Journal TPSO
YEAR 15
ISSUE 169
AUGUST 2025

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

TPSO Journal

MARKET MOSAIC

ศักยภาพ EV ในไทย
ก้าวต่อไปของอุตสาหกรรมยานยนต์

ISSN 2408-2465
9 772408 246502

วารสาร สนค. | ปีที่ 15 ฉบับที่ 169 เดือนสิงหาคม 2568
www.tpso.go.th

EDITOR'S NOTE

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในฐานะตัวแปรสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน การมาถึงของ EV ไม่ได้เพียงแต่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์เท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมทั่วโลก การเปลี่ยนผ่านนี้ได้นำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจใหม่ การลงทุนในเทคโนโลยีสะอาด และการสร้างห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนมากขึ้น

วารสารฉบับนี้ได้รวบรวมบทความภาพรวมของเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เริ่มจากบทความ "จากสนามสู่เศรษฐกิจ การเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา" ที่ย่อโลกให้ทุกท่านได้อ่านนโยบายที่น่าสนใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกีฬา ตามด้วยบทความ "อินทผลัม น้ำตาลทางเลือกใหม่ของคนรักสุขภาพ" ที่เจาะลึกเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ทางเลือกในตลาดสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีบทความ "She-Economy พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย" ที่รวบรวมข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาบทบาทของผู้หญิงในเศรษฐกิจ และบทความที่น่าสนใจที่กล่าวไปเมื่อตอนต้นอย่าง "ศักยภาพ EV ในไทย ก้าวต่อไปของอุตสาหกรรมยานยนต์" รวมถึงสรุปข้อมูลเศรษฐกิจการค้าสำคัญ "ดัชนีเศรษฐกิจการค้า" และ "ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย"

เดือนสิงหาคมเป็นช่วงเวลาที่หลายคนเผชิญกับโรคที่มากับหน้าฝน อย่างไข้หวัด ไข้เลือดออกที่เป็นภัยเงียบใกล้ตัว ขอให้ทุกท่านรักษาสุขภาพ รวมถึงการทำความสะอาดบ้านเรือนให้ปลอดจากแหล่งน้ำขังเพื่อป้องกันยุงลาย แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL REPORT
จากสนามสู่เศรษฐกิจ: การเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา

04 All ROUND
"น้ำตาลอินทผลัม" ทางเลือกใหม่ของสายหวานรักสุขภาพ

06 NEXT MOVE
"She-Economy" เสริมพลังหญิง สร้างเศรษฐกิจไทย

08 MARKET MOSAIC
ศักยภาพ EV ในไทย: ก้าวต่อไปของอุตสาหกรรมยานยนต์

10 ECONOMIC INDICATORS
ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนกรกฎาคม 2568

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS
ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนกรกฎาคม 2568

12 TRADE ALERT
เดือนสิงหาคม 2568

สนค. เปิดผลการศึกษาแนวทางปรับโครงสร้างการส่งออกไทย ผ่าน 2 คลัสเตอร์ศักยภาพ อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่และยานยนต์แห่งอนาคต

สนค. ได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ดำเนินโครงการศึกษาแนวทางการปรับโครงสร้างภาคการส่งออกเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยในตลาดโลกให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยโครงการศึกษาดังกล่าวเกิดขึ้นจากการตระหนักถึงความสำคัญของการส่งออกต่อเศรษฐกิจไทยในฐานะเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาประเทศมาอย่างยาวนาน แต่กำลังเผชิญกับความท้าทายในหลายด้าน ผลการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างการส่งออกในภาพรวม พบว่า สินค้าอุตสาหกรรมยังคงเป็นหัวใจหลักของการส่งออกไทย (สัดส่วนร้อยละ 80) โดยเฉพาะกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และเครื่องจักร

โครงการศึกษานี้ยังได้มีการศึกษาเชิงลึกเพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับการส่งออกผ่านการผลักดัน 2 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับภาคการส่งออก ได้แก่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ซึ่งเป็นคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพขับเคลื่อนภาคการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง 4-5 ปีข้างหน้า เนื่องจากได้รับประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตของบริษัทข้ามชาติ จากประเด็นสงครามการค้า-เทคโนโลยี และปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งทำให้บริษัทข้ามชาติเพิ่มการลงทุนในไทย สะท้อนจากการย้ายฐานการลงทุน และการขยายการลงทุนของหลายบริษัท สำหรับคลัสเตอร์ยานยนต์แห่งอนาคต ไทยยังคงเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถยนต์รายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ขนาดกลาง รวมถึงชิ้นส่วนจำพวกชิ้นส่วนพลาสติกและยาง ชิ้นส่วนอื่น ๆ และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

สนค. จะนำผลการศึกษาเชิงลึกและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาและยกระดับภาคการส่งออกของไทย ส่งมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ นำไปร่วมขับเคลื่อนให้เกิดเป็นรูปธรรม และภาคเอกชนได้ใช้ประโยชน์ประกอบการตัดสินใจวางกลยุทธ์ในการเปลี่ยนผ่านการผลิตจากกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมไปสู่กลุ่มอุตสาหกรรมศักยภาพมูลค่าสูงที่สอดคล้องกับความต้องการของโลกอนาคตต่อไป

TPSO
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
Trade Policy and Strategy Office

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

SPECIAL REPORT

จากสนามสู่เศรษฐกิจ การเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา

โดย กลุ่มงานยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรม
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กีฬาเป็นสิ่งที่ผู้คนสมัยใหม่หันมาสนใจ เน้นให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ ควบคู่ไปกับการดำเนินชีวิต โดยทั่วไปกีฬาสามารถออกได้ทั้งกลางแจ้งและในร่ม ปัจจุบันได้รับความสนใจมากขึ้น ทำให้เกิดเป็นธุรกิจจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ธุรกิจอุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้ากีฬา ตลอดจนสถานที่ออกกำลังกายจนทำให้เกิดมูลค่าเศรษฐกิจอย่างมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมกีฬาจึงนับเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและกระตุ้นการเติบโตของสไตล์ในยุคปัจจุบัน

นโยบายอุตสาหกรรมกีฬารอบโลก

จีน

มุ่งเน้นและส่งเสริมกิจกรรมกีฬาในประเทศ อาทิ แผนระยะ 5 ปี จัดตั้งศูนย์ฝึกสอนกีฬา และสถานที่ออกกำลังกายตั้งแต่ในระดับชุมชน ตลอดจนไปถึงระดับมณฑล เพื่อพัฒนาความสามารถของบุคลากรทางด้านกีฬาของประเทศ

สหรัฐอเมริกา

ผลักดันอุตสาหกรรมกีฬาผ่านการลงทุนพัฒนาทีมกีฬา ส่งเสริมการตลาด ควบคู่กับจัดการแข่งขันกีฬาในระดับอาชีพในประเภทต่าง ๆ รวมถึงยังพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศทางอ้อมผ่านคณะกรรมการโอลิมปิกและพาราลิมปิก

ญี่ปุ่น

จัดทำแผนการกีฬาเบื้องต้น พร้อมตั้งสำนักงานการกีฬาญี่ปุ่น รวมทั้งผลักดันโครงการความริเริ่มทางด้านธุรกิจการกีฬา เพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางธุรกิจและพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม

บราซิล

ออกนโยบายส่งเสริมตลาดเสื้อผ้ากีฬาให้สามารถขยายตัวจากการทำตลาดในรูปแบบหุ้นส่วนทางธุรกิจกับทีมกีฬา อาทิ จัดแข่งขันกีฬาระหว่างสถานศึกษา พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกีฬาที่สำคัญ อาทิ ศูนย์ฝึกสอน และสนามกีฬา เพื่อรองรับการแข่งขัน

เยอรมนี

อยู่ระหว่างพิจารณาการใช้จ่ายงบประมาณกว่า 1,130 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเล่นกีฬา สนับสนุนกีฬาสำหรับสตรี และเพิ่มความปลอดภัยให้ปราศจากการล่วงละเมิด ความรุนแรง และการทารุณกรรมในทุกรูปแบบ และยังให้ประโยชน์ทางภาษีแก่องค์กร E-Sport

ออสเตรเลีย

ส่งเสริมกีฬาให้สามารถเติบโตอย่างมีศักยภาพ โดยใช้แผน Active Victoria 2022-2026 โดยเป็นกลยุทธ์การเสริมสร้างด้านกีฬา และการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการเปิดให้บริการพื้นที่เล่นกีฬาในช่วงเวลาหลังเลิกงานและการจัดตั้งสถาบันเพื่อยกระดับความสามารถทางด้านกีฬาของประชาชน

อิตาลี

ส่งเสริมการออกกำลังกายและวิถีชีวิตของประชาชนให้มีสุขภาพที่ดี ควบคู่กับการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์กีฬา รวมทั้งสนับสนุนเงินทุนแก่สโมสรและองค์กรกีฬา เพื่อกระตุ้นความต้องการและการเข้าถึงอุปกรณ์กีฬาในประเทศ

สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ประชาชนหันมาสนใจสุขภาพมากขึ้นจากนโยบายและการสนับสนุนของรัฐบาล อาทิ การเปิดศูนย์เยาวชนกีฬา จัดตั้งสหพันธ์กีฬาสำหรับโรงเรียนและมหาวิทยาลัย และยังสนับสนุนการเล่นกีฬาตั้งแต่กีฬาในระดับเยาวชนและชุมชนจนถึงกีฬาระดับอาชีพ

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

ท่านสามารถดาวน์โหลดข้อมูลฉบับเต็มผ่าน QR Code นี้ :
https://tpso.go.th/important-policies-around-the-world

โดย **นางรษิกา คุณาพรสุจริต นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ**
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

น้ำตาลอินทผลัม

ทางเลือกใหม่ของสายหวานรักสุขภาพ

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา กระแสการบริโภคอาหารไม่เพียงแต่เพื่อสุขภาพเท่านั้น แต่เริ่มเปลี่ยนมาเป็นการบริโภคอาหารเป็นยา โดยเลือกอาหารที่มีวิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกาย นอกจากนี้ พฤติกรรมการบริโภคอาหารที่กำลังเป็นที่พูดถึง และเป็นเทรนด์ที่มาแรงในขณะนี้ คือ **"การหลีกเลี่ยงอาหารที่ผ่านกระบวนการแปรรูปสูง (Ultra-Processed Food)"** และหันไปหาอาหารที่ **"ใกล้เคียงธรรมชาติที่สุด"** โดยเฉพาะกลุ่มอาหารที่ผู้บริโภคเชื่อว่ามีคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยในระยะยาว

สำหรับผู้ที่รักในความหวาน และต้องการหลีกเลี่ยงน้ำตาลจากอ้อยที่มีค่าดัชนีน้ำตาล (Glycemic Index หรือ GI)[1] สูง ซึ่งเป็นต้นเหตุของโรคต่าง ๆ เช่น เบาหวาน ทำให้ผู้บริโภคหันไปหาสิ่งทดแทนน้ำตาลทราย ที่ให้ทั้งความหวาน แต่ค่าน้ำตาลต่ำ มีคุณค่าทางโภชนาการ รวมทั้งผ่านกระบวนการแปรรูปให้น้อยที่สุด

หนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์เทรนด์นี้ได้ดีคือ **"น้ำตาลอินทผลัม"** ถือเป็นน้ำตาลทางเลือกที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุดในหมู่สารให้ความหวานจากธรรมชาติ มีค่า GI อยู่ที่ 40 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าน้ำตาลทั่วไป กระบวนการผลิตทั่วไปของน้ำตาลอินทผลัมเพียงแค่นำผลอินทผลัมอบแห้งมาบดละเอียดโดยไม่ต้องผ่านการสกัดด้วยสารเคมีและเติมสารแต่งกลิ่นหรือแต่งสีใด ๆ นอกจากนี้ ยังสามารถนำอินทผลัมที่บดละเอียดมาเคี่ยวกับน้ำจนเป็นน้ำเชื่อมเพื่อให้ใช้ได้ง่ายขึ้นได้อีกด้วย น้ำตาลอินทผลัมจึงได้รับความนิยมมากขึ้นจากผู้บริโภคกลุ่มที่มีความรู้ด้านสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจเรื่องวัตถุดิบที่นำมาทำอาหารต้องมาจากธรรมชาติ ปราศจากสารปรุงแต่งสังเคราะห์

ปี 2567 พบว่า ประเทศที่ผลิตและบริโภคอินทผลัมกระจุกตัวอยู่ใน

ภูมิภาคตะวันออกกลาง และ แอฟริกา

ส่วนแบ่งการตลาดรวมกันสูงถึง **85.24%** ของมูลค่าตลาดอินทผลัมทั่วโลก

มูลค่า **26,450** **ล้านดอลลาร์สหรัฐ**

ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันสูงถึง 85.24% ของมูลค่าตลาดอินทผลัมทั่วโลก โดยมีมูลค่า 26,450 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศที่มีบทบาทสำคัญในตลาดอินทผลัมในกลุ่มนี้ ได้แก่ อิหร่าน ตูนิเซีย อิสราเอล อิรัก สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อียิปต์ และซาอุดีอาระเบีย ทั้งในฐานะผู้ผลิตหลักและผู้บริโภคในตลาดดั้งเดิม โดยเฉพาะช่วงเดือนรอมฎอนที่อินทผลัมเป็นผลไม้สำคัญตามวัฒนธรรมการบริโภคในภูมิภาคดังกล่าว

นอกจากน้ำตาลอินทผลัม ยังมีน้ำตาลจากหล่อฮังก้วย ชะเอมเทศ ที่อยู่ในกลุ่มน้ำตาลจากธรรมชาติ ซึ่งนอกจากให้รสหวานแล้ว ยังมีแร่ธาตุ วิตามิน และสารต้านอนุมูลอิสระ แต่สิ่งที่ทำให้น้ำตาลอินทผลัมโดดเด่น คือ ความหลากหลายของคุณประโยชน์ เช่น โพแทสเซียม แมกนีเซียม วิตามินบี 6 ใยอาหาร และสารโพลีฟีนอล ที่ยังคงอยู่ในผงอินทผลัมแบบไม่ผ่านการฟอกสีหรือแยกสาร

การวิเคราะห์ข้อมูลตลาดอินทผลัมทั่วโลก พบว่า

ตลาดมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะน้ำตาลจากอินทผลัม

ปี 2566

มูลค่า 730 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

คาดว่าจะเติบโตถึง **1,280 ล้านดอลลาร์สหรัฐ** ภายในปี 2575

โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR)

6.42% ในช่วงปี 2567–2575

ความต้องการหลักของสินค้ากลุ่มนี้ ได้แก่

- **สารให้ความหวานในอาหารและเครื่องดื่ม** (320 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
- **เบเกอรี่** (260 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
- **ขนมหวาน** (180 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
- **อุตสาหกรรมยา** (120 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ น้ำตาลอินทผลัมแบบผลึกและแบบเหลว ซึ่งเกรดพรีเมียมครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 50% ในปี 2566 โดยมีเทรนด์ด้านการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และความต้องการสารให้ความหวานจากธรรมชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีดัชนีน้ำตาลต่ำเป็นแรงกระตุ้นสำคัญสำหรับสินค้ากลุ่มนี้

ประเทศไทยมีการเพาะปลูกอินทผลัมในหลายจังหวัด

ทั้งภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคอีสาน

ปี 2567

ไทยส่งออกอินทผลัม
(พิกัดศุลกากร 080410)

ปริมาณ **303.2 ตัน**

มูลค่า **563,278.2 ดอลลาร์สหรัฐ**

เพิ่มขึ้น **328.5%** เมื่อเทียบกับปี 2566

ประเทศที่ไทยส่งออกอันดับ 1 ได้แก่

ออสเตรเลีย

ปริมาณ **207.4 ตัน**

มูลค่า **451,536.2 ดอลลาร์สหรัฐ**

เพิ่มขึ้น **328.5%** เมื่อเทียบกับปี 2566

ไทยนำเข้าอินทผลัม

ปริมาณ **1.1 ตัน**

มูลค่า **2,096,050.6 ดอลลาร์สหรัฐ**

ประเทศที่ไทยนำเข้าอินทผลัม 3 อันดับแรก

อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
อียิปต์	**อิหร่าน**	**อิสราเอล**

ซึ่งไทยมีการนำเข้าอินทผลัมเพื่อรองรับความต้องการภายในประเทศ รวมทั้งมีแนวโน้มการส่งออกอินทผลัมแห้งและผลิตภัณฑ์แปรรูปเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากแนวโน้มความต้องการน้ำตาลจากธรรมชาติ รวมถึงข้อได้เปรียบในด้านศักยภาพการผลิตอุตสาหกรรมการแปรรูปของไทย เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด โดยการพัฒนาการผลิต **"น้ำตาลอินทผลัมไทย"** ให้เป็นผลิตภัณฑ์พรีเมียมในระดับสากล เพื่อสร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้แก่เกษตรกรไทย

น้ำตาลอินทผลัม

จึงไม่ใช่เพียงความหวานทางเลือก แต่จะกลายเป็นเทรนด์ใหม่ในการเลือกอาหารที่ส่งเสริมการดูแลรักษาสุขภาพ รวมทั้งมีคุณประโยชน์ที่ครบถ้วนเพื่อสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืนสำหรับผู้บริโภค

[1]ค่าดัชนีน้ำตาล (Glycemic Index : GI) เป็นตัวเลขที่บ่งบอกถึงความเร็วของอาหารหลังรับประทานและถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกาย และเปลี่ยนเป็นน้ำตาลได้ช้าหรือเร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำตาลกลูโคสที่ดูดซึมได้เร็วที่สุด (ซึ่งมีค่า GI =100) โดยอาหารที่มีดัชนีน้ำตาลสูง (ค่า GI มากกว่า 70) หลังรับประทานจะถูกย่อยและดูดซึมเข้าสู่กระแสเลือด

แหล่งที่มาข้อมูล: Mintel / Glycemic Index / Fortune Business Insights / Market Research Future / สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

NEXT MOVE

โดย **นางสาวเกวลิน ใจเย็น นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ**
กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

She-Economy
เสริมพลังหญิง สร้างเศรษฐกิจไทย

เดือนสิงหาคม ไม่ได้เป็นเพียงช่วงเวลาที่คนไทยให้ความสำคัญกับบทบาทของ **"แม่"** เท่านั้น แต่ยังเป็นช่วงเวลาสำคัญที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิง โดยเฉพาะในฐานะผู้บริโภค มีอิทธิพลสำคัญต่อการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจ โดยในปัจจุบันผู้หญิงกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของบริการหลากหลาย ทั้งสุขภาพ ความงาม อาหาร ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจดูแลครอบครัว ผู้ประกอบการไทยจึงควรตระหนักถึงความสำคัญในการตอบโจทย์ตลาด **"ผู้หญิง"** อย่างตรงจุด เพื่อขับเคลื่อน **"She-Economy"** ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

She-Economy หรือ เศรษฐกิจที่ถูกขับเคลื่อนโดยผู้หญิง เป็นแนวคิดที่มีผู้หญิงเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งในฐานะผู้บริโภค และผู้ประกอบการ โดยผู้หญิงไทยมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจใช้จ่ายในครัวเรือน โดยเฉพาะในบริการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของครอบครัว จากรายงานเครื่องชี้วัดภาวะสังคม พ.ศ. 2566 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงมีบทบาทเป็นหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 38.9 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 42.0 ในปี 2565 ซึ่งการที่ผู้หญิงรับบทบาทเป็นหัวหน้าครัวเรือนมากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการดูแลตนเองและครอบครัว รวมถึงความกล้าในการตัดสินใจและความมั่นใจในตนเองที่เพิ่มขึ้น ทำให้หลายธุรกิจเริ่มหันมาให้ความสนใจในการเจาะตลาดกลุ่มผู้หญิงมากขึ้น

ผู้หญิงยุคใหม่มีบทบาทในภาคธุรกิจมากขึ้น โดยจากรายงานของ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ซึ่งศึกษาวิจัยและติดตามสถานการณ์ผู้ประกอบการระดับโลก ระบุว่า ไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเป็นผู้ประกอบการหญิง (Established Business Ownership) สูง โดยมีอัตราการตั้งธุรกิจในปี 2566 ร้อยละ 10.4 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของ 30 ประเทศตัวอย่างในรายงานที่ร้อยละ 6.2 สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและบทบาทของผู้หญิงไทย ทั้งนี้ ไทยยังให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการหญิง และได้แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนในการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการเข้าร่วมข้อริเริ่ม SheTrades Outlook เพื่อสนับสนุนผู้หญิงในการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) **โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 5 เรื่องความเสมอภาคทางเพศและการส่งเสริมบทบาทของสตรีและเด็กหญิง**

ความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นของผู้หญิงสร้างความต้องการบริการที่ช่วยแบ่งเบาภาระ อำนวยความสะดวก และสร้างความผ่อนคลายในชีวิตประจำวัน จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการภาคบริการที่จะส่งเสริมธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการเหล่านี้ โดยสามารถแบ่งธุรกิจบริการที่มีแนวโน้มน่าส่งเสริมได้เป็น 2 ด้าน คือ **ธุรกิจบริการดูแลครอบครัว และธุรกิจบริการดูแลตนเอง**

ธุรกิจบริการดูแลครอบครัว

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) โดยในปี 2567 ไทยมีสัดส่วนประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ล้านคน หรือร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และคาดการณ์ว่าจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุแบบสุดยอด (Super Aged Society) ที่มีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 30 ในปี 2576 ซึ่งจะส่งผลให้ความต้องการบริการการดูแลเฉพาะทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง[1]

ในบริบทนี้ บทบาทของ **"ผู้หญิง"** ในระบบบริการดูแล (Care work) จึงปรากฏอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะในฐานะผู้ให้บริการดูแล (Caregiver) ซึ่งจากข้อมูลขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO)[2] พบว่า 3 ใน 4 ของผู้หญิงทั่วโลกทำหน้าที่ดูแลโดยไม่ได้รับค่าจ้าง (Unpaid Care Work) เมื่อเทียบกับผู้ชาย ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวไม่ได้ลดลงแม้ผู้หญิงจะมีงานที่ได้รับค่าจ้าง ส่งผลให้เวลาในการทำงานของผู้หญิงยาวนานขึ้น สร้างความต้องการบริการที่ช่วยแบ่งเบาภาระ อำนวยความสะดวก และสร้างความผ่อนคลายในชีวิตประจำวัน

การลงทุนในธุรกิจบริการดูแล (Care Service) จึงถือเป็นทั้งโอกาสทางเศรษฐกิจและแนวทางสนับสนุนผู้หญิงให้สามารถลดภาระในครัวเรือนและมีเวลาในการทำงานที่ทำให้เกิดรายได้มากขึ้น สร้างโอกาสให้ผู้หญิงสามารถพัฒนาศักยภาพตนเองเพื่อเป็นผู้ประกอบการหรือผู้บริหารได้มากขึ้นในระยะยาว โดยหากประเมินมูลค่าของงานดูแลที่ไม่ได้รับค่าจ้างตามอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ จะเทียบเท่ากับร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก หรือประมาณ 11 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ

ธุรกิจบริการดูแลที่มีศักยภาพของไทย อาทิ

ธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุแบบระยะยาว (Long Stay)

คาดว่าจะมีรายได้
10,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
ภายในปี 2573 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 6.9 ในช่วงปี 2567-2573

ธุรกิจบริการส่งผู้ดูแลไปดูแลที่บ้านของไทย (Home Care)

คาดว่าจะมีรายได้
4,870 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
ภายในปี 2573 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 10.5 ในช่วงปี 2568-2573

ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุแบบเช้าไปเย็นกลับ (Day Care)

มีแนวโน้มเติบโตขึ้น คาดว่าในปี 2573 จะมีรายได้
135 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ที่ร้อยละ 6.6 ในช่วงปี 2567-2573 ซึ่งชี้ให้เห็นถึงโอกาสเติบโตธุรกิจบริการดังกล่าว

ธุรกิจบริการดูแลตนเอง

ปัจจุบัน ผู้หญิงให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเอง ใส่ใจในการดูแลรูปลักษณ์และสุขภาพที่ดีมากขึ้น โดยผู้หญิงเป็นทั้งผู้บริโภคหลักและผู้ประกอบการสำคัญในธุรกิจบริการดูแลตนเอง อาทิ ธุรกิจศัลยกรรมและเสริมความงาม ธุรกิจสปา ธุรกิจการดูแลความงาม และธุรกิจออกกำลังกาย จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ปี 2568 มูลค่าตลาด**ธุรกิจศัลยกรรมและเสริมความงาม**ของไทยจะอยู่ที่ 7.65 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้ความต้องการศัลยกรรมและเสริมความงามที่ช่วยชะลอวัยเพิ่มขึ้น โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้มักเป็นผู้ที่มีรายได้สูง และมีความเต็มใจจ่ายสูงให้กับเทคโนโลยีการรักษาที่ช่วยชะลอวัย อาทิ ศัลยกรรมดึงหน้า ดูดไขมัน ลดริ้วรอย ในขณะเดียวกันธุรกิจศัลยกรรมและเสริมความงามก็เป็นกลุ่มบริการที่ชาวต่างชาตินิยมเข้ามาใช้บริการในไทย โดยมีลูกค้าหลัก คือ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น[4]

ธุรกิจอื่นๆ ของผู้หญิงก็มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ในปี 2567

ธุรกิจ	นิติบุคคลดำเนินกิจการ	มูลค่าทุนจดทะเบียนรวม	ธุรกิจจัดตั้งขึ้นใหม่	เพิ่มขึ้นจากปี 2566
สปา[5]	1,770 ราย	10,250 ล้านบาท	396 ราย	62.96%
การดูแลความงาม[6]	1,605 ราย	4,174 ล้านบาท	289 ราย	1.05%
ออกกำลังกาย[7]	2,499 ราย	12,933 ล้านบาท	396 ราย	33.33%

ซึ่งธุรกิจข้างต้นมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่ช่วยให้ผู้หญิงผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานและภาระในครัวเรือน และยังเป็นธุรกิจที่ผู้หญิงอาจมีศักยภาพเข้าร่วมในฐานะผู้ให้บริการเพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจอีกด้วย

กระทรวงพาณิชย์สามารถสนับสนุนแนวทาง "She-Economy" เพิ่มเติมโดยการส่งเสริมบทบาทของผู้หญิงในระบบเศรษฐกิจ ผ่าน 3 แนวทางหลัก

1 สนับสนุนธุรกิจบริการที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้หญิง
เช่น บริการดูแลเด็ก ผู้สูงอายุ และสุขภาพ รวมถึงโครงการที่ช่วยลดภาระงานบ้าน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเข้าสู่ตลาดแรงงาน หรือเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง

2 ยกระดับบทบาทผู้หญิงในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจบริการ โดยเฉพาะกลุ่ม MSMEs
ผ่านการพัฒนาองค์ความรู้และสนับสนุนธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ที่ช่วยจัดการชีวิตประจำวัน

3 สื่อสารและสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของผู้หญิงในระบบเศรษฐกิจ
เพื่อให้สังคมตระหนักถึงบทบาทของผู้หญิงทั้งในฐานะผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และกำลังซื้อหลักของครัวเรือน อันจะส่งผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในภาพรวมอย่างมีศักยภาพและยั่งยืน

[1]สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ
[2]องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization: ILO)
[3]Grandview research
[4]ศูนย์วิจัยกสิกร
[5]ประกอบด้วย TSIC 96101 กิจกรรมสปา เช่น สมาธิบำบัด การออกกำลังกาย การฝึกโยคะ ซาวน่าและอบไอน้ำ กิจกรรมการนวด
[6]ประกอบด้วย TSIC 96104 กิจกรรมการดูแลความงามแต่งเล็บมือและเล็บเท้า เช่น การบริการแต่งหน้า การบริการแต่งเล็บมือและเล็บเท้า การบริการดูแลผิวพรรณรักษาสิว ฝ้า กระ จุดด่างดำ การบริการให้คำปรึกษาด้านความงาม
[7]ประกอบด้วย TSIC 85410 การศึกษาด้านกีฬาและนันทนาการ เช่น การเรียนการสอนกีฬาประเภทต่างๆ (บาสเก็ตบอล ฟุตบอล ขี่ม้า ว่ายน้ำ ศิลปะการต่อสู้ โยคะ ฯลฯ) และ TSIC 93112 การดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย เช่น สปอร์ตคลับ ศูนย์ฟิตเนส ศูนย์โยคะ ฯลฯ

MARKET Mosaic

โดย **นางสาวนวพร ฉัตรวิริยะเจริญ นักวิชาการพาณิชย์**
กองยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ศักยภาพ EV ในไทย
ก้าวต่อไปของอุตสาหกรรมยานยนต์

ภายใต้ข้อตกลงปารีสว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการลดการปล่อยคาร์บอน ประกอบกับความผันผวนของราคาน้ำมันจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ส่งผลให้เกิดกลไกสำคัญในการเร่งเปลี่ยนผ่านสู่พลังงานสะอาดมากขึ้น ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ รถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) โดยสถาบันพลังงานระหว่างประเทศ (IEA) รายงานยอดขาย EV ทั่วโลกในปี 2565 อยู่ที่ประมาณ 10 ล้านคัน และคาดการณ์ยอดขาย EV ในปี 2568 จะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 20 ล้านคันหรือเพิ่มกว่าเท่าตัว

ประเทศไทย CEIC Data Company Limited ประเมินว่ามีค่าเฉลี่ยฝุ่นละออง PM 2.5 สูงกว่ามาตรฐานที่องค์การอนามัยโลก (WHO) กำหนดตั้งแต่ปี 2533-2567 ส่งผลให้รัฐบาลเดินหน้านโยบาย ส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า (EV) 30@30[1] อย่างต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้การผลิตรถยนต์ไฟฟ้าคิดเป็น 30% ของการผลิตรถยนต์ทั้งหมดภายในปี 2573 อันเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2608 โดยในเดือนเมษายน 2568 ที่ผ่านมา

ประเทศไทยส่งออก EV จำนวน **660** คัน คิดเป็น **1.43%** ของมูลค่าการส่งออกรถยนต์ทั้งหมดในเดือนนั้น

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย รายงานว่า เดือนพฤษภาคม 2568 การผลิตรถยนต์

รถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) เพิ่มขึ้น **641.16%**

รถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด (Plug-in Hybrid: PHEV) เพิ่มขึ้น **130.49%**

เมื่อเปรียบเทียบในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ประเทศไทย

มีเป้าหมายต้องการเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในภูมิภาค (Regional EV hub)

สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ประกอบกับการสนับสนุนการลงทุนจากภาครัฐ การพัฒนาที่ดีของโครงสร้างพื้นฐาน และแรงงานที่มีศักยภาพสูง

ปี 2567 ไทยมียอดขาย

BEV 70,137 คัน ยอดสะสม 233,699 คัน

ส่วน PHEV ก็มียอดขายมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นจุดหมายสำคัญของการลงทุนในอุตสาหกรรม EV โดยบริษัทรถยนต์รายใหญ่ ตัวอย่างเช่น Honda, BYD, SAIC (MG), Changan, GAC Motor, Hyundai, Great Wall Motor, Foton Motor Group และ Chery Automobile เป็นต้น ต่างมีแผนการลงทุน พร้อมทั้งเข้ามามีบทบาทในการจัดตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ทำให้การจดทะเบียนรถ BEV เติบโตต่อเนื่อง ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน รายงานว่า ในปี 2567 ไทยได้รับการยื่นขอส่งเสริมการลงทุนสำหรับอุตสาหกรรม EV มูลค่ากว่า 8,000 ล้านบาท และในเดือนพฤษภาคม 2568 มี BEV ที่จดทะเบียนใหม่ จำนวน 13,935 คัน เพิ่มขึ้น 70.65% และรถ PHEV เพิ่มขึ้นกว่า 200% จากปีก่อน ส่วนบริษัท Toyota และ Isuzu ต่างมีแผนผลิตและส่งออกรถกระบะไฟฟ้าจากไทย ขณะเดียวกัน อุตสาหกรรม EV ได้จ้างงานรวมแล้วกว่า 9,600 คน โดยร้อยละ 85–95 เป็นบุคลากรไทย ทั้งยังตั้งเป้าพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรม EV ให้ได้ 150,000 คน ภายในปี 2572 อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรม EV ของไทยได้เผชิญกับความท้าทาย สาเหตุหลักมาจากการปรับลดเงินอุดหนุนสำหรับผู้บริโภค รวมถึงความเข้มงวดของเงื่อนไขสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยเริ่มชะลอตัวลง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ชี้ว่า

[1] นโยบายของคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ ที่มุ่งเป้าหมายที่จะผลิตยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ (Zero Emission Vehicle หรือ ZEV) ให้ได้อย่างน้อย 30% ของการผลิตรถยนต์ทั้งหมดในประเทศไทย ภายในปี 2573 (ค.ศ.2030)

การผลิตรถยนต์ทุกประเภทเพื่อการส่งออก ในปี 2568 จำนวนเพียง **1 ล้านคัน ลดลง 0.91%** เมื่อเทียบปีต่อปี นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่ผู้ผลิตจากจีน ใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วภูมิภาค โดย IEA วิเคราะห์ว่า

ประเทศไทยนำเข้ารถ EV จากจีน มีสัดส่วนสูงถึง

85% ของยอดขายรวมในประเทศ

ผู้ผลิตจีนที่จดทะเบียนในไทย คิดเป็นประมาณ

78.67% ของ EV ที่จดทะเบียนทั้งหมดในปี 2567 ซึ่งสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ

ประเทศไทยเผชิญกับการแข่งขันด้านราคา

โดยผู้ผลิตจีนอย่าง GWM, GAC Motor และ BYD ต่างลดราคารถ EV ในไทย ส่งผลให้ผู้ผลิตไทยต้องเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในระยะยาว อีกทั้งกรณีบริษัท Hozon Auto ซึ่งเป็นผู้พัฒนาและผลิตรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์ NETA กำลังประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน และประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มลงทุนในเวียดนามเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ไทยยังเผชิญกับความท้าทายเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีของประธานาธิบดีทรัมป์ที่มีคำสั่งเก็บภาษีนำเข้ารถยนต์และชิ้นส่วนเพิ่มขึ้นจาก 2.5% เป็น 25% ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและการแข่งขันของผู้ส่งออกไทยสูงขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิต EV ที่ต้องส่งออกทั้งรถยนต์และชิ้นส่วนไปยังตลาดสหรัฐฯ

ในอนาคต

การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจะลดลง 5.4 ล้านบาร์เรลต่อวันภายในปี 2573

สำหรับประเทศไทย รถยนต์สันดาป (ICE) ในปี 2568 ยอดการส่งออกสะสม 4 เดือนแรกของปีอยู่ที่ 290,288 คัน ลดลงถึง 14.79% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ได้ปรับลดเป้าหมายการผลิต ปี 2568 จาก 1.9 ล้านคัน เหลือ **1.5 ล้านคัน** I ปี 2567 มีการผลิตจริงเพียง **1.47 ล้านคัน** เท่านั้น

รถยนต์ไฟฟ้าในไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ส่งเสริมการลงทุนในกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า แบตเตอรี่ และสถานีชาร์จไฟฟ้ากว่า 3,429 แห่งทั่วประเทศ พร้อมทั้งเชิญชวนนักลงทุนเข้าสู่พื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยผ่านงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อสร้างการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของไทยอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

รัฐบาลไทย

ได้เร่งส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม EV โดยโครงการที่ดำเนินการไปแล้ว ได้แก่

1 โครงการ EV 3.0 (ปี 2565–2567)

ให้เงินอุดหนุนสูงสุด 150,000 บาทต่อคัน สำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่มีราคารถไม่เกิน 2 ล้านบาท พร้อมลดภาษีสรรพสามิตเหลือ 2% และลดอากรนำเข้าเหลือ 20–40% โดยมีเงื่อนไขให้ผู้ผลิตต้องผลิตในประเทศชดเชยในอัตรา 1 ต่อ 1

2 โครงการ EV 3.5 (2567–2570)

ให้เงินอุดหนุนระหว่าง 50,000–100,000 บาทต่อคัน ตามขนาดแบตเตอรี่ คงภาษีสรรพสามิตที่ 2% และเพิ่มข้อกำหนดให้การนำเข้า 1 คัน ต้องผลิตในประเทศ 2–3 คัน เพื่อส่งเสริมการตั้งฐานการผลิตในไทย และกระตุ้นการถ่ายทอดเทคโนโลยี และภาครัฐได้จัดตั้งกองทุนส่งเสริมความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสนับสนุนการลงทุนในสายการผลิตแบตเตอรี่ และระบบกักเก็บพลังงาน (ESS)

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังสามารถศึกษาแนวทางการดำเนินนโยบายของประเทศต่าง ๆ เช่น จีนที่ใช้ระบบใบรับรองสองชั้น (Double Certificate) เพื่อเร่งพัฒนา EV ฝรั่งเศสและเนเธอร์แลนด์ ที่ใช้ระบบโบนัสสิ่งแวดล้อมควบคู่กับภาษีคาร์บอน และนำรายได้คืนสู่ประชาชนผ่านเงินสนับสนุนพลังงานทดแทน (Klimageld) ขณะเดียวกัน ไทยยังสามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้า เช่น ข้อตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระหว่างไทย–ญี่ปุ่น (JTEPA) และไทย–เกาหลีใต้ (KTEPA) เพื่อส่งเสริมการส่งออกและดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรม EV ที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

แหล่งที่มาข้อมูล: BOI / BloombergNEF / Engear / EVBoosters / TechNode / ASEAN Briefing / Automotive Manufacturing Solutions / Bangkok Post / สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน / สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน / IEA / The Nation / Reccessary / Reuters / SCB EIC / International Trade Administration U.S. Department of Commerce

ECONOMIC INDICATORS

โดย กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนกรกฎาคม 2568

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนกรกฎาคม 2568

		ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation	ก.ค. 68	100.15	-0.27	-0.70	0.21
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	มิ.ย. 68	100.42	0.02	-0.25	0.37
เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation	ก.ค. 68	101.40	-0.03	0.84	0.95
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	มิ.ย. 68	101.43	-0.04	1.06	0.97
ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	ก.ค. 68	108.5	-0.5	-4.2	-2.3
	มิ.ย. 68	109.1	-0.3	-4.0	-2.0
ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	ก.ค. 68	113.6	0.0	0.4	0.4
	มิ.ย. 68	113.6	0.3	0.3	0.4

ดัชนีเศรษฐกิจการค้าเดือนกรกฎาคม 2568 เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไป เดือนกรกฎาคม 2568 ลดลงร้อยละ 0.70 (YoY) ซึ่งปัจจัยหลักมาจากการลดลงอย่างต่อเนื่องของราคาสินค้าในกลุ่มผักสด ผลไม้สด และของใช้ส่วนบุคคล ประกอบกับราคาสินค้าในกลุ่มพลังงานลดลง ทั้งน้ำมันเชื้อเพลิงตามสถานการณ์ราคาน้ำมันในตลาดโลก และค่ากระแสไฟฟ้าตามมาตรการช่วยเหลือของภาครัฐ อย่างไรก็ดี ยังมีสินค้าอาหารบางรายการที่ราคาสูงขึ้น อาทิ ข้าวราดแกง กับข้าวสำเร็จรูป และเนื้อสุกร ส่วนดัชนีราคาผู้ผลิตปรับตัวลดลงตามราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ขณะที่ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ปรับสูงขึ้นตามดัชนีหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ หมวดซีเมนต์ หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไป เดือนสิงหาคม 2568 คาดว่าจะอยู่ระดับต่ำเช่นเดียวกันกับเดือนกรกฎาคม 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ได้แก่ (1) ราคาน้ำมันดิบดูไบในตลาดโลกต่ำกว่าปีก่อนหน้า เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างอ่อนแอ และความตึงเครียดจากความขัดแย้งของประเทศผู้ผลิตน้ำมัน (2) ภาครัฐยังคงดำเนินมาตรการช่วยเหลือลดภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่า Ft งวดเดือน พ.ค. - ส.ค. 2568 ลง 17 สตางค์ ส่งผลให้อัตราค่าไฟฟ้าลดลงเหลือ 3.98 บาทต่อหน่วย (3) ราคาผักสดและผลไม้สดอยู่ระดับต่ำกว่าปีก่อนหน้าค่อนข้างมาก จากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวย ทำให้ปริมาณผลผลิตเข้าสู่ระบบมากขึ้น และ (4) ค่าบริการด้านการท่องเที่ยวปรับตัวลดลง ตามสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยชั่วคราวต่าง ๆ ประกอบกับผู้ประกอบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อตอบรับโครงการเที่ยวไทยคนละครึ่ง สำหรับปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับสูงขึ้น ได้แก่ (1) ราคาสินค้าเกษตรบางชนิดและเครื่องประกอบอาหารมีแนวโน้มสูงกว่าปีก่อนหน้า อาทิ เนื้อสุกร มะพร้าว และน้ำมันพืช และ (2) อัตราภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ (Reciprocal Tariffs) ต่อประเทศคู่ค้าต่าง ๆ มีความชัดเจนมากขึ้น โดยเป็นอัตราที่ต่ำกว่าครั้งก่อนหน้า ซึ่งจะทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลกทยอยปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ค่อย ๆ ปรับตัวสูงขึ้น

ดัชนีราคาผู้บริโภค
เดือนกรกฎาคม 2568 ลดลงร้อยละ **0.70 (YoY)**

	YoY	MoM
อาหาร เครื่องดื่ม	0.84 ▲	-0.60 ▼
เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	-1.08 ▼	-0.33 ▼
ที่อยู่อาศัย	-0.23 ▼	0.13 ▲
ยา ของใช้ส่วนบุคคล	-1.08 ▼	-0.61 ▼
พาหนะ เชื้อเพลิง	-3.87 ▼	-0.09 ▼
การศึกษา บันเทิง	0.47 ▲	-0.04 ▼
บุหรี่ สุรา	-0.04 ▼	-0.01 ▼

ดัชนีราคาผู้ผลิต
เดือนกรกฎาคม 2568 ลดลงร้อยละ **4.2 (YoY)**

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)

	YoY	MoM
ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมและการประมง	-10.2 ▼	-2.6 ▼
ผลิตภัณฑ์จากเหมือง	-11.2 ▼	-2.9 ▼
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	-3.0 ▼	-0.2 ▼

แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)

	YoY	MoM
สินค้าสำเร็จรูป	-0.9 ▼	-0.7 ▼
สินค้ากึ่งสำเร็จรูป	-7.9 ▼	0.5 ▲
สินค้าวัตถุดิบ	-11.6 ▼	-1.9 ▼

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง
เดือนกรกฎาคม 2568 สูงขึ้นร้อยละ **0.4 (YoY)**

	YoY	MoM
ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	0.9 ▲	0.0 ●
ซีเมนต์	4.8 ▲	0.3 ▲
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	1.3 ▲	1.0 ▲
เหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก	-2.2 ▼	0.1 ▲
กระเบื้อง	-1.0 ▼	-0.2 ▼
วัสดุฉาบผิว	-0.5 ▼	0.5 ▲
สุขภัณฑ์	-2.2 ▼	0.2 ▲
อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	1.4 ▲	-0.3 ▼
วัสดุก่อสร้างอื่น ๆ	2.3 ▲	-1.3 ▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค
เดือนกรกฎาคม 2568 **เท่ากับ 48.4**

	มิ.ย. 68	ก.ค. 68	+ / -
ภาพรวม อยู่ที่ระดับ	46.7	48.4	▲
ปัจจุบัน อยู่ที่ระดับ	37.8	39.7	▲
อนาคต อยู่ที่ระดับ	52.6	54.2	▲

	มิ.ย. 68	ก.ค. 68	+ / -
กรุงเทพฯ/และปริมณฑล	43.6	45.9	▲
ภาคกลาง	45.1	46.1	▲
ภาคเหนือ	45.5	46.7	▲
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50.4	53.5	▲
ภาคใต้	47.1	47.9	▲

	ก.ค. 68	มิ.ย. 68	+ / -
พนักงานของรัฐ	51.4	50.2	▲
เกษตรกร	49.0	46.7	▲
ผู้ประกอบการ	49.3	47.6	▲
นักศึกษา	49.6	48.6	▲
รับจ้างอิสระ	47.0	44.4	▲
พนักงานเอกชน	46.9	45.9	▲
ไม่ได้ทำงาน	49.3	44.9	▲

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมสถานการณ์ราคาสินค้าและบริการ ประจำเดือนกรกฎาคม 2568 ผ่าน QR Code นี้

WEBSITE https://tpso.go.th/summary-trade-economy-th

การค้าระหว่างประเทศของไทย

International TRADE FOCUS

โดย กองยุทธศาสตร์การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

เดือนกรกฎาคม 2568

การส่งออกของไทยในเดือนกรกฎาคม 2568

มีมูลค่า **28,580.7** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (928,342 ล้านบาท)

ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 ที่ 11.0%

หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **16.6%**

การส่งออกเติบโตได้อย่างต่อเนื่องแม้จะเข้าใกล้วันสิ้นสุดมาตรการยกเว้นภาษีศุลกากรตอบโต้ของสหรัฐฯ ในเดือนสิงหาคม ผู้นำเข้าทั่วโลกยังคงเร่งนำเข้าเพื่อปิดความเสี่ยง ประกอบกับการที่รัฐบาลไทยสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนว่าจะสามารถบรรลุผลการเจรจาอัตราภาษีกับสหรัฐฯ ได้อย่างลุล่วง และพร้อมมีมาตรการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบด้านภาษีของสหรัฐฯ เป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นต่อธุรกิจส่งออกของไทย ในขณะที่ดุลการค้าของไทยเกินดุลติดต่อกันเป็นเดือนที่สาม การส่งออกขยายตัวในอัตราสูงในเกือบทุกกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม **ทั้งนี้ การส่งออก 7 เดือนแรกของปี 2568 ขยายตัวที่ร้อยละ 14.4 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 14.5**

- **การนำเข้า** เดือนกรกฎาคม 2568 มีมูลค่า 28,258.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 5.1 **สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ เป็นต้น สินค้านำเข้าที่หดตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ จีน และญี่ปุ่น เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ สหรัฐฯ ไต้หวัน และมาเลเซีย เป็นต้น
- **ดุลการค้า** เดือนกรกฎาคม 2568 การค้าเกินดุล 322.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- **แนวโน้มการส่งออกครึ่งหลังของปี 2568**

แนวโน้มการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2568 คาดว่าจะยังคงเติบโต หลังจากที่ไทยประสบความสำเร็จในการเจรจาลดภาษีนำเข้าสหรัฐฯ จาก 36% เหลือเพียง 19% ซึ่งเป็นอัตราที่ใกล้เคียงกับประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ ในภูมิภาค ช่วยคลายความกังวลของนักลงทุนและผู้ประกอบการส่งออก ลดการเสียเปรียบในด้านการแข่งขัน และกระตุ้นการลงทุนในอนาคต ซึ่งเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาของทีมเจรจาไทย และถือเป็นก้าวสำคัญในการกระชับความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนระหว่างไทย และสหรัฐฯ โดยหลังจากนี้ ไทยจะให้ความสำคัญกับการพัฒนากลไกการตรวจสอบถิ่นกำเนิดสินค้าอย่างจริงจังมากขึ้นเพื่อสร้างความเป็นธรรมทางการค้า ขณะเดียวกันจะมีมาตรการช่วยเหลือที่เหมาะสมให้กับกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการลดภาษีสินค้านำเข้าให้กับสหรัฐฯ ต่อไป อย่างไรก็ตาม ยังต้องเฝ้าระวังปัจจัยกดดันการส่งออกไทยในช่วงที่เหลือของปี อาทิ การส่งออกชายแดนไทย-กัมพูชา ที่หยุดชะงักไปจากสถานการณ์ความขัดแย้ง ปริมาณสินค้าคงคลังของประเทศผู้นำเข้าที่สะสมไว้ในช่วงก่อนการประกาศผลของการขึ้นภาษีของสหรัฐฯ รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนที่อาจทำให้คำสั่งซื้อในอนาคตชะลอตัวลงจากภาคการส่งออก ซึ่งกระทรวงพาณิชย์จะต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อหามาตรการรับมือที่เหมาะสมต่อไป ในขณะที่การดำเนินการเชิงรุกเปิดตลาดการค้าและผลักดันการส่งออกไปยังตลาดใหม่ ๆ ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ก.ค. 2568 Jul 2025	ม.ค. - ก.ค. 2568 Jan – Jul 2025
มูลค่าการค้ารวม	56,839.3 +8.0%	390,605.3 +12.5%
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	28,580.7 +11.0%	195,432.6 +14.4%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	28,258.6 +5.1%	195,172.7 +10.6%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+322.1	+259.9

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 68

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	3,222.3	+61.0	11.3	สหรัฐอเมริกา	6,295.7	+31.4	22.0
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,607.2	+2.3	9.1	จีน	3,628.2	+23.1	12.7
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,785.4	+3.3	6.3	ญี่ปุ่น	2,006.8	+7.1	7.0
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,327.4	+9.7	4.6	มาเลเซีย	1,201.8	+3.1	4.2
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,146.9	+44.1	4.0	อินเดีย	1,196.6	+3.1	4.2

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ก.ค. 68

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	2,959.3	+49.7	10.5	จีน	9,649.4	+37.2	34.2
แผงวงจรไฟฟ้า	2,441.7	+5.1	8.6	ญี่ปุ่น	2,577.4	+7.8	9.1
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	2,256.5	+12.3	8.0	สหรัฐอเมริกา	1,748.7	-7.5	6.2
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,902.3	+80.3	6.7	ไต้หวัน	1,444.9	-22.1	5.1
น้ำมันดิบ	1,707.3	-44.6	6.0	มาเลเซีย	1,242.0	-1.6	4.4

WEBSITE https://tpso.go.th/international-trade

ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนกรกฎาคม 2568 ผ่าน QR Code นี้

Trade Alert!

'IMF' อัพเป้าเศรษฐกิจโลก

คาดปี 68-69 โตเกินคาด หลัง 'สหรัฐฯ' ลดภาษีนำเข้า

กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เผยแพร่รายงาน World Economic Outlook โดยปรับเพิ่มการคาดการณ์เศรษฐกิจโลกปี 68 อยู่ที่ 3.0% และปี 69 อยู่ที่ 3.1% โดยมีปัจจัยหลักจากคำสั่งซื้อสินค้าของสหรัฐฯ ก่อนการขึ้นภาษีที่อยู่ในระดับสูงเกินคาดในปี 68 และจากอัตราภาษีเฉลี่ยที่สหรัฐฯ เก็บจากทุกประเทศทั่วโลก ลดลงจาก 24.4% ในเดือน เม.ย. เหลือเพียง 17.3% ในเดือน ก.ค. โดยคาดว่าตลาดเกิดใหม่จะได้รับแรงหนุนจากการเร่งลงทุนล่วงหน้า และการเพิ่มมุมมองเชิงบวกต่อเศรษฐกิจจีนที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง โดยคาดการณ์ว่าประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ในปี 68 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นที่ 4.1% จากเดิมที่คาดว่าจะเติบโตได้เพียง 3.7% ขณะที่ความเสี่ยงของตลาดเกิดใหม่คือกำหนดการขยายเส้นตายการขึ้นภาษีที่รัฐบาลจีนกำลังจะเผชิญในอีก 90 วัน นับจาก 12 ส.ค. 68

'จีน' เขย่าซัพพลายเชนโลก

คุมเข้มส่งออก "แร่หายาก" 7 กลุ่ม

กระทรวงพาณิชย์จีนได้ออกมาตรการจำกัดการส่งออกแร่หายาก (Rare Earth) รวม 7 กลุ่ม ได้แก่ ซาแมเรียม แกโดลิเนียม เทอร์เบียม ดิสโพรเซียม ลูทีเซียม สแกนเดียม และอิตเทรียม โดยเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการตอบโต้สหรัฐฯ ที่ประกาศขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนสูงถึง 54% แม้มาตรการดังกล่าวจะไม่ใช่การห้ามส่งออกโดยสิ้นเชิง แต่สามารถชะลอการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยลดการออกใบอนุญาต จนอาจนำไปสู่ปัญหาการขาดแคลนแร่หายาก ซึ่งจีนเป็นผู้ผูกขาดการผลิตมากกว่า 90% ของการผลิตทั่วโลก ในขณะที่สหรัฐฯ ยังคงมีแหล่งแร่หายากภายในประเทศเพียงแห่งเดียว และจำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าจากจีนเป็นส่วนใหญ่ จากความเคลื่อนไหวดังกล่าว ทำให้สหรัฐฯ และประเทศพันธมิตรจำเป็นต้องเร่งจัดหาแร่หายากจากประเทศอื่นมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานจากจีน

'อินเดีย' ปลุกชาตินิยม ชู "Make in India"

เมินคำขู่สหรัฐฯ เดินหน้าซื้อน้ำมันรัสเซีย

นายนเรนทรา โมดี นายกรัฐมนตรีอินเดีย เรียกร้องให้ประชาชนหันมาเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศ หลังสหรัฐฯ เก็บภาษีอินเดียในอัตรา 25% ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย Make in India ที่ประกาศไว้เมื่อหลายปีก่อน เพื่อบรรเทาผลกระทบจากความไม่แน่นอนและรักษาผลประโยชน์ของชาติ พร้อมเมินคำขู่ของสหรัฐฯ ที่ห้ามอินเดียซื้อน้ำมันรัสเซีย เนื่องจากอินเดียมีสัญญาซื้อขายระยะยาวที่ไม่สามารถยุติได้ในเวลาอันสั้น โฆษกกระทรวงการต่างประเทศของอินเดียกล่าวว่า อินเดียมีความร่วมมือที่มั่นคงและยาวนานกับรัสเซีย ซึ่งไม่ควรถูกแทรกแซงโดยประเทศที่สาม ปัจจุบัน อินเดียเป็นประเทศที่นำเข้าน้ำมันดิบมากเป็นอันดับที่ 3 ของโลก รองจากจีน และสหรัฐฯ ขณะที่ปี 67 อินเดียซื้อน้ำมันรัสเซียสูงถึง 2.15 ล้านบาร์เรลต่อวัน

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

@TPSO.Tradeinsights
คิดค้า.com ข้อมูลและบทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจการค้า
http://tpso.go.th
วารสารในรูปแบบออนไลน์

ห้ามพลาด !!
กดสแกน QR Code
เพื่อติดตามข้อมูล บทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจการค้าจากช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ของ
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์