

Special Talk

- ภาคบริการไทย : แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุค 4.0



ISSN 2408-2465



9 772408 246502



Special Report

- เจาะลึกยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยสนับสนุน พร้อมผลักดันธุรกิจบริการไทยสู่สากล
- ฝ่า (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ วางรากฐานเศรษฐกิจการค้าสู่การเป็นศูนย์กลางอาเซียน

▶ เพลิดเพลินเพียงวันเวลาอีกช่วงเข้าสู่ช่วงกลางปีอีกแล้ว พวกเราสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) หวังว่าภาคธุรกิจสาขาต่างๆ จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพผันผวนของโลกที่ทุกอย่างมาไวไปไวด่วน และเข้าที่เข้าทางกันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ณ โอกาสนี้ มีอยู่เรื่องหนึ่งที่อยากหยิบขึ้นมากล่าวถึงใน **TPSO Journal** โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC เกิดขึ้นจริงแล้ว หลังจากที่มีการตื่นตัวกันมาหลายปีก่อนหน้านั้น นั่นคือเรื่องการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ เมื่อโครงการระดับเมกะโปรเจกต์มากมายกำลังจะเชื่อมต่ออาเซียนเข้าไว้ด้วยกัน ภาคธุรกิจทั้งหลายหรือแม้แต่หน่วยงานที่มีภารกิจวางแผนในเรื่องดังกล่าวได้ดี จะสามารถสร้างความได้เปรียบให้มากยิ่งขึ้น

ในคอลัมน์ Special Report ฉบับนี้ เราจึงเผยถึงข้อมูลที่น่าสนใจเอาไว้ครบทุกมิติ ทั้งการเจาะลึกในเรื่องศาสตร์แห่งโลจิสติกส์และทิศทางการพัฒนาในมุมของภาครัฐที่เชื่อว่าการยกระดับโลจิสติกส์การค้า พัฒนาผู้ให้บริการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงการค้าการลงทุน จะช่วยให้ไทยเราก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียนได้

มีข้อมูลระบุว่ากิจกรรมโลจิสติกส์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยได้ราว 3 แสนล้านบาท เมื่อปี 2558 ในขณะที่ตัวเลขด้านการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนสูงถึงเกือบร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งหมด ในปี 2560 ตัวเลขด้านการส่งออกไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 9.9 และความสำคัญของโลจิสติกส์ยังถูกบรรจุเอาไว้ในเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี โดยมีกระทรวงพาณิชย์เป็นหัวเรือใหญ่ในการกำหนดทิศทางต่างๆ ให้เกิดขึ้นอย่างตรงเป้าหมาย

ขณะเดียวกันในคอลัมน์ Special Talk ของฉบับนี้ ยังได้หยิบยกเรื่องราวของภาคบริการ ที่นับเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติ โดยในปี 2560 ภาคบริการมีส่วนถึงร้อยละ 62 ของ GDP เกิดการจ้างงานสูงเกือบครึ่งหนึ่งของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ โดยการส่งออกบริการสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 2.6 ล้านล้านบาท และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจอีกมากมายที่ทีมงาน **TPSO Journal** โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้รวบรวมมาไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่านเหมือนเช่นเคย

กองบรรณาธิการวารสาร สนค.

Getting Around with TPSO



การพัฒนาทุนมนุษย์ร่วมกัน ในกลุ่ม CLMVT

(Think Regionally : Human Capital Development Partnership)

หนึ่งในผลลัพธ์ของการจัดงาน CLMVT Forum 2016 : Towards a Shared Prosperity ที่จัดขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน 2559 คือ การพัฒนา

ทุนมนุษย์ร่วมกันในกลุ่มประเทศ CLMVT (Think Regionally : Human Capital Development Partnership) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อม สร้างองค์ความรู้ เร่งพัฒนาศักยภาพ และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการของไทยและประเทศในกลุ่ม CLMV ให้สามารถบูรณาการความร่วมมือด้านการค้าการลงทุนระหว่างกัน เพื่อส่งเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจ พร้อมทั้งรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคร่วมกัน

ในฐานะเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในการพัฒนาบุคลากรประเทศในกลุ่ม CLMVT สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้จัดกิจกรรมการพัฒนาสร้างความสัมพันธ์ด้านการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศ ในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2561 โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาควิชาการ และผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศ CLMVT จำนวนกว่า 240 คน ภายใต้ 3 หลักสูตร ได้แก่ (1) หลักสูตรพัฒนาผู้บริหาร/ผู้ประกอบการระดับกลาง - สูง เพื่อเพิ่มศักยภาพการค้าการลงทุนในกลุ่ม CLMVT โดยเฉพาะผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจตามแนวชายแดน ให้มีเป้าหมายในการผลักดันธุรกิจร่วมกัน มีมุมมองใหม่จากตัวอย่างและประสบการณ์จริง รวมถึงศึกษาดูงานนอกสถานที่ในจังหวัดสระแก้วและจังหวัดระยอง (2) หลักสูตรพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเพิ่มศักยภาพการค้าการลงทุนในกลุ่ม CLMVT (SMEs to Start Up and Scale Up) โดยเฉพาะการพัฒนาแนวคิดการค้าในธุรกิจในยุคเศรษฐกิจใหม่ ผ่านเกมจำลองกิจการเสมือนจริง เพื่อทดสอบบริหารจัดการธุรกิจและกิจกรรมการทำ Business Model และ (3) หลักสูตรการวางแผนและการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจภาคขนส่งและโลจิสติกส์ให้สอดคล้องกับทิศทางและความต้องการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่

สำหรับผลความคืบหน้า ทั้งนี้ ผลจากการจัดกิจกรรมเบื้องต้นพบว่า ผู้ประกอบการในกลุ่ม CLMVT มีความต้องการเชื่อมโยงการค้าธุรกิจระหว่างกัน โดยมีสินค้าและธุรกิจที่หลากหลายที่ผู้ประกอบการต้องการผู้ร่วมค้าและลงทุน ซึ่งผลการต่อยอดจากการดำเนินกิจกรรม ประเด็นความร่วมมือจากการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้เข้าร่วมโครงการจากกลุ่มประเทศ CLMVT ทั้ง 3 หลักสูตร สนค. จะนำมาเผยแพร่และรายงานผลให้ทราบ โดยท่านสามารถติดตามผลการดำเนินการได้ในเว็บไซต์กระทรวงพาณิชย์ต่อไป

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ
30 เมษายน 2561

วารสาร สนค.

ปีที่ 8 ฉบับที่ 82 พฤษภาคม 2561
www.tpsoc.moc.go.th

CONTENTS

03 Special Talk

ภาคบริการไทย : แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุค 4.0

04 Special Report

เจาะลึกยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบโลจิสติกส์ไทย
เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยสนับสนุน
พร้อมผลักดันธุรกิจบริการไทยสู่สากล

06 Special Report

ผ่า (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์โลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์
วางรากฐานเศรษฐกิจการค้าสู่การเป็นศูนย์กลางอาเซียน

08 Economic Indicator

ภาพรวมเศรษฐกิจ

10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย : มีนาคม 2561

11 Commodities & Fx

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร :
เมษายน 2561

12 Global News

ภาคบริการไทย : แรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุค 4.0

ภาคบริการเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยเป็นทั้งกองหน้าี่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ทำให้เศรษฐกิจเติบโตด้วยบริการ เช่น การท่องเที่ยว บริการสุขภาพ และยังทำหน้าที่เป็นกองสนับสนุนที่ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรและอุตสาหกรรมด้วยบริการ เช่น การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การตลาด การขนส่งและโลจิสติกส์ และที่ขาดไม่ได้คือบริการดิจิทัลที่เข้ามาจับบทบาทในทุกอนุของเศรษฐกิจสมัยใหม่

ความสำคัญของภาคบริการต่อเศรษฐกิจไทยนั้นเห็นได้ชัดจากตัวเลขเศรษฐกิจต่างๆ โดยในปี 2560 ภาคบริการมีส่วนสูงถึงร้อยละ 62 ของ GDP และจ้างงานเกือบครึ่งหนึ่งของการจ้างงานรวมทั้งประเทศโดยมีแรงงานจำนวนมากย้ายมาจากภาคการผลิต การส่งออกบริการสร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 7.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ (2.6 ล้านล้านบาท) หรือคิดเป็นประมาณ 1 ใน 4 ของการส่งออกรวมของไทย การค้าภาคบริการของไทยยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการที่การส่งออกบริการในรูปเงินเหรียญสหรัฐเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 11 ต่อปี (ในช่วงปี 2557 - 2560)¹ และดัชนีภาวะการค้าภาคบริการของไทยล่าสุด (กุมภาพันธ์ 2561) ที่เพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 131

จากศักยภาพของภาคบริการดังกล่าว กรอบยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับภาคบริการของไทยให้เติบโต สร้างเศรษฐกิจฐานบริการ (Service-Based Economy) ที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจฐานคุณค่า (Value-Based Economy) โดยภาคบริการจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนยกระดับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ทั้งต้นน้ำ (การวิจัยพัฒนา สร้างตราสินค้า ออกแบบ) กลางน้ำ (การผลิต) และปลายน้ำ (โลจิสติกส์ การตลาด การจัดจำหน่าย) ภายใต้นโยบาย Thailand 4.0

ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์นั้นก็มีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่ภาคบริการมากขึ้น เนื่องจากเล็งเห็นว่าแนวโน้มเศรษฐกิจยุค 4IR (4th Industrial Revolution) หรือการปฏิวัติอุตสาหกรรม ครั้งที่ 4 ซึ่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านดิจิทัล ภายภาพ และชีวภาพ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างการค้าสินค้าและบริการบางลง และธุรกิจบริการโดยเฉพาะบริการยุคใหม่สามารถเชื่อมโยง ต่อยอด และเติบโตได้มากขึ้น กอปรกับข้อจำกัดของบริการแบบดั้งเดิมจะลดลง เพราะเทคโนโลยีทำให้ผู้ให้บริการและผู้รับบริการไม่ต้องมาเจอกัน แต่สามารถติดต่อกันทางออนไลน์ โดยมีข้อมูลหรือรีวิวประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คุณภาพการบริการจะเป็นมาตรฐานมากขึ้นเพราะมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยยกระดับ บริการบางชนิด (เช่น การศึกษา บันเทิง) ยังสามารถเก็บในรูปแบบดิจิทัลเพื่อใช้งานในอนาคตได้มากขึ้นด้วย

กระทรวงพาณิชย์จึงได้กำหนด “ยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการไทย” เพื่อประโยชน์ของเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับประเทศไปจนถึงฐานราก โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจบริการของอาเซียน เพิ่มรายได้ของภาคบริการ ตลอดจนส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจบริการระดับท้องถิ่น ด้วยยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างนักธุรกิจบริการสู่ภูมิภาค (Service 4.0 Warrior) โดยแบ่งคลัสเตอร์ธุรกิจแต่ละภูมิภาคตามความเหมาะสมของทรัพยากรและห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจบริการในพื้นที่ 2) การต่อยอดนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation-Based Services) โดยส่งเสริมธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม New S-Curve ควบคู่กับการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาและสร้างมาตรฐานการบริการที่น่าเชื่อถือ 3) การเชื่อมต่อธุรกิจบริการไทยสู่ตลาดโลก ด้วยการเจรจา Strategic Partnership ด้านการค้าภาคบริการในเชิงรุก และส่งเสริม Startup ที่มีศักยภาพ และ 4) การยกเครื่องด้านกฎหมายและข้อมูลธุรกิจบริการ ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันและรองรับแนวโน้มในอนาคต

ภายใต้ยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการนี้ กระทรวงมุ่งพัฒนาภาคบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) ให้กลายเป็น High Value Services โดยมุ่งส่งเสริมธุรกิจบริการทั้งกลุ่ม First S-Curve (1. บริการสุขภาพ 2. บริการเชิงสร้างสรรค์ 3. การก่อสร้าง 4. การต้อนรับ 5. การศึกษา 6. บริการที่สนับสนุนการค้า) และกลุ่ม New S-Curve (อาทิ บริการด้านสิ่งแวดล้อม บริการต่อยอดอุตสาหกรรม New S-Curve เช่น การซ่อมบำรุงหุ่นยนต์ บริการดิจิทัล) ตลอดจนส่งเสริมธุรกิจบริการที่พัฒนาขึ้นโดยใช้เครื่องมือ/เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น e-Commerce, e-Logistics และ e-Payment ด้วย

ทั้งนี้ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการดังกล่าว จะมุ่งสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจบริการไทยในทุกภูมิภาค โดยแบ่ง 6 คลัสเตอร์ธุรกิจเบื้องต้นตามความเหมาะสมของพื้นที่ และจะมีการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ภาพรวมออกมาเป็นยุทธศาสตร์บริการรายสาขาที่สำคัญ อาทิ ยุทธศาสตร์สาขาโลจิสติกส์การค้า ซึ่งจะช่วยให้กระทรวงมีทิศทางการพัฒนาภาคบริการของไทยที่ชัดเจน ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับให้ธุรกิจบริการไทยสามารถเชื่อมโยงภาคการผลิตและภาคเกษตรได้อย่างลงตัว สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และบรรลุเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางของธุรกิจบริการในภูมิภาคอาเซียนในที่สุด



¹ ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการของไทย (เครื่องชี้ภาวะการค้าภาคบริการภาพรวมของไทย) จัดทำโดย สผ. โดยใช้กลุ่มตัวชี้วัดด้านผลการดำเนินงานภาคบริการ (Performance) ที่สะท้อนสถานการณ์การค้าภาคบริการในปัจจุบัน และกลุ่มตัวชี้วัดด้านศักยภาพและความเชื่อมั่นภาคบริการ (Potential & Confidence) ที่สะท้อนแนวโน้มการค้าภาคบริการในอนาคต

“เจาะลึกยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยสนับสนุน พร้อมผลักดันธุรกิจบริการไทยสู่สากล”

การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญอย่างมากสำหรับเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเศรษฐกิจไทยเป็นเศรษฐกิจเปิดที่มีการเชื่อมโยงกับต่างประเทศมาก โดยมีภาคส่งออกเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมายาวนาน โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงเกือบร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งหมด ซึ่งจากข้อมูลมูลค่าการส่งออกของประเทศไทยล่าสุด ปี 2560 พบว่า การส่งออกสินค้าของไทยขยายตัวสูงถึงร้อยละ 9.9 (YoY) ดังนั้น จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงการพิจารณาและให้ความสำคัญในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของปัจจัยและองค์ประกอบที่สำคัญต่อการส่งออกเป็นอย่างมากประการหนึ่ง นั่นก็คือ ระบบโลจิสติกส์ และผู้ประกอบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันการส่งออกของไทยให้ก้าวหน้าและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดมา และทำให้เศรษฐกิจการค้าของไทยสามารถฟื้นตัวได้เป็นอย่างดี และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

ระบบโลจิสติกส์กับการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าไทย จากยุทธศาสตร์ชาติสู่ยุทธศาสตร์โลจิสติกส์

โครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศ การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน การเพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเตรียมความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ให้มีความเข้มแข็ง และเอื้อต่อการพัฒนาในทุกมิติของประเทศ

จากข้อมูลล่าสุดของ The World Economic Forum (WEF) สถาบันจัดอันดับความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศต่างๆ ทั่วโลกในแต่ละด้าน ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศ ทั้งความสามารถในการแข่งขันภาพรวมและรายปัจจัยตัวชี้วัดของการพัฒนา โดยมีระบบโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์เป็นหนึ่งในปัจจัยตัวชี้วัดดังกล่าว โดยในปี 2560 WEF ได้จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมของประเทศไทย¹ เป็นอันดับที่ 34 จาก 138 ประเทศ ลดลงจากอันดับที่ 32 ในปี 2559 ขณะที่อันดับคุณภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานลดลงจากอันดับที่ 44 มาเป็นอันดับที่ 49 ในปี 2560 เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยยังประสบกับปัญหาเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งขาดการบริหารจัดการการให้บริการที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)² จึงได้กำหนดเป้าหมายด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานที่มีมูลค่าของประเทศ ปี 2579 ให้สัมฤทธิ์ผล โดยการยกระดับศักยภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม พัฒนาระบบบริหารจัดการโลจิสติกส์ภาคการเกษตรให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจบริการโลจิสติกส์ให้สามารถกระจายฐานการบริการและการลงทุนที่เชื่อมโยงในอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนการแข่งขันบนฐานการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี พัฒนาศักยภาพแรงงานให้มีทักษะสูง และมีมาตรฐานสากล ดำเนินกิจกรรมทางโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า การบริการ และการลงทุนในอนุภูมิภาคและภูมิภาคอาเซียน โดยมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อมุ่งสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง (High Income Country) และเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Country) ภายในปี 2579

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)³ ภายใต้แผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ ได้กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกการเดินทางและการเคลื่อนย้ายสินค้า ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอนุภูมิภาคและภูมิภาคอย่างเป็นระบบ และยกระดับประเทศไทยสู่ขนาดการเป็นประเทศที่มีรายได้สูง สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) พร้อมสนับสนุนการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่โมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย ภายใต้อาเซียน 4.0

“ยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศ สนับสนุนการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการ การลงทุนในภูมิภาคอาเซียน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” เป็นวิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านโลจิสติกส์ การอำนวยความสะดวกทางการค้ามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ไทยมีศักยภาพการประกอบธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ได้รับการพัฒนาให้มีผลิตภาพสูงขึ้น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย ฉบับที่ 3 มีแนวทางการขับเคลื่อนเริ่มต้นจากการพิจารณากรอบการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ที่ได้กำหนดไว้เป็น 3 ระยะ ได้แก่

1) ระยะ 1 - 5 ปีแรก เป็นการวางพื้นฐานพร้อมขับเคลื่อนการพัฒนาในขั้นรายละเอียดเกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ เพื่อการเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและการเป็นประตูการค้า รวมทั้งยกระดับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) และการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพโลจิสติกส์และบุคลากรด้านโลจิสติกส์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

¹ The World Economic Forum, 2018

² สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560

³ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560

2) **ระยะ 5 - 10 ปี** เป็นระยะของการผลักดันการพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าในอนุภูมิภาคและภูมิภาค เชื่อมโยงการประกอบธุรกรรมทางการค้ารูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พัฒนาระบบโลจิสติกส์สู่รูปแบบการเชื่อมโยงข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Logistics) อย่างสมบูรณ์ เพิ่มประสิทธิภาพการทำการธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การบริการ การค้า การลงทุน และกิจกรรมโลจิสติกส์ จัดอุปสรรคและอำนวยความสะดวกในส่วนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความสมดุลในแนวทางการพัฒนาทั้งด้านโครงสร้างและระบบ (Hardware)

3) **ระยะ 11 - 20 ปี** มีเป้าหมายของการพัฒนาสู่การเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาค ตลอดจนผลักดันประเทศไทยสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service Nation)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย ฉบับที่ 3 ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโลจิสติกส์

กระทรวงพาณิชย์กับการกิจกรรมระดับโลจิสติกส์สู่สากล

ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศให้มีประสิทธิภาพ และเพื่อให้เกิดการบูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานและภาคีการพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นเอกภาพ พร้อมทั้งขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้ผลในทางปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศให้สำเร็จ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์สำคัญรวม 3 ประเด็น ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน

กลยุทธ์ที่ 1 เชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยกระทรวงพาณิชย์จะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาศักยภาพสถาบันการเกษตรผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ให้สามารถค้าขายสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมืออาชีพ เพื่อขยายตลาด สร้างโอกาสทางธุรกิจ ส่งเสริมพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ การค้า การบริการ การเข้าถึงตลาดผู้บริโภค และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ บ่มเพาะและเป็นที่ปรึกษาแก่ผู้ประกอบการให้สามารถค้าขายสินค้าออนไลน์อย่างครบวงจรทั้งแบบ B2B B2C และ C2C ตลอดจนเชื่อมโยงการค้าสู่ตลาดออนไลน์ (e-Marketplace) ทั้งระดับประเทศและระดับโลก พร้อมเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งสินค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยตรงด้วยการเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการขนส่งสินค้าออนไลน์ทั้งแบบผู้ให้บริการขนส่ง (e-Delivery) และผู้ให้บริการคลังสินค้าพร้อมจัดส่ง (e-Fulfillment) สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ลดเงื่อนไขหรือกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการนำระบบมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Providers : LSPs) ให้สามารถแข่งขันได้ โดยกระทรวงพาณิชย์จะมุ่งเน้นในการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยในการลงทุนและสร้างเครือข่ายธุรกิจใอนุภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมการสร้างพันธมิตรหรือความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยและผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทย และระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยกับต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

กลยุทธ์ที่ 3 เร่งแก้ไขอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศ โดยกระทรวงพาณิชย์จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ ทั้งมาตรการทางภาษี (Tariffs) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff barriers-NTBs) เช่น การเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือนโยบายทางการค้าของประเทศหรือกลุ่มประเทศคู่ค้า การเปลี่ยนแปลงมาตรการทางภาษี มาตรการด้านการขนส่ง มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น พร้อมกันนี้ยังจะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศผ่านกรอบความตกลงระหว่างประเทศทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และระดับโลก โดยเฉพาะกับประเทศคู่ค้าชายแดน เพื่อให้การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSPs) เกิดความสะดวก คล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ ในฐานะหน่วยงานหลักในการนำนโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของรัฐบาลไปขับเคลื่อนให้เกิดผล มีกรอบยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ระยะ 20 ปี ที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ได้กำหนดเป้าหมายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าไทย โดยการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ ด้วยการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ผ่านการส่งเสริมการสร้างมูลค่า (Value Creation) เพื่อรองรับและใช้ประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจภูมิภาคและโลกในอนาคต ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจไทยก้าวพ้นจากภาวะกับดักรายได้ปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การเป็นประเทศไทย 4.0 นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์กำหนดเป้าหมายการพัฒนาธุรกิจบริการเป็น 2 ลักษณะ คือ 1. ธุรกิจบริการในกลุ่ม First S-Curve ได้แก่ บริการสุขภาพ บริการเชิงสร้างสรรค์ การก่อสร้าง การต้อนรับ การศึกษา บริการที่สนับสนุนการค้า โดยมุ่งการส่งเสริมและพัฒนา Traditional Service สู่การเป็น High Value Service โดยอาศัยการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ อาทิ e-Commerce e-Logistics และ e-Payment และ 2. ธุรกิจบริการในกลุ่ม New S-Curve ได้แก่ 1) บริการด้านสิ่งแวดล้อม 2) ธุรกิจบริการต่อยอด New S-Curve ในภาคอุตสาหกรรม เพื่อเป็นการส่งเสริมการให้บริการอย่างครบวงจร อาทิ การซ่อมบำรุงหุ่นยนต์ อากาศยาน ยานยนต์ในน้ำ และยานยนต์ไร้คนขับ และการผลิต Digital Content ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าธุรกิจบริการโลจิสติกส์นับเป็นบริการที่สนับสนุนการค้าสาขาหนึ่งที่เป็นเป้าหมายการพัฒนา เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่กระทรวงพาณิชย์ให้ความสำคัญ เพื่อเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่ขับเคลื่อนการค้าระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

ด้วยทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติต่างมุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับภาคบริการในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้ตอบสนองนโยบายของประเทศ โดยอยู่ระหว่างการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ภาคบริการ สาขาโลจิสติกส์การค้า ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ขึ้นเป็นฉบับแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันธุรกิจบริการโลจิสติกส์ให้เป็นสาขาบริการที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ส่งเสริมการยกระดับระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการต่อเนื่อง ซึ่งกระทรวงพาณิชย์เชื่อมั่นว่าการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ภาคบริการสาขาโลจิสติกส์การค้าดังกล่าวจะช่วยให้การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยระยะต่อไปมีเอกภาพ สามารถเชื่อมโยงการพัฒนาทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนภาคบริการศักยภาพอื่นๆ ของไทยให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งจะทำให้ภาคบริการเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยในอนาคตและบรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศไทย 4.0 ได้อย่างแน่นอน

“ฝ่า (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ โลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ วางรากฐานเศรษฐกิจการค้า สู่การเป็นศูนย์กลางอาเซียน”



ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ (Logistics) ไม่ได้ครอบคลุมเพียงแค่การขนส่งเท่านั้น แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ซึ่งรวมถึงเรื่องการวางแผนการดำเนินการ การควบคุม การไหลเวียน การจัดเก็บวัสดุสินค้า การบริการ และสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากแหล่งจุดกำเนิดของวัตถุดิบจนถึงจุดบริโภคหรือจุดการใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจเกือบทุกประเภท อีกทั้งเป็นต้นทุนพื้นฐานที่สำคัญซึ่งกระทบต่อต้นทุนรวมของผลิตภัณฑ์และบริการ ในขณะที่เมื่อกล่าวถึงโลจิสติกส์การค้า (Trade Logistics) นั้น จะหมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย/กระจายสินค้าและบริการ (Distribution) ไปยังลูกค้า (Customer) ปลายทางทั้งในและระหว่างประเทศ

ธุรกิจบริการโลจิสติกส์มีส่วนช่วยในการสนับสนุนและพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวม โดยจากข้อมูลล่าสุดพบว่า กิจกรรมโลจิสติกส์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยได้ราว 3 แสนล้านบาทในปี 2558¹ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบริการสาขาโลจิสติกส์ยังประสบปัญหาในด้านต่างๆ อาทิ 1) ต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยอยู่ในอัตราสูง โดยเฉพาะต้นทุนค่าขนส่งที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 53.5 ของต้นทุนโลจิสติกส์รวม² (2558) 2) การขาดกฎระเบียบและหน่วยงานเฉพาะในการกำกับและดูแลธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในแต่ละประเภท เนื่องจากยังไม่มีกำหนดขอบเขตบริการโลจิสติกส์อย่างชัดเจน 3) หน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาการให้บริการโลจิสติกส์ยังไม่มีบูรณาการในการทำงาน ทำให้การดำเนินงานไม่สะดวก

การพัฒนากรอบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาธุรกิจบริการโลจิสติกส์ให้มีความชัดเจน รวมทั้งพิจารณาปรับปรุงและพัฒนากฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้รอบด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทบาทและการกิจของกระทรวงพาณิชย์ในการพัฒนาธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในปัจจุบัน

บทบาทและการกิจของหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ได้แก่

- 1) สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า มีหน้าที่ในการจัดทำและพัฒนานโยบายและยุทธศาสตร์การค้าธุรกิจบริการในภาพรวมและรายสาขา
- 2) กรมการค้าภายใน มีภารกิจเกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับประสิทธิภาพผู้ประกอบการคลังสินค้า ไซโล ห้องเย็น สินค้าไซโลและห้องเย็น เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด
- 3) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีภารกิจในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ โดยใช้แนวทางกลยุทธ์บันได 3 ขั้น คือ สร้างองค์ความรู้ยกระดับ และสร้างการเชื่อมโยงเครือข่าย
- 4) กรมการค้าต่างประเทศ มีหน้าที่ในการออกใบอนุญาต/ใบรับรองอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ โดยดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้ระบบ NSW (National Single Window) เพื่อเชื่อมโยงระบบ ASW (ASEAN Single Window) เพื่ออำนวยความสะดวกการนำเข้าส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ
- 5) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจหลักเกี่ยวกับการเจรจาความตกลงต่างๆ เพื่อเปิดตลาดการค้า การบริการ และการลงทุน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์
- 6) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีภารกิจหลักในการส่งเสริม Best Practice และการยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์รูปแบบต่างๆ ให้ได้การรับรองคุณภาพระดับมาตรฐานสากล (International Certificates) และส่งเสริมกิจกรรมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSPs) และต่างประเทศ

ฝ่า (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการ สาขาโลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ ฉบับแรก

เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กระทรวงพาณิชย์จึงมอบหมายให้สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เป็นหน่วยงานกลางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการ สาขาโลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) เพื่อให้การพัฒนาภาคบริการ สาขาโลจิสติกส์การค้าเป็นไปอย่างบูรณาการ และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจการค้าที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นเอกภาพ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ และยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 4 ด้าน ดังนี้

วิสัยทัศน์: “ยกระดับโลจิสติกส์การค้า พัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย สร้างมูลค่าเพิ่มภาคบริการ และเชื่อมโยงการค้าการลงทุน เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าและบริการโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียน”



¹ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2558

² สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559

เป้าหมาย: ส่งเสริมให้ธุรกิจบริการโลจิสติกส์การค้าสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ และเป็นกลไกในการเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม ภาคบริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนให้ประเทศไทยพัฒนาสู่การเป็น เศรษฐกิจฐานบริการ (Service-Based Economy) และเป็นศูนย์กลางธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน โดยประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของมูลค่าธุรกิจ บริการด้านโลจิสติกส์ขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์: ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การปรับปรุงพัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนด และระบบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) ปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ให้เอื้อต่อการค้าและการลงทุนธุรกิจบริการโลจิสติกส์
- 2) พัฒนาระบบการโลจิสติกส์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับ การเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบ National Single Window (NSW) ได้อย่างสมบูรณ์
- 3) เสร็จ/ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อตกลง การอำนวยความสะดวก สะดวกทางการค้าระหว่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) พัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ให้สามารถแข่งขันได้
- 2) ส่งเสริมและพัฒนารวมกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มี ศักยภาพในพื้นที่ต่างๆ ภายในประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) เชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และขนส่งแบบ อิเล็กทรอนิกส์
- 2) ส่งเสริมการวิจัย/พัฒนานวัตกรรม และจัดทำ/เชื่อมโยงฐานข้อมูล และเครื่องชี้วัดที่เกี่ยวกับบริการโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมการค้าและการลงทุนธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ในต่างประเทศ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- 1) ผลักดันให้ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ของไทยสามารถส่งออกบริการ ไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV, GMS และ ASEAN
- 2) สร้างโอกาสทางการค้าการลงทุนและผลักดันการสร้างเครือข่าย ธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในต่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพ สาขาโลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560 - 2564) ทั้งนี้ เพื่อให้ การแปลงยุทธศาสตร์ระดับชาติไปสู่การปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถ ติดตามผลการดำเนินงานตั้งแต่ยุทธศาสตร์รายสาขาไปจนถึงยุทธศาสตร์ภาพรวม ของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะสามารถนำผลการติดตามมาปรับปรุง แผนงาน/โครงการที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาระบบโลจิสติกส์ทั้งด้านการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงระบบบริหารจัดการโลจิสติกส์ และการยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ได้อย่างครบวงจร ซึ่งจะ ทำให้โลจิสติกส์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



e-Commerce กับ การขับเคลื่อนธุรกิจบริการโลจิสติกส์

โลกก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ธุรกิจ e-Commerce มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยข้อมูลจาก UNCTAD เมื่อปี 2559 มูลค่า e-Commerce แบบ B2C ทั่วโลกมีประมาณ 66.43 ล้านล้านบาท¹ และมูลค่าธุรกิจ e-Commerce ในประเทศไทย เมื่อปี 2559 เมื่อเทียบกับปี 2558 มีอัตราการเติบโตอยู่ถึงร้อยละ 14.03² ดังนั้น ระบบการบริหารโลจิสติกส์ที่ดีจึงมีบทบาทในการบริหารธุรกิจ e-Commerce ให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว

การขยายตัวของธุรกิจ e-Commerce ยังเป็นแรงสนับสนุนให้ธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ต่างๆ มีการขยายตัวตามไปด้วย เช่น ความต้องการใช้ธุรกิจคลังสินค้าที่ เพิ่มขึ้น เห็นได้จากการคาดการณ์ในปี 2561 ว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.3 - 70³ จากปีก่อนหน้า จากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการค้าจากออฟไลน์ แพลตฟอร์ม (Offline Platform) หรือรูปแบบร้านค้า/ห้างสรรพสินค้าปลีก มาเป็นออนไลน์ แพลตฟอร์ม (Online Platform) ทำให้ความต้องการคลังสินค้าพรีเมียม⁴ ในการจัดเก็บและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคแทนการจัดเก็บไว้ที่ร้านค้า และธุรกิจไปรษณีย์ภัณฑ์และรับส่งสินค้าน่าจะมีการขยายตัวที่อัตราร้อยละ 9.6 - 11.3⁵ ในปี 2561 จากการแข่งขันของผู้เล่นในตลาดที่มีแนวโน้มเข้มข้นขึ้น เพื่อรองรับความต้องการจากธุรกิจ e-Commerce

กระทรวงพาณิชย์เห็นความสำคัญของการเติบโตของ e-Commerce และความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจบริการโลจิสติกส์ จึงได้มีแผนการพัฒนากลุ่มธุรกิจ บริการโลจิสติกส์และกลุ่มธุรกิจ e-Commerce ไปพร้อมกัน อาทิ การพัฒนา ผู้ประกอบการให้เห็นถึงความสำคัญและความเกี่ยวข้องของธุรกิจ e-Commerce และ e-Logistics ผ่านโครงการอบรมบุคลากรใน CLMVT หลักสูตร “การวางแผน และการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์อย่างยั่งยืน” ปี 2560 - 2561 โดยสำนักงาน นโยบายและยุทธศาสตร์การค้า รวมทั้งปรับปรุงหลักสูตรการอบรม e-Commerce โดยเฉพาะในส่วนของ การสร้างความรู้และแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ โลจิสติกส์ รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยปรับตัวใช้เทคโนโลยี สมัยใหม่ในการบริหารการจัดการ เพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล ผ่านโครงการเพิ่มศักยภาพธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์ไทย ปี 2561 โดยกรมพัฒนา ธุรกิจการค้า เป็นต้น

กระทรวงพาณิชย์เชื่อมั่นว่า แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพ สาขา โลจิสติกส์การค้าของกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - 2564) จะทำให้ การดำเนินงานระหว่างหน่วยงานในกระทรวงพาณิชย์มีความต่อเนื่องสอดคล้องกัน และทำให้ผู้ประกอบการบริการโลจิสติกส์สามารถดำเนินธุรกิจสะดวกมากยิ่งขึ้น สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลและตอบสนองต่อการขยายตัวของ ธุรกิจ e-Commerce ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยมีความ สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในระดับนานาชาติได้ ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจของ ประเทศมีความมั่นคง สร้างโอกาสในการขยายอำนาจทางเศรษฐกิจมายังภูมิภาค อาเซียน และสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศ คู่ค้าสำคัญของโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

¹ UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2016

² รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2560

³ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561

⁴ คลังสินค้าพรีเมียม (Premium Warehouse) หมายถึง คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าแบบใหม่ที่มีการออกแบบก่อสร้างให้เอื้อต่อการบริหารจัดการคลังสินค้า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบโลจิสติกส์แบบครบวงจร

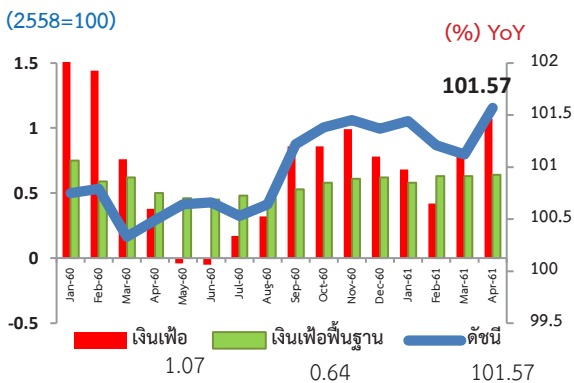
⁵ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561

ภาพรวมเศรษฐกิจ

ภาพรวมเศรษฐกิจยังอยู่ในเกณฑ์ดี จากเครื่องชี้วัดต่างๆ โดยรวมยังสะท้อนว่าการบริโภคและการใช้จ่ายของภาครัฐและเอกชนยังอยู่ในระดับที่ดี ประกอบกับการจ้างงาน การจัดเก็บรายได้ การผลิตภาคอุตสาหกรรม และการหมุนเวียนของปริมาณเงินในระบบยังอยู่ในระดับที่เอื้อต่อการบริโภค และคาดว่าอัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มสูงขึ้น จากราคาสินค้าและบริการที่ปรับเพิ่มขึ้นตามราคาพลังงาน ประกอบกับโครงการลงทุนของภาครัฐและเอกชนเริ่มดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ความต้องการและราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ

สถิติอัตราเงินเฟ้อทั่วไป



ดัชนีราคาผู้บริโภคเดือนเมษายน 2561 เท่ากับ 101.57 เมื่อเทียบกับ

ระยะเวลา	การเปลี่ยนแปลง	ร้อยละ
1.1 เดือนมีนาคม 2561 (MoM)	สูงขึ้น	0.45
1.2 เดือนเมษายน 2560 (YoY)	สูงขึ้น	1.07
1.3 เฉลี่ย 4 เดือน 2561 (AoA) (ม.ค. - เม.ย. 2561) / (ม.ค. - เม.ย. 2560)	สูงขึ้น	0.75

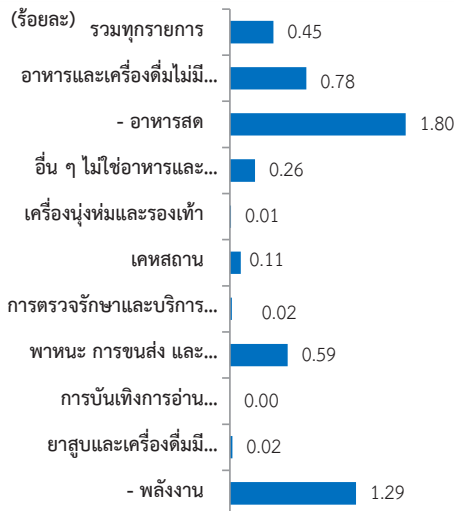
ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเฟ้อทั่วไป) เดือนเมษายน 2561 เทียบกับเดือนเมษายน 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ +1.07 (YoY) เป็นการขึ้นสูงสุดในรอบ 14 เดือน และอยู่ในกรอบคาดการณ์เงินเฟ้อ 0.7 - 1.7 สาเหตุจากการสูงขึ้นของกลุ่มพลังงาน ร้อยละ +4.69 จากน้ำมันขายปลีกเชื้อเพลิง ร้อยละ +3.90 รวมทั้งการสูงขึ้นของกลุ่มอาหารสด ร้อยละ +0.49 จากสภาพอากาศแปรปรวน ทำให้ผลผลิตเสียหาย โดยเฉพาะผักสด สูงขึ้นร้อยละ +6.82 ส่งผลให้เงินเฟ้อทั่วไป 4 เดือนแรก สูงขึ้นร้อยละ 0.75 และเงินเฟ้อพื้นฐานก็ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกันที่ร้อยละ +0.62

ระดับราคาสินค้าที่เปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ที่ทำให้เงินเฟ้อเดือนเมษายน 2561 สูงขึ้นจากเดือนมีนาคม 2561 ร้อยละ 0.45 (มีนาคม 2561 ลดลงร้อยละ -0.09) มีรายละเอียดดังนี้

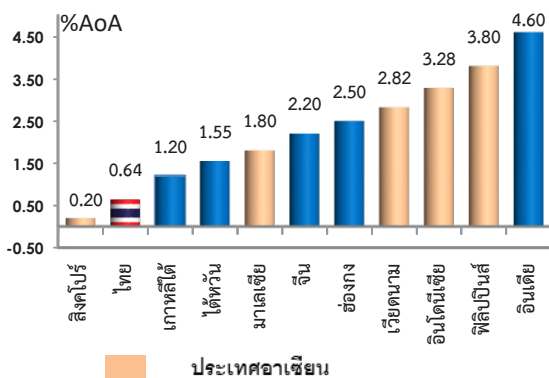
➢ **หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** สูงขึ้นร้อยละ 0.78 จากการสูงขึ้นของกลุ่มอาหารสด ร้อยละ 1.80 ได้แก่ ไข่ไก่ เนื่องจากมีความต้องการมากในช่วงเทศกาล รวมทั้งราคาข้าวสารเจ้า ปรับสูงขึ้นร้อยละ 1.84 จากความต้องการตลาดต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น และการสูงขึ้นของผักสดและผลไม้ ร้อยละ 3.43 เนื่องจากอากาศแปรปรวน ผลผลิตออกสู่ตลาดลดลง (มะนาว แตงกวา มะเขือเทศ ถั่วฝักยาว กะหล่ำดอก) ขณะที่เครื่องประกอบอาหาร ลดลงร้อยละ -0.64 (น้ำตาลทราย น้ำมันพืช กะทิสำเร็จรูป มะขามเปียก)

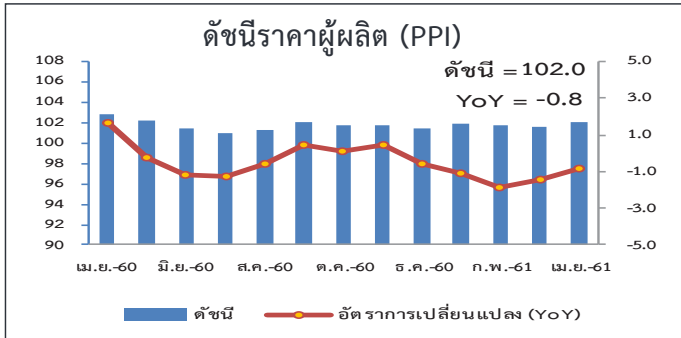
➢ **หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม** สูงขึ้นร้อยละ 0.26 จากน้ำมันเชื้อเพลิง สูงขึ้นร้อยละ 1.90 เป็นการสูงขึ้นของน้ำมันเชื้อเพลิงทุกชนิด รวมทั้งก๊าซรถยนต์ ส่งผลให้หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสารสูงขึ้นร้อยละ 0.59 หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ร้อยละ 0.01 (เสื้อผ้า เด็ก) หมวดเคหสถาน ร้อยละ 0.11 (ค่าเช่าบ้าน ค่าแรงช่างทาสี ก๊าซหุงต้ม ผงซักฟอก) หมวดการรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 0.02 (ยาแก้ไอ ค่าถอนฟัน ผลิตภัณฑ์ซักผ้า) หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.02 (เบียร์) ขณะที่ของใช้ส่วนบุคคล ปรับลดลงร้อยละ -0.02 ได้แก่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน น้ำยาระงับกลิ่นกาย โฟมล้างหน้า และผ้าอ้อมสำเร็จรูป (แพมเพิร์ส) เป็นต้น

ระดับราคาสินค้า เดือนเมษายน 2561 (MoM)

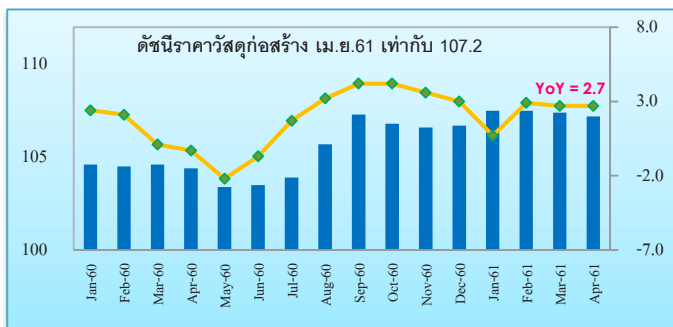


อัตราเงินเฟ้อประเทศต่างๆ เดือนมีนาคม 2561



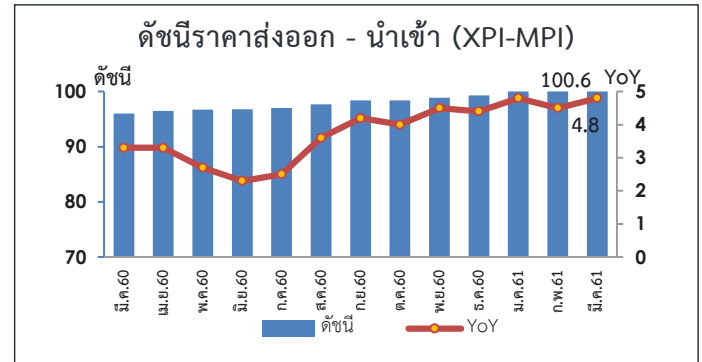


เดือนเมษายน 2561 เท่ากับ 102.0 (2553 = 100) เทียบกับเดือนเมษายน 2560 ลดลงร้อยละ 0.8 (YoY) ตามการลดลงของดัชนีราคาหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ 3.7 (YoY) เนื่องจากสถานการณ์ภัยธรรมชาติเริ่มคลี่คลายเข้าสู่ภาวะปกติ ทำให้ผลผลิตสินค้าบางชนิดออกสู่ตลาดมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ราคาลดลงอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ราคาสินค้าสำคัญที่มีราคาสูงขึ้น ได้แก่ ข้าวเปลือก (สต็อกลดลง ความต้องการและราคาตลาดโลกเพิ่มขึ้น) ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (จากมาตรการเชื่อมโยงตลาดสินค้าข้าวโพดของภาครัฐ) และมันสำปะหลังสด (ผลผลิตน้อยจากการปรับพื้นที่เพาะปลูก) และจากความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการดำเนินมาตรการต่างๆ ของภาครัฐในการดูแลเสถียรภาพด้านราคาสินค้าเกษตร เริ่มส่งผลทำให้ราคาปรับตัวสูงขึ้น และดัชนีราคาหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 0.5 จากกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์อาหาร สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ ผลิตภัณฑ์ยางและพลาสติก เครื่องไฟฟ้า อุปกรณ์และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ เทียบกับเดือนมีนาคม 2561 สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (MoM) สาเหตุสำคัญมาจากราคาสินค้าหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.4 จากสินค้าสำคัญ ได้แก่ ข้าวสารเจ้า ข้าวเหนียว ปลายข้าว ข้าวขาว มันเส้น แป้งมันสำปะหลัง น้ำมันเชื้อเพลิง เม็ดพลาสติก และทองคำ และหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง สูงขึ้นร้อยละ 1.3 สินค้าสำคัญที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ น้ำมันปิโตรเลียมดิบและก๊าซธรรมชาติ ปรับตามภาวะตลาดโลก ขณะที่หมวดผลผลิตเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ 0.2 สินค้าสำคัญที่ราคาลดลง ได้แก่ ผลปาล์มสด ยางพารา ผลไม้ และกุ้งแวนนาไม

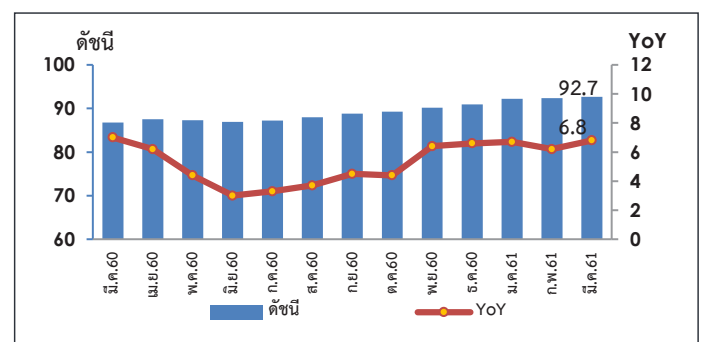


ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างเดือนเมษายน 2561 เท่ากับ 107.2 เทียบกับเดือนเมษายน 2560 (YoY) เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10 จากการสูงขึ้นของดัชนีราคาหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ร้อยละ 0.4 หมวดซีเมนต์ สูงขึ้นร้อยละ 3.9 หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต สูงขึ้นร้อยละ 3.1 หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก สูงขึ้นร้อยละ 8.2 หมวดกระเบื้อง สูงขึ้นร้อยละ 0.5 และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่นๆ สูงขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2561 (MoM) ดัชนีราคาลดลง ร้อยละ 0.2 จากการลดลงของหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ร้อยละ 1.2 (เหล็กเส้น เหล็กฉาก เหล็กทรงน้ำ เหล็กแผ่นเรียบดำ) จากราคาเศษเหล็กในประเทศลดลง ประกอบกับภาวะการก่อสร้างชะลอตัวเล็กน้อย เนื่องจากเป็นช่วงวันหยุดเทศกาลสงกรานต์ แรงงานส่วนใหญ่กลับภูมิลำเนา ขณะที่หมวดกระเบื้อง สูงขึ้นร้อยละ 1.0 (กระเบื้องแกรนิต) เนื่องจากเหมืองหินในประเทศจีนปิดชั่วคราว ทำให้ไม่มีสินค้าจากจีนเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในประเทศ หมวดสุขภัณฑ์ สูงขึ้นร้อยละ 0.1 (สายฉีดชำระ) หมวดโพรโมชัน ราคากลับสู่ภาวะปกติ

สถานการณ์แนวโน้มดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มจากปัจจัยสนับสนุนหลายด้าน ทั้งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่ได้เซ็นสัญญาไปแล้วในปลายปี 2560 และการเร่งลงทุนโครงการใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มเติบโตสูง โดยเฉพาะจากโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่มีความชัดเจนมากขึ้นหลังจากคณะรัฐมนตรีได้ผ่านร่างพระราชบัญญัติเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเรียบร้อยแล้ว ส่งผลให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น รวมทั้งโครงการขนาดกลางและขนาดย่อมของกรมทางหลวงและกรมทางหลวงชนบทที่มีอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการขยายและปรับปรุงโครงข่ายถนน



ดัชนีราคาส่งออกเดือนมีนาคม 2561 เท่ากับ 100.6 เทียบกับเดือนมีนาคม 2560 (ปี 2555 = 100) สูงขึ้นร้อยละ 4.8 (YoY) ปรับสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าเกษตรกรรมสูงขึ้นจากข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กุ้งสด และไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง หมวดสินค้าอุตสาหกรรมสูงขึ้นจากเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้านอกจากนี้ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน ตามความต้องการสินค้าจากตลาดต่างประเทศ หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิงสูงขึ้นจากน้ำมันสำเร็จรูปและน้ำมันดิบ ตามแนวโน้มราคาน้ำมันดิบตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น และหมวดสินค้าอุตสาหกรรม การเกษตรสูงขึ้นจากอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ ตามความต้องการสินค้าเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารที่มีการขยายตัว



ดัชนีราคานำเข้า เดือนมีนาคม 2561 เท่ากับ 92.7 เทียบกับเดือนมีนาคม 2560 (ปี 2555 = 100) สูงขึ้นร้อยละ 6.8 (YoY) ปรับสูงขึ้นทุกหมวดสินค้า โดยได้รับแรงหนุนจากหมวดสินค้าเชื้อเพลิงเป็นหลัก ได้แก่ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ปิโตรเลียม และน้ำมันสำเร็จรูป เนื่องจากประเทศผู้ผลิตน้ำมันยังคงปรับลดกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ ทองคำ เคมีภัณฑ์ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ สินแร่โลหะอื่นๆ หมวดสินค้าทุน ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม สบู่ ผงซักฟอก และเครื่องสำอาง

การค้าระหว่างประเทศของไทย : มีนาคม 2561

การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2561 มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 22,363 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราขยายตัวที่ร้อยละ 7.1 โดยการส่งออกขยายตัวได้ดีในทุกตลาดสำคัญ โดยเฉพาะตลาดอินเดีย อาเซียน 5 CLMV และสหรัฐฯ มีการขยายตัวในระดับสูง สำหรับการส่งออกสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 โดยสินค้าที่มีการขยายตัวในระดับสูง ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก และแผงวงจรไฟฟ้า ขณะที่การส่งออกสินค้ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหดตัวครั้งแรกในรอบ 16 เดือน ที่ร้อยละ 3.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการหดตัวของยางพาราและน้ำตาลทราย ขณะที่สินค้าที่ยังขยายตัวดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าว ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป รวมการส่งออกไทยในไตรมาสที่ 1 ขยายตัวร้อยละ 11.3 หรือคิดเป็นมูลค่า 62,829 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวสูงสุดในรอบ 7 ปี

การส่งออกไปตลาดสำคัญๆ ขยายตัวเกือบทุกตลาด ยกเว้นจีน เนื่องจากผลกระทบจากฐานที่สูงในปีก่อนหน้าและการหดตัวของยางพาราตามราคาลดลงในตลาดโลก โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวร้อยละ 8.6 ได้รับปัจจัยสนับสนุนหลักจากการส่งออกไปสหรัฐฯ และสหภาพยุโรป (15) และญี่ปุ่นที่ขยายตัวร้อยละ 11.1 8.7 และ 5.7 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปตลาดศักยภาพขยายตัวได้ดีต่อเนื่องที่ร้อยละ 8.3 โดยการส่งออกอินเดียยังขยายตัวสูงต่อเนื่องที่ร้อยละ 21.7 ประกอบกับการส่งออกไปอาเซียน 5 และ CLMV ขยายตัวร้อยละ 20.7 และ 14.0 ตามลำดับ ด้านตลาดศักยภาพระดับรองฟื้นตัวในเกณฑ์ดีที่ร้อยละ 5.9 โดยการส่งออกไปตะวันออกกลาง ทวีปออสเตรเลียและรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ขยายตัวร้อยละ 10.6 6.2 และ 3.4 ตามลำดับ การส่งออกในปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในเกณฑ์ดี และมีการกระจายตัวมากขึ้น โดยเศรษฐกิจสหรัฐฯ และกลุ่มประเทศยูโรโซนขยายตัวได้ดีจากการบริโภคภายในประเทศ ขณะที่เศรษฐกิจญี่ปุ่น จีน และหลายภูมิภาคในเอเชีย ขยายตัวได้ดีจากการส่งออกและการผลิตภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ทิศทางราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มอยู่เหนือระดับ 60 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ตามอุปสงค์โลกและการขยายข้อตกลงการปรับลดกำลังการผลิตน้ำมันของกลุ่มผู้ผลิต OPEC และ Non-OPEC (จากเดิมที่ทำข้อตกลงรายปีไปเป็นข้อตกลงระยะยาว) จะส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น และส่งผลดีต่อมูลค่าการส่งออก อย่างไรก็ตาม การแข็งค่าของเงินบาทและมาตรการกีดกันทางการค้า ที่นอกจากจะกระทบต่อการส่งออกไปยังตลาดที่เป็นคู่ขัดแย้งแล้ว ยังอาจส่งผลในวงกว้างไปยังตลาดอื่นๆ ที่เป็นตลาดรองรับการส่งออกสินค้าที่ถูกกีดกันในตลาดคู่ขัดแย้งอีกด้วย ดังนั้น ผู้ส่งออกต้องเตรียมความพร้อมเพื่อลดความเสี่ยง กระจายสินค้าไปยังตลาดใหม่ ทำประกันความเสี่ยงในหลากหลายรูปแบบเพื่อลดความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยน รวมทั้งติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์กับกระทรวงพาณิชย์อย่างสม่ำเสมอ

การนำเข้า

เดือนมีนาคม 2561 มีมูลค่า 21,095 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยเป็นการขยายตัวของน้ำมันดิบ (+27.3%) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ (+74.3%) เคมีภัณฑ์ (+4.6%) ขณะที่เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (-3.3%) และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (-1.6%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (+16.4%) ญี่ปุ่น (+14.1%) สหรัฐอเมริกา (-13.3%) มาเลเซีย (+11.6%) และสหรัฐอเมริกา (-13.3%) และสหรัฐอเมริกา (+34.2%)

ดุลการค้า

เดือนมีนาคม 2561 เกินดุลการค้ามูลค่า 1,268 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพรวมดุลการค้า 2561 (ม.ค. - มี.ค.) เกินดุลการค้ามูลค่า 1,957 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มีนาคม 2561		มกราคม - มีนาคม 2561	
	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)	มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐ	(%YoY)
ส่งออก	22,363	7.1	62,829	11.3
นำเข้า	21,095	9.5	60,873	16.2
ดุลการค้า	1,268		1,957	

สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือนมีนาคม 2561

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,580	3.4	11.5	จีน	2,490	-8.7	11.1
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,850	18.2	8.3	สหรัฐอเมริกา	2,439	11.1	10.9
อัญมณีและเครื่องประดับ	1,054	-2.4	4.7	ญี่ปุ่น	2,075	5.7	9.3
ผลิตภัณฑ์ยาง	860	-8.9	3.9	เวียดนาม	1,063	12.4	4.8
เม็ดพลาสติก	848	15.8	3.8	มาเลเซีย	1,038	13.1	4.6

หมายเหตุ : มูลค่า - ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนมีนาคม 2561

สินค้า	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)	ประเทศ	มูลค่า (ล้าน USD)	Δ (%YoY)	สัดส่วน (%)
น้ำมันดิบ	2,393	27.3	11.3	จีน	11,724	16.4	19.3
เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,887	74.3	8.9	ญี่ปุ่น	8,532	14.1	14.0
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,595	-1.6	7.6	สหรัฐอเมริกา	3,867	-13.3	6.4
เคมีภัณฑ์	1,445	4.6	6.9	มาเลเซีย	3,301	11.6	5.4
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,419	-3.3	6.7	สหรัฐอเมริกา	2,306	34.2	3.8

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ม.ค. 61	ก.พ. 61	มี.ค. 61	มี.ค. 61	ม.ค. - มี.ค. 61
ส่งออก	0.8	0.2	0.3	4.8	4.7
นำเข้า	1.4	0.2	0.2	6.2	6.5

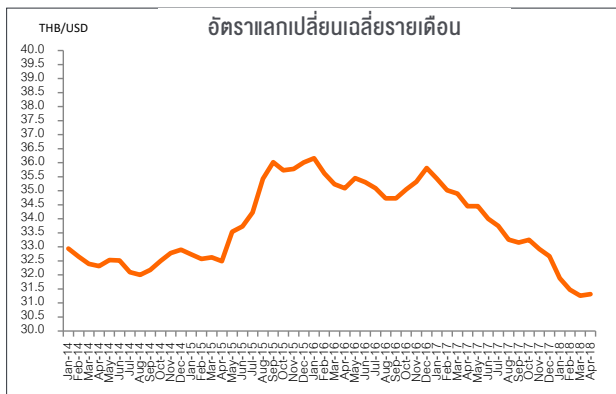
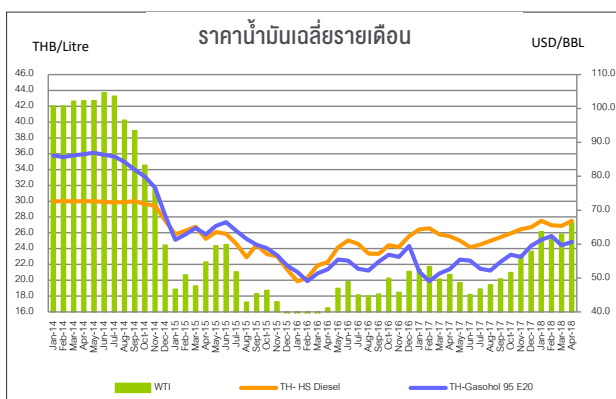
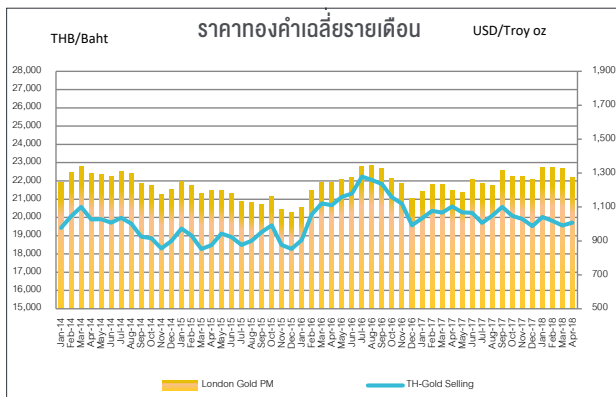
ราคาสินค้าส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนมีนาคม 2561 อยู่ที่ 100.6 (ปี 2555 = 100) สูงขึ้นร้อยละ 4.8 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 3.4 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนมีนาคม 2561 อยู่ที่ 92.7 (ปี 2555 = 100) ขยายตัวร้อยละ 6.8 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาสินค้านำเข้าหมวดสินค้าเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้นร้อยละ +21.1 หมวดสินค้าทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ +3.0 สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ +5.6 หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ +3.2 และหมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ +8.3

สถานการณ์ราคทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

เมษายน 2561



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	มี.ค. 61	มี.ค. 61	%Δ (MoM)	มี.ค. 61	มี.ค. 61	%Δ (YoY)
ข้าว : (Baht/100 Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,183.57	1,263.13	6.72	1,152.81	1,263.13	9.57
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,255.00	3,291.25	1.11	1,922.50	3,291.25	71.20
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น 3 (f.o.b)		54.15	53.95	-0.37	77.92	53.95	-30.76
ยางแท่ง STR 20 (f.o.b)		46.27	44.48	-3.87	64.54	44.48	-31.09
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz)		1,324.70	1,271.2	-4.04	1,199.00	1,271.20	6.00
ไทย (THB/Baht)		19,563.60	19,709.50	0.75	20,600.00	19,709.50	-4.30
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
WTI		63.00	66.30	5.35	51.10	66.30	29.90
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		31.30	31.30	0.18	34.50	31.30	-9.10

ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนเมษายนเฉลี่ยอยู่ที่ 19,709.5 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการอ่อนค่าของเงินบาท ขณะที่ราคาทองคำในตลาดโลกยังคงปรับลดลง เนื่องจากอุปสงค์ของทองคำยังอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งนักลงทุนมีแนวโน้มลงทุนในตลาดพันธบัตรมากขึ้นหลังจากผลตอบแทนพันธบัตร 10 ปีของสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น ส่วนราคาทองคำในปี 2561 ยังมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ และการลงทุนในทองคำอาจจะไม่ร้อนแรงมากนัก เนื่องจากสินทรัพย์เสี่ยงอื่นๆ ให้ผลตอบแทนสูงกว่าทองคำ เช่น ตลาดหลักทรัพย์ของประเทศต่างๆ เป็นต้น ทำให้การลงทุนยังสนใจลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ มากกว่าทองคำ

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนเมษายนปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 66.3 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง ประกอบกับความกังวลต่อสถานการณ์ในซีเรียจะลุกลามไปสู่ความขัดแย้งเพิ่มเติมระหว่างสหรัฐฯ กับรัสเซียและอิหร่าน ทั้งนี้ สบค. คาดว่าราคาน้ำมันดิบ (Dubai) ในปี 2561 จะอยู่ที่ระดับ 60.0 - 70.0 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจโลก และการรักษาระดับการผลิตของกลุ่มประเทศ OPEC ทำให้อุปสงค์และอุปทานน้ำมันปรับเข้าสู่สมดุล

อัตราแลกเปลี่ยน

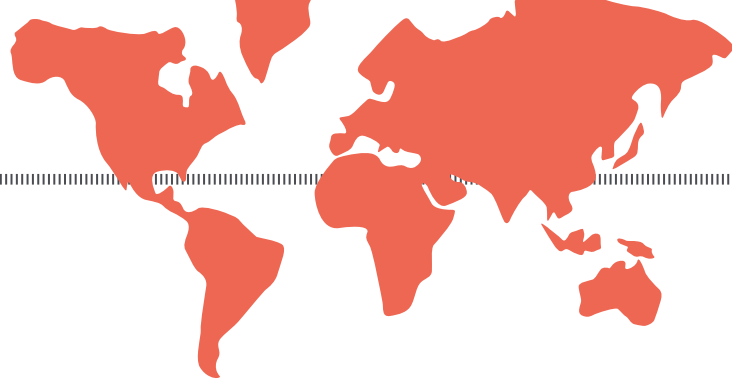
ค่าเงินบาทเดือนเมษายนเฉลี่ยอยู่ที่ 31.3 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ อ่อนค่าร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ซึ่งเป็นการอ่อนค่าครั้งแรกในรอบ 6 เดือนติดต่อกัน เนื่องจากดอลลาร์สหรัฐแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยตามการปรับเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนพันธบัตร 10 ปีของสหรัฐฯ หลังจากมีการคาดการณ์ว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเร็วกว่าคาดการณ์เดิม ทั้งนี้ สบค. คาดว่าอัตราแลกเปลี่ยนในปี 2561 มาอยู่ที่ 31.0 - 33.0 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ โดยปัจจัยสนับสนุนให้ค่าเงินแข็งค่า ประกอบด้วย ปัญหาความกังวลต่อสถานการณ์ Trade War ระหว่างสหรัฐฯ กับจีน และแนวโน้มการดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้าเพิ่มเติมของสหรัฐฯ ขณะที่ปัจจัยที่ทำให้ค่าเงินอ่อนค่า ประกอบด้วย (1) ธนาคารกลางสหรัฐฯ มีแนวโน้มปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยนโยบายอีก 2 - 3 ครั้ง ในปี 2561 และ (2) แนวโน้มการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสหรัฐฯ

ข้าว

ปัจจุบันราคาขายส่งข้าวหอมมะลิไทยอยู่ที่ 3,291.25 บาท/100 กิโลกรัม สูงกว่าปีที่ผ่านมาที่ 1,922.50 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิลดลงร้อยละ 20 - 40 จากายุเงินบาท และความต้องการจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น เช่น อิหร่านที่เดิมบริโภคข้าวบาสมาดิ ได้หันมาบริโภคข้าวหอมมะลิไทย จากเหตุผลด้านราคาที่มีส่วนต่างสูง โดยราคาข้าวหอมมะลิไทยที่สูงขึ้นช่วยดันราคาข้าวขาว 5% ให้เพิ่มขึ้นเป็น 1,263.13 บาท/100 กิโลกรัม อีกทั้งประเทศผู้นำเข้ากลุ่มแอฟริกาและตะวันออกกลางมีความต้องการนำเข้าข้าวอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผลผลิตข้าวในประเทศผู้นำเข้าข้าวสำคัญ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ มีแนวโน้มเพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ส่งผลให้มติที่ประชุมคณะทำงานวางแผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร ได้เห็นชอบกรอบเป้าหมายความต้องการใช้ข้าว สำหรับการผลิปี 2561/2562 ภายใต้ตลาดนำการผลิต (Demand Driven) จำนวน 30.42 ล้านตันข้าวเปลือก ตามการคาดว่าจะการค้าข้าวโลกมีแนวโน้มดีขึ้น

ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควัน ชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนเมษายน 2561 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 53.95 บาท และ 44.48 บาท ตามลำดับ โดยราคายางแผ่นรมควัน ชั้น 3 เปลี่ยนแปลงจากเดือนมีนาคม 2561 ลดลงคิดเป็นร้อยละ 0.37 และราคายางแท่ง STR 20 เปลี่ยนแปลงจากเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ลดลงคิดเป็นร้อยละ 3.87 โดยสาเหตุที่ราคายางในภาพรวมปรับตัวลดลงเนื่องจากราคาในช่วงต้นเดือนมีนาคมมีระดับสูง และปรับตัวลดลงเรื่อยมาจนถึงปลายเดือนมีนาคม ขณะที่ราคายางพาราในเดือนเมษายนมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น แต่ภาพรวมราคายางเฉลี่ยลดลง เพราะราคาที่ยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่สูงเท่าในช่วงต้นเดือนมีนาคม โดยราคายางพาราเดือนเมษายนที่ปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจสหรัฐฯ และจีนมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น นักลงทุนคลายความกังวลจากสถานการณ์ในซีเรีย และราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้น



มาเลเซียจะเป็นศูนย์กลาง e-Commerce ของอาเซียน

จีนทุ่มทุนเปลี่ยนโฉมมาเลเซียเป็นเมืองท่า e-Commerce ของอาเซียน แต่เมื่อเดือนเมษายน 2561 อาลีบาบาก็มาจับมือกับไทยจัดตั้งศูนย์ e-Commerce เช่นกัน จึงเกิดคำถามว่าไทยกับมาเลเซียใครจะเป็นศูนย์กลาง e-Commerce ในภูมิภาคที่แท้จริง

IMF คาดการณ์ว่าในปี 2561 เศรษฐกิจมาเลเซียจะมีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 4.76 โดยมีปัจจัยบวกที่จะส่งผลต่อการส่งออกของไทยไปมาเลเซียในปีนี้เป็น (1) ค่าเงินริงกิตที่มีแนวโน้มแข็งค่ามากขึ้น ซึ่งทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคชาวมาเลเซียสูงขึ้น (2) โอกาสทางธุรกิจจากโครงการก่อสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ (Mega Projects) จำนวนมาก โดยมาเลเซียเร่งดำเนินการขยายเมืองท่า พัฒนาความเชื่อมโยงระบบคมนาคมและโลจิสติกส์ภายในประเทศ เพื่อรองรับโอกาสจาก Belt and Road Policy อาทิ โครงการ East-Coast Rail Link (ECRL) พัฒนาการขนส่งระบบรางเชื่อมชายฝั่งตะวันออกกับชายฝั่งตะวันตกของประเทศ (Land Bridge) ซึ่งมาเลเซียร่วมกับจีนเริ่มก่อสร้างมาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เมื่อแล้วเสร็จจะช่วยให้อุปกรณ์ที่ติดอยู่ภาคตะวันออกของมาเลเซีย ซึ่งเป็นรัฐที่มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจต่ำกว่ารัฐด้านตะวันตกซึ่งได้รับการพัฒนา และโครงการ Pan-Borneo Highway เชื่อมโยงเมืองสำคัญต่างๆ ระหว่างรัฐซาราวักกับรัฐซาบาห์บนเกาะบอร์เนียว เป็นต้น จึงเป็นโอกาสสำหรับสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างของไทยที่จะขยายตลาดเข้าสู่มาเลเซีย นอกจากนี้ มาเลเซียยังให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ไทย อีกด้วย โดยได้เสนอโครงการ Land Bridge เพื่อสร้างเส้นทางรางเชื่อมต่อการคมนาคมระหว่างท่าเรือสงขลาและท่าเรือปีนัง โดยแนวคิดของมาเลเซียต้องการให้ท่าเรือสงขลาเป็นเสมือน Transit Port สำหรับตู้สินค้าจากไทย กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการขนส่งเมื่อเทียบกับทางถนน (ปัจจุบันการส่งออกของไทยใช้เส้นทางขนส่งทางบกมายังมาเลเซียประมาณร้อยละ 70) และประหยัดเวลาในการขนส่งได้โดยไม่ต้องอ้อมคาบสมุทรมลายูในการขนส่งทางเรือ อีกทั้งมีแผนพัฒนาด่านบูกิตกาอูฮิตัม (ตรงข้ามกับด่านสะเดา) โดยการจัดตั้ง Inland Container Depot (ICD) เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการขนส่งสินค้าและมีแผนจะสร้างเส้นทางรถไฟในลักษณะ Spur Line (ใช้ขนส่งเฉพาะสินค้า) เพื่อเชื่อม ICD กับบูกิตเกอเดอร์ที่อยู่บนเส้นทางรถไฟสายหลักเชื่อมด่านปาดังเบซาร์-ท่าเรือปีนัง-ท่าเรือคลองลิงคิปอร์ (Cr. - DITP)

มาเลเซียอยู่ระหว่างพัฒนาโครงการ KLIA Aeropolis ภายใต้นโยบาย Digital Free Trade Zone - DFTZ โดยสินค้า e-Commerce (ไม่จำกัดว่าเป็นสินค้าจากชาติใด) ที่ส่งผ่านเข้ามาในเขตนี้จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่างๆ และโครงการนี้ตั้งเป้าให้มาเลเซียเป็น “เมืองท่า” e-Commerce ของอาเซียน โดยสินค้าจากประเทศต่างๆ ที่เข้าสู่ตลาด e-Commerce ของอาเซียนผ่านแพลตฟอร์มของอาลีบาบา จะผ่านเข้ามาที่คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าในมาเลเซียก่อน แล้วจึงส่งต่อไปยังตลาดผู้บริโภคสำคัญในอาเซียน อนึ่ง ภายใต้โครงการดังกล่าว ศูนย์กระจายสินค้าโลจิสติกส์ฮับได้เปิดตัวแล้วในปี 2561 และโครงการในภาพรวมมีกำหนดจะแล้วเสร็จในปี 2562

ในส่วนของประเทศไทย ดร. สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ท่านลี้เจี้ยน เอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทย และนายแจ๊ค หม่า ประธานกรรมการบริหารกลุ่มอาลีบาบา พร้อมด้วยรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจของไทย ได้ร่วมเป็นสักขีพยานในการลงนามบันทึกความเข้าใจระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ของไทยกับบริษัทในเครืออาลีบาบา กรุ๊ป เพื่อส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 โดยมีความร่วมมือในหลากหลายมิติ อาทิ การส่งเสริม SMEs ทุกระดับเข้าสู่อีคอมเมิร์ซ การพัฒนาของดาวเด่นหรือ Talents ของไทยในด้านดิจิทัล การยกระดับระบบโลจิสติกส์โดยอาศัยเทคโนโลยีชั้นนำของอาลีบาบา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านระบบดิจิทัล

ข้อวิเคราะห์

เป้าหมายที่สำคัญของจีน คือ การค้าออนไลน์กับทั่วโลก โดยมีมหานครฉงชิ่งเป็นศูนย์กลางสายสินค้าผ่านเส้นทางสายไหมไทยยุคใหม่ (One Belt One Road) 6 เส้นทาง ด้วยระบบรถไฟความเร็วสูงเชื่อมยุโรป รัสเซีย แอฟริกา ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และยูเรเชีย ซึ่งวิสาหกิจขนาดเล็กละกลาง-ใหญ่ สามารถค้าขายออนไลน์ได้ทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง โดยถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของจีนที่มีพรมแดนติดกับประเทศต่างๆ มากที่สุดในโลก โดยจีนจะให้ความสำคัญกับการค้าผ่านเส้นทางสายไหมทางบกมากกว่าทางน้ำเพิ่มมากขึ้น เป็นลำดับเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกปิดล้อมทางทะเล โดยเฉพาะในยุคเศรษฐกิจโลกเปราะบางที่อาจจะเกิดสงครามการค้าและสงครามเย็นรอบใหม่ได้ทุกเมื่อ

รัฐบาลไทยแสดงความตั้งใจที่จะร่วมมือกับอาลีบาบา โดยทำหนังสือแสดงเจตจำนงร่วมกันเป็นครั้งแรก ในปี 2559 และพิธีการในครั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องจากการประกาศความร่วมมือดังกล่าว ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีและความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดผลงานที่เป็นรูปธรรมระหว่างหน่วยงานภาครัฐของไทยและบริษัทในเครืออาลีบาบา กรุ๊ป ที่มีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไทย และผลักดันให้สามารถเข้าถึงตลาดใหม่ในเวทีโลกผ่านนวัตกรรมด้านดิจิทัลต่างๆ

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างฮับ e-Commerce ไทยกับมาเลเซียแล้ว จีนมองไทยในระดับที่มีความสำคัญมากกว่า อาทิ เมียนมาและลาวมีทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็นสำหรับการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ชิ้นสูงจำนวนมาก ซึ่งบริษัทจีนในไทยสามารถนำมาแปรรูปและส่งกลับไปยังสายการผลิตในจีนได้ กล่าวโดยสรุปคือจีนมองไทยในฐานะศูนย์กระจายสินค้าจีนพร้อมกับการเป็นศูนย์รวบรวมสินค้ากลับไปยังไทยที่จีนเองด้วย อีกทั้งห่วงโซ่การผลิตของไทยก็สามารถเชื่อมโยงกับการผลิตของจีนได้ดีกว่า เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ และยางรถยนต์ และที่สำคัญ ECC ได้รับการตอบรับจากนักลงทุนรายใหญ่ระดับโลกมากกว่า อาทิ บริษัทสหรัฐฯ 700 ราย และบริษัทจากญี่ปุ่นกว่า 500 ราย ย่อมจะส่งผลดีต่อ e-Commerce และโลจิสติกส์ของอาลีบาบา มากกว่า ขณะที่จีนมองมาเลเซียเป็นศูนย์กระจายสินค้าของจีนเป็นหลักมากกว่า การจับมือกับอาลีบาบา กรุ๊ปครั้งนี้ นับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของประวัติศาสตร์ไทย ด้วยเป็นการเชื่อมโยงการค้า e-Commerce ของไทยกับทั่วโลกโดยผ่านระบบ “อาลีบาบา” และ One Belt One Road ของจีน เรียกได้ว่ายิ่งกระแสนับแต่ได้คน 2 ตัวของรัฐบาลไทยเลยทีเดียว ทั้งนี้ ด้วยกำลังซื้อของคนชั้นกลางที่มีจำนวนมากกว่า 300 ล้านคนในปัจจุบัน (จากจำนวนประชากร 1,300 ล้านคน) ประกอบกับนโยบายเปิดการค้าเสรีของจีน จึงควรใช้โอกาสนี้ในการส่งสินค้าไปยังตลาดจีน ที่สำคัญคือผลิตผลทางการเกษตรของไทย ไม่ว่าจะเป็นทุเรียน ข้าวหอมมะลิ หรือผลไม้ต่างๆ ล้วนเป็นสินค้าที่ชาวจีนชื่นชอบ



ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

ได้ที่ สนค. ชั้น 13

0-2507-7895

www.tpsoc.moc.go.th