

Journal
TPSO
SEPTEMBER 2025

YEAR
15
ISSUE
170

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า Trade Policy and Strategy Office

TPSO Journal



AII-ROUND

ส่องเทรนด์ทั่วโลก

เมื่อไลฟ์สไตล์ของผู้คนซับซ้อนขึ้น ภาพจึงก้าวข้ามจากเครื่องตีประจำวันไปสู่การเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต จากการเป็นเพียงสินค้าโภคภัณฑ์ ภาพกำลังเข้าสู่ยุคใหม่ที่เต็มไปด้วยนวัตกรรมและความหลากหลายทั้งในแง่ของไลฟ์สไตล์และสุขภาพ อย่าง ‘ภาพพิเศษ’ ‘ภาพเพื่อสุขภาพ’ ‘ภาพพร้อมดื่ม’ โดยในวารสารเล่มนี้จะพาทุกท่าน “ส่องเทรนด์ภาพแพลน” เจาะลึกตลาดภาพ และการนำเทคโนโลยี AI ที่เข้ามาช่วยยกระดับการผลิต พร้อมทั้งเจาะลึกถึงความสำคัญของความยั่งยืนและจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ที่กำลังเข้ามาเปลี่ยนแปลงโฉมวงการภาพในคอนันต์ All-Round

นอกจากเทรนด์ค่าแฟ เครื่องดื่มยอดฮิตตลอดกาลแล้ว กอง บก.สนค. ยังได้จัดบทความและบทวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจการค้าที่น่าสนใจมาเล่าต่ออีกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็น “ผลการสำรวจพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน” “Twin Transition: พัฒนาเศรษฐกิจอย่างสมดุล ด้วยการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่” “อาเซียนผลักดันกรอบตกลง DEFA ปรับระบบนิเวศเศรษฐกิจของอาเซียนสู่ NEW Economy” รวมไปถึงอัปเดตข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจการค้า และภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย และ Trade Alert ที่มีประเด็นที่น่าสนใจให้ติดตาม อาทิ การตอบโต้ทางการค้าของ สหรัฐฯ และ จีน

หลังจากอ่าน “สองเทรนด์กาแฟโลก” และอาจทำให้ทุกท่านอยากจิบกาแฟอุ่น ๆ สักแก้ว เพื่อปลุกพลัง ปลุกความกระปรี้กระเปร่า สร้างความอบอุ่นให้ร่างกาย ในฤดูฝนที่มาพร้อมกับความชื้นและอากาศที่เย็นลง อย่างไรก็ตาม ขอให้ผู้อ่านดื่มในปริมาณที่เหมาะสม ระวังระดับเรื่องปริมาณคาเฟอีนและความหวานด้วยนะค่ะ แล้วพบกันใหม่ในวารสารฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

CONTENTS

03 SPECIAL REPORT

ผลการสำรวจพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน

04 ALL-ROUND

ส่องเทรนด์กาแฟโลก

06 NEXT MOVE

Twin Transition: พัฒนาเศรษฐกิจอย่างสมดุล
ด้วยการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

08 MARKET MOSAIC

อาเซียนพลักดันกรอบตกลง DEFA ปรับระบบนิเวศเศรษฐกิจ
ของอาเซียนสู่ NEW Economy

10 ECONOMIC INDICATORS

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนสิงหาคม 2568

11 INTERNATIONAL TRADE FOCUS

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนสิงหาคม 2568

12 TRADE ALERT

เดือนกันยายน 2568



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เผยผลการศึกษา “การวิเคราะห์การเบี่ยงเบนทางการค้า: กรณีการไหลทะลักของสินค้าจีนหลังสหรัฐฯ กำหนดภาษีต่างตอบแทนจากไทย 19%” ผลการศึกษาพบว่า จีนเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงสูงสุดที่จะเบี่ยงเบนเส้นทางการค้าและส่งออกสินค้าทะลักเข้ามายังประเทศไทย

ตามที่สหรัฐฯ ได้ประกาศอัตราภาษีศุลกากรต่างตอบแทนใหม่เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2568 โดยกำหนดอัตราภาษีสำหรับไทยที่ 19% แต่กำหนดอัตราที่สูงกว่ากับประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยหลายประเทศ เช่น จีน (34%) ไต้หวัน (20%) เวียดนาม (20%) และอินเดีย (25%) สนค. จึงได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ โอกาสการเบี่ยงเบนเส้นทางการค้า (Trade Diversion) เพื่อศึกษาผลกระทบและประเมินความเสี่ยงเพื่อเตรียมมาตรการรับมือเชิงรุก โดยพิจารณาจากปัจจัย 6 ด้านหลัก ได้แก่ (1) ช่องว่างอัตราภาษีและต้นทุน (2) โครงสร้างสินค้าและอุปสงค์ (3) ห่วงโซ่อุปทานและข้อตกลงการค้า (4) โลจิสติกส์และภูมิศาสตร์ (5) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาคและอัตราแลกเปลี่ยน และ (6) นโยบายกำกับและการบังคับใช้พบว่า จีนยังคงเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงสูงที่สุดที่จะมีการไหลทะลักของสินค้าเข้ามาในไทย เนื่องจากมีส่วนต่างอัตราภาษีกับไทยมากที่สุดถึง 15% พร้อมเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้ภาครัฐและผู้ประกอบการไทยสามารถรับมือกับผลกระทบเชิงลบ โดยแบ่งเป็นมาตรการระยะสั้น ที่เน้นการเฝ้าระวังเชิงรุกและการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มข้น และมาตรการระยะกลางถึงยาว ที่มุ่งเน้นการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

ทั้งนี้ สทนค. จะนำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายทั้งหมดเข้าหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประมวลผลความคิดเห็นและข้อมูล ก่อนจะนำมาสู่การจัดทำยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อรับมือกับสถานการณ์การไหลทะลักของสินค้าอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ผลการสำรวจพฤติกรรม

การเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน

SPECIAL
REPORT

โดย นางสาวเมทินี วงศ์ชมภู นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ภาพรวมพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน

จากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เดือนสิงหาคม 2568 จำนวน 5,467 ราย ซึ่งครอบคลุมประชาชนทั่วประเทศ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังคงมีความนิยมในการเลือกซื้อสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าในหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด ขณะที่สินค้าหมวดความงามและแฟชั่นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีในอนาคต

● ความนิยมการเลือกซื้อสินค้าไทยของประชาชน

สินค้าที่ได้รับความนิยม



อันดับ 01
อาหารและเครื่องดื่ม
42.99%



อันดับ 02
สินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ
15.85%



อันดับ 03
ของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้าน
14.64%



อันดับ 04
สินค้าสุขภาพ
10.68%



อันดับ 05
สินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคล
9.90%



อันดับ 06
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
7.25%

จำแนกตามกลุ่มอายุ



ต่ำกว่า 29 ปี
สินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคล



มากกว่า 30 ปี
สินค้าแฟชั่น/เครื่องประดับ/
สินค้าสุขภาพ

● สาเหตุที่ทำให้ประชาชนเลือกซื้อสินค้าไทย

ประชาชนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไทยจากเหตุผล



อันดับ 01
คุณภาพสินค้า
24.55%



อันดับ 02
ราคาถูก
24.12%



อันดับ 03
ความสะดวก
22.06%

จำแนกตามกลุ่มรายได้และตามความสำคัญ



รายได้สูง
คุณภาพและความน่าเชื่อถือ



รายได้ปานกลาง
คุณภาพควบคู่กับความสวยงาม



รายได้น้อย
ราคาและความสะดวก

● แหล่งเลือกซื้อสินค้าที่ประชาชนนิยมเลือกซื้อสินค้าไทย

การเลือกซื้อสินค้าผ่านทาง



อันดับ 01
ร้านค้าปลีกทั่วไป/ร้านค้าชุมชน
31.06%
ได้แก่ เกษตรกรและผู้สูงอายุ



อันดับ 02
ห้างสรรพสินค้า
23.69%
ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้สูง



อันดับ 03
ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม
17.29%
ได้แก่ นักศึกษา/กลุ่มที่มีรายได้สูง

● แนวโน้มการซื้อสินค้าของประชาชนในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2568

แนวโน้มการซื้อสินค้าของประชาชน



อันดับ 01
ซื้อเท่าเดิม
61.03%



อันดับ 02
ซื้อลดลง
26.45%
ได้แก่ สินค้าสุขภาพ/เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์/ของใช้ในบ้านและของตกแต่งบ้าน



อันดับ 03
ซื้อเพิ่มขึ้น
11.06%
ได้แก่ สินค้าความงามและของใช้ส่วนบุคคล/สินค้าแฟชั่นและเครื่องประดับ

● การปรับปรุงสินค้าไทยที่ประชาชนต้องการ

ประชาชนต้องการให้สินค้าไทยมีการพัฒนา



อันดับ 01
ด้านราคา
26.88%



อันดับ 02
ด้านคุณภาพสินค้า
26.34%



อันดับ 03
ด้านความน่าเชื่อถือของสินค้า
17.65%

ทั้งนี้ เพื่อให้การใช้สินค้าไทยได้รับความนิยมและเป็นสินค้าที่ประชาชนให้ความเชื่อมั่น ตลอดจนพัฒนาสินค้าไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันและก้าวสู่การเป็นตลาดกระแสหลักที่ผู้บริโภคเลือกใช้ ซึ่งจะกลายเป็นฐานสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งแก่ผู้ประกอบการในประเทศ กระทรวงพาณิชย์ยังคงดำเนินมาตรการที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง อาทิ การขับเคลื่อนโครงการ ไทยทำ ไทยใช้ ไทยช่วยไทย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสนับสนุนสินค้าที่ผลิตในประเทศ การพัฒนาและผลักดันระบบการรับรองคุณภาพสินค้าไทย เช่น เครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนมาตรการควบคุมการนำเข้าสินค้าราคาถูกกีดกันจากต่างประเทศ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขันของสินค้าไทยอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงการศึกษาแนวทางการพัฒนาของสินค้าไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนให้สินค้าไทยสามารถเติบโตและยกระดับศักยภาพของสินค้าไทยได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ส่งออกกาแฟโลก

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมบริโภคทั่วโลก และยังมีบทบาทเกี่ยวข้องกับทั้งในด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน เพราะกาแฟกลายเป็นไลฟ์สไตล์และสัญลักษณ์ในการเข้าถึงคนบางกลุ่ม ข้อมูลจาก Coffee: World Markets and Trade โดยกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา (United States Department of Agriculture: USDA) รายงานว่า ปีการผลิต 2567/2568 คนทั่วโลกบริโภคกาแฟมากถึง 10.08 ล้านตัน ขยายตัวร้อยละ 3.10 จากปีก่อนหน้า สหภาพยุโรปมีการบริโภคสูงสุด รองลงมา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา บราซิล ญี่ปุ่น และฟิลิปปินส์ (ไทยบริโภคกาแฟเป็นอันดับที่ 24 ของโลก และมีความต้องการบริโภคในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.11 จากปีก่อนหน้า)

ผลผลิตกาแฟโลก

ประเทศที่มีผลผลิตมากที่สุด คือ บราซิล รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม โคลอมเบีย อินโดนีเซีย และเอธิโอเปีย (ไทยมีผลผลิตกาแฟเป็นอันดับที่ 20 ของโลก)

การส่งออกกาแฟของโลก ปี 2567

(พิกัดศุลกากร 0901)

มีมูลค่า **51,449.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ**
ขยายตัวร้อยละ 21.8

ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก คือ



ตลาดกาแฟโลก

คาดว่าปี 2568 มีมูลค่า **138,370 ล้านดอลลาร์สหรัฐ** และจะเพิ่มเป็น **174,250 ล้านดอลลาร์สหรัฐ** ในปี 2573 หรือมีอัตราการเติบโตต่อปี (CAGR) ร้อยละ 4.72 ในช่วงคาดการณ์ (ปี 2568 - 2573)

การส่งออกกาแฟของไทย ปี 2567

กาแฟดิบ	กาแฟคั่ว	กาแฟสำเร็จรูป
 มูลค่า 4.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 87.6	 มูลค่า 4.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 74.0	 มูลค่า 145.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 20.0

เมื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลก พบว่า มีเทรนด์ใหม่ที่น่าสนใจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกาแฟ ดังนี้

01 ตลาดกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) ทั่วโลก

ในปี 2567 มีมูลค่า 101,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 183,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2573 โดยมีอัตราการเติบโตต่อปี อยู่ที่ร้อยละ 10.4 ในช่วงปี 2568 ถึง 2573 เป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และการรับรู้ที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กาแฟคุณภาพสูง

02 เทคโนโลยี AI

มีบทบาทในอุตสาหกรรมกาแฟยุคใหม่ เช่น ใช้หุ่นยนต์ควบคุมคุณภาพเครื่องดื่ม ชงและเสิร์ฟแทนมนุษย์ ออกแบบการแปรรูปกาแฟ คัดแยกเมล็ดกาแฟ เป็นต้น ตัวอย่างโรงคั่วกาแฟ คัฟฟา โรสเตอร์รี่ (Kaffa Roastery) ในฟินแลนด์ ใช้ AI รุ่น "เอไอ โคนิค" (AI - conic) ออกแบบกาแฟเบลนด์สไตล์ใหม่ ๆ เป็นครั้งแรกของโลก



01

ตลาดกาแฟพิเศษ
(Specialty Coffee)
ทั่วโลก



02

เทคโนโลยี
AI



03 กาแฟเพื่อสุขภาพ

ผู้บริโภคมองหากาแฟที่ให้ประโยชน์มากกว่าแค่กาแฟ จึงเกิดเป็น "Functional Coffee" หรือ กาแฟที่เติมสารอาหารหรือส่วนผสมที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น เติมน้ำมันเพื่อสร้างกล้ามเนื้อสำหรับคนรักการออกกำลังกาย ผสมโปรไบโอติกเพื่อส่งเสริมระบบทางเดินอาหาร และเติมวิตามิน คอลลาเจน หรือแร่ธาตุสำหรับบำรุงสุขภาพ นอกจากนี้ กลุ่มนมพืช (Plant-Based Milk) เช่น ข้าวโอ๊ต อัลมอนต์ โกล์ กลายเป็นส่วนผสมสำคัญในกาแฟ เพื่อตอบสนองเทรนด์สุขภาพและสิ่งแวดล้อม



04 กาแฟสกัดเย็น และกาแฟพร้อมดื่ม Cold Brew & Ready-to-Drink - RTD

ความต้องการความสะดวกรวดเร็วสำหรับไลฟ์สไตล์คนเมือง ทำให้ตลาดกาแฟ RTD เติบโตมหาศาล ทั้งในรูปแบบกระป๋อง ขวด หรือกล่อง ได้รับความนิยมสูงในกลุ่มผู้บริโภค Gen Z และ Millennials โดยในปี 2567 ตลาดกาแฟ RTD มีมูลค่า 1,350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตเป็น 1,540 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 และไปสู่ 4,010 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2576 โดยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 12.7 ในช่วงระยะเวลาคาดการณ์ (ปี 2568 - 2576)



05 ความยั่งยืนและจริยธรรม Sustainability and Ethical Sourcing

ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้บริโภคมองหาตราสัญลักษณ์รับรอง เช่น การค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) การรับรองให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (Rainforest Alliance) มาตรฐานอินทรีย์ การทำเกษตรแบบยั่งยืน การค้าโดยตรงกับเกษตรกร เพื่อให้แน่ใจว่าเกษตรกรได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม ซึ่งผู้บริโภคมีแนวโน้มยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ยั่งยืน



จากเทรนด์กาแฟโลกที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุตสาหกรรมกาแฟไทย ตั้งแต่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ โรงคั่ว ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกาแฟ รวมถึงเจ้าของร้านกาแฟ สามารถนำไปปรับใช้เพื่อสร้างโอกาสและรับมือกับความท้าทาย โดยมีข้อเสนอแนะทางการพัฒนา ดังนี้



การสร้างอัตลักษณ์ พร้อมสื่อสารเรื่องราวให้กับกาแฟ (Storytelling)

เช่น กาแฟแหล่งกำเนิดเดียว (Single Origin) เช่น กาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย กาแฟถ้ำสิงห์ และกาแฟเขาทะลุ จังหวัดชุมพร หรือกาแฟเบลนด์พิเศษที่รสชาติไม่เหมือนใคร และให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งปลูกเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับแบรนด์



ส่งเสริมความยั่งยืนในธุรกิจกาแฟ

ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิต การตลาด การสร้างแบรนด์ที่บอกถึงความยั่งยืน การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น แก้วกาแฟหลอดดูด ที่ย่อยสลายได้ เป็นต้น พร้อมทั้งสื่อสารแบรนด์ด้วยเนื้อหาที่สะท้อนความเป็นไทย ความยั่งยืน และคุณค่าทางสังคม



พัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟให้หลากหลายและตอบโจทย์สุขภาพ (Functional Coffee)

เช่น กาแฟเพิ่มโปรตีน โปรไบโอติก คอลลาเจนหรือแร่ธาตุจากพืช หรือการนำวัตถุดิบจากท้องถิ่นมาผสม เช่น ขมิ้น ขิง ใบเตย ส้มจี๊ด ส้มเขียวหวาน เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่มากาแฟ และตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ



การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ

เช่น เทคโนโลยีการบริหารจัดการร้าน เช่น เครื่องชงกาแฟอัจฉริยะ ระบบสะสมแต้มดิจิทัล การชำระเงินแบบไร้สัมผัส เพื่อเพิ่มความสะดวกและทันสมัยให้กับลูกค้า

อุตสาหกรรมกาแฟไทยยังมีโอกาสเติบโต จากทั้งการผลิตและการบริโภคที่ขยายตัวต่อเนื่อง เมล็ดกาแฟที่ปลูกและผลิตในประเทศไทยมีความหลากหลายทั้งสายพันธุ์และรสชาติจากภาคเหนือ และไร่บิสต้าจากภาคใต้ ซึ่งมีรสชาติและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยควรพัฒนาสินค้าโดยเพิ่มมูลค่าให้ตรงตามความต้องการตลาด เช่น กาแฟพิเศษ กาแฟพร้อมดื่ม และผลิตภัณฑ์กาแฟเพื่อสุขภาพ เพื่อให้สินค้ากาแฟไทยครองใจผู้บริโภคในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

Twin Transition

พัฒนาเศรษฐกิจอย่างสมดุล ด้วยการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่



ปัจจุบันเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นประเด็นที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจ การค้า และสังคมของทุกประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งทั้งสองประเด็นมีความเชื่อมโยงและผสมผสานกันมากขึ้น และเป็นที่มาของแนวคิด “การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ (Twin Transition)” ซึ่งหมายถึง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transition) พร้อมกับการพัฒนาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Transition) โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินกิจกรรม กระบวนการผลิต และการให้บริการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ ลดการใช้ทรัพยากร และลดการปล่อยมลพิษที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่จะช่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างความยืดหยุ่นในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและเทคโนโลยี พัฒนาความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDG)

นโยบาย/มาตรการภาครัฐในการส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่

การเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่เป็นแนวคิดใหม่ที่หลายประเทศให้ความสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศต่าง ๆ ยังไม่มีนโยบายหรือมาตรการสำหรับการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่โดยเฉพาะ แต่ส่วนใหญ่มีนโยบายหรือมาตรการส่งเสริมในแต่ละด้าน อาทิ

1

สหภาพยุโรป

จัดทำ European Green Deal

เป็นกรอบนโยบายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน เพื่อสนับสนุนให้สหภาพยุโรปลดปริมาณการปล่อยคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี ค.ศ. 2050 และ EU Digital Compass 2030 เป็นนโยบายที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และพัฒนาสังคม

0%
NET ZERO

2

อาเซียน

จัดทำ Framework for Circular Economy for the ASEAN Economic Community

ซึ่งเป็นกรอบการดำเนินงานสำหรับแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเชื่อมโยงของทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมทั้งมุ่งส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว อย่างยั่งยืน และทั่วถึง และ ASEAN Digital Master Plan 2025 เป็นแผนส่งเสริมและพัฒนาดิจิทัลที่ครอบคลุมหลายด้าน อาทิ การศึกษา การดำเนินธุรกิจ การเชื่อมโยงของสังคม โครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการเชื่อมโยงและการสร้างความร่วมมือในภูมิภาค

3

สิงคโปร์

จัดทำ Singapore's Green Plan 2030

ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม และเพิ่มความสามารถของประเทศในการพึ่งพาตนเองในระยะยาว เพื่อสร้างสังคมและเศรษฐกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และ Singapore Smart Nation Initiative เป็นการริเริ่มที่มุ่งพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในทุกภาคส่วน เพื่อสร้างสังคมเชื่อมโยงกันได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ

GREEN PLAN

4

ไทย

จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570

จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570 ที่มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ลดความเหลื่อมล้ำ และรักษาสิ่งแวดล้อม และแผนแม่บทการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ระยะที่ 2 พ.ศ. 2566-2570 ที่มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจมูลค่าสูง และเสริมศักยภาพการแข่งขัน โดยมุ่งสร้างระบบที่เอื้อต่อการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงมาตรการส่งเสริมการลงทุน ที่สนับสนุนการยกระดับเทคโนโลยี กระบวนการผลิต และความสามารถของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย

โอกาสและความท้าทายของการเปลี่ยนผ่าน แบบควบคู่ของผู้ประกอบการไทย



ผู้ประกอบการที่เปลี่ยนผ่านแบบควบคู่จะมีโอกาสในหลายด้าน อาทิ การขยายตัวของตลาดสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลาดทั่วโลกให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น คนรุ่นใหม่ต้องการและเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เข้าถึงตลาด และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดีขึ้น และการสนับสนุนจากภาครัฐ อาทิ การสนับสนุนทางการเงินในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อลดมลพิษ หรือประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การฝึกอบรมพัฒนากฎระเบียบดิจิทัล และการส่งเสริมการตลาด เช่น กระทรวงพาณิชย์ มีการมอบตราสัญลักษณ์ DEmark ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบอย่างสร้างสรรค์ตามแนวคิด BCG ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือมีอายุการใช้งานยาวนาน ตลอดจนสนับสนุนข้อมูลด้านการตลาด และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ



อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยยังเผชิญกับความท้าทายในหลายมิติ อาทิ การแข่งขันกับสินค้าจากต่างประเทศ ที่มีห่วงโซ่อุปทานครบวงจร มีกำลังการผลิตสูงกว่า และมีราคาถูกกว่า การปรับตัวรองรับกฎระเบียบที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่มีข้อมูล ความรู้ บุคลากร และทรัพยากรอย่างจำกัด และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของไทยที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้จำนวนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตลดลง โดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะดิจิทัลและทักษะด้านสิ่งแวดล้อม

“

การส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านแบบควบคู่ให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ รวมถึงประชาชน ในการผลักดันการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลพร้อมกับการพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และครอบคลุมทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เทคโนโลยี นโยบายและกฎระเบียบ และตลาดและเศรษฐกิจ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

”

อาเซียนผลักดันกรอบตกลง DEFA ปรับระบบนิเวศเศรษฐกิจของอาเซียนสู่ **NEW Economy**

เศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอาเซียน ขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล



ระหว่าง 8.4 - 23.6% ต่อ GDP แตกต่างกันไปตามระดับการพัฒนาของประเทศ แต่เติบโตรวดเร็ว
ทั้งอีคอมเมิร์ซที่มีมูลค่า 13.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และการชำระเงินแบบดิจิทัล 247
พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีปัจจัยหนุนสำคัญจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในระดับสูง 80%
นับได้ว่า อาเซียนกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ "NEW Economy"

อาเซียนจึงได้จัดตั้งกรอบความตกลงเศรษฐกิจดิจิทัลอาเซียน หรือที่เรียกโดยย่อว่า DEFA
เพื่อใช้ประโยชน์จากเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ และ
บรรลุการก้าวขึ้นสู่ภูมิภาคที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก และเป้าหมายเพิ่มมูลค่า
เศรษฐกิจดิจิทัลของภูมิภาคอยู่ที่ 2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2573 ขณะเดียวกันต้องม
มาตรการที่เพียงพอที่จะสร้างความยุติธรรมทางการแข่งขันและความยั่งยืน

DEFA เป็นเป้าหมายสำคัญของอาเซียนที่จะให้เป็นความตกลงระดับภูมิภาคฉบับแรกของโลกที่สร้างมาตรฐาน
ร่วมและอำนวยความสะดวกการค้าการลงทุนดิจิทัลอย่างปลอดภัย ดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมดิจิทัล
 อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของแผนงานบันดาร์เสรีเบกาวัน ที่ผลักดันให้อาเซียนเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล
 โดยเริ่มเจรจามาตั้งแต่ปลายปี 2566 เสร็จแล้ว 13 รอบ คืบหน้าแล้วกว่า 68% ตั้งเป้าประกาศความสำเร็จในเดือนตุลาคม 2568
 และลงนามอย่างเป็นทางการในปี 2569 ซึ่ง DEFA ประกอบด้วย 9 pillars ที่สามารถจำแนกได้เป็น 4 มิติสำคัญ

มิติที่ 1 การขับเคลื่อน สู่เศรษฐกิจการค้าดิจิทัล

ประกอบด้วย การค้าดิจิทัล (Digital Trade) เปลี่ยนผ่าน
ไปสู่การค้าแบบไร้กระดาษ ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์
อย่างเต็มรูปแบบ และอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน
(Cross Border E-Commerce) สร้างบรรยากาศ
การค้าอีคอมเมิร์ซให้มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม



มิติที่ 2 การดำเนินธุรกรรม ผ่านทางดิจิทัล



ประกอบด้วย การชำระเงินและใบแจ้งหนี้อิเล็กทรอนิกส์
(Digital Payments and E-Invoicing) ส่งเสริม
การเชื่อมโยงระบบการชำระเงินระหว่างประเทศสมาชิก
แบบเรียลไทม์ด้วย QR code payment ลดต้นทุนและเวลา
ไม่ต้องผ่านหลายธนาคารหรือแปลงสกุลเงินหลายครั้ง
และการพิสูจน์และยืนยันตัวตนและอัตลักษณ์ (Digital ID
and Authentication) อำนวยความสะดวกแก่นักธุรกิจ
ในการทำธุรกรรมในต่างประเทศได้สะดวกมากขึ้น

มิติที่ 3 การสร้างรากฐานเศรษฐกิจ ดิจิทัลที่ปลอดภัย

ประกอบด้วย ความปลอดภัยของการไหลเวียนและ
การคุ้มครองข้อมูลข้ามพรมแดน (Cross - Border
Data Flows and Data Protection) และความมั่นคง
ทางไซเบอร์ (Online Safety and Cybersecurity)
แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันบนพื้นฐานของความปลอดภัย
ของข้อมูลส่วนบุคคล



มิติที่ 4 การสร้างสภาพแวดล้อม ให้เอื้อต่อการพัฒนา

ประกอบด้วย ความร่วมมือในประเด็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ
(Cooperation on Emerging Topics) จัดตั้งกลไก
ในการกำหนดมาตรฐานและกฎระเบียบการประยุกต์
ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AI ความร่วมมือและ
การเคลื่อนย้ายบุคลากรด้านดิจิทัล (Talent Mobility
and Cooperation) สนับสนุนให้มีบุคลากรเพียงพอ
ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกอาเซียน
ผ่านการร่วมมือพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากร
และนโยบายการแข่งขัน (Competition Policy)
กำหนดกฎระเบียบที่สร้างบรรยากาศทางการแข่งขัน
ความโปร่งใส และสร้างทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ผู้บริโภค

สถานการณ์ปัจจุบัน

การค้าดิจิทัล (Digital Trade)

ประเทศสมาชิกอาเซียนเชื่อมโยงข้อมูลบนระบบ ASEAN Single Window (ASW) มาสู่ระยะหนึ่งแล้ว ขณะที่ในระดับประเทศมีการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานระดับ National Single Window (NSW) ซึ่งในส่วนของการทราฟฟิคพาณิชย์ มีการออก e-Form D ที่เชื่อมโยงข้อมูลการออกหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า เข้ากับระบบ NSW



การชำระเงินดิจิทัล (Digital Payments)

ภายใต้กรอบนโยบายการชำระเงินของอาเซียนสำหรับระบบการชำระเงินรายย่อยแบบเรียลไทม์ข้ามพรมแดน หรือระบบ RT-RPS เป็นส่วนหนึ่งของ Regional Payment Connectivity (RPC) ซึ่งธนาคารกลางของประเทศสมาชิกลงนาม MOU ตั้งแต่ปี 2565 และเริ่มใช้งานจริงแล้วในเวียดนาม กัมพูชา สปป.ลาว อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย



การพิสูจน์และยืนยันตัวตนและอัตลักษณ์ (Digital ID and Authentication)

ตั้งแต่ปี 2566 อาเซียนได้ริเริ่มโครงการจัดตั้งหมายเลขประจำตัวธุรกิจที่สามารถเปรียบเทียบและรับรองได้ในระดับภูมิภาค รู้จักกันในชื่อ ASEAN UBIN ซึ่งได้รับการรับรองจากที่ประชุม ASEAN Economic Ministers (AEM) ครั้งที่ 55 มีเป้าหมายช่วยให้ธุรกิจ โดยเฉพาะ MSMEs เข้าถึงการค้าข้ามพรมแดนได้ง่ายขึ้น ด้วยระบบที่โปร่งใสและเชื่อถือได้



ความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cybersecurity)

อาเซียนเริ่มดำเนินงานศูนย์ตอบสนองเหตุฉุกเฉินทางคอมพิวเตอร์ระดับภูมิภาค หรือ ASEAN CERT ภายในปีนี้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อภัยคุกคามและการโจมตีทางไซเบอร์ข้ามพรมแดน โดยมีการรับรองเอกสาร ASEAN Checklist on Cyberspace Norms เพื่อสร้างมาตรฐานความปลอดภัยร่วมกัน



ความร่วมมือและการเคลื่อนย้ายบุคลากรด้านดิจิทัล (Talent Mobility and Cooperation)

จัดตั้งสภาการเทคนิคอาชีวศึกษาและการฝึกอบรมแห่งอาเซียน หรือ ASEAN TVET Council เพื่อสร้างกลไกความร่วมมือในการพัฒนาทักษะทรัพยากรมนุษย์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลก



นโยบายการแข่งขัน (Competition Policy)

ส่งเสริมตลาดดิจิทัลที่เป็นธรรม โปร่งใส และแข่งขันได้ การควบคุมแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ การป้องกันการผูกขาดและการใช้ข้อมูลเพื่อเอาเปรียบผู้บริโภคหรือธุรกิจรายเล็ก การเพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายการแข่งขันทางการค้า การกำหนดให้แพลตฟอร์มเปิดเผยวิธีการกำหนดราคา และการใช้ข้อมูลสำหรับไทย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) กำลังจัดทำร่างประกาศฉบับใหม่ ภายใต้พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565



การลดความแตกต่างด้านกฎระเบียบระหว่างประเทศสมาชิก **01**

ประโยชน์และความท้าทายที่ต้องหาแนวทางรับมือ

DEFA ถูกพัฒนาโดยคำนึงถึงประชาชนเป็นศูนย์กลาง และช่วยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของ MSMEs ซึ่งคิดเป็น 97% ของจำนวนธุรกิจทั้งหมดในอาเซียน สอดคล้องกับการศึกษา Suominen (2025) ระบุว่า DEFA มีความสำคัญต่อ 4 เรื่องได้แก่

02 การส่งเสริมการเข้าถึงและและการใช้ข้อมูล

การเปิดโอกาสเข้าถึงเทคโนโลยี **03**

04 การดึงดูดการลงทุนและเงินทุน



จำนวนสำนักงานทั้งหมด **3,126** แห่งของบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลก



อาเซียนมีสำนักงานทั้งหมด **107** แห่ง หรือคิดเป็น 5% ของจำนวนสำนักงานทั่วโลก

นอกจากนี้ DEFA ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการบรรลุความยั่งยืน ความโปร่งใส และนวัตกรรมสีเขียว เช่น พลังงานทดแทน การเกษตรอัจฉริยะ และโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม DEFA ก็มีความท้าทายที่ต้องวางแผนรับมือ เช่น ความกังวลเรื่องอธิปไตยข้อมูล ความมั่นคงทางไซเบอร์ สิ่งแวดล้อมและพลังงาน ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล อาจส่งผลให้ปริมาณขยะอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น และการใช้ไฟฟ้ามากขึ้นของ Data Center

ภาพรวมดัชนีเศรษฐกิจการค้า เดือนสิงหาคม 2568

เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนสิงหาคม 2568

		ดัชนี	%MoM	%YoY	%AoA	
	อัตราเงินเฟ้อทั่วไป : Headline Inflation	ส.ค. 68	100.14	-0.01	-0.79	0.08
	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป : CPI	ก.ค. 68	100.15	-0.27	-0.70	0.21
	เงินเฟ้อพื้นฐาน : Core Inflation	ส.ค. 68	101.51	0.11	0.81	0.94
	ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน : Core CPI	ก.ค. 68	101.40	-0.03	0.84	0.95
	ดัชนีราคาผู้ผลิต : PPI	ส.ค. 68	108.3	-0.2	-3.5	-2.5
		ก.ค. 68	108.5	-0.5	-4.2	-2.3
	ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง : CMI	ส.ค. 68	113.7	0.1	0.4	0.4
		ก.ค. 68	113.6	0.0	0.4	0.4

แนวโน้มอัตราเงินเฟ้อทั่วไป เดือนกันยายน 2568 คาดว่ายังคงลดลง โดยมีปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปลดลง ได้แก่ (1) ภาครัฐยังคงดำเนินมาตรการช่วยเหลือภาระค่าครองชีพอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการปรับลดค่า Ft งวดเดือน ก.ย. - ธ.ค. 2568 มาอยู่ที่ 15.72 สตางค์ต่อหน่วย ส่งผลให้อัตราค่ากระแสไฟฟ้าลดลงเหลือ 3.94 บาทต่อหน่วย (2) ราคาผักสดและผลไม้สดอยู่ระดับต่ำกว่าปีก่อนหน้าค่อนข้างมาก จากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยทำให้ปริมาณผลผลิตเข้าสู่ระบบมากขึ้น และ (3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และสภาวะการแข่งขันที่อยู่ในระดับสูง สำหรับปัจจัยสนับสนุนให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับสูงขึ้น ได้แก่ ราคาสินค้าเกษตรบางชนิดและเครื่องประกอบอาหารที่มีแนวโน้มสูงกว่าปีก่อนหน้า เช่น เนื้อสุกร มะขามเปียก กะทิสำเร็จรูป กาแฟ เกลือป่น และน้ำมันพืช เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงที่ยังคงต้องติดตามคือ ราคาน้ำมันดิบดูไบในตลาดโลกอาจมีความผันผวนจากสถานการณ์ที่ยูเครนโจมตีโรงกลั่นน้ำมันของรัสเซีย ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุปทานของโลก

ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนสิงหาคม 2568 ลดลงร้อยละ 0.79 (YoY)

อาหาร เครื่องดื่ม	เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า	ที่อยู่อาศัย	ยา ของใช้ส่วนบุคคล
YoY -0.08 ▼	YoY -1.07 ▼	YoY -0.23 ▼	YoY -0.93 ▼
MoM -0.15 ▼	MoM -0.06 ▼	MoM 0.02 ▲	MoM 0.50 ▲
พาหนะ เชื้อเพลิง	การศึกษา บันเทิง	บุหรี่ย สุรา	
YoY -2.73 ▼	YoY 0.48 ▲	YoY -0.09 ▼	
MoM 0.04 ▲	MoM 0.03 ▲	MoM -0.05 ▼	

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนสิงหาคม 2568 ลดลงร้อยละ 3.5 (YoY)

แบ่งตามกิจกรรมการผลิต (CPA : Classification of Products by Activity)		
ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม และการประมง	ผลิตภัณฑ์จากเหมือง	ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
YoY -10.7 ▼	YoY -13.0 ▼	YoY -2.2 ▼
MoM -0.5 ▼	MoM -0.5 ▼	MoM -0.2 ▼
แบ่งตามขั้นตอนการผลิต (SOP : Stage of Processing)		
สินค้า สำเร็จรูป	สินค้า กึ่งสำเร็จรูป	สินค้า วัตถุดิบ
YoY -0.6 ▼	YoY -6.5 ▼	YoY -11.8 ▼
MoM -0.2 ▼	MoM -0.4 ▼	MoM -0.2 ▼

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนสิงหาคม 2568 สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (YoY)

ปูนและ ผลิตภัณฑ์ปูน	ซีเมนต์	ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	เหล็กและ ผลิตภัณฑ์เหล็ก
YoY 1.0 ▲	YoY 5.0 ▲	YoY 1.2 ▲	YoY -1.7 ▼
MoM 0.1 ▲	MoM 0.3 ▲	MoM 0.0 ▲	MoM -0.2 ▼
กระเบื้อง	วัสดุฉนวน	สุขภัณฑ์	อุปกรณ์ไฟฟ้า และประปา
YoY -0.9 ▼	YoY -0.9 ▼	YoY -3.3 ▼	YoY 1.2 ▲
MoM 0.1 ▲	MoM -0.2 ▼	MoM -0.9 ▼	MoM 0.1 ▲
วัสดุก่อสร้าง อื่น ๆ			
YoY 0.2 ▲			
MoM 0.5 ▲			

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนสิงหาคม 2568 เท่ากับ 47.9

	ก.ค. 68	ส.ค. 68	+ / -		ก.ค. 68	ส.ค. 68	+ / -
ภาพรวม อยู่ระดับ	48.4	47.9	▼	กรุงเทพฯ/และปริมณฑล	45.9	46.0	▲
ปัจจุบัน อยู่ระดับ	39.7	39.2	▼	ภาคกลาง	46.1	46.7	▲
อนาคต อยู่ระดับ	54.2	53.7	▼	ภาคเหนือ	46.7	45.8	▼
				ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53.5	50.4	▼
				ภาคใต้	47.9	48.8	▲

						
พนักงานของรัฐ	เกษตรกร	ผู้ประกอบการ	นักศึกษา	รับจ้างอิสระ	พนักงานเอกชน	ไม่ได้ทำงาน
ส.ค. 68 52.0	ส.ค. 68 46.4	ส.ค. 68 49.0	ส.ค. 68 48.9	ส.ค. 68 46.5	ส.ค. 68 47.5	ส.ค. 68 45.8
ก.ค. 68 51.4	ก.ค. 68 49.0	ก.ค. 68 49.3	ก.ค. 68 49.6	ก.ค. 68 47.0	ก.ค. 68 46.9	ก.ค. 68 49.3
+ / - ▲	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▼	+ / - ▲	+ / - ▼



การค้าระหว่างประเทศของไทย

International
TRADE FOCUS

โดย กองยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

เดือนสิงหาคม 2568

การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2568

มีมูลค่า **27,743.2** ล้านดอลลาร์สหรัฐ (889,014 ล้านบาท)



ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ที่ **5.8%**

หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว **5.4%**



การส่งออกขยายตัวในอัตราชะลอลงมากขึ้น หลังจากมีการบังคับใช้อัตราภาษีศุลกากรต่างตอบแทนของสหรัฐฯ ตั้งแต่ช่วงต้นเดือนสิงหาคม ผู้นำเข้าส่วนใหญ่มีความชัดเจนขึ้นเกี่ยวกับการวางแผนจัดการความเสี่ยงด้านราคา แม้ว่าระดับสินค้าคงคลังในสหรัฐฯ จะเริ่มมีทิศทางเพิ่มขึ้น เนื่องจากอุปสงค์ที่อ่อนแอ แต่ยังคงเห็นการขยายตัวในกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง ขณะที่สินค้าเกษตรได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคา อาทิ ข้าว ยางพารา และมันสำปะหลัง ทั้งนี้ การส่งออก 8 เดือนแรกของปี 2568 ขยายตัวที่ร้อยละ 13.3 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 13.3

- **การนำเข้า** เดือนสิงหาคม 2568 มีมูลค่า 29,707.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 15.8 **สินค้านำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ น้ำมันดิบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **สินค้านำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่ยังขยายตัว** ได้แก่ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสหราชอาณาจักร เป็นต้น **แหล่งนำเข้าที่หดตัว** ได้แก่ เกาหลีใต้ และสิงคโปร์ เป็นต้น

- **ดุลการค้า** เดือนสิงหาคม 2568 การค้าขาดดุล 1,964.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

แนวโน้มการส่งออกในช่วงที่เหลือของปี 2568

คาดว่าจะยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ความกังวลต่อผลกระทบจากมาตรการภาษีต่างตอบแทนของสหรัฐฯ ผ่อนคลายลง หลังสหรัฐฯ บรรลุการเจรจาและทำข้อตกลงการค้ากับหลายประเทศและภูมิภาค โดยกำหนดอัตราภาษีต่างตอบแทนที่ปรับลดลงจากอัตราเดิมที่เคยประกาศไว้ ในส่วนของไทยอยู่ในอัตราที่ใกล้เคียงกับหลายประเทศในภูมิภาค อย่างไรก็ตาม การเร่งนำเข้าในช่วงก่อนหน้าและอุปสงค์ที่อ่อนแอ คาดว่าการสะสมสินค้าคงคลังเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตจะเริ่มชะลอลง สถานการณ์การค้าขายแดนที่ยังคงยึดเยื้อนโยบายเร่งการส่งออกข้าวของอินเดีย เศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ชะลอตัว และค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างรวดเร็ว ยังคงเป็นปัจจัยกดดันผู้ส่งออกของไทยในช่วงที่เหลือของปี ซึ่งกระทรวงพาณิชย์จะเร่งเดินหน้ารื้อฟื้นการเจรจาการค้าและการลงทุนที่เกี่ยวข้อง ทั้งเร่งรัดการเจรจาความตกลงฉบับต่าง ๆ

การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ส.ค. 2568 Aug 2025	ม.ค. - ส.ค. 2568 Jan - Aug 2025
มูลค่าการนำเข้ารวม	57,450.7 +10.8%	448,056.1 +12.3%
มูลค่าการส่งออก (Export Value)	27,743.2 +5.8%	223,175.8 +13.3%
มูลค่าการนำเข้า (Import Value)	29,707.6 +15.8%	224,880.3 +11.3%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-1,964.4	-1,704.5

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 68

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	3,143.9	+44.1	11.3	สหรัฐอเมริกา	5,675.7	+12.8	20.5
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,858.2	-0.3	10.3	จีน	3,166.9	+5.9	11.4
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,950.1	+72.6	7.0	ญี่ปุ่น	1,934.2	-5.3	7.0
ผลิตภัณฑ์ยาง	1,229.3	-3.1	4.4	อินเดีย	1,164.5	+14.3	4.2
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	1,079.7	+10.2	3.9	มาเลเซีย	1,164.4	+6.4	4.2

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน ส.ค. 68

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	△ (%YoY)	สัดส่วน (%)
แผงวงจรไฟฟ้า	3,727.8	+122.9	12.6	จีน	9,375.2	+33.4	31.6
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	2,936.1	+56.2	9.9	ไต้หวัน	2,783.7	+130.4	9.4
น้ำมันดิบ	2,604.3	+14.1	8.8	ญี่ปุ่น	2,418.3	+0.6	8.1
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	2,194.2	+15.5	7.4	สหรัฐอเมริกา	1,835.4	+10.8	6.2
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,788.6	-16.7	6.0	สหรัฐอเมริกา	1,518.0	+8.0	5.1

ให้แล้วเสร็จ เร่งขยายตลาดส่งออกใหม่ ๆ ขับเคลื่อนการขยายช่องทางการค้าดิจิทัลกับอาเซียน และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเส้นทางการค้า เพื่อยังคงรักษาอัตราการเติบโตของการส่งออกให้ได้ตามเป้าหมายการทำงาน (Working Target) ที่กระทรวงพาณิชย์ตั้งเอาไว้

WEBSITE

<https://tpps.go.th/international-trade>



ท่านสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมการค้าระหว่างประเทศของไทย
ประจำเดือนสิงหาคม 2568 ผ่าน QR Code นี้

'เยอรมนี' จี้ 'ยุโรป'

สกัดจีนกวนซื้อ "เศษทองแดง" หวั่นโรงกลูบขาดแคลนหนัก

นางคาเทอรินา ไรเชอ รัฐมนตรีเศรษฐกิจเยอรมนี เรียกร้องให้สหภาพยุโรป (EU) เร่งออกมาตรการควบคุมการไหลออกของเศษทองแดงไปยังจีน หลังโรงกลูบโลหะรายใหญ่ใน EU ประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ โดยตรวจพบว่าจีนกวนซื้อเศษทองแดงจากตลาดในปริมาณมาก ทำให้โรงกลูบเยอรมนีแทบไม่มีวัตถุดิบเหลืออยู่เลย พร้อมเรียกร้องให้จีนมีนโยบายระดับภูมิภาคป้องกันไม่ให้จีนแย่งประมูลเศษโลหะ และเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางเสริมความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจยุโรปไรเชอยังเสนอให้ EU ผลักดันการลงทุนชุดแร่ลิเทียมและแร่หายากในภูมิภาคเพื่อป้องกันเข้าสู่อุตสาหกรรมของ EU ในอนาคต กระแสความกังวลดังกล่าว สะท้อนถึงการเมืองระหว่างประเทศที่เข้ามาแทรกในห่วงโซ่อุปทานสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลกมากขึ้นเรื่อย ๆ ขณะที่หาก EU เดินหน้าจำกัดการส่งออกเศษทองแดง ก็อาจยิ่งเพิ่มความตึงเครียดทางการค้ากับจีนได้

'สหรัฐฯ' เดินเกมคุม 'จีน'

ถอดสถานะพิเศษ 3 ผู้ผลิตชิป ด้านจีนกร้าวพร้อมตอบโต้

กระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ ประกาศเพิกถอนสถานะผู้ใช้ปลายทางที่ผ่านการตรวจสอบ (Validated End User - VEU) ของบริษัทผู้ผลิตชิปรายใหญ่ของโลก 3 ราย ได้แก่ บริษัท TSMC ของไต้หวัน บริษัท Samsung และ SK Hynix ของเกาหลีใต้ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 ธ.ค. 68 เป็นต้นไป ทำให้ทั้ง 3 บริษัทไม่ได้รับสิทธิพิเศษในการขอใบอนุญาตส่งออกอุปกรณ์ผลิตชิปไปยังโรงงานในจีน ได้โดยสะดวกอีกต่อไป ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 29 ส.ค. 68 กระทรวงพาณิชย์สหรัฐฯ ได้แถลงต่อสื่อว่ามีแผนที่จะอนุมัติใบอนุญาตการส่งออกอุปกรณ์ผลิตชิปสำหรับบริษัทต่างชาติที่มีโรงงานผลิตชิปในจีน แต่จะไม่อนุญาตให้มีการขายกำลังการผลิตหรืออัปเกรดเทคโนโลยี ขณะที่โฆษกของกระทรวงพาณิชย์จีนได้แสดงจุดยืนคัดค้านการเพิกถอนสถานะ VEU ของสหรัฐฯ พร้อมเตือนว่า จะใช้มาตรการที่จำเป็นเพื่อปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของบริษัทที่ลงทุนในจีน

'จีน-รัสเซีย' กระชับสัมพันธ์ด้านพลังงาน

ลงนามเพิ่มปริมาณส่งก๊าซผ่านท่อ สร้างเมกะโปรเจกต์ใหม่

CNPC และ Gazprom ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจด้านพลังงานของจีนและรัสเซีย ได้บรรลุข้อตกลงเพิ่มการส่งออกก๊าซธรรมชาติผ่านท่อจากรัสเซียไปยังจีน จาก 38 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี เป็น 44 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี พร้อมทั้งลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) ที่มีผลผูกพันทางกฎหมายเกี่ยวกับแผนการลงทุนก่อสร้างท่อส่งก๊าซธรรมชาติ Power of Siberia 2 ซึ่งมีศักยภาพในการส่งก๊าซธรรมชาติไปยังจีนได้มากถึง 50 ล้านลูกบาศก์เมตรต่อปี ปัจจุบัน จีนได้ก้าวขึ้นมาเป็นประเทศที่นำเข้าน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติจากรัสเซียมากที่สุด แทนที่สหภาพยุโรป (EU) ซึ่งได้ประกาศคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจและลดการนำเข้าพลังงานจากรัสเซีย เพื่อตอบโต้การรุกรานยูเครน โดยในปี 67 จีนนำเข้าก๊าซธรรมชาติจากรัสเซีย 31 ล้านลูกบาศก์เมตร และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 38 ล้านลูกบาศก์เมตรภายในปี 68



**เกาะติดสถานการณ์
เศรษฐกิจการค้า
ทั้งไทยและเทศ ก่อนใคร!**

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



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