญกับประสบการณ์และความทรงจำมากกว่าเพียงแค่สินค้า

นอกจากกระแสวาเลนไทน์ในบทความ “ธุรกิจอินเลิฟ กระตุ้นเศรษฐกิจไทยช่วงวันแห่งความรัก” ในวารสารฉบับนี้ ยังพาทุกท่านไปติดตามเทรนด์การค้าอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็น “จับตาแนวโน้มภาคการท่องเที่ยวไทย สู่โอกาสขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะยาว” “การค้าแบบแฟร์เทรด ภายใต้ Fair Trade” และ “โอกาสและความท้าทายในอุตสาหกรรมการผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ของไทย” พร้อมอัปเดตข้อมูลเศรษฐกิจการค้าที่น่าสนใจอีกเช่นเคยค่ะ

หลังมอบความรักในคนรอบข้างแล้ว อย่าลืมการรักตัวเองด้วยนะคะ เพราะการรักตัวเองคือการเริ่มต้นที่ดีที่สุด ให้รางวัลกับตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อน ออกกำลังกาย หรือทำกิจกรรมที่ชอบ ก็ล้วนแต่เป็นการเติมพลังให้กับชีวิต แล้วพบกันใหม่ในวารสารฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL REPORT

จับตาแนวโน้มภาคการท่องเที่ยวไทย  
สู่โอกาสขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะยาว

04 ALL ROUND

การค้าแบบแฟร์เทรด ภายใต้ Fair Trade

06 NEXT MOVE

ธุรกิจอินเลิฟ กระตุ้นเศรษฐกิจไทยช่วงวันแห่งความรัก

08 MARKET MOSAIC

โอกาสและความท้าทายในอุตสาหกรรมการผลิต  
ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ของไทย

10 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนมกราคม 2568

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนมกราคม 2568

12 TRADE ALERT

เดือนกุมภาพันธ์ 2568



GETTING AROUND  
WITH TPSO  
ฉบับที่ 163

# สนค. ลุยภาคใต้ ลงพื้นที่ศึกษาการสร้างเสถียรภาพการค้าปาล์มน้ำมัน

เมื่อวันที่ 3 - 7 กุมภาพันธ์ 2568 นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) นำทีมผู้บริหาร พร้อมเจ้าหน้าที่ สนค. ลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ภาคใต้ ภายใต้โครงการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการสร้างเสถียรภาพและความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าพืชสวน (ปาล์มน้ำมัน) ณ พื้นที่จังหวัดชุมพร และสุราษฎร์ธานี เพื่อศึกษา รวบรวมข้อมูลสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าปาล์มน้ำมัน วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย แนวทางการสร้างเสถียรภาพ เพิ่มโอกาสและศักยภาพการแข่งขันทางการค้าสินค้าปาล์มน้ำมัน จากผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน ซึ่งจังหวัดชุมพร และสุราษฎร์ธานี เป็นที่ตั้งของบริษัทรายใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน และยังเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในด้านพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงมีพื้นที่ให้ผลผลิตสูงเป็นลำดับต้น ๆ ของประเทศ (โดยเฉพาะสุราษฎร์ธานี ที่มีพื้นที่เพาะปลูก มีพื้นที่ให้ผล และมียอดผลผลิตสูงสุดของประเทศ) ซึ่งนอกจากการเก็บข้อมูลเชิงลึก และรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว สนค. ยังตั้งเป้าหมายศึกษาตัวอย่าง Best Practice ของประเทศคู่ค้า และคู่แข่ง เพื่อให้สินค้าเกษตรไทยสามารถแข่งขัน เติบโต และเตรียมพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกต่อไป



# จับตาแนวโน้ม ภาคการท่องเที่ยวไทย

SPECIAL  
REPORT

โดย นางสาวชวีศา พิศาลวิชรินทร์ นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ  
กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

## สู่โอกาสขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะยาว

### ความสำคัญของภาคการท่องเที่ยว ต่อเศรษฐกิจไทย

ภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย  
สะท้อนจากข้อมูล Tourism GDP ไตรมาส 3 ของปี 2567

มีมูลค่า **650,952** ล้านบาท  
คิดเป็น 14.16% ของเศรษฐกิจประเทศ

นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างงานในหลากหลายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร  
และบริการคมนาคม อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยที่กระทบต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจ  
เดินทางของนักท่องเที่ยว อาทิ วิกฤตเศรษฐกิจ โรคระบาด ภัยพิบัติทางธรรมชาติ และ  
ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานในประเทศจุดหมายปลายทาง

### กลุ่มนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรก ที่เดินทางมาประเทศไทยปี 2567

|                                                                                   | อันดับ   | สัญชาติ   | คน        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----------|
|  | อันดับ 1 | จีน       | 6,733,162 |
|  | อันดับ 2 | มาเลเซีย  | 4,952,078 |
|  | อันดับ 3 | อินเดีย   | 2,129,149 |
|  | อันดับ 4 | เกาหลีใต้ | 1,868,945 |
|  | อันดับ 5 | รัสเซีย   | 1,745,327 |

### สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย และรายได้ด้านการท่องเที่ยว ปี 2567



#### นักท่องเที่ยวต่างชาติรวม

**35.54** ล้านคน  
เพิ่มขึ้น 26.27% เมื่อเทียบกับปี 2566



#### รายได้

**1.67** ล้านล้านบาท

สะท้อนถึงการฟื้นตัวที่ชัดเจนของภาคการท่องเที่ยวไทย  
โดยคาดว่าจะได้รับอานิสงส์จาก

1



อุปสงค์การท่องเที่ยว  
ระหว่างประเทศสูงขึ้น

2



มาตรการยกเว้นวีซ่า

3



การยกเว้นวีซ่า 7 วัน

4



การขยายเส้นทาง  
การบินมายังประเทศไทย

### ตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อรายได้ ด้านการท่องเที่ยว

1

#### จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)

เป็นตัวแปรขนาดใหญ่และสามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ  
ในวงกว้างมากที่สุด โดยหากนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก จะทำให้  
เกิดการใช้จ่ายที่หลากหลายและการขยายตัวของอุปสงค์  
ในระบบเศรษฐกิจ

2

#### วันพักเฉลี่ย (วัน)

นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาการพำนักรู้้นขึ้น ก็มีแนวโน้ม  
จะใช้จ่ายในกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น ช่วยสร้างรายได้แก่ธุรกิจ  
ที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ การส่งเสริมตัวแปรนี้  
มีความท้าทาย เนื่องจากขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล อาทิ ระยะเวลาที่สามารถ  
ท่องเที่ยวได้มีจำกัด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยน

3

#### ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน (บาท)

อาทิ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายด้านความบันเทิง  
โดยตัวแปรนี้จะสะท้อนคุณภาพของนักท่องเที่ยวและ  
ความสามารถในการใช้จ่าย หากนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่าย  
ต่อคนต่อวันในระดับสูง ก็จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยว  
แม้จำนวนนักท่องเที่ยวจะไม่เพิ่มขึ้น

### เจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ สร้างมูลค่าเพิ่มภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจไทย

ปัจจุบันโครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตลาดระยะใกล้ (Short haul) และมักมีค่าใช้จ่ายและวันพักเฉลี่ยไม่สูงนัก  
ดังนั้น การเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ จะสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

1

#### กลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

ซึ่งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าว อาทิ สปา และ  
การฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะทาง มักมีมูลค่าสูงกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป  
จึงมีแนวโน้มที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงเข้ามาในไทย  
ได้มากขึ้น

2

#### กลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Event Tourism)

ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางในการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีความสนใจ  
เดียวกัน อาทิ การแสดงดนตรี งานเทศกาล และการแข่งขันกีฬา  
โดยกิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างความรื่นเริงและประสบการณ์  
ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยว แต่ยังกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทาง  
เศรษฐกิจ ส่งผลต่อการกระจายรายได้และขยายการเติบโตของ  
เศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ



# การค้าแบบแฟร์แฟร์ ภายใต้ Fair Trade



การค้าที่เป็นธรรม หรือ Fair Trade เป็นแนวคิดที่นิยมโดย The International Fair Trade Charter<sup>1</sup> หมายถึงความร่วมมือทางการค้าที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเจรจา ความโปร่งใส และความเคารพซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเสมอภาคทางการค้าระหว่างประเทศ เน้นการเพิ่มมูลค่าทางการค้าให้แก่สินค้า การจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า และการส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกำหนดราคาขั้นต่ำที่เป็นธรรม การจัดสรรเงินพิเศษเพื่อพัฒนาชุมชน การสร้างความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร เป็นต้น

ปัจจุบัน หลายประเทศทั่วโลกเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาการค้า Fair Trade ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความโปร่งใสในกระบวนการการค้า ช่วยให้เกษตรกรและผู้ผลิตได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ และยังตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนใน 3 มิติสำคัญ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลจาก Fairtrade International เปิดเผยว่า ในปี ค.ศ. 2022 ประเทศที่มีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ Fairtrade มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ โกลด์โคสต์ ประเทศโคโลมเบีย อินเดีย และเคนยา โดยมูลค่าการค้าที่เกษตรกรหรือผู้ผลิตได้รับเพิ่มจากราคาขายสินค้าปกติ (Fairtrade Premium) คิดเป็นจำนวนเงิน 222.8 ล้านยูโร (หรือ 230.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นประมาณ 7,820.8 ล้านบาท)<sup>2</sup> เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 10.5% มีการเติบโต CAGR ประมาณ 4.4% ต่อปี โดยส่วนใหญ่มาจากลาตินอเมริกาและแคริบเบียน (62.3%) รองลงมา ได้แก่ แอฟริกา (31.1%) และเอเชีย (6.6%) สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม (Fairtrade Premium) สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กาแฟ (สัดส่วน 42.9% ของมูลค่า Fairtrade Premium, 95.6 ล้านยูโร) โกโก้ (23.7%, 52.8 ล้านยูโร) กล้วย (17.1%, 38.2 ล้านยูโร) อ้อยน้ำตาล (4.6%, 10.3 ล้านยูโร) ดอกไม้และพืชพันธุ์ (3.4%, 7.6 ล้านยูโร) และอื่น ๆ (8.3%, 18.3 ล้านยูโร) โดย ตลาดที่มีมูลค่าการค้าปลีกสินค้าที่ได้รับการรับรอง Fairtrade สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สหราชอาณาจักร เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา



ประเทศที่มีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ Fairtrade มากที่สุด 5 อันดับแรก



สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม (Fairtrade Premium) สูงสุด 5 อันดับแรก



ตลาดที่มีมูลค่าการค้าปลีกสินค้าที่ได้รับการรับรอง Fairtrade สูงสุด 3 อันดับแรก



ไทยมีพื้นที่ที่ได้รับการรับรอง Fairtrade ครอบคลุมพื้นที่ 13,762.2 เฮกตาร์ / 86,013.7 ไร่ แบ่งชนิดสินค้าออกเป็น 3 ชนิด



โดยปริมาณการค้าสินค้า Fairtrade จำนวน 7,270 ตัน  
มูลค่าเพิ่ม Fairtrade Premium 220,707 ยูโร  
หรือ 228,168.4 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นประมาณ 7.7 ล้านบาท

ในส่วนของไทย ในปี ค.ศ. 2022 ไทยมีพื้นที่ที่ได้รับการรับรอง Fairtrade ครอบคลุมพื้นที่ 13,762.2 เฮกตาร์ (86,013.7 ไร่) แบ่งตามชนิดสินค้าออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่ ข้าว (95.3% ของพื้นที่ที่ได้รับการรับรอง Fairtrade) ผลไม้สด (3.3%) และสมุนไพร ชาสมุนไพร และเครื่องเทศ (1.4%) โดยปริมาณการค้าสินค้า Fairtrade จำนวน 7,270 ตัน และมูลค่าเพิ่ม Fairtrade Premium กว่า 220,707 ยูโร (หรือ 228,168.4 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นประมาณ 7.7 ล้านบาท)<sup>2</sup> จากข้าว และผลไม้สด เป็นสัดส่วน 61.7% และ 38.3% ของมูลค่า Fairtrade Premium ของไทย ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการรับรอง Fairtrade จาก FLOCERT จำนวน 36 ราย



การค้าที่เป็นธรรมไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะการค้าระหว่างประเทศ แต่ยังครอบคลุมถึงการค้าภายในประเทศ โดยเฉพาะในห่วงโซ่อาหารซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภคในประเทศอย่างใกล้ชิด ตัวอย่างประเทศที่ใช้แนวคิด Fair Trade ได้แก่



## สหรัฐอเมริกา



ออกข้อบังคับเรื่องความโปร่งใสในการทำสัญญาและการแข่งขันของผู้เลี้ยงสัตว์ปีก (Transparency in Poultry Grower Contracting and Tournaments) กำหนดให้เปิดเผยข้อมูลผู้เลี้ยงและผู้ค้าสัตว์ปีกมีชีวิต รวมถึงระบบการชำระเงินและการปรับปรุงทุน (Poultry Grower Payment Systems and Capital Improvement Systems) (อยู่ระหว่างปรับปรุง หลังจากรับฟังข้อคิดเห็นเมื่อเดือนสิงหาคม 2567)



## สหราชอาณาจักร



ประกาศแผนส่งเสริมความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร ภายใต้กฎหมาย Agriculture Act 2020 โดยกำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจนในสัญญาระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ เช่น การยกเลิก ระยะเวลาของสัญญา และการกำหนดราคาที่โปร่งใส รวมถึงได้ออกข้อบังคับ Fair Dealing Obligations (Milk) Regulations 2024 (FDM24) ใช้ในสินค้านมแล้ว และอยู่ระหว่างดำเนินการออกข้อบังคับสำหรับสุกร และไข่



## สหภาพยุโรป



เมื่อต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ได้แก้ไขระเบียบองค์กรตลาดร่วมด้านสินค้าเกษตร (Common Market Organizations) และร่างกฎระเบียบใหม่ว่าด้วยการบังคับใช้ข้ามพรมแดนเพื่อต่อต้านการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยให้มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรและจัดตั้งกลไกไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อ เพื่อลดความขัดแย้งและสร้างความเป็นธรรมในการเจรจา



## ฝรั่งเศส



ออกกฎหมาย EGAlim จะมีผลบังคับใช้ในเดือนเมษายน 2568 เพื่อสร้างสมดุลในความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้จัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะการคุ้มครองเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น กำหนดช่วงเวลาการเจรจาต่อรองระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้จัดจำหน่ายทุกปี (1 ธันวาคม – 1 มีนาคม) หากไม่เป็นไปในช่วงเวลาดังกล่าว สามารถบอกเลิกสัญญาได้โดยถือว่าไม่ผิดสัญญา นอกจากนี้ กำหนดให้สถาบันการศึกษาและสถาบันสุขภาพของรัฐ ต้องจัดซื้อสินค้าที่ยั่งยืนอย่างน้อย 50% รวมถึงสินค้า Fair Trade

**การส่งเสริม Fair Trade** ถือเป็นโอกาสสำคัญที่สอดคล้องกับเทรนด์การค้าที่ยั่งยืนในระดับโลก โดยข้อมูล Voice of the Consumer Survey 2024 จาก PricewaterhouseCoopers ระบุว่า

ปัจจัยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนสำคัญ  
ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกสินค้า

ผู้บริโภคยินดีจ่ายราคาสูงกว่าค่าเฉลี่ย

สำหรับสินค้าที่ผลิตหรือ  
จัดหาอย่างยั่งยืน

9.7%

เลือกสินค้าจากผู้ประกอบการ  
ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

20%

เลือกสินค้าจากการ  
มีส่วนร่วมของชุมชน

17%

ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายสินค้าที่ผลิตจากผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงด้านจริยธรรม  
(เช่น สิทธิมนุษยชน) สูงกว่าราคาเฉลี่ยของสินค้าปกติที่ประมาณ 1-5%



แม้ว่าตลาดสินค้าในระบบ Fair Trade จะยังมีขนาดเล็ก แต่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องตามกระแสการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของไทย อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความเป็นธรรมและโปร่งใสต่อการค้าสินค้าเกษตร การผลักดันแนวทางส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการผลิต การค้า และการบริโภคสินค้าที่มาจากการค้าที่เป็นธรรม ไม่เพียงช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนความเท่าเทียมในสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาภาคเกษตรกรรมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

<sup>1</sup>International Fair Trade Charter ก่อตั้งตั้งแต่ปี 2561 โดย World Fair Trade Organisation และ Fairtrade International มีวัตถุประสงค์ช่วยให้ขบวนการแฟร์เทรดนำเสนอมุมมองและวิสัยทัศน์ร่วมกันต่อสาธารณชนทั่วโลก ปัจจุบันยังคงมีอยู่และใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมทั่วโลก

<sup>2</sup>อัตราซื้อเฉลี่ย 1 ดอลลาร์สหรัฐ = 33.9545 บาท และ 1 ยูโร = 35.1024 บาท (ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2567)





# ธุรกิจอินเลิฟ

## กระตุ้นเศรษฐกิจไทยช่วงวันแห่งความรัก



บรรยากาศเดือนกุมภาพันธ์เป็นเดือนแห่งความรักที่มีการเฉลิมฉลองกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย ซึ่งไทยเป็นตลาดที่ใหญ่และมีศักยภาพในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความรัก ทั้งธุรกิจการช่วยให้คนรักกัน ธุรกิจที่รองรับวิถีชีวิตคนโสด และธุรกิจที่ให้บริการคู่รักและครอบครัว สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการสร้างรายได้และส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่กฎหมายสมรสเท่าเทียมของไทยมีผลบังคับใช้ ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บรรยากาศแห่งความรักมีความเปิดกว้างและดึงดูดคู่รักที่หลากหลายยิ่งขึ้น

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล ที่สำนักงานสถิติแห่งชาติเผยแพร่ล่าสุดว่า เมื่อปี 2566 ประชากร 1 ใน 5 ของคนไทยเป็นคนโสด<sup>1</sup> โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 23.9% และยิ่งไปกว่านั้น หากพิจารณาเฉพาะประชากรช่วงอายุ 15 ถึง 49 ปี พบว่า มีสัดส่วนคนโสดถึง 40.5% ในขณะที่ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า กิจกรรมเกี่ยวกับการนัดหมายและสำนักงานจัดหาคู่ และธุรกิจจัดงานแต่งงาน เป็นธุรกิจในกลุ่มกิจกรรมการบริการอื่น ๆ ส่วนบุคคล ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น (TSIC 96309) ในปี 2567 มีนิติบุคคลรวมกัน 2,682 ราย คิดเป็นสัดส่วน 0.33% ของนิติบุคคล ธุรกิจบริการทั้งหมดของไทย โดยส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลรายย่อยและขนาดเล็ก รายได้รวม 12,007.65 ล้านบาท แสดงให้เห็นถึงโอกาสและตลาดที่ยังเปิดกว้างสำหรับธุรกิจนี้



ประชากร 1 ใน 5 ของคนไทยเป็นคนโสด<sup>1</sup>  
โดยมีสัดส่วนอยู่ที่  
**23.9%**  
ช่วงอายุ 15 ถึง 49 ปี สัดส่วนคนโสด  
**40.5%**

นิติบุคคลกลุ่มกิจกรรมบริการอื่น ๆ ส่วนบุคคลฯ (TSIC 96309)  
ซึ่งรวมถึงธุรกิจจัดหาคู่ และธุรกิจจัดงานแต่งงาน

นิติบุคคลรวมกัน  
**2,682 ราย**

คิดเป็นสัดส่วน 0.33%  
ของนิติบุคคลของธุรกิจบริการทั้งหมดของไทย  
รายได้รวม

**12,007.65 ล้านบาท**

โดยส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลรายย่อยและขนาดเล็ก  
แสดงให้เห็นถึงโอกาสและตลาดที่ยังเปิดกว้างสำหรับธุรกิจนี้





ปัจจุบัน ธุรกิจให้บริการแอปพลิเคชันหาคู่ที่เป็นที่นิยมทั่วโลก โดยในไทยก็มีแอปพลิเคชันเหล่านี้ให้บริการอยู่หลากหลาย ทั้งที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคลไทยและธุรกิจข้ามชาติ โดยนิติบุคคลไทยซึ่งให้บริการแอปพลิเคชันจัดอยู่ใน ธุรกิจประเภทกิจกรรมการจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (ยกเว้นซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป) (TSIC 58202) ซึ่งมีนิติบุคคลรวมกัน 2,366 ราย รายได้รวม 30,348.34 ล้านบาท



## นิติบุคคลกลุ่มกิจกรรมการจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปฯ (TSIC 58202) ซึ่งรวมถึงธุรกิจให้บริการแอปพลิเคชันหาคู่

นิติบุคคลรวมกัน  
**2,366 ราย**  
รายได้รวม  
**30,348.34 ล้านบาท**

นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการใช้เวลาของคู่รักและครอบครัวในไทยอีกจำนวนมาก อาทิ ธุรกิจค้าปลีกและห้างสรรพสินค้า (TSIC 47) มีจำนวนนิติบุคคลกว่า 1 แสนราย ร้านอาหารและบริการจัดเลี้ยง (TSIC 56) มีจำนวนนิติบุคคลกว่า 2.5 หมื่นราย กลุ่มที่พักและโรงแรม (TSIC 55) มีจำนวนนิติบุคคลกว่า 1.2 หมื่นราย และโรงพยาบาล (TSIC 8610) มีจำนวนนิติบุคคล 45 ราย ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มีส่วนรวมกว่าร้อยละ 19.05 ของธุรกิจบริการทั้งหมดของไทย และในช่วงเวลาสั้นๆ นี้จะมีโอกาสสร้างรายได้และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยได้อย่างมาก ทั้งนี้ จากผลสำรวจของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยพบว่า ช่วงเทศกาลวาเลนไทน์ในปี 2568 มีเงินสะพัดในไทยประมาณ 2,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.2% จากปี 2567



**ธุรกิจค้าปลีกและ  
ห้างสรรพสินค้า**  
(TSIC 47)

จำนวนนิติบุคคล

**109,323**

ราย



**ร้านอาหารและ  
บริการจัดเลี้ยง**  
(TSIC 56)

จำนวนนิติบุคคล

**25,671**

ราย



**กลุ่มที่พักและโรงแรม**  
(TSIC 55)

จำนวนนิติบุคคล

**12,942**

ราย



**โรงพยาบาล**  
(TSIC 8610)

จำนวนนิติบุคคล

**45**

ราย

แม้ว่าธุรกิจจัดหาคู่และธุรกิจอื่น ๆ มีโอกาสได้อานิสงส์จากช่วงวันวาเลนไทน์ในปีนี้อย่างไรก็ตาม อาจต้องเผชิญกับความท้าทายไม่ว่าจะเป็น สภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ราคาสินค้าและบริการที่สูง และค่านิยมและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งภาครัฐก็เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้าง สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม โดยกระทรวงพาณิชย์สามารถมีส่วนช่วยกระตุ้น เศรษฐกิจในช่วงวันแห่งความรักได้ อาทิ

**01**



จัดกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการออกร้าน  
ในช่วงเวลาดังกล่าวตามสถานที่ต่าง ๆ

**02**



ลดหรือควบคุมราคาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง  
ให้เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอย

**03**



ให้ความรู้กับผู้ประกอบการหรือผู้สนใจ  
ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง  
ไม่ว่าจะเป็นแนวโน้มผู้บริโภค ความต้องการ  
ของตลาด และการนำเทคโนโลยีมาใช้  
ให้เหมาะสมกับการทำธุรกิจและพฤติกรรม  
ของผู้บริโภคยุคใหม่



# โอกาสและความท้าทายใน อุตสาหกรรมการผลิต ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ของไทย

อุตสาหกรรมการผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ (Hard Disk Drive : HDD) ถือเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ  
อย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของไทย สะท้อนได้จากมูลค่าการส่งออก HDD

**ปี 2567**

มูลค่าการส่งออก HDD

**10,301.7** ล้านดอลลาร์สหรัฐ

คิดเป็น 3.4%

ของการส่งออกทั้งหมดของไทย



ไทยยังเป็นฐานการผลิต HDD  
ที่สำคัญที่สุดของโลก

สัดส่วนการผลิตประมาณ

**80%**

ของการผลิตทั่วโลก

ตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก



สหรัฐอเมริกา

**46.51%**



จีน

**14.65%**



เขตบริหารพิเศษ  
ฮ่องกง

**10.27%**



สิงคโปร์

**5.01%**



เนเธอร์แลนด์

**4.19%**



ประเทศอื่น ๆ

**19.37%**



โดยมีบริษัทผู้ผลิต HDD รายใหญ่ของโลกจำนวน 2 รายที่มีฐานการผลิตในไทย  
ได้แก่ บริษัท Seagate Technology จากสหรัฐฯ ซึ่งมีฐานการผลิต  
ในจังหวัดสมุทรปราการ และนครราชสีมา และมีพนักงานกว่า 14,000 คน  
และบริษัท Western Digital จากสหรัฐฯ ซึ่งมีฐานการผลิตในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา และปราจีนบุรี และมีพนักงานกว่า 28,000 คน  
รวมการจ้างงานทางตรงในอุตสาหกรรมการผลิต HDD กว่า 42,000 คน  
 อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนการจ้างงานทางอ้อมในอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง  
กับห่วงโซ่อุปทานการผลิต HDD เช่น การผลิตแผงวงจรพิมพ์ (PCB) วัสดุโลหะ  
และพลาสติก และอุปกรณ์สำรองไฟฟ้า (Power Supply)

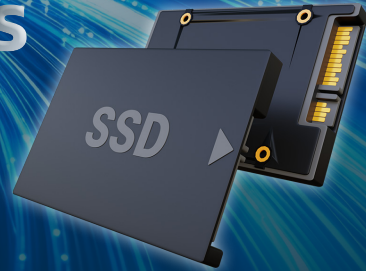


ในช่วงปี 2555 - 2566 อุตสาหกรรมการผลิต HDD ต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันของอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลแบบ Solid State Drive (SSD) ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าและใช้พลังงานน้อยกว่า ทำให้ผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลและสมาร์ตโฟนหันมาเลือกใช้ SSD แทน ส่งผลให้ยอดขาย HDD ลดลงอย่างต่อเนื่อง จาก 577 ล้านยูนิตในปี 2555 เหลือเพียง 127 ล้านยูนิต ในปี 2566 สวนทางกับยอดขาย SSD ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนแซงหน้า HDD ตั้งแต่ปี 2564 เช่นเดียวกับรายได้ของอุตสาหกรรมการผลิต HDD ที่ลดลงจากประมาณ 37,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2555 เหลือไม่ถึง 14,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2566 อย่างไรก็ตาม HDD ยังคงถูกใช้งานอย่างแพร่หลายในระบบจัดเก็บข้อมูลขนาดใหญ่ โดยเฉพาะใน Data Center ที่พึ่งพาการใช้งาน HDD ในสัดส่วนเกือบ 80% เนื่องจากราคาต่อเทราไบต์ที่ยังคงต่ำกว่า SSD ค่อนข้างมาก โดยบริษัท Seagate Technology ได้ประเมินว่าราคาต่อเทราไบต์ของ HDD โดยเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2565 - 2570 ยังคงต่ำกว่า SSD ประมาณ 6.6 เท่า

Hard Disk Drive : HDD

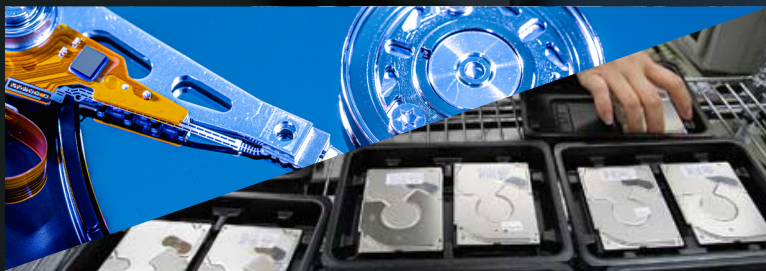


VS



Solid State Drive (SSD)

อุตสาหกรรมการผลิต HDD ได้กลับมาเติบโตอีกครั้งในปี 2567 และคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2572 เป็นอย่างน้อย เนื่องจากความต้องการใช้งาน HDD สำหรับการจัดเก็บข้อมูลใน Data Center ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI)



### รายได้ของอุตสาหกรรมการผลิต HDD ปี 2567

คาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ

**19,500**

ล้านดอลลาร์สหรัฐ

หรือเพิ่มขึ้น 45% เมื่อเทียบกับ ปี 2566

การฟื้นตัวของอุตสาหกรรม HDD นับว่าเป็นข่าวดีสำหรับประเทศไทยในฐานะผู้ผลิต HDD รายใหญ่ที่สุดของโลก

### มูลค่าการส่งออก HDD ของไทย ปี 2567

ขยายตัว

**25.14% (YoY)**

ซึ่งสูงกว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกโดยรวมที่ 5.4% (YoY)

นอกจากนี้ ในเดือนสิงหาคม 2567 บริษัท Western Digital ได้ประกาศการลงทุนเพื่อขยายฐานการผลิต HDD ในไทยเป็นมูลค่ากว่า 23,500 ล้านบาท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการผลิต HDD ของไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ประเมินว่าการลงทุนดังกล่าวจะช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกของไทยอีกกว่า 200,000 ล้านบาทต่อปี และสร้างงานเพิ่มอีกกว่า 10,000 ตำแหน่ง ขณะที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้คาดการณ์ว่าการผลิต HDD ของไทย ในปี 2568 - 2570 จะขยายตัวเฉลี่ย 7% - 8% ต่อปี สอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกที่คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 8.5% - 9.5% ต่อปี

แม้อุตสาหกรรมการผลิต HDD ของไทยจะยังคงมีขนาดที่สดใสอีกอย่างน้อย 4 - 5 ปี ข้างหน้า เนื่องจากการเติบโตของธุรกิจ Data Center และการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี AI รวมทั้งราคาต่อเทราไบต์ของ HDD ที่ยังคงต่ำกว่า SSD ค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม ความต้องการใช้งาน HDD อาจกลับมามีแนวโน้มลดลงอีกครั้งหากในอนาคตราคาต่อเทราไบต์ของ SSD ลดลงจนใกล้เคียงกับ HDD เนื่องจาก SSD มีความได้เปรียบในด้านประสิทธิภาพและการใช้พลังงาน ดังนั้น ไทยจึงควรเร่งดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิต SSD โดยการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานและทักษะแรงงานให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมดังกล่าว ควบคู่ไปกับการรักษาความเป็นผู้นำในการผลิต HDD เพื่อกระจายความเสี่ยงและรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป



# ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนมกราคม 2568

## เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนมกราคม 2568

|                                          | ดัชนี   | %MoM   | %YoY  | %AoA |
|------------------------------------------|---------|--------|-------|------|
| อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation | ม.ค. 68 | 100.57 | 0.10  | 1.32 |
| ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI           | ส.ค. 67 | 100.47 | -0.18 | 1.23 |
| เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation         | ม.ค. 68 | 101.08 | 0.06  | 0.83 |
| ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI     | ส.ค. 67 | 101.02 | 0.05  | 0.79 |
| ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI                   | ม.ค. 68 | 111.1  | 0.1   | 0.7  |
|                                          | ส.ค. 67 | 111.0  | -0.2  | 0.9  |
| ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI             | ม.ค. 68 | 112.3  | -0.1  | 0.3  |
|                                          | ส.ค. 67 | 112.4  | -0.4  | 0.4  |

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนมกราคม 2568 มีความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปเดือนมกราคม 2568 เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2567 สูงขึ้นร้อยละ 1.32 (YoY) โดยปัจจัยหลักมาจากการสูงขึ้นของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นผลจากฐานราคาต่ำในปีที่ผ่านมา ประกอบกับราคาสินค้าในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มปรับตัวสูงขึ้นจากราคาผลผลิตสด เครื่องประกอบอาหาร และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สำหรับดัชนีราคาผู้ผลิตปรับตัวสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง ส่วนดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้นตามราคาสินค้าหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต หมวดวัสดุฉนวนผิว หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ

**แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนกุมภาพันธ์ 2568** คาดว่าจะอยู่ระดับใกล้เคียงกับเดือนมกราคม 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย (1) ราคาน้ำมันดีเซลภายในประเทศที่กำหนดเพดานไม่เกิน 33 บาทต่อลิตร ซึ่งสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน (2) การฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยว ส่งผลให้ราคาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าโดยสารเครื่องบิน และ (3) ราคาสินค้าเกษตรบางชนิดยังอยู่ในระดับสูง เนื่องจากปริมาณผลผลิตยังไม่เข้าสู่ระดับปกติ หลังจากได้รับผลกระทบจากภัยแล้งอย่างยาวนาน โดยเฉพาะพืชสวน เช่น มะพร้าว อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ประกอบด้วย (1) ภาครัฐมีแนวโน้มดำเนินมาตรการช่วยเหลือลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่าไฟฟ้าครัวเรือนและการตรึงราคาก๊าซ LPG (2) ฐานราคาผักสดในปีก่อนหน้าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ขณะที่ในปี 2568 สภาพอากาศเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตเข้าสู่ระบบมากขึ้น และ (3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ

### ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนมกราคม 2568 สูงขึ้นร้อยละ 1.32 (YoY)

|                   |                        |              |                    |
|-------------------|------------------------|--------------|--------------------|
|                   |                        |              |                    |
| อาหาร เครื่องดื่ม | เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า | ที่อยู่อาศัย | ยา ของใช้ส่วนบุคคล |
| YoY 1.78 ▲        | YoY -0.19 ▼            | YoY 0.43 ▲   | YoY -0.53 ▼        |
| MoM 0.18 ▲        | MoM 0.19 ▲             | MoM 0.37 ▲   | MoM 0.06 ▲         |

|                  |                  |             |
|------------------|------------------|-------------|
|                  |                  |             |
| พาหนะ เชื้อเพลิง | การศึกษา บันเทิง | เบียร์ สุรา |
| YoY 2.09 ▲       | YoY 0.45 ▲       | YoY 0.80 ▲  |
| MoM -0.27 ▼      | MoM 0.03 ▲       | MoM 0.00 ●  |

### ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนมกราคม 2568 สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (YoY)

|                                                                      |                    |                     |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------|
| แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity) |                    |                     |
|                                                                      |                    |                     |
| ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง                                       | ผลิตภัณฑ์จากเหมือง | ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม |
| YoY 2.0 ▲                                                            | YoY -2.0 ▼         | YoY 0.6 ▲           |
| MoM -1.4 ▼                                                           | MoM 1.8 ▲          | MoM 0.2 ▲           |

|                                                   |                     |                |
|---------------------------------------------------|---------------------|----------------|
| แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing) |                     |                |
|                                                   |                     |                |
| สินค้าสำหรับรูป                                   | สินค้ากึ่งสำเร็จรูป | สินค้าวัตถุดิบ |
| YoY 2.8 ▲                                         | YoY -2.1 ▼          | YoY -2.4 ▼     |
| MoM 0.2 ▲                                         | MoM 0.3 ▲           | MoM -1.2 ▼     |

### ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนมกราคม 2568 สูงขึ้นร้อยละ 0.3 (YoY)

|                    |            |                  |                        |
|--------------------|------------|------------------|------------------------|
|                    |            |                  |                        |
| ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ | ซีเมนต์    | ผลิตภัณฑ์คอนกรีต | เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก |
| YoY 1.0 ▲          | YoY -1.6 ▼ | YoY 1.2 ▲        | YoY -3.2 ▼             |
| MoM 0.0 ●          | MoM -0.6 ▼ | MoM 0.0 ●        | MoM 0.1 ▲              |

|            |              |            |                      |                     |
|------------|--------------|------------|----------------------|---------------------|
|            |              |            |                      |                     |
| กระเบื้อง  | วัสดุฉนวนผิว | สุขภัณฑ์   | อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา | วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ |
| YoY -1.3 ▼ | YoY 0.8 ▲    | YoY -0.9 ▼ | YoY 2.7 ▲            | YoY 7.3 ▲           |
| MoM -0.1 ▼ | MoM -0.9 ▼   | MoM -1.0 ▼ | MoM -0.1 ▼           | MoM 0.1 ▲           |

### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนมกราคม 2568 เท่ากับ 51.5

|                      |         |         |
|----------------------|---------|---------|
|                      | ส.ค. 67 | ม.ค. 68 |
| ภาพรวม อยู่ในระดับ   | 51.6    | 51.5    |
| ปัจจุบัน อยู่ในระดับ | 43.9    | 43.8    |
| อนาคต อยู่ในระดับ    | 56.7    | 56.7    |

|                  |              |              |
|------------------|--------------|--------------|
| กรุงเทพฯ/ปริมณฑล | ภาคตะวันออก  | ภาคกลาง      |
| ม.ค. 68 52.7     | ม.ค. 68 54.9 | ม.ค. 68 49.7 |
| ส.ค. 67 54.1     | ส.ค. 67 55.3 | ส.ค. 67 48.7 |
| + / -            | + / -        | + / -        |

|              |              |
|--------------|--------------|
| ภาคเหนือ     | ภาคใต้       |
| ม.ค. 68 49.5 | ม.ค. 68 49.4 |
| ส.ค. 67 50.5 | ส.ค. 67 49.1 |
| + / -        | + / -        |

|               |              |              |              |              |              |              |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|               |              |              |              |              |              |              |
| พนักงานของรัฐ | เกษตรกร      | ผู้ประกอบการ | นักศึกษา     | รับจ้างอิสระ | พนักงานเอกชน | ไม่ได้ทำงาน  |
| ม.ค. 68 55.7  | ม.ค. 68 51.5 | ม.ค. 68 52.9 | ม.ค. 68 53.5 | ม.ค. 68 49.3 | ม.ค. 68 50.1 | ม.ค. 68 49.1 |
| ส.ค. 67 55.0  | ส.ค. 67 51.0 | ส.ค. 67 53.4 | ส.ค. 67 52.8 | ส.ค. 67 49.5 | ส.ค. 67 50.8 | ส.ค. 67 45.6 |
| + / -         | + / -        | + / -        | + / -        | + / -        | + / -        | + / -        |

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ ประจำเดือนมกราคม 2568 ผ่าน QR Code นี้





# การค้าระหว่างประเทศของไทย

International  
TRADE FOCUS

โดย กองยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

## เดือนมกราคม 2568

### การส่งออกของไทยในเดือนมกราคม 2568

มีมูลค่า **25,277.0** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (862,367 ล้านบาท)



**ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ที่ 13.6%**  
หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ  
และยุทธปัจจัย ขยายตัว **11.4%**



โดยได้รับแรงหนุนจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง อัตราเงินเฟ้อที่ปรับตัวกลับสู่กรอบเป้าหมาย และการขยายตัวของกิจกรรมภาคการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ที่ประเมินว่าเศรษฐกิจโลกจะขยายตัวได้ร้อยละ 3.3 สะท้อนถึงความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นทั้งในภาคการผลิตและผู้บริโภค นอกจากนี้ การส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างสหรัฐฯ และจีนขยายตัวในระดับสูง ส่งผลดีต่อการส่งออกสินค้าทุน และวัตถุดิบของไทย ท่ามกลางความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ที่อาจสร้างแรงกดดันต่อการค้าโลก

- **การนำเข้า** เดือนมกราคม 2568 มีมูลค่า 27,157.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7.9 **สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **สินค้านำเข้าที่หดตัว** คือ น้ำมันดิบ และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหรัฐอเมริกา **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ ไต้หวัน
- **ดุลการค้า** เดือนมกราคม 2568 การค้าขาดดุล 1,880.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- **แนวโน้มการส่งออกในปี 2568**

กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะมีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 2-3 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ แนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเติบโตตามการขยายตัวของภาคการผลิต สถานการณ์ความขัดแย้งในยูเครนและตะวันออกกลางที่เริ่มคลี่คลาย ดัชนีราคาอาหารโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นซึ่งสะท้อนความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารที่เพิ่มขึ้น รวมถึงโอกาสการส่งออกไปยังสหรัฐฯ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการทดแทนสินค้านำเข้าจากจีน อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยท้าทายที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด อาทิ สถานการณ์การค้าโลกที่ยังคงตึงเครียดความเสี่ยงของการเกิดวิกฤตเงินเฟ้อรอบใหม่ในสหรัฐฯ ผลกระทบจากมาตรการจำกัดการส่งออกน้ำมันของรัสเซีย ที่อาจส่งผลต่อราคาพลังงานและค่าระวางเรือ ตลอดจนผลกระทบจากมาตรการทางการค้าต่าง ๆ เช่น การปรับขึ้นภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ และการทะลักเข้ามาของสินค้าจีน ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจำเป็นต้องรักษาสมดุลทางการค้า กระจายความเสี่ยงด้านตลาดและกำหนดมาตรการที่เหมาะสมเพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดจากสถานการณ์ที่ท้าทาย

## การค้าระหว่างประเทศของไทย

| หน่วย (Unit) :<br>ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD) | ม.ค. 2568<br>Jan 2025 |
|--------------------------------------------------|-----------------------|
| มูลค่าการส่งออก<br>(Export Value)                | 25,277.0<br>+13.6%    |
| มูลค่าการนำเข้า<br>(Import Value)                | 27,157.2<br>+7.9%     |
| ดุลการค้า<br>(Trade Balance)                     | -1,880.2              |

## สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ม.ค. 68

| สินค้า                                      | มูลค่า<br>(ล้าน USD) | △<br>(%YoY) | สัดส่วน<br>(%) | ประเทศ       | มูลค่า<br>(ล้าน USD) | △<br>(%YoY) | สัดส่วน<br>(%) |
|---------------------------------------------|----------------------|-------------|----------------|--------------|----------------------|-------------|----------------|
| อัญมณีและเครื่องประดับ                      | 2,902.1              | +148.9      | 11.5           | สหรัฐอเมริกา | 4,777.9              | +22.4       | 18.9           |
| เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์<br>และส่วนประกอบ | 2,142.8              | +45.0       | 8.5            | จีน          | 2,531.4              | +13.2       | 10.0           |
| รถยนต์ อุปกรณ์<br>และส่วนประกอบ             | 2,100.6              | -16.5       | 8.3            | ญี่ปุ่น      | 1,972.4              | +1.9        | 7.8            |
| ผลิตภัณฑ์ยาง                                | 1,284.7              | +19.9       | 5.1            | อินเดีย      | 1,789.4              | +129.8      | 7.1            |
| เครื่องจักรกลและ<br>ส่วนประกอบ              | 903.1                | +28.1       | 3.6            | มาเลเซีย     | 1,065.4              | +16.8       | 4.2            |

## สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ม.ค. 68

| สินค้า                            | มูลค่า<br>(ล้าน USD) | △<br>(%YoY) | สัดส่วน<br>(%) | ประเทศ                    | มูลค่า<br>(ล้าน USD) | △<br>(%YoY) | สัดส่วน<br>(%) |
|-----------------------------------|----------------------|-------------|----------------|---------------------------|----------------------|-------------|----------------|
| น้ำมันดิบ                         | 2,586.6              | -8.3        | 9.5            | จีน                       | 8,223.7              | +20.3       | 30.3           |
| เครื่องจักรไฟฟ้า<br>และส่วนประกอบ | 2,231.3              | +25.1       | 8.2            | ญี่ปุ่น                   | 2,255.5              | +0.7        | 8.3            |
| เครื่องจักรกล<br>และส่วนประกอบ    | 2,085.8              | +22.7       | 7.7            | สหรัฐอเมริกา<br>เอมิเรตส์ | 1,892.8              | +92.4       | 7.0            |
| แผงวงจรไฟฟ้า                      | 2,037.8              | -4.6        | 7.5            | สหรัฐอเมริกา              | 1,745.1              | +35.8       | 6.4            |
| เคมีภัณฑ์                         | 1,541.6              | +5.6        | 5.7            | ไต้หวัน                   | 1,504.9              | -20.4       | 5.5            |

WEBSITE

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



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมการค้าระหว่างประเทศของไทย  
ประจำเดือนมกราคม 2568 ผ่าน QR Code นี้





## "จีน" โต้กลับนโยบาย "ทรัมป์" ขึ้นภาษ้นำเข้าจากสหรัฐ

จีนกำหนดอัตราภาษ้นำเข้าสินค้าจากสหรัฐ ที่ 10 - 15% เพื่อตอบโต้มาตรการขึ้นภาษีสินค้าจีนของสหรัฐ เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 ก.พ. 68 เป็นต้นไป โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังของจีน ประกาศว่าจะจัดเก็บภาษีด่านหินและก๊าซธรรมชาติเหลวของสหรัฐ ในอัตรา 15% ส่วนน้ำมันดิบ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และรถยนต์บางรุ่น จะถูกเก็บภาษีในอัตรา 10% และจีนยังได้เริ่มการสอบสวนการผูกขาดในบริษัทเทคโนโลยี ของอัลฟาเบต อิงค์ และบริษัทอื่น ๆ ของสหรัฐ อีกจำนวนหนึ่ง โดยระบุว่าเป็น "รายชื่อนิติบุคคลที่ไม่น่าเชื่อถือ" กระทรวงพาณิชย์ของจีนและสำนักงานศุลกากรของจีนยังได้ออกมาตรการควบคุมการส่งออกทั้งสแตน เทลลูเรียม รูทีเนียม และโมลิบดีนัม โดยให้เหตุผลว่าเป็นมาตรการปกป้องผลประโยชน์ด้านความมั่นคงของชาติ โดยสินค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นแร่ธาตุที่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาด

## อินเดียจ่อลดภาษ้นำเข้า หวังแข่งจีนและเวียดนาม

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังของอินเดีย ประกาศจะลดภาษ้นำเข้าสินค้าหลายรายการ ตั้งแต่อิเล็กทรอนิกส์ไปจนถึงสิ่งทอและเครื่องหนัง รวมถึงส่วนประกอบที่สำคัญในการผลิตสมาร์ทโฟน เพื่อส่งเสริมความพยายามในการผลิตและการจ้างงานในประเทศ หลังพิจารณาแล้วว่า หากไม่มีการลดภาษี อินเดียอาจเสียเปรียบจีนและเวียดนาม ในการแข่งขันเพื่อส่งออกสมาร์ทโฟน สินค้าที่ประกาศลดภาษียังรวมไปถึงแร่ธาตุสำคัญ อาทิ โคบอลต์ สังกะสี และตะกั่ว ซึ่งความพยายามในครั้งนี้เกิดขึ้นเพราะอินเดียต้องการรับมือกับภัยคุกคามที่เกิดจากมาตรการเก็บภาษีศุลกากรของ ปธน.โดนัลด์ ทรัมป์ และเพื่อดูดซับนักลงทุนที่เริ่มตัดสินใจย้ายฐานการผลิตออกจากจีนเพื่อหนีผลกระทบจากความขัดแย้งทางการค้าด้วย



## มาเลเซีย – สิงคโปร์ จับมือเปิดตัวเขตเศรษฐกิจพิเศษใหม่

มาเลเซียเปิดตัวเขตเศรษฐกิจพิเศษยะโฮร์ - สิงคโปร์ (JS-SEZ) ครอบคลุมพื้นที่ 3,571 ตร.กม. รองรับ 11 อุตสาหกรรม เช่น การผลิต โลจิสติกส์ เศรษฐกิจดิจิทัล พลังงานสะอาด และการท่องเที่ยว ซึ่งมีเป้าหมายสร้างตำแหน่งงานที่มีทักษะสูง 20,000 ตำแหน่ง ภายใน 5 ปีแรก รองรับการลงทุนกว่า 50 โครงการ และขยายเป็น 100 โครงการ ใน 10 ปี โดยเตรียมพิจารณาเสนอสิทธิประโยชน์ดึงดูดนักลงทุน โดยเฉพาะด้านภาษี เพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุนใหม่ ๆ ซึ่งปัจจุบันสิงคโปร์มีอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลต่ำที่สุดในอาเซียนที่ 17% ในขณะที่มาเลเซียอยู่ที่ 24% ทั้งนี้ ยังเสนอโครงการรถไฟความเร็วสูงระหว่างสองประเทศ เพื่อแก้ปัญหาการสัญจรที่ติดขัดระหว่างสองประเทศ



เกาะติดสถานการณ์  
**เศรษฐกิจการค้า**  
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!

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



ห้ามพลาด !!  
กดสแกน QR Code  
เพื่อดาวน์โหลด บวกแอดไลน์  
ด้านเศรษฐกิจการค้าจาก  
ช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ของ  
สำนักงานนโยบายและ  
ยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์