

Journal
TPSO
JULY 2025

YEAR
15
ISSUE
168

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office



จตุพร บุรุษพัฒน์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

SPECIAL TALK

10 การกิจเร่งด่วนกระทรวงพาณิชย์
"เดินหน้าเศรษฐกิจ ปั่นความเชื่อมั่น
สร้างโอกาสใหม่ให้ทุกภาคส่วน"
ไทยทำ ไทยใช้ ไทยช่วยไทย



ISSN 2408-2465
9 772408 246502

สำหรับเดือนกรกฎาคม เศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญความท้าทายจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ การขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกา แต่ก็ยังมีปัจจัยบวกจากโครงการลงทุนภาครัฐและการส่งออกที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น และนโยบายภาครัฐที่มุ่งกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนจะเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและลดความผันผวนให้เศรษฐกิจไทย

วารสารฉบับนี้ ขอนำเสนอคอลัมน์พิเศษ “10ภารกิจเร่งด่วนพาณิชย์” เดินหน้าเศรษฐกิจฟื้นความเชื่อมั่น สร้างโอกาสใหม่ให้ทุกภาคส่วน ของนายจุรินทร์ บุรุษพัฒน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งขับเคลื่อนเป็น “พาณิชย์หนึ่งเดียว” ทำงานแบบบูรณาการและสื่อสารอย่างเป็นเอกภาพ เพื่อสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืนให้กับประเทศ นอกจากนี้ กอง บก. ยังได้นำข้อมูลเศรษฐกิจการค้าต่าง ๆ ที่น่าสนใจมาฝากอีกเช่นเคย ไม่ว่าจะเป็น “รู้ก่อน รุกก่อน 7 เทรนด์พลิกโฉมวงการอาหารไทย ปี’68 โอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการต้องไม่พลาด” “ยกระดับหม้อแปลงไทย สู่ห่วงโซ่พลังงานโลก” และ “ราคาน้ำมันโลก แรงกระเพื่อมต่อการค้าและเสถียรภาพเศรษฐกิจไทย” รวมถึงการอัปเดตข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้า ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย

หน้าฝนในประเทศไทยมักมาพร้อมกับความท้าทายจากพายุและฝนที่ตกชุก การดูแลสุขภาพจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ อย่าลืมปกป้องร่างกายจากความเสี่ยงและความหนาวเย็นแล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL TALK

10 ภารกิจเร่งด่วนกระทรวงพาณิชย์
เดินหน้าเศรษฐกิจ ฟื้นความเชื่อมั่น สร้างโอกาสใหม่ให้ทุกภาคส่วน

04 ALL ROUND

รู้ก่อน รุกก่อน : 7 เทรนด์พลิกโฉมวงการอาหารไทยปี’68
โอกาสทองสำหรับผู้ประกอบการต้องไม่พลาด

06 NEXT MOVE

ยกระดับหม้อแปลงไทย สู่ห่วงโซ่พลังงานโลก

08 MARKET MOSAIC

ราคาน้ำมันโลก: แรงกระเพื่อมต่อการค้าและเสถียรภาพเศรษฐกิจไทย

10 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนมิถุนายน 2568

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนมิถุนายน 2568

12 TRADE ALERT

เดือนกรกฎาคม 2568



GETTING AROUND
WITH TPSO
ฉบับที่ 168

สนค. ระดมสมอง ศึกษาแนวทาง ปรับโครงสร้างการส่งออกไทย เตรียมสรุป ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้การส่งออก เติบโตอย่างยั่งยืน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดประชุมระดมสมอง (Focus Group) กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนความเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางการปรับโครงสร้างภาคการส่งออกเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยในตลาดโลก เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2568 ณ โรงแรม Queensland กรุงเทพฯ และช่องทางออนไลน์ โดยเปิดเผยถึงความสำคัญของภาคการส่งออกที่เป็นกลไกหลักขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมาอย่างยาวนาน พบโอกาสยกระดับการส่งออกผ่าน 2 คลัสเตอร์ศักยภาพ ในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่และยานยนต์แห่งอนาคต เตรียมสรุปทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อไป

สำหรับ 2 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมศักยภาพนี้ เป็นคลัสเตอร์สำคัญของภาคอุตสาหกรรมไทยที่มีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศและระดับโลก โดยในคลัสเตอร์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่มีการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 23.4 ของการส่งออกรวมในปี 2567 และมีบทบาทด้านการผลิต คิดเป็นร้อยละ 16 ของมูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรมในปี 2566 เป็นหัวใจของการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ส่วนคลัสเตอร์ยานยนต์แห่งอนาคตมีการส่งออกร้อยละ 10 ของการส่งออกรวมในปี 2567 และมีบทบาทด้านการผลิตคิดเป็นร้อยละ 11 ของมูลค่าเพิ่มภาคอุตสาหกรรมในปี 2566 โดยยังคงเป็นกลุ่มสินค้าส่งออกสำคัญและขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย



10 ภารกิจเร่งด่วน กระทรวงพาณิชย์

เดินหน้าเศรษฐกิจ พั่นความเชื่อมั่น
สร้างโอกาสใหม่ให้ทุกภาคส่วน

- 1 ยกระดับหุ้นส่วนเศรษฐกิจ
เร่งสรุปดีลเจรจาสหรัฐฯ
- 2 เร่งเครื่องส่งออกไทย
บุกตลาดใหม่ทั่วโลก
- 3 เร่งรัดการเจรจา FTA
- 4 เสริมแกร่ง SMEs
ให้ทันโลกยุคดิจิทัล
- 5 สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร
อย่างยั่งยืน
- 6 แก้ปัญหาปากท้องประชาชน
ดูแลราคาสินค้าจำเป็นอย่างใกล้ชิด
- 7 ปรามปรามธุรกิจผิดกฎหมาย
อย่างเด็ดขาด รวดเร็ว จริงจัง
- 8 ส่งเสริมและผลักดันการใช้ประโยชน์
จากทรัพย์สินทางปัญญา
- 9 ปฏิรูประบบบริการ
สู่ยุคดิจิทัลเต็มรูปแบบ
- 10 ยกเครื่องกฎหมายพาณิชย์
ทันสมัย โปร่งใส เอื้อต่อการแข่งขัน

จตุพร บุรุษพัฒน์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

ไทยทำ ไทยใช้ ไทยช่วยไทย



7 รู้ก่อน รุกก่อน เทรนด์

พลิกโฉมวงการอาหารไทยปี'68
โอกาสทองที่ผู้ประกอบการต้องไม่พลาด



ในยุคที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจอาหารไทยกำลังเผชิญกับคลื่นแห่งความท้าทายและโอกาส ปี 2567 ตลาดบริการร้านอาหารในประเทศไทยมีมูลค่าค้าปลีกสูงกว่า 9.67 แสนล้านบาท เติบโตต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 - 2567 ด้วยอัตราเฉลี่ย 13.76% ต่อปี สะท้อนความแข็งแกร่งและศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทยในระยะยาว การเติบโตที่มั่นคงนี้ไม่เพียงเกิดจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจหลังวิกฤตต่าง ๆ แต่ยังสะท้อนถึงความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการปรับตัวและนำนวัตกรรมมาสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ปี 2567 ตลาดร้านอาหารของไทยมีมูลค่าค้าปลีก (Foodservice Value RSP (Retail Selling Price))

9.67
แสนล้านบาท

เติบโตต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2564 - 2567

ด้วยอัตราเฉลี่ย (CAGR) **13.76%** ต่อปี และ เติบโต **5.17%** เทียบกับปีก่อนหน้า

ข้อมูลจาก Euromonitor บริษัทวิจัยตลาดชั้นนำระดับโลก

ประเภทร้านอาหาร ประกอบด้วย

1	ร้านอาหารริมทาง แผงลอย และคิออส	2	คาเฟ่และบาร์	3	ร้านอาหารจำกัดการให้บริการ
	สัดส่วน 32.35% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด		สัดส่วน 29.5% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด		สัดส่วน 20.1% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด
4	ร้านอาหารครบวงจร	5	ร้านอาหารแบบบริการตัวเอง	การกระจายตัวของประเภทธุรกิจสะท้อนความหลากหลายในการบริโภคของคนไทย และเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการเลือกพัฒนาโมเดลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของตน	
	สัดส่วน 17.99% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด		สัดส่วน 0.05% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด		

รายงานของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) เรื่อง A Taste of Tomorrow - Food Trends Shaping Thailand's Restaurants in 2025 ได้สำรวจและวิเคราะห์แนวโน้มสำคัญที่กำลังเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภคอาหารในประเทศไทย โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความยั่งยืน และความเป็นเอกลักษณ์ เทรนด์เหล่านี้ไม่เพียงเป็นกระแสในระดับผู้บริโภค แต่เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องการสร้างความแตกต่างและยั่งยืนในตลาด

เทรนด์สำคัญที่สามารถใช้เป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงวงการอาหารไทย

1 อาหารแปรรูปคุณภาพสูง (High-end Preserved Foods)

เน้นรับประทานอาหารที่เก็บรักษาได้นาน สะอาด และมีคุณภาพ เช่น อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง ผักดอง และอาหารกระป๋อง ซึ่งไม่เพียงแต่สะดวกในการเก็บรักษา แต่อาหารเหล่านี้ยังมีการผลิตที่มีคุณภาพและรสชาติระดับพรีเมียมมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าแม้จะเป็นอาหารแปรรูป แต่ก็สามารถนำมาปรุงรสชาติให้อร่อยและมีคุณค่าทางโภชนาการได้ เช่น Juksunchae ร้านอาหารเกาหลีระดับไฮเอนด์ที่ได้รับรางวัลมิชลินไกด์ ในกรุงเทพฯ ได้ยกระดับกิมจิ ผักดองเกาหลีทั่วไป ให้กลายเป็นอาหารที่ซับซ้อนผสมผสานวัตถุดิบสดใหม่ตามฤดูกาล และสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารที่สร้างความประทับใจเป็นอย่างดี



2 ความยั่งยืน (Sustainability)

การส่งเสริมความยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทานมุ่งสู่แนวทางที่ยั่งยืน แสวงหาความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อสังคม และต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการติดฉลากคาร์บอนเป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างความเชื่อมั่น เช่น ร้าน Rimping Supermarket ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความโปร่งใส เป็นร้านค้าปลีกระดับไฮเอนด์ในเชียงใหม่ ที่ใช้ใบต้องแทนถุงพลาสติก และใช้แนวทางตลาดแบบ "Green Grocery Project" หรือโครงการผัก 5 สี แสดงระบบรหัส 5 สี สำหรับวิธีปลูก ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ 100% (สีเขียว) ปุ๋ยเคมีที่ไม่ใช้ยาฆ่าแมลงในระหว่างการปลูก (สีน้ำเงิน) ปุ๋ยเคมีที่ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง 10 วันก่อนการเก็บเกี่ยว (สีเหลือง) การปลูกแบบไฮโดรโปนิคส์ (สีขาว) ไปจนถึงการผลิตเพื่อการตลาดทั่วไป (สีแดง) ซึ่งระบบนี้ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจและเลือกซื้อของที่ต้องการ เป็นแนวทางตลาดที่ส่งเสริมความยั่งยืนและสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค



3 การทำอาหารแบบไร้ขยะ (Zero-Waste Cooking)

การใช้วัตถุดิบให้คุ้มค่าที่สุดเพื่อลดการสูญเสีย และก่อให้เกิดนวัตกรรมอาหารใหม่ ๆ เช่น ใช้เปลือกผักมาทำซอสเข้มข้น ใช้เศษขนมปังมาทำขนมปังกรอบ ใช้เปลือกหรือผิวผลไม้มาทำลูกอม การนำกากกาแฟหรือเปลือกไข่ไปทำปุ๋ยหรือหมักเป็นสารทำความสะอาด ปัจจุบันสถานประกอบการหลายแห่งเลือกเมนูที่ไม่สร้างขยะหรือนำหลักการไม่สร้างขยะมาใช้มากขึ้น

4 ร้านขายของชำแบบไม่ธรรมดาหรือสินค้าดีไซเนอร์พิเศษ (Fancy Groceries or Designer Produce)

การยกระดับสินค้าในร้านขายของชำทั่วไป เช่น เครื่องดื่ม ผลไม้ ผักสด ขนมขบเคี้ยว และอาหารบรรจุหีบห่อให้ราคาสูงขึ้นและคุ้มค่าที่สุดขึ้น โดยเพิ่มเอกลักษณ์และความสร้างสรรค์ลงไปบนสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ การนำเสนอสินค้าที่สะดุดตามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวบนแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ผู้บริโภครับรู้มากขึ้น เช่น ร้าน Driscoll's เปิดตัวผลิตภัณฑ์ผลไม้ระดับไฮเอนด์ใหม่ 2 รายการ ได้แก่ (1) สตรอว์เบอร์รี Tropical Bliss ที่ผสมผสานความหวานของสตรอว์เบอร์รีเข้ากับกลิ่นผลไม้เมืองร้อน และ (2) สับปะรดเสาวรส และสตรอว์เบอร์รี Rosé ซึ่งมีสีชมพูอ่อน รสหวานฉ่ำ พร้อมกลิ่นพืช ดอกไม้ และน้ำเลมอนสีชมพู โดยผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ สร้างประสบการณ์ที่น่าตื่นตาตื่นใจให้กับผู้บริโภค และมีราคาสูงกว่าสตรอว์เบอร์รีทั่วไป



5 ความคิดในการนำเสนอรูปแบบใหม่ (Newstalgia)

การนำเอาอาหารสไตล์ย้อนยุคมาปรับให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ ให้ผู้บริโภคเพลิดเพลินกับประสบการณ์ย้อนยุคและยุคใหม่เข้าด้วยกัน นั่นคือรสชาติที่คุ้นเคยควบคู่กับการนำเสนออาหารที่สร้างสรรค์ เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นและเพิ่มความน่าเชื่อถือในแบรนด์ เช่น ร้าน Sorn (ร้านอาหารมิชลิน 3 ดาวแห่งแรกของไทย) ที่นำอาหารดั้งเดิมมาเสนอในรูปแบบทันสมัย เช่น ปูทราย และไก่กอ ซึ่งเป็นอาหารคลาสสิกและมีชื่อเสียงของภาคใต้ และเชฟได้เพิ่มความแปลกใหม่ด้วยการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลและใช้เทคนิคการทำอาหารและการนำเสนอขั้นสูง ซึ่งไม่เพียงแต่รักษาก้นแท้ของอาหารดั้งเดิมไว้ แต่ยังทำให้อาหารจานนั้นดูโดดเด่นขึ้น ดึงดูดใจผู้บริโภคที่ชื่นชอบและผู้มีรสนิยมดี

6 เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-Alcohol Beverages)

เติบโตถึง 31% ในปี 2567 โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องจากกระแสการดูแลสุขภาพ เช่น Orri Drink เครื่องดื่มอัดลมชนิดแรกของไทยที่มีสารปรับสภาพร่างกาย มีคุณสมบัติพิเศษช่วยปรับสมดุลและบรรเทาความเครียด เครื่องดื่มชนิดนี้ไม่มีน้ำตาลและไม่มีแคลอรี เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ใส่ใจสุขภาพ นอกจากนี้ กระแสความนิยมของการบริโภคชาและกาแฟที่ขงสดด้วยมือที่เพิ่มความพิถีพิถันในการชงและการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาและที่มาของผลิตภัณฑ์ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง



7 โซเชียลมีเดีย (Social Media)

อินฟลูเอนเซอร์ด้านอาหารยังมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นยอดขายในปี 2568 ซึ่งการเผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดียเน้น 5 เรื่อง ได้แก่ (1) ความยั่งยืน (2) เมนูสร้างสรรค์ (3) ประสบการณ์แบบมีส่วนร่วม (4) วิดีโอสั้นผ่าน Instagram Reels และ TikTok และ (5) เน้นขายทั้งอาหารและไลฟ์สไตล์ที่เกี่ยวข้อง การใช้โซเชียลมีเดียไม่เพียงแต่เน้นที่อาหารหรือผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์และบรรยากาศที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญเพื่อดึงดูดผู้บริโภค มอบประสบการณ์และเชื่อมโยงให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ดียิ่งขึ้น



จากข้อมูลสถิติการจดทะเบียนธุรกิจร้านค้า/ร้านอาหารช่วงครึ่งปีแรกของปี 2568 (ม.ค.-มิ.ย.) พบว่า มีจำนวนธุรกิจจัดตั้งใหม่ 1,832 ราย และมีธุรกิจที่ยกเลิกกิจการ 276 ราย แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนี้เต็มไปด้วยการแข่งขันสูงและความท้าทายด้านแนวคิดและการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการร้านค้า/ร้านอาหารควรติดตามเทรนด์ของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายในโลกออนไลน์ โดยเทรนด์อาหารข้างต้นมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการบริหารจัดการ และเข้าใจผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ ความตระหนักถึงเรื่องสุขภาพและการรักษาสีงแวดล้อม ถือเป็นอีกปัจจัยการตลาดที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้รู้สึกคุ้มค่าและประทับใจสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น และนำไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

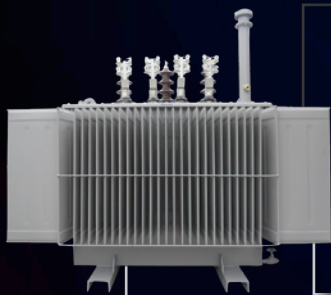
ยกระดับ **หม้อแปลงไทย** สู่ห่วงโซ่พลังงานโลก



โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จากการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ศูนย์ข้อมูล (Data Center) ความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานไปสู่การใช้ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อุปกรณ์สำคัญที่ช่วยทำให้ระบบไฟฟ้าสามารถส่งจ่ายพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ คือ **หม้อแปลงไฟฟ้า** จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ส่งผลให้ความต้องการหม้อแปลงไฟฟ้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลการค้า

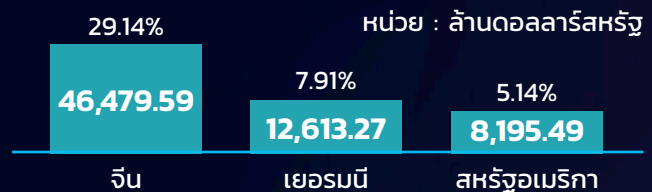
หม้อแปลงไฟฟ้า (HS code 8504)¹ ทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2019 มีมูลค่า 99,145.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2024 มีมูลค่า 159,513.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 9.98% ในช่วงปี 2019-2024



ประเทศไทย ผู้ส่งออก

อันดับ 8 ของโลก
อันดับ 3 ของเอเชีย
มูลค่าส่งออก 4,833 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศที่มีมูลค่าส่งออกของโลก สูงสุด 3 อันดับแรก



ตลาดส่งออกสำคัญของไทย สูงสุด 3 อันดับแรก



ตลาดศักยภาพที่คาดว่าจะทำให้ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสขยายการส่งออก

ตลาดส่งออก หม้อแปลงไฟฟ้า



สหรัฐอเมริกา

มูลค่า 2,088.59
ล้านดอลลาร์สหรัฐ
ขยายตัว 9.57%
(เมื่อเทียบกับปีก่อน)

รัฐบาลมีโครงการ Grid Resilience and Innovation Partnerships (GRIP) สนับสนุนเงินทุนในการติดตั้งหม้อแปลงไฟฟ้าประสิทธิภาพสูง อย่างไรก็ตาม หม้อแปลงไฟฟ้าเป็นสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ โดยทำให้ราคาสินค้ารวมภาษีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาด สหรัฐฯ จึงเป็นตลาดที่มีทั้งโอกาสในการเติบโตและความท้าทายที่น่าจับตามอง





เนเธอร์แลนด์

มูลค่า **745.48** ล้านดอลลาร์สหรัฐ
ขยายตัว 20.18% (เมื่อเทียบกับปีก่อน)

ปัจจุบันเป็นประเทศที่มีสัดส่วน EV สูงที่สุดในยุโรป และมีแผนขยายสถานี Fast Charging ให้ครบ 11,000 จุด ภายในปี 2030 สะท้อนความต้องการระบบไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid) ซึ่งเปิดโอกาสให้ไทยส่งออกหม้อแปลงให้เนเธอร์แลนด์



ไต้หวัน

มูลค่า **311.63** ล้านดอลลาร์สหรัฐ
ขยายตัว 100.52% (เมื่อเทียบกับปีก่อน)

จากการที่รัฐบาลประกาศนโยบาย AI Taiwan Action Plan 2.0 มุ่งใช้ AI ขับเคลื่อนการปรับเปลี่ยนภาคอุตสาหกรรม แก้ปัญหาสังคม และตั้งเป้าหมายให้มูลค่าอุตสาหกรรม AI มากกว่า 8,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2026 ซึ่งเปิดโอกาสให้ไทยสามารถขยายการส่งออกหม้อแปลงไฟฟ้าแรงดันสูงที่จำเป็นต่อระบบเซิร์ฟเวอร์ AI



สำหรับประเทศไทย มีการสนับสนุนอุตสาหกรรมหม้อแปลงไฟฟ้าโดยภาครัฐ อาทิ กระทรวงพาณิชย์ส่งเสริมศักยภาพ

ผู้ประกอบการไทยผ่าน Thailand Trust Mark (T Mark) เครื่องหมายรับรองคุณภาพระดับสากล เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างความเชื่อมั่นในตลาดโลก ทั้งนี้มีอุตสาหกรรมหม้อแปลงไฟฟ้า เข้ามาขอการรับรองในการใช้ตรา T Mark เพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สนับสนุนการลงทุนในกิจการหม้อแปลงไฟฟ้าในประเทศ โดยเฉพาะกิจการที่มุ่งเน้นการประหยัดพลังงานและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงสิทธิประโยชน์ทางภาษีและไม่ใช้ภาษี และกระทรวงอุตสาหกรรม สนับสนุนด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหม้อแปลงไฟฟ้าที่ใช้ น้ำมัน EnPAT² การทดสอบคุณสมบัติและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) สินค้าหม้อแปลงไฟฟ้าโดยเฉพาะ ขณะที่ภาคเอกชนมีการจำหน่ายและให้บริการครบวงจรเกี่ยวกับหม้อแปลงไฟฟ้า อาทิ บริษัท อิทธิชัย จำกัด (มหาชน) ส่งออกหม้อแปลงไปยังเอเชียและโอเชียเนียมากกว่า 30 ประเทศ ขณะที่บริษัท เอกรัฐวิศวกรรม จำกัด (มหาชน) มีการนำนวัตกรรมตัวถังน้ำมันแบบ Corrugated Tank ที่ช่วยระบายความร้อนได้ดี ทำให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

อย่างไรก็ตาม

ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยยังเผชิญกับความท้าทายด้านความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในสินค้าไทย และความไม่แน่นอนจากภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ดังนั้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ภาคอุตสาหกรรมหม้อแปลงไฟฟ้าของไทย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนจึงควรพิจารณาร่วมมือกันเพื่อผลักดัน ดังนี้



01

ผลักดันการกำก้อตกลองการค้าเสรี

ซึ่งจะมีส่วนช่วยลดภาษีนำเข้า และสร้างโอกาสให้หม้อแปลงไฟฟ้าไทยได้มีบทบาทในโครงการอุตสาหกรรมในต่างประเทศ โดยเฉพาะในตลาดที่มีความต้องการไฟฟ้าเพิ่มขึ้น และมีการขยายตัวของโครงข่ายไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง

02

การพัฒนาแบรนด์ไทยในตลาดโลก

โดยผลักดันให้ผู้ประกอบการขอการรับรองมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานของคณะกรรมการมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐานสาขาอิเล็กทรอนิกส์ (International Electrotechnical Commission: IEC) ที่กำหนดโดยสมาชิกจากทั่วโลกมากกว่า 80 ประเทศ โดยไทยมีสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ทำหน้าที่เป็นผู้แทนประเทศใน IEC เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในอุตสาหกรรมดังกล่าว หรือมาตรฐานของ Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) ซึ่งเป็นองค์กรวิชาชีพทางวิศวกรรมที่พัฒนามาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ระบบไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เน้นด้านเทคนิคเฉพาะของแต่ละอุปกรณ์ และการรับรองประสิทธิภาพและความเข้ากันได้ระหว่างระบบ นอกจากนี้ควรส่งเสริมภาพลักษณ์ “Made in Thailand” ด้านคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และเทคโนโลยี เพื่อช่วยให้สินค้าไทยแข่งขันได้ในระยะยาว โดยเฉพาะในตลาดที่มองหากุณภาพและความยั่งยืนมากกว่าต้นทุนต่ำเพียงอย่างเดียว



03

การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา

เพื่อส่งเสริมการพัฒนาในด้านนวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพของหม้อแปลงไฟฟ้า ควบคู่ไปกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของประเทศอย่างยั่งยืน สอดรับกับนโยบายของประเทศไทยในการขับเคลื่อนเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ในปี 2050 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2065



² EnPAT หรือ Energy-based Palm-oil Transformer Oil คือ น้ำมันสำหรับหม้อแปลงที่ผลิตจากน้ำมันปาล์ม ซึ่งผ่านกระบวนการทางเคมีทำให้มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการใช้งานในหม้อแปลง ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ มีความเป็นฉนวนสูงและเสถียรภาพทางเคมีที่ดี ไม่ติดไฟง่ายเหมือนน้ำมันแร่ทั่วไป ที่ใช้ในหม้อแปลง

ราคาน้ำมันโลก แรงกระเพื่อมต่อการค้า และเสถียรภาพเศรษฐกิจไทย

ราคาน้ำมันโลก เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจการค้าทั่วโลก โดยเฉพาะในกรณีของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้าน้ำมันสุทธิ (net oil importer) ความผันผวนของราคาน้ำมันจึงไม่เพียงสะท้อนต้นทุนพลังงานเท่านั้น หากยังแทรกซึมสู่ทุกมิติของระบบการค้า ทั้งด้านต้นทุนการผลิต ระบบโลจิสติกส์ ไปจนถึงมูลค่าการนำเข้า รวมถึงดุลการค้าของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อมูลจากกระทรวงพลังงานชี้ว่า ในปี 2566 ประเทศไทยมีความต้องการใช้น้ำมันดิบเฉลี่ยมากกว่า 1 ล้านบาร์เรลต่อวัน แต่สามารถผลิตได้ภายในประเทศเพียง 70,000 บาร์เรลต่อวัน หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียง 7% ส่วนอีกกว่า 93% จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ความไม่สมดุลด้านโครงสร้างพลังงานดังกล่าวทำให้ประเทศไทยเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ และมีผลต่อเสถียรภาพทางการค้าโดยตรงและต่อเนื่อง

การวิเคราะห์เชิงสถิติ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ¹ พบว่า **ราคาน้ำมันดิบดูไบมีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับปานกลางกับดุลการค้าของไทย** โดยมี **ค่าสหสัมพันธ์ (correlation coefficient) เท่ากับ -0.443 ที่ระยะเวลา lag 3 เดือน** ซึ่งหมายความว่า



หากราคาน้ำมันเพิ่มขึ้นในช่วง 3 เดือนก่อน ดุลการค้าในปัจจุบันมักจะปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.01$) ไม่ว่าจะเป็นการลดลงของการเกินดุล หรือการขาดดุลที่ทวีความรุนแรงขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบที่แท้จริงต่อเสถียรภาพทางการค้าของประเทศ ข้อมูลการนำเข้าในปี 2567 ยิ่งตอกย้ำข้อสังเกตนี้ เมื่อพบว่ามูลค่าการนำเข้าน้ำมันดิบของไทยคิดเป็นสัดส่วนถึง 10.6% ของมูลค่าการนำเข้ารวม ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มสินค้านำเข้าหลักที่มีอิทธิพลต่อดุลการค้าโดยตรง ราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นแรงกดดันที่ชัดเจนต่อดุลการค้าของประเทศ แม้ผลกระทบจะไม่แสดงทันทีในเดือนเดียวกัน แต่จะสะท้อนผ่านวงจรทางธุรกิจ เช่น การทำสัญญาระหว่างประเทศ ระยะเวลาการส่งมอบสินค้า และการลงบัญชี ซึ่งมักใช้เวลาประมาณ 2 – 3 เดือนกว่าจะปรากฏในข้อมูลทางเศรษฐกิจหรือระบบบัญชีดุลการค้าของประเทศไทยอย่างเป็นทางการ

สถานการณ์ปัจจุบันและผลกระทบต่อตลาดโลก

สถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างอิสราเอลและอิหร่าน

ราคาน้ำมันดิบพุ่งแตะระดับ 74 – 77 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล
เพิ่มขึ้นกว่า 10% จากเดือนก่อน

ในช่วงกลางเดือนมิถุนายน 2568 โลกต้องเผชิญกับแรงกดดันด้านราคาน้ำมันอีกครั้ง จากเหตุการณ์ความตึงเครียดระหว่างอิสราเอลและอิหร่าน ราคาน้ำมันดิบพุ่งแตะระดับ 74 – 77 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นกว่า 10% จากเดือนก่อน ท่ามกลางความกังวลว่า หากมีการปิดช่องแคบฮอร์มุซ ซึ่งเป็นเส้นทางลำเลียงน้ำมันสำคัญของโลก ราคาน้ำมันอาจพุ่งทะลุ 100 – 130 ดอลลาร์ต่อบาร์เรลได้ในระยะเวลาอันสั้น

¹ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาน้ำมันและดุลการค้าไทย จากข้อมูลราคาน้ำมันดิบดูไบตามข้อมูลของไทยออยล์ และข้อมูลมูลค่าดุลการค้าตามข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร รายเดือนตั้งแต่เดือน ม.ค. 65 – มิ.ย. 68 ($n = 42$ เดือน) พบว่าค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ที่ lag 3 เดือนระหว่างราคาน้ำมันและดุลการค้าไทย อยู่ที่ $r = -0.443$, $t\text{-statistic} \approx -3.12$, $p \approx 0.0033$ (< 0.01) สะท้อนความน่าเชื่อถือของความสัมพันธ์ในระดับสูง (มีโอกาสเพียง 0.33% ที่ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นโดยบังเอิญ)



เพื่อบรรเทาความตึงเครียดด้านอุปทาน กลุ่ม OPEC+ ได้ประกาศเพิ่มกำลังการผลิตอีก 400,000 บาร์เรลต่อวัน ขณะที่ชาวคูเวตเรียกร้องความพร้อมเพิ่มปริมาณการผลิตเพิ่มเติม หากสถานการณ์ยังคงตึงเครียด เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดและลดแรงกดดันต่อราคาน้ำมันในตลาดโลก ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความพยายามของผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ในการควบคุมเสถียรภาพด้านราคาท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

ผลกระทบต่อนโยบายการเงินโลก

ราคาน้ำมันยังเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญในการดำเนินนโยบายทางการเงินของหลายประเทศ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจโลกยังเผชิญกับภาวะเงินเฟ้อที่สูงกว่ากรอบเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น ธนาคารกลางสหราชอาณาจักร (BoE) ได้แสดงจุดยืนชัดเจนในการประชุมช่วงกลางเดือนมิถุนายน 2568 ว่าจะไม่ปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย แม้เงินเฟ้อโดยรวมจะเริ่มชะลอตัวลงจากจุดสูงสุดในปี 2566 โดยให้เหตุผลว่า ต้องรอประเมินผลกระทบของราคาพลังงานต่อเงินเฟ้ออย่างรอบด้าน โดยเฉพาะในกรณีที่ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วจากวิกฤตตะวันออกออกกลาง ขณะที่ธนาคารกลางสหรัฐฯ (Fed) แสดงท่าทีในทำนองเดียวกัน พร้อมระบุว่า แม้แรงกดดันด้านเงินเฟ้อโดยรวมจะผ่อนคลายลงในบางหมวด เช่น ที่อยู่อาศัยและอาหาร แต่ราคาพลังงานโดยเฉพาะน้ำมันเบนซินยังคงมีความผันผวนสูง ซึ่งอาจทำให้เงินเฟ้อกลับมาสูงเกินกรอบเป้าหมาย 2% ได้อีกครั้ง หากไม่มีการควบคุมอย่างเหมาะสม สถานการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ราคาน้ำมันไม่ได้ส่งผลเฉพาะต่อตุลการค้าและต้นทุนของภาคการผลิตเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อต้นทุนทางการเงินของภาคธุรกิจ ผู้บริโภค และภาครัฐ ผ่านกลไกของดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการลงทุน การกู้ยืม และการบริโภคในระบบเศรษฐกิจโดยรวม



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ด้วยเหตุนี้ ความผันผวนของราคาน้ำมัน โดยเฉพาะในช่วงที่มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น จึงควรได้รับความสนใจและติดตามอย่างใกล้ชิด ในเชิงการกำหนดนโยบายทางการเงิน รวมถึงนโยบายทางการเงินของประเทศ โดยเฉพาะในช่วง 2-3 เดือนหลังจากที่ราคาน้ำมันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ การเตรียมความพร้อมล่วงหน้าเพื่อลดความเปราะบางทางเศรษฐกิจจากราคาพลังงาน จึงเป็นภารกิจร่วมของภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นผ่านการใช้เครื่องมือบริหารความเสี่ยง (hedging instruments) การปรับปรุงประสิทธิภาพพลังงานในภาคการผลิต การลดการพึ่งพาน้ำมันนำเข้า การปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ให้ประหยัดพลังงาน และการพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้า (early warning system) ที่บูรณาการข้อมูลราคาพลังงานเข้ากับการวิเคราะห์และคาดการณ์ทางเศรษฐกิจ ในท้ายที่สุด การรักษาเสถียรภาพของเศรษฐกิจการค้าของไทยภายใต้แรงกดดันจากตลาดพลังงานโลก จำเป็นต้องอาศัยการกำหนดนโยบายที่ยืดหยุ่น รอบคอบ และบูรณาการระหว่างภาคส่วน เพื่อให้เศรษฐกิจไทยสามารถรับมือกับความไม่แน่นอนและความผันผวนในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนมิถุนายน 2568

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนมิถุนายน 2568

	ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation	มิ.ย. 68	100.42	0.02	-0.25
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	พ.ค. 68	100.40	0.26	-0.57
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation	มิ.ย. 68	101.43	-0.04	1.06
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	พ.ค. 68	101.47	0.19	1.09
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	มิ.ย. 68	109.1	-0.3	-4.0
	พ.ค. 68	109.4	-0.7	-3.7
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	มิ.ย. 68	113.6	0.3	0.3
	พ.ค. 68	113.3	0.2	0.3

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไป ไตรมาสที่ 3 ปี 2568 คาดว่าจะอยู่ระดับใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ได้แก่ (1) ราคาน้ำมันดิบดูไบในตลาดโลกต่ำกว่าปีก่อนหน้า เนื่องจากสถานการณ์ในตะวันออกกลางผ่อนคลายลง หลังจากมีการทำข้อตกลงหยุดยิง ซึ่งช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับการขยายตัวของความขัดแย้ง (2) ภาครัฐมีแนวโน้มดำเนินมาตรการช่วยเหลือลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่า Ft งวดเดือน พ.ค. - ส.ค. 2568 ลง 17 สตางค์ ส่งผลให้อัตราค่าไฟฟ้าลดลงเหลือ 3.98 บาทต่อหน่วย (3) ฐานราคาผักสดในปีก่อนหน้าที่อยู่ระดับสูง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ขณะที่ในปี 2568 สภาพอากาศเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกมากขึ้น ทำให้ผลผลิตเข้าสู่ระบบมากขึ้น และ (4) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนมิถุนายน 2568 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปเดือนมิถุนายน 2568 ลดลงร้อยละ 0.25 (YoY) ซึ่งปัจจัยหลักมาจากการลดลงของราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง และค่ากระแสไฟฟ้า ประกอบกับราคาสินค้าในกลุ่มอาหารสดหลายรายการ โดยเฉพาะไข่ไก่ผักสด และผลไม้สด ปรับตัวลดลงค่อนข้างมาก อย่างไรก็ดี ยังมีสินค้าอาหารบางรายการที่ราคาสูงขึ้น อาทิ เนื้อสุกร และอาหารสำเร็จรูป ส่วนดัชนีราคาผู้ผลิต ปรับตัวลดลงตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ขณะที่ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ปรับสูงขึ้นตามดัชนีหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ หมวดซีเมนต์ หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ

ดัชนีราคาผู้บริโภค

เดือนมิถุนายน 2568 ลดลงร้อยละ 0.25 (YoY)

อาหาร เครื่องดื่ม	เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	ที่อยู่อาศัย	ยา ของใช้ส่วนบุคคล
YoY 1.64 ▲	YoY -0.88 ▼	YoY -0.35 ▼	YoY -0.80 ▼
MoM 0.07 ▲	MoM -0.13 ▼	MoM -0.06 ▼	MoM -0.16 ▼
พาหนะ เชื้อเพลิง	การศึกษา บันเทิง	บุหรี่ยสุรา	
YoY -3.23 ▼	YoY 0.50 ▲	YoY -0.03 ▼	
MoM 0.10 ▲	MoM 0.18 ▲	MoM 0.00 ●	

ดัชนีราคาผู้ผลิต

เดือนมิถุนายน 2568 ลดลงร้อยละ 4.00 (YoY)

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)		
ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง	ผลิตภัณฑ์ที่มาจากเหมือง	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
YoY -11.4 ▼	YoY -7.5 ▼	YoY -2.8 ▼
MoM -1.8 ▼	MoM -3.8 ▼	MoM 0.0 ●
แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)		
สินค้าสำเร็จรูป	สินค้ากึ่งสำเร็จรูป	สินค้าวัตถุดิบ
YoY -0.3 ▼	YoY -8.6 ▼	YoY -11.5 ▼
MoM -0.3 ▼	MoM 0.1 ▲	MoM -1.5 ▼

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง

เดือนมิถุนายน 2568 สูงขึ้นร้อยละ 0.3 (YoY)

ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	ซีเมนต์	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก
YoY 0.9 ▲	YoY 4.5 ▲	YoY 0.4 ▲	YoY -3.5 ▼
MoM 0.0 ●	MoM -0.1 ▼	MoM 0.1 ▲	MoM 0.5 ▲
กระเบื้อง	วัสดุฉนวนผิว	สุขภัณฑ์	อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา
YoY -0.6 ▼	YoY -0.8 ▼	YoY -2.4 ▼	YoY 2.6 ▲
MoM -0.1 ▼	MoM -0.1 ▼	MoM -0.2 ▼	MoM 2.1 ▲
			วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ
			YoY 3.7 ▲
			MoM -0.7 ▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนมิถุนายน 2568 เท่ากับ 46.7

	พ.ค. 68	มิ.ย. 68	+ / -		พ.ค. 68	มิ.ย. 68	+ / -
ภาพรวม อยู่ระดับ	48.9	46.7	▼	กรุงเทพฯ/และปริมณฑล	49.3	43.6	▼
				ภาคกลาง	47.4	45.1	▼
ปัจจุบัน อยู่ระดับ	40.1	37.8	▼	ภาคเหนือ	45.7	45.5	▼
				ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53.0	50.4	▼
อนาคต อยู่ระดับ	54.8	52.6	▼	ภาคใต้	47.7	47.1	▼
พนักงานของรัฐ	มิ.ย. 68 50.2	มิ.ย. 68 46.7	▼	เกษตรกร	มิ.ย. 68 46.7	มิ.ย. 68 47.6	▲
	พ.ค. 68 53.0	พ.ค. 68 49.9	▼	ผู้ประกอบการ	มิ.ย. 68 47.6	มิ.ย. 68 48.6	▲
+ / -	▼	▼	▼	นักศึกษา	มิ.ย. 68 48.6	มิ.ย. 68 44.4	▼
				รับจ้างอิสระ	มิ.ย. 68 46.6	มิ.ย. 68 47.8	▲
นักธุรกิจ	มิ.ย. 68 49.2	มิ.ย. 68 49.2	▲	พนักงานเอกชน	มิ.ย. 68 47.8	มิ.ย. 68 46.3	▼
				ไม่ได้ทำงาน	มิ.ย. 68 46.3	มิ.ย. 68 46.3	●
+ / -	▼	▼	▼				

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ
ประจำเดือนมิถุนายน 2568 ผ่าน QR Code นี้



การค้าระหว่างประเทศของไทย

International
TRADE FOCUS

โดย กองยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

เดือนมิถุนายน 2568

การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2568

มีมูลค่า **28,649.9** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (938,533 ล้านบาท)



ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 ที่ **15.5%**

หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **15.6%**



การชะลอการใช้จ่ายมาตรการทางภาษีของสหรัฐอเมริกา ทำให้ผู้นำเข้าในสหรัฐฯ เร่งนำเข้าสินค้าจากไทยมากขึ้นเพื่อปิดความเสี่ยงด้านราคาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนเติบโตได้ดี ตามการเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัล ขณะที่สินค้าเกษตรไทย โดยเฉพาะผลไม้สดและแช่แข็ง พ้นตัวกลับมาได้ดีในเดือนนี้ เช่นเดียวกับ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำมันปาล์ม น้ำตาลทราย ไก่แปรรูป และอาหารสัตว์เลี้ยง ต่างขยายตัวในเดือนนี้ ทั้งนี้ การส่งออก ครั้งแรกของปี 2568 ขยายตัวที่ร้อยละ 15.0 หากหักสินค้า เกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 14.2

● **การนำเข้า** เดือนมิถุนายน 2568 มีมูลค่า 27,588.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.1 **สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และ เคมีภัณฑ์ เป็นต้น **สินค้านำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ น้ำมันดิบ เป็นต้น **แหล่งนำเข้า ที่ยังขยายตัว** ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ ไต้หวัน และมาเลเซีย เป็นต้น

● **ดุลการค้า** เดือนมิถุนายน 2568 การค้าเกินดุล 1,061.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

● **แนวโน้มการส่งออกครึ่งหลังของปี 2568**

การดำเนินมาตรการทางการค้าของสหรัฐฯ ส่งผลต่อการค้าไทยและโลก อย่างมีนัยสำคัญ ผลของการเจรจาระหว่างไทยกับสหรัฐฯ ก่อนที่ภาษี ต่างตอบแทนจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 ส.ค. 68 เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ต่อทิศทางการค้าระหว่างประเทศในอนาคตของไทย โดยไทยได้ยื่นข้อเสนอ ฉบับใหม่ที่เปิดตลาดมากขึ้นให้กับผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) ซึ่งได้รับการ ตอบรับในทิศทางที่ดี คาดว่าไทยจะได้รับอัตราภาษีที่เหมาะสม และ ยังสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่นในภูมิภาคได้ ในระยะยาว การสร้างความสมดุลทางการค้ากับสหรัฐฯ ถือว่าจะเปิดโอกาสให้ไทย เร่งปรับปรุงโครงสร้างการส่งออกไปสู่อุตสาหกรรมแห่งอนาคต สร้างห่วงโซ่ อุปทานภายในประเทศเพื่อรองรับการกระจายความเสี่ยงการผลิตและ ลงทุน และยกระดับสภาพแวดล้อมทางการค้าของประเทศให้แข่งขันได้ ในระดับโลกเพิ่มขึ้น ในส่วนของการบรรเทาผลกระทบ ภาครัฐได้ เตรียมความพร้อมด้วยมาตรการสนับสนุนทั้งภาครัฐกิจและเกษตรกรกรม สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อส่งออกในครึ่งปีหลัง อาทิ ความต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ผลไม้ที่กำลังออกสู่ตลาด สงคราม ในตะวันออกกลาง การชะลอการลงทุนเพื่อรอท่าทีการเจรจา การปรับตัว ของผู้ส่งออกในการปรับเปลี่ยนแหล่งนำเข้าวัตถุดิบให้สอดคล้องกับ

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	มิ.ย. 2568 Jun 2025	ม.ค. - มิ.ย. 2568 Jan - Jun 2025
มูลค่าการค้ารวม	56,238.1 +14.3%	333,766.0 +13.3%
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	28,649.9 +15.5%	166,851.9 +15.0%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	27,588.2 +13.1%	166,914.1 +11.6%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+1,061.7	-62.2

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 68

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	3,614.8	+57.7	12.6	สหรัฐอเมริกา	6,313.9	+41.9	22.0
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	2,459.8	-15.9	8.6	จีน	3,711.7	+23.1	13.0
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,907.0	+52.9	6.7	ญี่ปุ่น	1,951.2	+3.2	6.8
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,311.4	+23.3	4.6	มาเลเซีย	1,141.7	+15.1	4.0
ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง	1,053.4	+57.0	3.7	อินเดีย	1,114.3	+20.9	3.9

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน มิ.ย. 68

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรไฟฟ้า และส่วนประกอบ	2,803.8	+60.6	10.2	จีน	9,013.8	+41.0	32.7
น้ำมันดิบ	2,403.9	-3.4	8.7	ญี่ปุ่น	2,828.2	+20.5	10.3
แผงวงจรไฟฟ้า	2,260.4	+21.7	8.2	สหรัฐอเมริกา	2,031.4	+42.2	7.4
เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ	2,199.5	+31.2	8.0	ไต้หวัน	1,385.8	+8.5	5.0
เคมีภัณฑ์	1,464.5	+0.2	5.3	มาเลเซีย	1,201.6	+0.6	4.4

เงื่อนไขของการลดภาษีของสหรัฐฯ สถานการณ์เหล่านี้เป็นประเด็นที่กระทรวงพาณิชย์ ยังคงต้องติดตามและหามาตรการรับมือเพื่อแก้ปัญหา และหาแนวทางเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบอย่างเหมาะสมต่อไป

WEBSITE

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

International Trade Focus 2568



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนมิถุนายน 2568 ผ่าน QR Code นี้

"อินเดีย"

เล็งถอนตัวจาก AITIGA หลังขาดดุลการค้าต่อเนื่อง

โฆษกกระทรวงพาณิชย์อินเดียให้สัมภาษณ์ว่า อินเดียอาจพิจารณาถอนตัวจากข้อตกลงการค้ากับอาเซียน เนื่องจากกฎถิ่นกำเนิดสินค้าที่อ่อนแอ ทำให้สินค้าท่วมตลาดจากจีน ไทลท่ลักผ่านชาติอาเซียนมายังอินเดียมากขึ้น โดยการเจรจาความตกลงอาเซียน-อินเดีย (AITIGA) เกิดขึ้นแล้วอย่างน้อย 9 รอบ และยังมีที่ท่าว่าจะบรรลุข้อตกลงแต่อย่างใด ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมและรัฐบาลกำลังหารือเพื่อยุติข้อตกลงระหว่างอาเซียนและอินเดียที่ทำไว้ตั้งแต่ปี 53 โดยกล่าวหาว่า สมาชิกอาเซียนบางชาติจงใจลากยาวการเจรจาออกไป เพราะได้รับประโยชน์จากความตกลงเดิมที่เคยทำไว้ ขณะที่อินเดียกลับขาดดุลการค้ากับอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีโดยยังไม่มีแนวโน้มว่าจะดีขึ้นแต่อย่างใด



"จีน"

เบรคนำเข้าเครื่องมือแพทย์ เพื่อตอบโต้ยุโรป

กระทรวงการคลังจีน ประกาศมาตรการห้ามหน่วยงานรัฐจัดซื้อเครื่องมือแพทย์จากสหภาพยุโรป (EU) ที่มีมูลค่ามากกว่า 45 ล้านหยวน (6.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) รวมถึงมีมาตรการจำกัดการนำเข้าเครื่องมือแพทย์จากประเทศอื่น หากมีชิ้นส่วนที่ผลิตใน EU คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 50% ของมูลค่าสัญญา เพื่อตอบโต้มาตรการของ EU ที่ห้ามบริษัทจีนเข้าร่วมการประมูลจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ในโครงการภาครัฐ มูลค่ากว่า 6 หมื่นล้านยูโร (ประมาณ 7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งประกาศไปเมื่อเดือนก่อน หลังจาก EU ได้ข้อสรุปว่าบริษัทเครื่องมือแพทย์ของตนไม่ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ในการเข้าถึงตลาดจีน อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวของจีนจะไม่ใช้บังคับกับเครื่องมือแพทย์ของบริษัทยุโรปที่ผลิตในจีน

'BRICS' จี 'WTO' ปฏิรูป

ด้านผู้นำหลายประเทศ โอด 'สหรัฐฯ' ขึ้นภาษีตามอำเภอใจ

การประชุมสุดยอดผู้นำกลุ่ม BRICS ได้มีการหารือเพื่อแก้ไขปัญหาทางการค้า อาทิ การขอให้ WTO เร่งฟื้นฟูขีดความสามารถในการแก้ไขข้อพิพาททางการค้า การสนับสนุนแผนค้าประกันการลงทุนพหุภาคี หรือ BRICS Multilateral Guarantees ซึ่งเป็นแผนริเริ่มของธนาคารเพื่อการพัฒนาใหม่ (New Development Bank) เพื่อลดต้นทุนทางการเงินและกระตุ้นการลงทุนภายในประเทศสมาชิก พร้อมกับสนับสนุนให้เอริโอเปียและอิหร่านเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WTO ผู้นำหลายประเทศได้มีการวิจารณ์การขึ้นอัตราภาษีศุลกากรตามอำเภอใจของสหรัฐฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าโลก และเรียกร้องให้มีการปฏิรูปสถาบันระดับโลก เช่น UNSC และ IMF ซึ่งถูกระบุว่าขาดธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า ปธน. สี จิ้นผิงไม่ได้เข้าร่วมการประชุมในปีนี้ โดยส่งเพียงนายกรัฐมนตรีจีนเข้าร่วมแทนเท่านั้น



เกาะติดสถานการณ์
เศรษฐกิจการค้า
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!

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



@TPSO.Tradeinsights



http://tpso.go.th



คิดคำ.com
ข้อมูลและบทวิเคราะห์
ด้านเศรษฐกิจการค้า



วารสารในรูปแบบ
ออนไลน์

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