

ปีที่ 21 ฉบับที่ 82
ประจำเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2568
ISSN : 1905 - 0992

วารสาร

เศรษฐกิจอุตสาหกรรม

INDUSTRIAL ECONOMICS JOURNAL



สัมภาษณ์พิเศษ

นายศุภกิจ บุญศิริ

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



เรื่องเด่นประจำฉบับ

บทวิเคราะห์ผล

**ของ Reciprocal Tariffs
ต่ออุตสาหกรรมไทย**

บทความพิเศษ

- เจาะลึกโครงสร้างอุตสาหกรรมไทยทางรอดในสมรภูมิการค้าโลก
- โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลก

นานาสาระ

อุตสาหกรรมไทย 9 เดือนแรก
กับแนวโน้มในช่วงที่เหลืองปี 2568

เกร็ดความรู้คู่อุตสาหกรรม

เทศกาลถือศีลอด (รอมฎอน)
โอกาสของอุตสาหกรรมไทย

CONTENTS

ปีที่ 21 ฉบับที่ 82 ประจำเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2568

3 เรื่องเด่นประจำฉบับ

บทวิเคราะห์ผลของ Reciprocal Tariffs
ต่ออุตสาหกรรมไทย

10 บทความพิเศษ สศอ.

- ▶ เจาะลึกโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย
ทางรอดในสมรภูมิการค้าโลก
- ▶ โอกาสและความสามารถในการแข่งขัน
ของสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลก

18 สัมภาษณ์พิเศษ

นายศุภกิจ บุญศิริ
ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

24 ภาวะแนวโน้มเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สรุปดัชนีอุตสาหกรรมไทย ไตรมาส 3/2568

28 นานาสาระ

อุตสาหกรรมไทย 9 เดือนแรก
กับแนวโน้มในช่วงที่เหลือของปี 2568

32 เกร็ดความรู้คู่อุตสาหกรรม

เทศกาลถือศีลอด (รอมฎอน)
โอกาสของอุตสาหกรรมไทย

38 รอบรู้อุตสาหกรรม

ภาพกิจกรรมการดำเนินงานที่ผ่านมา

47 OIE Business Indicator

- ▶ การส่งออก – นำเข้า สินค้าอุตสาหกรรมไทย
- ▶ The Early Warning System of
Industrial Economic
- ▶ ดัชนีชี้แนวโน้มภัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (PMI)

บรรณาธิการแถลง

สวัสดีท่านผู้อ่านทุกท่าน วารสารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ฉบับที่ 82 ประจำเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2568 นำเสนอเรื่องเด่น “บทวิเคราะห์ผลของ Reciprocal Tariffs ต่ออุตสาหกรรมไทย”

ในส่วนของบริษัทพิเศษ ประกอบด้วยเรื่อง “เจาะลึก โครงสร้างอุตสาหกรรมไทย ทางรอดในสมรภูมิการค้าโลก” และ “โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลก”

สัมภาษณ์พิเศษพบกับ นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ต่อด้วย นานาสาระ “อุตสาหกรรมไทย 9 เดือนแรก กับ แนวโน้มในช่วงที่เหลือของปี 2568” และ เกร็ดความรู้คู่อุตสาหกรรม “เทศกาลถือศีลอด (รอมฎอน) โอกาสของอุตสาหกรรมไทย” แล้วพบกันใหม่อีกครั้งกับวารสารฯ ฉบับหน้าค่ะ

ด้วยความปรารถนาดี

บรรณาธิการ

ที่ปรึกษา

ศุภกิจ บุญศิริ

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ณิรดา วิสุทธิชาติธาดา

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ภัทรพล ลิ้มภักดี

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

อนุวัตร จุลินทร

ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ระหว่างประเทศ

วิลาวัลย์ ดำจตุติ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการขึ้นและเตือนภัย

ภาคอุตสาหกรรม

สมานลักษณ์ ตันทิกุล

ผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มความสามารถ

ในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม

บรรณาธิการบริหาร

ศุภิดา เสมมีสุข

เลขานุการกรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

กองบรรณาธิการ

อนุชิต บุญจันทร์คง

วรณารม มีภูมิรู้

จิตเกษม บัณฑุธรรม

กุลชลี โหมดพลา

ปัญชาน ศรีสังข์

นเรศ กิจจาพัฒน์พันธ์

อภิษฐา บุญกลิ่น

พวงพิศ วิเศษสุวรรณภูมิ

บุญอนันต์ เสวตสิทธิ์

ปริญญญา มั่งคั่ง

ศันสนีย์ กาญจนวีรวิทย์

พลอยปวีณ์ ชุ่มชาติ

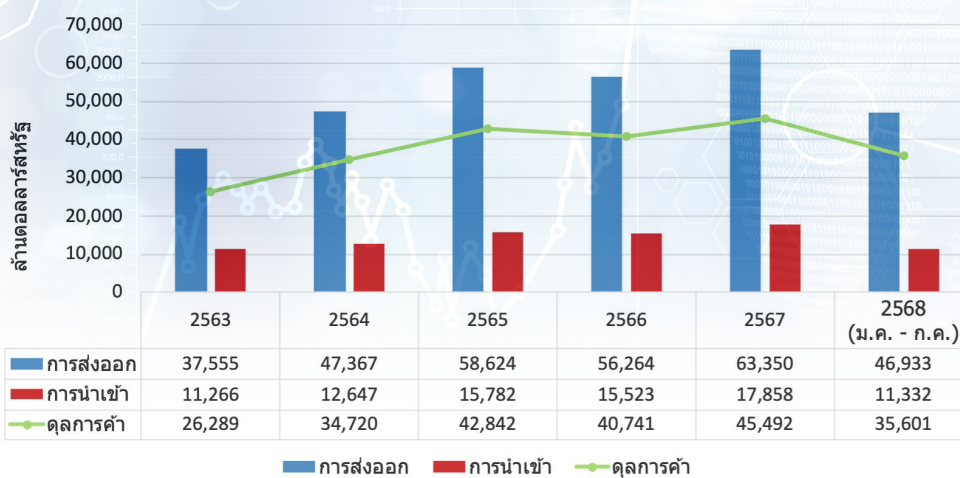
ข้อความที่ปรากฏในวารสารเป็นทัศนะส่วนตัวของผู้เขียน

หากต้องการนำข้อเขียนหรือบทความ ไปตีพิมพ์ เผยแพร่
หรือเพื่อประโยชน์อื่นใด กรุณาติดต่อกองบรรณาธิการ

บทวิเคราะห์ผลของ Reciprocal Tariffs ต่ออุตสาหกรรมไทย

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

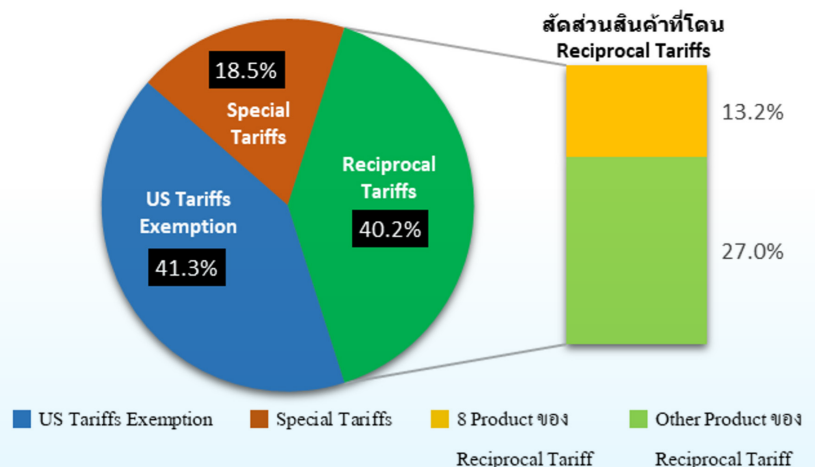
สถิติการค้าระหว่าง ไทย-สหรัฐฯ



ที่มา : Global Trade Atlas
(ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในโลก เป็นตลาดที่มีศักยภาพและกำลังซื้อสูง ทำให้มีอำนาจในการต่อรองสูง ในปี 2567 สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.3 ของการส่งออกทั้งหมด โดยไทยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา 63,350 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และไทยนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา 11,332 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยได้ดุลการค้ากับสหรัฐอเมริกา 45,492 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นอันดับที่ 11 ของโลกและเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน รองจากเวียดนาม และช่วง 6 เดือนแรกของปี 2568 ไทยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา 46,933 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และไทยนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา 11,332 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ไทยได้ดุลการค้ากับสหรัฐอเมริกา 35,601 ล้านเหรียญสหรัฐฯ จะเห็นว่าไทยได้ดุลการค้าจากสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่อง นั่นเป็นเหตุผลที่ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับพิจารณาขึ้นภาษีอันดับต้น ๆ ของสหรัฐอเมริกา

โครงสร้างสินค้าที่สหรัฐฯ นำเข้าจากไทย



ที่มา : Global Trade Atlas

จากภาพโครงสร้างสินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย สินค้าอุตสาหกรรม (US Tariffs Exemption) ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา จึงไม่ได้รับผลกระทบ ประกอบด้วย สมาร์ทโฟน, คอมพิวเตอร์, ชิป, ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์, ยาและเวชภัณฑ์ โดยคิดเป็นสัดส่วน 41.3 ของสินค้าทั้งหมดที่สหรัฐอเมริกา นำเข้าจากไทย

และจากภาพโครงสร้างสินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายภาษีนำเข้าสหรัฐอเมริกา ได้แก่

1. สินค้าอุตสาหกรรม (Special Tariffs) ประเภทเหล็ก อลูมิเนียมและทองแดง ถูกจัดเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 50 และ ยานยนต์และชิ้นส่วน ถูกจัดเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 25 ซึ่งถูกเก็บเท่ากันกับทุกประเทศ ดังนั้นจึงไม่ได้ก่อให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยคิดเป็นสัดส่วน 18.5 ของสินค้าทั้งหมดที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย

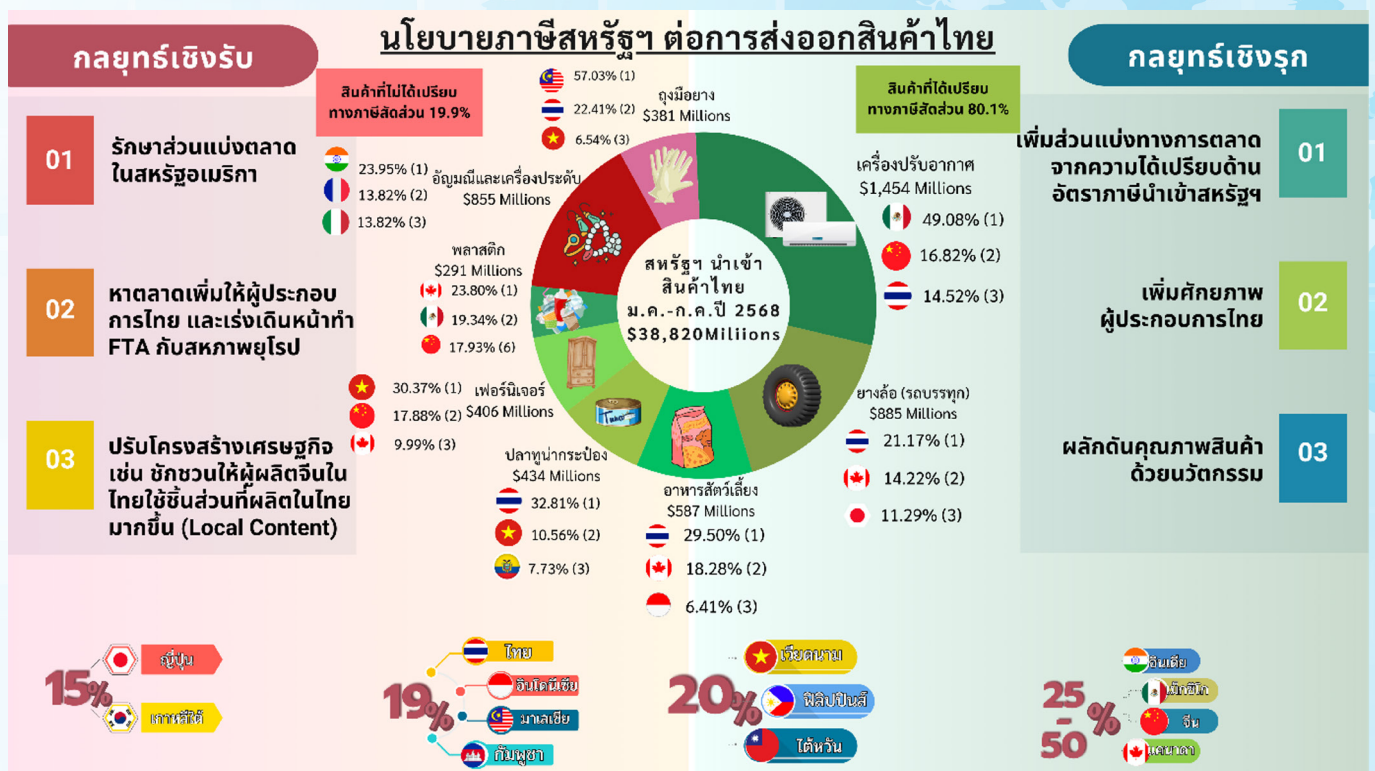
2. สินค้าอุตสาหกรรมที่ถูกจัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 19 (Reciprocal Tariffs ประกาศเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2568) ซึ่งจะมีทั้งสินค้าที่ได้เปรียบและเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยคิดเป็นสัดส่วน 40.2 ของสินค้าทั้งหมดที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย

และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกรายสินค้าที่ถูกจัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 19 โดยใช้พิจารณาจากหลักเกณฑ์

1. มูลค่าสินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทยสูงสุด 8 อันดับแรก

2. อัตราภาษีนำเข้าที่สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บประเทศคู่ค้าในสินค้า 8 อันดับแรก ประกอบด้วย เครื่องใช้ไฟฟ้า (เครื่องปรับอากาศ) พลาสติก ยางล้อรถบรรทุก อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารสัตว์เลี้ยง ปลาทุบกระป๋อง เพอร์นิเจอร์ และถุงมือยาง ซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพและอำนาจในการแข่งขัน พบว่า รายการสินค้าอุตสาหกรรมดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.2 ของมูลค่าสินค้าที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย โดยมีทั้งสินค้าที่ได้เปรียบและไม่ได้เปรียบอันเกิดจากการจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

8 อันดับรายการสินค้าอุตสาหกรรมที่สหรัฐอเมริกานำเข้าจากไทย

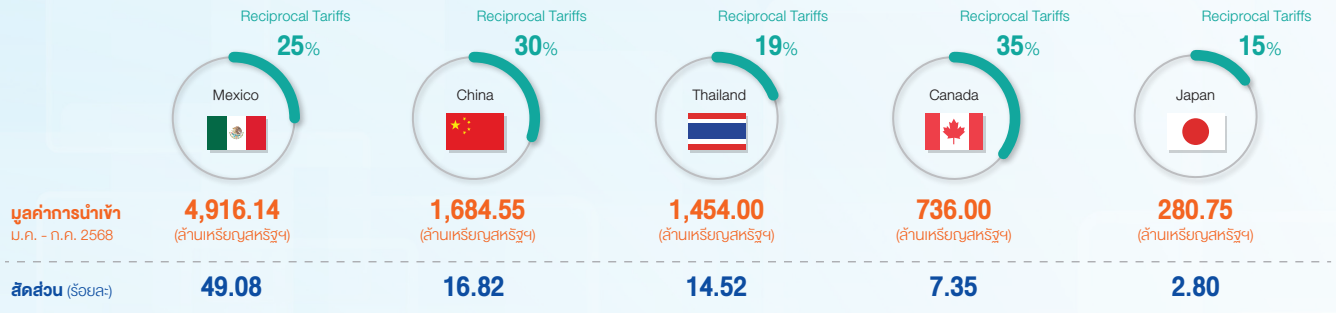


ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)



1 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า (เครื่องปรับอากาศ)

อันดับการนำเข้า เครื่องปรับอากาศ ของสหรัฐอเมริกา



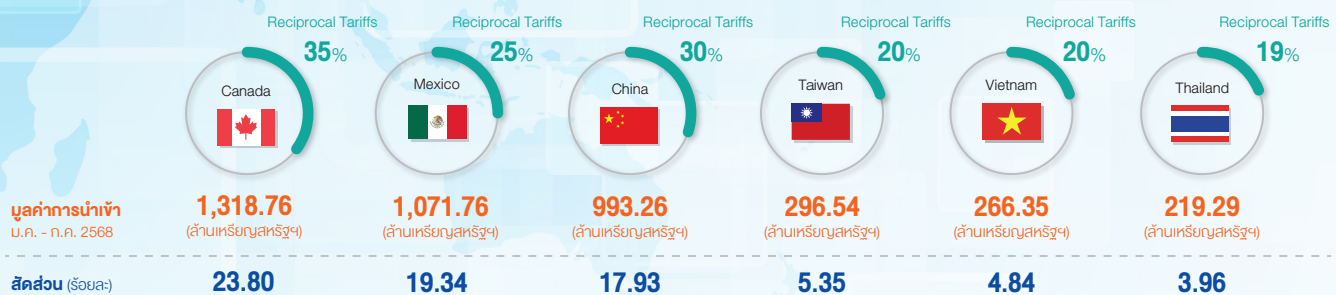
ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้าเครื่องปรับอากาศจากประเทศไทยเป็นอันดับ 3 โดยมีมูลค่า 1,454.00 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.52 ทั้งนี้ เครื่องปรับอากาศของไทยถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ซึ่งต่ำกว่าคู่แข่งอันดับ 1 คือ ประเทศเม็กซิโก ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 25 อันดับ 2 คือ ประเทศจีน ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 30 และอันดับ 4 คือ ประเทศแคนาดา ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 35 สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรม

เครื่องปรับอากาศมีความได้เปรียบด้านภาษีที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศเม็กซิโก จีน และแคนาดา ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรุกโดยการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าเดิมให้มี High Value/High Technology มากขึ้น เช่น การควบคุมผ่านแอป Smart Appliances (เครื่องปรับอากาศที่เชื่อมต่อ IoT), การใช้ AI คาดการณ์พฤติกรรมผู้ใช้, ต่อยอดจากฐานการผลิตเดิมในการรวมเทคโนโลยีเข้ากับเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไป เป็นต้น

2 อุตสาหกรรมพลาสติก

อันดับการนำเข้า พลาสติก ของสหรัฐอเมริกา

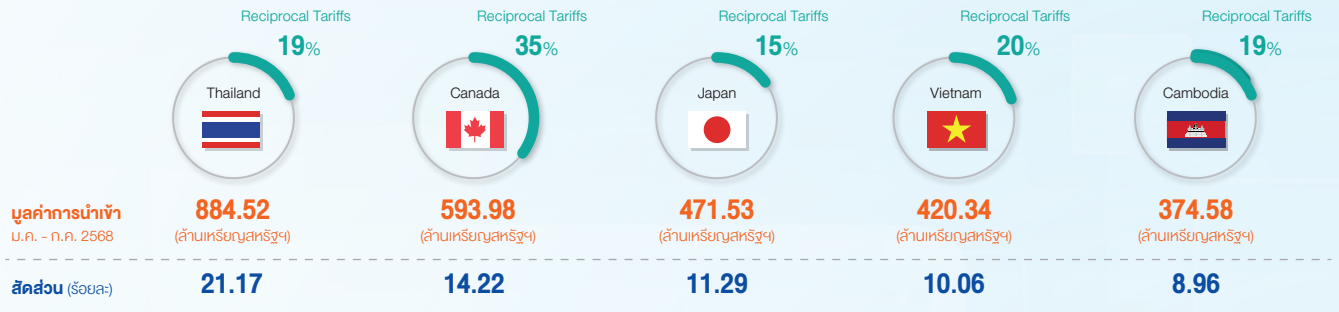


ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้าพลาสติกจากประเทศไทยมาก เป็นอันดับ 6 มีมูลค่า 219.29 ล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.96 ทั้งนี้ พลาสติกของไทย ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ซึ่งต่ำกว่าคู่แข่ง ได้แก่ ประเทศแคนาดา ประเทศจีน และประเทศเม็กซิโก ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 35 ร้อยละ 30 ร้อยละ 25 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมพลาสติกของไทยมีความได้เปรียบด้านภาษีที่จะสามารถแย่ง

ส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศแคนาดา ประเทศจีน และประเทศเม็กซิโก ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรุกโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน อาทิเช่น โดยใช้ระบบ simulation ก่อนผลิตจริง เพื่อลดต้นทุนและของเสีย การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาทักษะแรงงาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ยั่งยืน เช่น การใช้พลาสติกชีวภาพ การใช้ PCR เป็นส่วนผสมเพิ่มขึ้น ตามเทรนด์รักษ์โลก

อันดับการนำเข้า ยางล้อรถบรรทุก ของสหรัฐอเมริกา

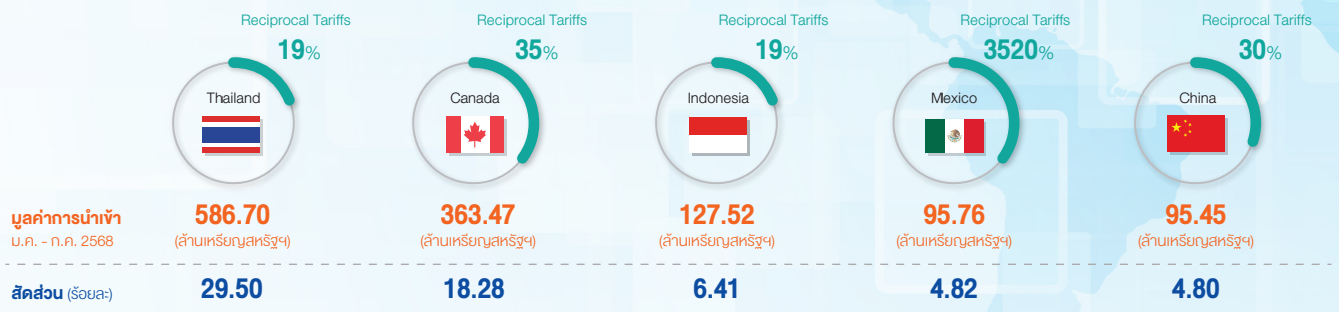


ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้ายางล้อรถบรรทุกจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่า 884.52 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.17 ทั้งนี้ ยางล้อรถบรรทุกของไทย ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ต่ำกว่าคู่แข่งอันดับ 2 คือ ประเทศแคนาดา ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 35 สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมยางล้อรถบรรทุกไทยมีความได้เปรียบด้านภาษีที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศแคนาดา

และเวียดนาม ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรุกโดยการสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ผ่านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับคุณภาพประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และรักษาความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการปรับปรุงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสหรัฐอเมริกาและข้อกำหนดสากล อันจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ยางล้อไทย และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกอย่างยั่งยืน

อันดับการนำเข้า อาหารสัตว์เลี้ยง ของสหรัฐอเมริกา



ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

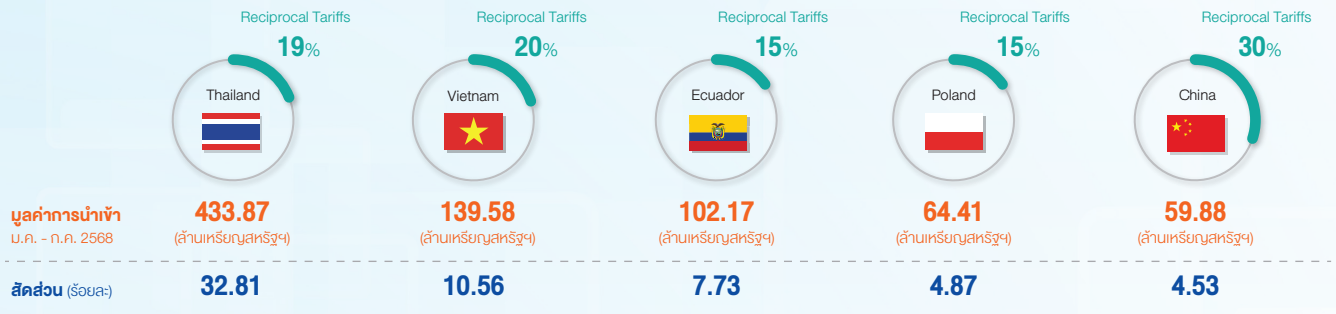
จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้าอาหารสัตว์เลี้ยงจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่า 586.70 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.50 ทั้งนี้ อาหารสัตว์เลี้ยงของไทย ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ต่ำกว่า คู่แข่งอันดับ 2 คือ ประเทศแคนาดา ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 35 อันดับ 4 คือ ประเทศเม็กซิโก ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 35 และอันดับ 5 คือ จีน ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs

ในอัตราร้อยละ 30 สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงไทยมีความได้เปรียบด้านภาษีที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศแคนาดา อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรุกโดยไทยเน้นการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงแบบเปียก โดยเฉพาะที่ทำจากปลาไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 25-30 ของมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงไปยังสหรัฐอเมริกา เนื่องจากไทยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่และมี Economies of scale และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ปรับแต่งตามความต้องการและเป้าหมายของแต่ละบุคคล (Personalized nutrition)

5

อุตสาหกรรมปลาทุ่นกระป๋อง

อันดับการนำเข้า ปลาทุ่นกระป๋อง ของสหรัฐอเมริกา



ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

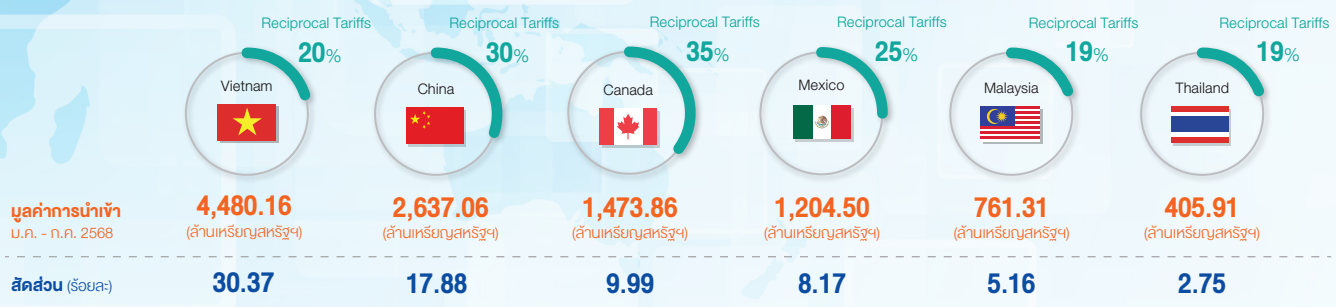
จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้า ปลาทุ่นกระป๋อง จากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่า 433.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.81 ทั้งนี้ ปลาทุ่นกระป๋องของไทยซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ต่ำกว่า คู่แข่งอันดับ 5 คือ ประเทศจีน ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 30 สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมปลาทุ่นกระป๋อง มีความได้เปรียบ ด้านภาษีที่จะแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศเวียดนาม และจีน ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรุกโดยการบริหารจัดการปัจจัยการผลิตอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านราคา เนื่องจากปลาทุ่นกระป๋องเป็นสินค้าราคาไม่แพง

รวมถึงตลาดใหม่ เช่น ภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA) เนื่องจากอุปสงค์มีแนวโน้มเติบโตดี โดยปีที่ผ่านมา (2567) มีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ลิเบีย ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิสราเอล และอียิปต์ ซึ่งมีปัจจัยหนุนจากความต้องการบริโภคอาหารฮาลาลที่เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ และความกังวลต่อความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งปัจจัยที่เอื้อให้มีความต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารที่สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ อาหารทะเลกระป๋อง เช่น ปลาทุ่นกระป๋องสามารถทดแทนโปรตีนจากเนื้อไก่หรือเนื้อวัวที่มีราคาสูงกว่าได้

6

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

อันดับการนำเข้า เฟอร์นิเจอร์ ของสหรัฐอเมริกา



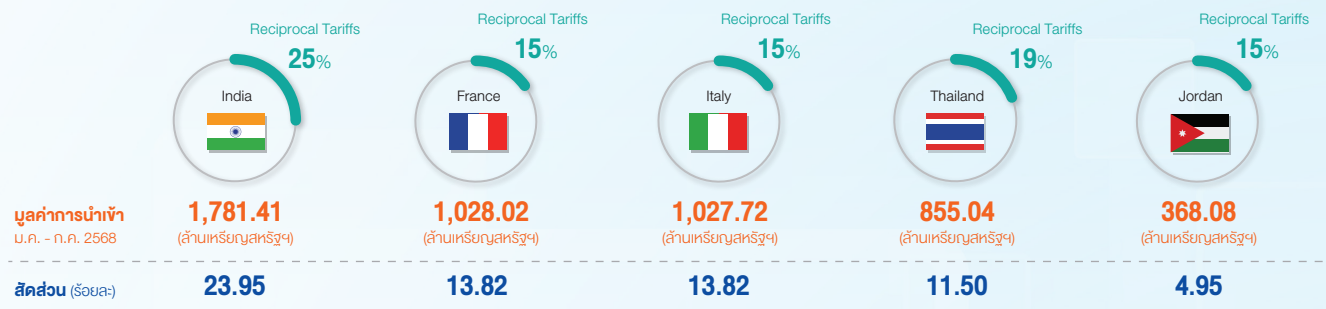
ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้า เฟอร์นิเจอร์จากไทยเป็นอันดับ 7 มีมูลค่า 405.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.75 ทั้งนี้ เฟอร์นิเจอร์ของไทยซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ซึ่งต่ำกว่า คู่แข่ง ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศแคนาดา และประเทศเม็กซิโก ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 30 ร้อยละ 35 และร้อยละ 25 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทยมีความได้เปรียบด้านภาษีที่สามารถแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศเวียดนาม ประเทศจีน

ประเทศแคนาดา และประเทศเม็กซิโก ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรุกโดยการยกระดับและพัฒนากระบวนการผลิตและเทคโนโลยี โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการปรับปรุงเครื่องจักรและนำระบบอัตโนมัติ เช่น เครื่อง CNC เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดต้นทุนแรงงาน ควบคู่กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี IoT และ AI ในการออกแบบและวางแผนการผลิต นอกจากนี้ จำเป็นต้องพัฒนากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเช่น Minimal, Eco-living และ Smart Furniture เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

7 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อันดับการนำเข้า อัญมณีและเครื่องประดับ ของสหรัฐอเมริกา



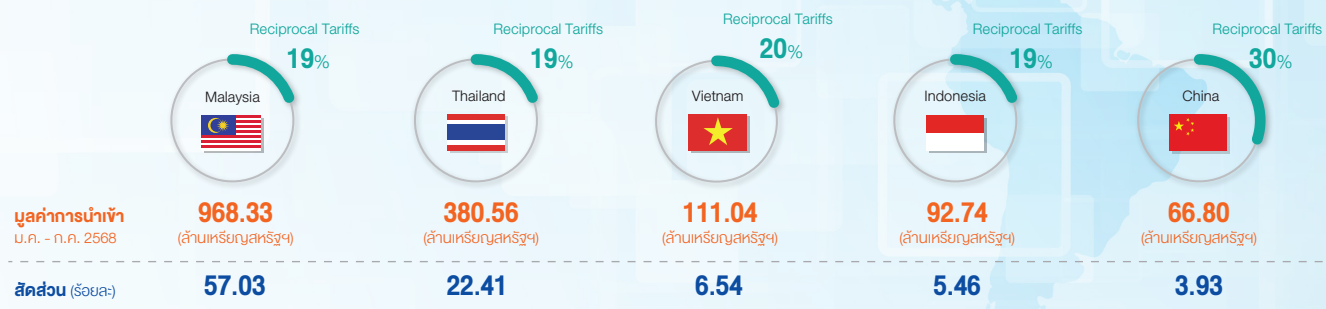
ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากประเทศไทยมากเป็นอันดับ 4 มีมูลค่า 855.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.50 ทั้งนี้ อัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 ซึ่งต่ำกว่า คู่แข่งอันดับ 1 คือ ประเทศอินเดีย ซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 25 อย่างไรก็ตาม อัญมณีและเครื่องประดับของไทยถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs สูงกว่าคู่แข่งอันดับ 2 3 และอันดับ 5 คือ ประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และจอร์แดน สะท้อนให้เห็นว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและ

เครื่องประดับของไทยมีความได้เปรียบด้านภาษีที่จะสามารถแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาจากประเทศอินเดียได้ แต่จะเสียเปรียบด้านภาษีในตลาดสหรัฐอเมริกาให้กับประเทศฝรั่งเศส อิตาลี และจอร์แดน ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรับ โดยการผลักดันสินค้าในอนาคต เช่น เครื่องประดับ “Luxury Thai Brand” และขยายตลาดส่งออกไปยังสหภาพยุโรป โดยเฉพาะกลุ่ม EFTA 4 ประเทศ (สวิตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์ ไอซ์แลนด์ ลิกเตนสไตน์) ไทยมีข้อตกลงการค้า FTA ไทย – EFTA รวมถึงกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง โดยเน้นเครื่องประดับที่มีมูลค่าสูง ออกแบบพิเศษ ใช้อัญมณีที่รับรองแหล่งที่มา

8 อุตสาหกรรมถลุงมือยาง

อันดับการนำเข้า ถลุงมือยาง ของสหรัฐอเมริกา



ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูลล่าสุดเดือนกรกฎาคม 2568)

จากข้อมูล ม.ค. - ก.ค. 2568 พบว่า สหรัฐอเมริกานำเข้าถลุงมือยางจากไทยเป็นอันดับ 2 มีมูลค่า 380.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.41 ทั้งนี้ ประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้าถลุงมือยางเป็นหลัก คือ ประเทศมาเลเซีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.03 ซึ่งไทยอาจแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากประเทศมาเลเซียได้ยาก เพราะถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 19 เท่ากัน ดังนั้น ไทยจึงควรสร้างความได้เปรียบในการเพิ่มส่วนแบ่ง

ทางการตลาดจากจีนซึ่งถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละ 30 ซึ่งไทยควรเพิ่มกลยุทธ์เชิงรับโดยการผลักดันการพัฒนาสินค้าใหม่ เช่น ถลุงมือไนไตร ถลุงมือยางย่อยสลายได้ และถลุงมือยางสำหรับอุตสาหกรรมอาหารปลอดภัย ควบคู่กับการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพและนวัตกรรม โดยมุ่งยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งขยายตลาดไปยังกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและการผลิตอย่างยั่งยืนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าไทย

สรุปผลของ Reciprocal Tariffs ต่ออุตสาหกรรมไทย แบ่งออกเป็น

1. สินค้าอุตสาหกรรม (US Tariffs Exemption) ที่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย สมาร์ทโฟน, คอมพิวเตอร์, ซีพียู, ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ยาและเวชภัณฑ์
 2. สินค้าอุตสาหกรรม Special Tariffs ประเภทเหล็ก อลูมิเนียม และทองแดง ถูกจัดเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 50 และ ยานยนต์และชิ้นส่วน ถูกจัดเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 25 ซึ่งถูกเก็บเท่ากันกับทุกประเทศ ดังนั้น จึงไม่ได้ก่อให้เกิดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง
 3. สินค้าอุตสาหกรรมที่ถูกจัดเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 19 (Reciprocal Tariffs ประกาศเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2568) ซึ่งจะมีทั้งสินค้าที่ได้เปรียบและไม่ได้เปรียบทางภาษีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบทางภาษีมี 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ พลาสติก ยางล้อรถบรรทุก อาหารสัตว์เลี้ยง ปลาหมึกกระป๋อง และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะแย่งส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาจากประเทศคู่แข่งที่ถูกจัดเก็บ Reciprocal Tariffs ในอัตราร้อยละที่สูงกว่าไทย
- โดยการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยโดยการปรับโครงสร้างภาคการผลิตอย่างจริงจัง สร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าอุตสาหกรรมตามเทรนด์โลก ทั้งนี้ ในส่วนของสินค้าไทยไม่ได้เปรียบทางภาษีมี 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ และถุงมือยาง ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรสร้างห่วงโซ่การผลิตอุตสาหกรรมไทยใหม่ที่สามารถกระจายและเชื่อมโยงกับตลาดอื่น รวมทั้งรักษาส่วนแบ่งตลาดสหรัฐอเมริกา

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย

1. นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการผลิต เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ในการผลิต ซึ่งจะช่วยลดความผิดพลาดจากมนุษย์ เพิ่มความแม่นยำและลดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิต ทำให้พนักงานสามารถไปทำงานที่ต้องใช้ทักษะสูงขึ้นแทนการเน้นใช้กำลังคน รวมทั้งช่วยแก้ปัญหาของอุตสาหกรรมไทยในด้านต้นทุนและปัญหาขาดแคลนแรงงานในอนาคต หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการผลิตและธุรกิจ จะสามารถช่วยทำการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อคาดการณ์ความต้องการของตลาด ตรวจสอบจับความผิดปกติในกระบวนการผลิต หรือแม้กระทั่งปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรได้ ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพสูงและสามารถปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ได้รวดเร็ว
2. การใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ เช่น การสร้างระบบ Big Data ที่สามารถรวบรวมข้อมูลจากทุกแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากเครื่องจักร ข้อมูลในกระบวนการผลิต ข้อมูลในระบบห่วงโซ่อุปทาน หรือแม้แต่ข้อมูลจากลูกค้าและตลาด เพื่อที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกสำหรับตอบสนองต่อความต้องการได้ตรงจุดและทราบการเปลี่ยนแปลงในด้านความต้องการของตลาด
3. การสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน เช่น การเล่าเรื่องราวเบื้องหลังผลิตภัณฑ์ คุณค่าของแบรนด์ และความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์เพื่อสร้างความผูกพัน รวมทั้งเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และความน่าดึงดูดให้กับสินค้า รวมทั้งพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและในระดับสากล เพื่อให้จำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นและมูลค่าของสินค้าสูงขึ้น
5. การใช้แพลตฟอร์ม E-commerce ระหว่างประเทศ และการทำตลาดดิจิทัล เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักอาจเริ่มทำการตลาดในพื้นที่เศรษฐกิจเกิดใหม่ในภูมิภาคที่มียอดส่งออกสินค้ายังไม่มาก แต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เช่น ตะวันออกกลาง หรือแอฟริกาใต้ รวมถึงในตลาด CLMV ที่ยังมีศักยภาพในการบริโภค

จัดทำโดย :

นายศักดิ์ชัย สนิทมนัส

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

1. ข้อมูลดัชนีอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
2. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
3. The Global Trade Atlas (GTA)
4. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

เจาะลึกโครงสร้างอุตสาหกรรมไทย ทางรอดในสมรภูมิการค้าโลก

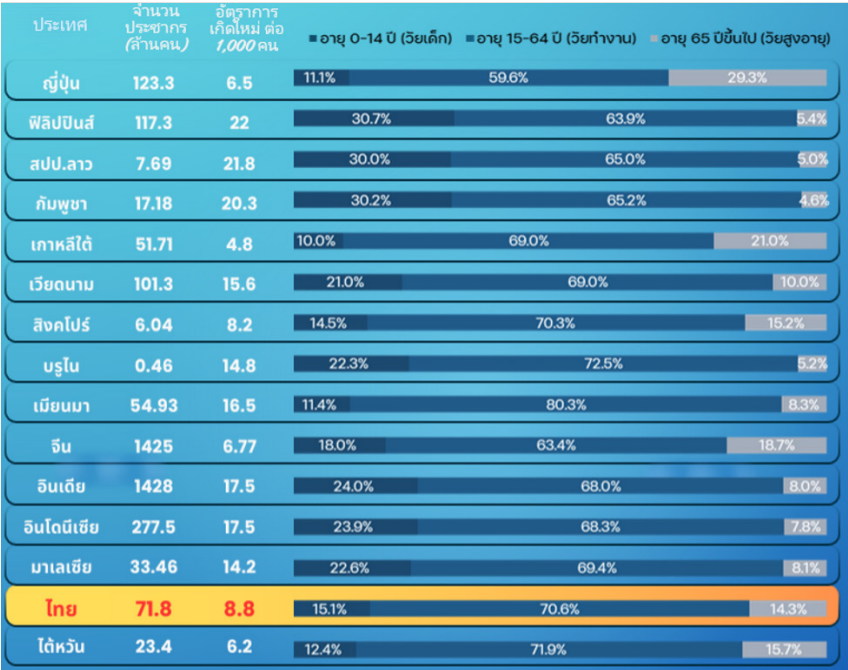


กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนที่ยากจะคาดการณ์ได้ ภาคอุตสาหกรรมไทยในฐานะเครื่องจักรสำคัญของระบบเศรษฐกิจไทยที่ยึดโยงกับการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจโลก กำลังพบกับความท้าทายที่ซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นผู้ประกอบการไทยจึงจำเป็นต้องทราบถึงจุดอ่อนที่สำคัญ ซึ่งทำให้ไทยเสียเปรียบด้านการแข่งขันในระดับโลก เพื่อต้องเร่งแก้ไขและปรับปรุงให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และก้าวขึ้นเป็นผู้เล่นที่แข็งแกร่งในตลาดโลกได้อย่างภาคภูมิและยั่งยืน ซึ่งจุดอ่อนที่สำคัญบางส่วนของอุตสาหกรรมไทยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของประชากรและช่องว่างด้านทักษะฝีมือแรงงาน

ปัจจุบันไทยต้องเผชิญกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร และการขาดแคลนแรงงานทักษะฝีมือขั้นสูง จากข้อมูลจำนวนประชากรของไทยในปัจจุบันเริ่มสะท้อนถึงความเปราะบาง จากการเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประกอบกับอัตราการเกิดใหม่ของเด็กทารกไทยที่ลดลง โดยในปี 2567 พบว่าไทยมีอัตราการเกิดใหม่ของเด็กทารกอยู่ที่ 8.8 คนต่อประชากร 1,000 คน และมีกลุ่มวัยเด็กช่วงอายุ 0 ถึง 14 ปี อยู่ที่ร้อยละ 15.1 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศอื่นในอาเซียน ดังนั้นในระยะ 10 ถึง 15 ปี ต่อจากนี้ ไทยอาจเสียเปรียบประเทศอื่นในด้านแรงงาน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น ดังแสดงในรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 โครงสร้างประชากรของไทยเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย

นอกจากปัญหาโครงสร้างประชากรในเชิงปริมาณแล้ว ปัจจุบันไทยยังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะฝีมือที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและการผลิตขั้นสูง โดยจากรายงานของธนาคารโลก (World Bank) และองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) สะท้อนว่าแรงงานไทยกว่าหนึ่งในสาม กำลังทำงานในสาขาที่ไม่ได้ใช้ความรู้หรือทักษะตรงกับที่ตนเองจบการศึกษาหรือเรียนมา และไม่ตรงกับความต้องการของนายจ้าง ส่งผลให้ศักยภาพการผลิตและนวัตกรรมของภาคธุรกิจลดลง และจากข้อมูลในรายงาน Towards a Skills Strategy for Southeast Asia ขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ หรือ OECD ระบุว่า “แรงงานไทยประมาณ ร้อยละ 37 มีทักษะไม่ตรงกับลักษณะของงานที่ทำอยู่” ขณะที่รายงานของธนาคารโลก กล่าวว่า “ร้อยละ 65 ของแรงงานในกลุ่มวัยทำงานยังมีทักษะการอ่านต่ำกว่ามาตรฐาน” และ “ร้อยละ 74 ขาดทักษะ

ทางดิจิทัลที่จำเป็นในการประกอบอาชีพในยุคเทคโนโลยีขั้นสูง” ซึ่งทักษะที่กล่าวมานั้นจำเป็นอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่ระบบอัตโนมัติและอุตสาหกรรม 4.0 และจากข้อมูลโครงสร้างประชากรในเชิงปริมาณและคุณภาพดังที่กล่าวมา สะท้อนให้เห็นว่า ไทยต้องเผชิญปัญหาทั้งในด้านจำนวนประชากรที่ลดลง และเผชิญกับปัญหาในด้านทักษะฝีมือแรงงานขั้นสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งชาติอื่น ๆ ดังนั้น หากไม่มีการเร่งพัฒนาระบบการศึกษาให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงานในอนาคต พร้อมทั้งส่งเสริมการฝึกอบรม Upskill และ Reskill ให้กับแรงงานในทุกช่วงวัย โดยช่องว่างหรือปัญหาดังกล่าวนี้อาจกลายเป็นอุปสรรคการต่อศักยภาพการแข่งขันของไทยในระยะยาว ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแรงงานคุณภาพกลายเป็นสินทรัพย์หลักของการเติบโตทางเศรษฐกิจ

2. ช่องว่างการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมของไทย

สำหรับการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญของศักยภาพในการสร้างสรรค์และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลการสำรวจ ของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) พบว่า “ไทยมีการใช้งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมต่อมูลค่า GDP ปี 2565 อยู่ที่ร้อยละ 1.16 โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 2.0 ของมูลค่า GDP ภายในปี 2570” เมื่อนำสัดส่วนการใช้งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของไทย มาเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน พบว่า ไทยอยู่ในอันดับที่ 3 รองจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย ที่มีสัดส่วนการใช้งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมต่อมูลค่า GDP อยู่ที่ร้อยละ 2.20 และ 1.50 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1 อย่างไรก็ตาม หากเทียบกับประเทศอื่น ๆ นอกภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ พบว่าไทยยังคงเป็นรองอยู่มาก จากข้อมูลเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมในสัดส่วนสูงกว่าย่อมได้รับผลดี

ทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าดังเห็นได้จากตัวอย่างของภาคอุตสาหกรรมของเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และจีน ที่มีสัดส่วนการใช้งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมต่อมูลค่า GDP ในอัตราส่วนที่สูง ล้วนเป็นฐานการผลิตสำคัญและบางส่วนเป็นเจ้าของสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูง ขณะที่ไทยการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ยังคงเป็นงานวิจัยที่ไม่ได้ถูกนำมาใช้จริงในภาคการผลิตและเชิงพาณิชย์ ทำให้ไทยยังต้องพึ่งพิงการนำเข้าสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องว่างและความท้าทายที่สำคัญประการหนึ่งของภาคอุตสาหกรรมไทย

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนการใช้งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาวัตกรรม (R&D) ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของไทย เทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย

ประเทศ	สัดส่วน R&D ต่อ GDP*	ปีทีสำรวจ**	แหล่งอ้างอิงหลัก
เกาหลีใต้	4.90%	2564/2565	UNESCO Institute for Statistics (UIS), World Bank
ไต้หวัน	3.96%	2565	National Science and Technology Council (NSTC) Taiwan, GOV.UK
ญี่ปุ่น	3.70%	2566	Statistics Bureau of Japan
จีน	2.40%	2564/2565	UNESCO Institute for Statistics (UIS), World Bank
สิงคโปร์	2.20%	2564/2565	UNESCO Institute for Statistics (UIS), World Bank
มาเลเซีย	1.50%	2564	UNESCO Institute for Statistics (UIS), World Bank
ไทย	1.16%	2565	สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
อินเดีย	0.65%	2563	Department of Science & Technology, India
เวียดนาม	0.43%	2564	United Nations (UN)
อินโดนีเซีย	0.30%	2563	UNESCO Institute for Statistics (UIS), World Bank
ฟิลิปปินส์	0.24%	2565	Philippine Institute for Development Studies (PIDS)
บรูไน	0.28%	2561	United Nations (UN)
เมียนมา	0.04%	2565	United Nations (UN)
กัมพูชา	0.12%	2558	United Nations (UN)
สปป.ลาว	0.04%	2545	United Nations (UN)

หมายเหตุ: 1) สัดส่วน R&D ต่อ GDP* หมายถึง สัดส่วนการใช้งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาวัตกรรม (R&D) ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศนั้น ๆ
2) ปีทีสำรวจ** เป็นพุทธศักราช (พ.ศ.)

3. ปัญหาจากต้นทุนการผลิตที่ปรับสูงขึ้นต่อเนื่อง

จากการพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบสำคัญของต้นทุนการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) ต้นทุนค่าจ้าง 2) ต้นทุนค่าไฟฟ้า 3) ต้นทุนด้านโลจิสติกส์ และ 4) ต้นทุนทางการเงินของไทย เมื่อนำต้นทุนมาเทียบกับเวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ซึ่งมีสถานะเป็นคู่แข่งทางการค้าและการลงทุนที่สำคัญของไทยในอาเซียน ดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่าภาพรวมต้นทุนการผลิตของไทยมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่ามาเลเซีย แต่เมื่อพิจารณาด้านศักยภาพการผลิตสินค้าของมาเลเซีย พบว่า มาเลเซียมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนและใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมากกว่าไทย หรือแม้กระทั่งปัจจัยค่าจ้างแรงงาน ถึงแม้ว่าค่าแรงของมาเลเซียจะสูงกว่าไทย โดยค่าจ้างของมาเลเซีย มีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 436 บาทต่อวัน ขณะที่ไทยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 354 ถึง 400

บาทต่อวัน แต่มาเลเซียมีความเชี่ยวชาญและถนัดในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ที่สูงกว่าไทย อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับเวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ พบว่าไทยจะมีต้นทุนการผลิตในด้านโลจิสติกส์ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่า รวมทั้งไทยมีความแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน โดยเฉพาะรถกระบะ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ซึ่งเป็นผลจากการส่งเสริมประสบการณ์การผลิตที่ยาวนานและมีห่วงโซ่อุปทานที่มั่นคง แต่ในด้านค่าจ้างแรงงานไทยมีต้นทุนที่สูงกว่า รวมถึงด้านอัตราค่าจ้างแรงงานในอนาคตของไทยที่มีแนวโน้มปรับลดลง อาจทำให้ภาพรวมของศักยภาพในการแข่งขันของไทยยังไม่มีความโดดเด่นเท่าที่ควร ทำให้ไทยเริ่มแข่งขันกับคู่แข่งในอาเซียนได้ลำบากมากขึ้น

ตารางที่ 2 แสดงต้นทุนการผลิตของไทยเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีความสำคัญในด้านการเป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลกในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย

ประเทศ	ค่าแรงขั้นต่ำ (บาท/วัน)	ค่าไฟฟ้าอุตสาหกรรม (บาท/หน่วย)	ต้นทุนโลจิสติกส์ (% ต่อ GDP)	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ SMEs (%)	สินค้าอุตสาหกรรมที่โดดเด่น / ความเชี่ยวชาญ
อินเดีย	128	2.8	14–18%	9.50%	ยาและเวชภัณฑ์, ซอฟต์แวร์และบริการด้านไอที, ยานยนต์, สิ่งทอ, วิศวกรรม
เวียดนาม	195 - 250	3.6	16.0%	7.00%	สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม, รองเท้า, อิเล็กทรอนิกส์ (โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือและชิ้นส่วน), เฟอร์นิเจอร์
อินโดนีเซีย	275	4.5	21.0%	8.25%	ยานยนต์, อิเล็กทรอนิกส์, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม, อาหารและเครื่องดื่ม, ผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรธรรมชาติ (ปาล์มน้ำมัน, ถ่านหิน)
ฟิลิปปินส์	306	5.2	24.0%	7.25%	บริการด้าน IT-BPM (Business Process Management), เซมิคอนดักเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์, อาหารแปรรูป, ชิ้นส่วนยานยนต์
ไทย	354 - 400	3.98 - 4.15	13.5%	6.75%	ยานยนต์และชิ้นส่วน (โดยเฉพาะรถกระบะ), อิเล็กทรอนิกส์, ปิโตรเคมี, อาหารแปรรูป, ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง
มาเลเซีย	436	4.0	13.0%	5.50%	เซมิคอนดักเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์, ปิโตรเคมีและพลังงาน, อุปกรณ์การแพทย์, ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยาง, ฮาลาล
จีน	460	3.2	14.0%	4.35%	อิเล็กทรอนิกส์ (ครบวงจร), เครื่องจักรและอุปกรณ์, ยานยนต์ไฟฟ้า, พลังงานหมุนเวียน, หุ่นยนต์, เทคโนโลยีขั้นสูง (AI, 5G)

หมายเหตุ: 1) เรียงลำดับประเทศตามค่าแรงขั้นต่ำ (บาทต่อวัน) จากค่าแรงถูกสุดไปหาแพงสุด
2) ค่าแรงขั้นต่ำแต่ละประเทศเป็นค่าแรงเฉลี่ยทั้งประเทศ
3) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ SMEs เป็นอัตราเฉลี่ยสำหรับสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ณ ปี 2567–2568

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย

- นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในกระบวนการผลิต เช่น การใช้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ในการผลิต ซึ่งจะช่วยลดความผิดพลาดจากมนุษย์ เพิ่มความแม่นยำและลดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิต ทำให้พนักงานสามารถไปทำงานที่ต้องใช้ทักษะสูงขึ้นแทนการเน้นใช้กำลังคน รวมทั้งช่วยแก้ปัญหาของอุตสาหกรรมไทยในด้านต้นทุนและปัญหาขาดแคลนแรงงานในอนาคต หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการผลิตและธุรกิจ จะสามารถช่วยทำการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อคาดการณ์ความต้องการของตลาด ตรวจสอบความผิดปกติในกระบวนการผลิต หรือแม้กระทั่งปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรได้ ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพสูง และสามารถปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ได้รวดเร็ว
- การใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ เช่น การสร้างระบบ Big Data ที่สามารถรวบรวมข้อมูลจากทุกแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากเครื่องจักร ข้อมูลในกระบวนการผลิต ข้อมูลในระบบห่วงโซ่อุปทาน หรือแม้แต่ข้อมูลจากลูกค้าและตลาด เพื่อที่จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกสำหรับตอบสนองต่อความต้องการได้ตรงจุดและทราบการเปลี่ยนแปลงในด้านความต้องการของตลาด
- การสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน เช่น การเล่าเรื่องราวเบื้องหลังผลิตภัณฑ์ คุณค่าของแบรนด์ และ

ความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์เพื่อสร้างความผูกพัน รวมทั้งเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และความน่าดึงดูดให้กับสินค้า รวมทั้งพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและในระดับสากล เพื่อให้จำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้นและมูลค่าของสินค้าสูงขึ้น
- การใช้แพลตฟอร์ม E-commerce ระหว่างประเทศและการทำตลาดดิจิทัล เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก อาจเริ่มทำการตลาดในพื้นที่เศรษฐกิจเกิดใหม่ในภูมิภาคที่มียอดส่งออกสินค้ายังไม่มากแต่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เช่น ตะวันออกกลาง หรือแอฟริกาใต้ รวมถึงในตลาด CLMV ที่ยังมีศักยภาพในการบริโภค

จัดทำโดย :

อัยชัย วงษ์ชัยชนะ

กลุ่มเตือนภัยอุตสาหกรรม กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พฤศจิกายน 2568

แหล่งข้อมูลอ้างอิง :

- งานเสวนา Morning Talk ครั้งที่ 3 เรื่อง “อุตสาหกรรมห่วงโซ่อุปทานไทย ภายใต้สมรรถภูมิการค้าโลก” จัดโดยศูนย์ข้อมูลอัจฉริยะด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial Intelligence Unit: IIU) ภายใต้โครงการ Intelligence Unit ปี 2568 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2568
- ข้อมูลโครงสร้างประชากรจาก CIA World Factbook และกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย
- ข้อมูลต้นทุนการผลิตรวบรวมจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, Asian Development Bank, World Bank Logistics Performance Index, CEIC Data, Trading Economics และ Global Electricity Prices

โอกาสและความสามารถในการแข่งขัน ของสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลก

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสินค้าสำหรับเด็กเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ สะท้อนจากการเติบโตของอุตสาหกรรมสำหรับเด็กในตลาดโลกและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค ยังคงสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคอุตสาหกรรมไทยได้ แม้ว่าทั้งประเทศไทยและโลกกำลังประสบกับภาวะอัตราการเกิดที่ลดลงก็ตาม

1. สถานการณ์ประชากรและอัตราการเกิด

อัตราการเกิดทั่วโลกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากอัตราเจริญพันธุ์ (TFR) ปี 2567 เฉลี่ยอยู่ที่ 2.2 คนต่อสตรี 1 คน (มากกว่าระดับทดแทนประชากรที่ 2.1 เพียงเล็กน้อย) โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ ที่พัฒนาแล้ว เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา จีน เยอรมนี และสหราชอาณาจักร ที่เผชิญกับอัตราการเกิดต่ำมาก โดยเฉพาะเกาหลีใต้ที่มีอัตราเจริญพันธุ์ (TFR) ปี 2567 ต่ำมากอยู่ที่ 0.7 คนต่อสตรี 1 คน ในขณะที่ประเทศในทวีปแอฟริกา เช่น ไนจีเรีย แองโกลา และมาลี ยังคงมีอัตราเจริญพันธุ์ (TFR) สูงอยู่ที่ 5-6 คนต่อสตรี 1 คน สำหรับประเทศไทย

กำลังเผชิญกับสถานการณ์เด็กเกิดน้อยเช่นเดียวกัน โดยปี 2567 มีอัตราเจริญพันธุ์ (TFR) อยู่ที่ 1 คนต่อสตรี 1 คน และจำนวนเด็กเกิดใหม่ลดลงต่ำกว่า 500,000 คนต่อปีเป็นครั้งแรกในรอบ 70 ปี ซึ่งเป็นอัตราการเกิดต่ำที่สุดในภูมิภาค ASEAN ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าในตลาดสินค้าสำหรับเด็กในไทยชะลอตัวลง แต่ผู้บริโภคมีทิศทางกำลังซื้อต่อหัวสูงขึ้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงแม้ราคาจะสูงขึ้นก็ตาม ทำให้ความต้องการสินค้าคุณภาพสูงและเป็นสินค้าที่มีนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น

2. ขนาดตลาดและแนวโน้มการเติบโตในตลาดโลก

ตารางที่ 1: ขนาดตลาดสินค้าสำหรับเด็กของโลก

อันดับ	สัดส่วน R&D ต่อ GDP*	ปี 2565	ปี 2566	ปี 2567	อัตราเปลี่ยนแปลงเฉลี่ย 3 ปี (CAGR)	อัตราเปลี่ยนแปลง 2567/2566 (YOY)	สัดส่วนการนำเข้า
		มูลค่าตลาดสำหรับเด็ก (million US Dollar)					
	Total	211,547.64	198,206.64	203,526.26	1.0%	2.7%	100.0%
1	United States	40,759.04	34,216.31	37,943.60	1.6%	10.9%	18.6%
2	Germany	12,015.29	11,880.39	12,026.95	0.6%	1.2%	5.9%
3	China	13,746.64	11,101.67	9,850.30	-12.3%	-11.3%	4.8%
4	United Kingdom	9,673.63	9,169.20	9,720.53	5.1%	6.0%	4.8%
5	France	9,415.96	9,147.78	9,042.57	-0.3%	-1.2%	4.4%
6	Netherlands	7,338.22	6,865.73	7,315.31	2.8%	6.5%	3.6%
7	Canada	6,756.81	6,396.64	6,539.77	2.6%	2.2%	3.2%
8	Japan	5,648.96	5,302.97	5,495.97	1.7%	3.6%	2.7%
9	Poland	4,655.23	4,584.23	4,898.73	2.4%	6.9%	2.4%
10	Spain	4,447.90	4,427.57	4,660.83	4.3%	5.3%	2.3%
35	Thailand	1,458.93	1,328.26	1,432.89	3.7%	7.9%	0.7%

ที่มา: Global Trade Atlas

ภาวะตลาดอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับเด็กของโลกยังคงมีทิศทางการเติบโต ส่วนทางกับอัตราการเกิดที่ลดลง โดยมูลค่าตลาดสินค้าสำหรับเด็กของโลกในปี 2567 อยู่ที่ประมาณ 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.7 (YOY) และประเทศที่มีความต้องการสินค้าสำหรับเด็ก 10 อันดับแรก มีแค่ 2 ประเทศ ที่มีมูลค่าการนำเข้าลดลง คือ จีน (ลดลงร้อยละ 11.3 ในปี 2567) และฝรั่งเศส (ลดลงร้อยละ 1.2 ในปี 2567) ส่วนประเทศอื่น ๆ ยังคงมีมูลค่าการนำเข้าสินค้าสำหรับเด็กเพิ่มขึ้น รวมถึงไทยด้วยเช่นกัน

3. โครงสร้างสินค้าในตลาดโลก

ตารางที่ 2: สัดส่วนสินค้าสำหรับเด็กของโลก และสัดส่วนสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลก

รายการสินค้า	มูลค่าการส่งออก ของโลก ปี 2567 (million USD)	อัตราการเปลี่ยนแปลง		สัดส่วน สินค้า	อันดับ ไทยใน ตลาดโลก	มูลค่าการส่งออก ของไทย ปี 2567 (million USD)	อัตราการเปลี่ยนแปลง		สัดส่วน สินค้าไทย ในตลาดโลก
		เฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลัง	เทียบกับ ปีก่อน				เฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลัง	เทียบกับ ปีก่อน	
รวมสินค้าสำหรับเด็ก	221,170.08	0.8%	0.6%	100.0%	20	2,033.36	1.7%	9.3%	0.9%
1. อาหารและนมผงสำหรับเด็ก	68,172.36	-2.6%	2.4%	30.8%	22	707.74	-0.1%	6.4%	1.0%
2. ของเล่นเสริมพัฒนาการ	63,796.60	2.1%	-1.2%	28.8%	20	319.37	-8.4%	27.2%	0.5%
3. อุปกรณ์ป้อนนมและให้นม	41,024.20	-1.5%	0.5%	18.5%	19	359.94	-3.7%	11.8%	0.9%
4. ผ้าอ้อมสำหรับเด็ก	17,819.39	-3.1%	-3.1%	8.1%	20	196.15	6.6%	-9.8%	1.1%
5. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและ บำรุงผิวเด็ก	13,688.97	-4.7%	6.1%	6.2%	14	295.63	-6.3%	15.7%	2.2%
6. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเด็ก	9,467.59	3.3%	2.2%	4.3%	16	92.10	5.6%	0.9%	1.0%
7. อุปกรณ์อื่นๆ เช่น รถเข็นเด็ก	7,200.95	-1.6%	-2.6%	3.3%	14	62.43	-1.3%	7.9%	0.9%

ที่มา: Global Trade Atlas

ภาพรวมการส่งออกสินค้าสำหรับเด็กในตลาดโลกในปี 2567 มีมูลค่าอยู่ที่ 221,170 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 0.6 (YOY) โดยหมวดสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด ได้แก่ (1) อาหารและนมผงสำหรับเด็ก (2) ของเล่นเสริมพัฒนาการ และ (3) อุปกรณ์ป้อนนมและให้นม ตามลำดับ

ส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าสำหรับเด็กของไทยในปี 2567 อยู่ที่ 2,033 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 9.3 (มากกว่าอัตราการเติบโตของตลาดโลก) และมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 20 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.9 ของตลาดโลก โดยหมวดสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุดของไทยสอดคล้องกับสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดของโลก ได้แก่ อาหารและนมผงสำหรับเด็ก (ส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 22 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.0 ของตลาดโลก) อุปกรณ์ป้อนนมและให้นม (ส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 19 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.9 ของตลาดโลก) และของเล่นเสริมพัฒนาการ (ส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 20 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.5 ของตลาดโลก) ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 3 สินค้าของไทยมีอัตราการเติบโตปี 2567 ในทิศทางที่ขยายตัวมากกว่าอัตราการเติบโตของตลาดโลก

ตารางที่ 3: มูลค่าการส่งออกสินค้าสำหรับเด็กของไทยในประเทศต่าง ๆ

อันดับ	ประเทศที่ไทยส่งออก 10 อันดับแรก	มูลค่าส่งออก (million US Dollar)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (% change)			สัดส่วน การส่งออก
			เทียบกับปีก่อน	เฉลี่ย 3 ปี	เฉลี่ย 5 ปี	
	World	2,033.36	9.3%	1.7%	2.0%	100.0%
1	United States	310.54	14.9%	4.9%	6.2%	15.3%
2	Malaysia	169.12	-5.5%	-2.2%	4.4%	8.3%
3	Japan	163.70	10.0%	1.2%	-2.2%	8.1%
4	Laos	144.15	18.2%	7.7%	7.3%	7.1%
5	Cambodia	126.42	16.2%	7.1%	8.2%	6.2%
6	Myanmar	122.03	-14.8%	-1.5%	0.6%	6.0%
7	Vietnam	111.30	18.1%	-1.7%	2.6%	5.5%
8	Australia	104.07	38.5%	5.4%	-0.9%	5.1%
9	Philippines	97.89	-1.0%	7.3%	3.8%	4.8%
10	China	83.34	84.1%	13.7%	5.0%	4.1%

ที่มา: Global Trade Atlas

ตลาดหลักในการส่งออกสินค้าสำหรับเด็กของไทยปี 2567 ได้แก่ สหรัฐฯ ภูมิภาคอาเซียน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และจีน โดยตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทยคือ สหรัฐฯ มีมูลค่าอยู่ที่ 310.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 14.9 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.3 ของการส่งออก รองลงมาคือ มาเลเซีย มีมูลค่าอยู่ที่ 169.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 5.5 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.3 ของการส่งออก และ ญี่ปุ่น มีมูลค่าอยู่ที่ 163.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 10.0 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.1 ของการส่งออก ตามลำดับ โดยประเทศคู่ค้าสินค้าสำหรับเด็กของไทยที่มีขยายตัวสวนทางกับอัตราการเกิดของประเทศที่หดตัว ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และจีน เป็นต้น

4. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าสำหรับเด็กของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

4.1 ให้ความสำคัญกับคุณภาพความปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ และความคุ้มค่าของสินค้า

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยเน้นสินค้าพรีเมียมและสินค้านวัตกรรม แต่ยังคงคำนึงถึงความคุ้มค่าของสินค้านอกจากนี้ ผู้บริโภคยังต้องการสินค้าที่ตอบโจทย์ช่วงวัยของเด็ก (เช่น สินค้าทารกและสินค้าเด็กเล็ก) โดยพิจารณาและให้ความสำคัญกับโภชนาการและการพัฒนาการของเด็ก จึงทำให้ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง ถูกสุขลักษณะ และไม่มีสารก่อภูมิแพ้/สารเคมีอันตราย เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการรับรองความปลอดภัย เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization: ISO) มาตรฐานสินค้าของสหรัฐฯ (Consumer Product Safety Improvement Act: CPSIA และ American Society for Testing and Materials: ASTM) มาตรฐานสินค้าของเด็กญี่ปุ่น (Safety Toy: ST Mark) เครื่องหมายความปลอดภัยยุโรป (Conformité Européenne: CE) และเครื่องหมายความปลอดภัยของมาเลเซีย (Malaysian Standard: MS mark) เป็นต้น จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมถึงสินค้านั้นจะต้องมีส่วนผสมออร์แกนิกและส่วนผสมจากธรรมชาติที่มีแหล่งผลิตที่ยั่งยืน มากขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าไม่เป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดอาการภูมิแพ้ต่อเด็ก

4.2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ตารางที่ 4: ตารางการกระจายช่องทางการขาย ปี 2567

ช่องทางการขาย	สัดส่วนโลก (%)	อัตราการเติบโต (%)
1. ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต	32.8	2.1
2. ร้านค้าออนไลน์	28.5	12.3
3. ร้านค้าขายยา/ร้านค้าเฉพาะทาง	18.7	4.7
4. ร้านสะดวกซื้อ	12.4	3.8
5. ขายตรง/MLM	4.8	-1.2
6. อื่นๆ	2.8	5.5

ที่มา: Mordor Intelligence

แนวโน้มการซื้อสินค้าสำหรับเด็กทางออนไลน์มากขึ้น รองจากช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต โดย 28.5% ของผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าสำหรับเด็กทางออนไลน์ ซึ่งเป็นผลจากการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป (New normal) ส่งผลให้สื่อ Influencer รีวิว โปรโมชันส่งฟรี ส่วนลด และราคามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น

5. ความท้าทายและโอกาสในตลาดโลก

ความท้าทาย (Challenges)

- **การแข่งขันด้านราคา:** สินค้าจากประเทศจีนและเวียดนามที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ทำให้สินค้าไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง
- **มาตรฐานและกฎระเบียบที่ซับซ้อน:** แต่ละประเทศมีมาตรฐานความปลอดภัยและข้อกำหนดทางเทคนิคที่แตกต่างกัน เช่น สหรัฐอเมริกามีมาตรฐาน CPSIA ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตและคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย
- **การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย:** SMEs ของไทยยังมีความสามารถในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดโลกค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ขนาดใหญ่และห้างสรรพสินค้าในต่างประเทศ



โอกาส (Opportunities)

- **กระแสดemand การสินค้าคุณภาพสูง:** ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดแข็งของผู้ผลิตไทยที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านคุณภาพสินค้า

- **การเติบโตของตลาด E-commerce:** การขยายตัวอย่างรวดเร็วของตลาดออนไลน์ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคทั่วโลกได้ง่ายขึ้น

- **ความหลากหลายของสินค้า:** ไทยมีความโดดเด่นในด้านความหลากหลายของสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น สินค้าจากผ้าฝ้ายออร์แกนิก หรือสินค้าที่ใช้สมุนไพร และพืชพันธุ์ผลไม้มีออร์แกนิกซึ่งตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจเรื่องวัตถุดิบออร์แกนิกและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โดยสรุปแล้ว แนวโน้มตลาดสินค้าสำหรับเด็กยังคงเติบโตได้สวนทางกับอัตราการเกิดของโลก โดยผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการสินค้าสำหรับเด็กของโลกที่เปลี่ยนแปลงได้ทั้ง ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ความเป็นธรรมชาติ นวัตกรรม ความคุ้มค่า ได้รับมาตรฐานสากล และมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย จะสามารถแข่งขันและมีโอกาสเติบโตในตลาดโลกได้สูง

6. นโยบายและกฎระเบียบของประเทศไทย

ปัจจุบัน อก. ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลและส่งเสริมอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับเด็กอย่างต่อเนื่อง ทั้งการยกระดับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ได้แก่ การพัฒนาระบบ มอก. Watch ที่ใช้ AI ตรวจสอบสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อคัดกรองสินค้าที่อาจไม่ได้มาตรฐานและมาตรฐานจาก สมอ. ซึ่งกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าที่จำหน่ายในประเทศผ่านมาตรฐาน มอก. ที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานของเล่น (มอก.685-2540) มาตรฐานหัตถ์นมสำหรับขวดนม (มอก.969-2533) มาตรฐานหัตถ์นมยางดูดเล่น (มอก.1025-2539) และมาตรฐานเตียงเด็กเล็ก (มอก.1154-2536) เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และมาตรฐานจากหน่วยงานอื่น ๆ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อควบคุมผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับทารกอย่างเข้มงวด อาทิ ประกาศ สธ. ฉบับที่ 307/2550 (2007) เรื่อง นมดัดแปลงสำหรับทารกและสูตรต่อเนื่อง เพื่อกำหนดคุณภาพสารอาหารและการแสดงฉลากอย่างละเอียด นอกจากนี้ในเชิงนโยบาย อก. ยังส่งเสริม SMEs ไทย กลุ่มสินค้าสำหรับเด็กให้ก้าวสู่ตลาดสากลด้วยการสนับสนุนเวทีธุรกิจนานาชาติ เช่น งาน Kind + Jugend ASEAN 2025 ที่เป็นจุดเชื่อมผู้ประกอบการไทย-ต่างชาติ ตลอดจนการผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยเปลี่ยนมาเป็นผู้ส่งออกและนวัตกรรมระดับภูมิภาค และหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กระทรวงพาณิชย์ ยังมีบทบาทในการส่งเสริมการส่งออกผ่านกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ซึ่งสนับสนุนผู้ประกอบการไทย ในการหาตลาดใหม่ ๆ และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

7. แนวทางในการพัฒนาและขยายตลาดของอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลก

- **การส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรม (Innovation Support):** สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีนวัตกรรมสูง เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี AI หรือ IoT (Internet of Things) เพื่อติดตามการเติบโตของเด็ก หรือการใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพรไทยในการบำรุงร่างกายเด็ก เป็นต้น นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ และสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added Design) ให้กับสินค้าไทย

- **การยกระดับมาตรฐานสากล (International Standardization):** ให้ความรู้และช่วยเหลือผู้ประกอบการ และ SMEs ในการปรับปรุงมาตรฐานการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลที่สำคัญ เช่น เครื่องหมาย CE (ยุโรป) และเครื่องหมาย CPSIA & ASTM (สหรัฐฯ) รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการขอใบรับรองต่าง ๆ

- **ขยายช่องทางการตลาดสู่ต่างประเทศ:** ผลักดันให้ผู้ประกอบการและ SMEs สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (E-commerce) รวมถึงส่งเสริมให้ส่งออกสินค้าไปยังประเทศที่ไทยมีความตกลงการค้าเสรี (FTA) ด้วย เพื่อใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีในการส่งออก นอกจากนี้ควรส่งเสริมกิจกรรม และการจัดแสดงสินค้า (เช่น Kind+Jugend) เป็นเครื่องมือสำคัญในการแนะนำสินค้าที่มีคุณภาพของไทยในเวทีตลาดโลก

- **การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ (Networking and Collaboration):** ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีระหว่างผู้ผลิต และสนับสนุนการสร้างสินค้าที่มีคุณภาพและนวัตกรรมสูง ให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับเด็กของไทยในตลาดโลกนั้น ต้องอาศัยการบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการในการรับมือกับความท้าทายและใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ โดยการมุ่งเน้นที่การสร้างนวัตกรรม การยกระดับมาตรฐาน และการขยายเครือข่ายจะเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมสินค้าสำหรับเด็กให้เติบโตและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

จัดทำโดย:

ดุสิตา เนตรโรจน์

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

แหล่งข้อมูลอ้างอิง:

1. <https://worldpopulationreview.com/>
2. <https://www.fortunebusinessinsights.com/baby-care-products-market-104267>
3. <https://food.fda.moph.go.th/food-law/>
4. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/baby-care-products-market>
5. https://www.tisi.go.th/data/promote_doc/promote_doc_007.pdf
6. <https://www.ditp.go.th/post/qcbw92qou49519nznjpf05ou>
7. <https://food.fda.moph.go.th/food-law/f1-infant-milk>

“ความสำเร็จไม่ได้เกิดจาก
ใครคนใดคนหนึ่ง แต่เกิดจากพลัง
ของการเชื่อมโยงองค์พหุทั้งหมด
ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน
ให้ขับเคลื่อนไปข้างหน้าพร้อมกัน
เสมือนฟันเฟืองที่สอดประสานกันอย่างลงตัว
นั่นคือเป้าหมายสูงสุดของผมในฐานะ
ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจ
อุตสาหกรรม ”



นายศุภกิจ บุญศิริ
ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)

ท่ามกลางความท้าทายของเศรษฐกิจโลกและความผันผวนของภาคการผลิต การก้าวเข้ามารับตำแหน่งแบกทัพใหญ่แห่งสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม หรือ สคอ. หน่วยงานที่ถือเป็น “เสาหลักกระทรวงอุตสาหกรรม” ของ “นายศุภกิจ บุญศิริ” จึงเป็น ที่จับตามองอย่างยิ่ง ด้วยประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนานในแวดวงกระทรวงอุตสาหกรรม ผนวกกับวิสัยทัศน์ขับเคลื่อนนโยบายบนฐานข้อมูลและความร่วมมือเชิงบูรณาการ วารสารเศรษฐกิจอุตสาหกรรมฉบับนี้จึงได้รับเกียรติจากท่านในการถ่ายทอดมุมมอง เส้นทางการทำงาน และแนวคิดการบริหารภาครัฐท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่กำลังท้าทาย

1. เส้นทางและประสบการณ์จากวิศวกรสู่ผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงอุตสาหกรรม

หลังจากจบการศึกษาในสาขาวิศวกรรมศาสตร์ไฟฟ้ากำลัง ผมได้เริ่มต้นเส้นทางอาชีพในภาคเอกชน โดยทำงานด้านการออกแบบ ควบคุม และวางระบบงานด้านวิศวกรรมในอาคาร และโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ระยะหนึ่ง ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ช่วยหล่อหลอมประสบการณ์ด้านเทคนิค และการทำงานเชิงปฏิบัติ ต่อมาได้ผันตัวเข้าสู่เส้นทางราชการ โดยเริ่มต้นรับราชการในตำแหน่ง วิศวกรตรวจโรงงานที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานในด้านการกำกับดูแลที่อาศัย ทั้งข้อกฎหมายหลักวิชาการและหลักวิศวกรรมควบคู่กัน ประสบการณ์จากภาคเอกชนที่สั่งสม มาก่อนหน้านั้นจึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานการกำกับดูแลได้เป็นอย่างดี

ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผมได้มีโอกาสทำงานสำคัญหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็น การจัดทำและปรับปรุงข้อกฎหมาย ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลและส่งเสริมผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในประเด็นด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการอนุรักษ์ พลังงานและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในภาคอุตสาหกรรม ต่อมาได้รับความไว้วางใจ ให้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารหลายระดับ ตั้งแต่ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยีความปลอดภัย รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ตรวจราชการกระทรวงอุตสาหกรรม และรองปลัดกระทรวง อุตสาหกรรม ก่อนที่จะมารับตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบัน

2. ความรับผิดชอบในฐานะผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเบื้องต้น

การเข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ถือเป็นการปรับเปลี่ยน บทบาทครั้งสำคัญ จากเดิมที่ปฏิบัติหน้าที่ด้านกำกับดูแลโดยใช้กลไกทางกฎหมายเป็น เครื่องมือหลัก มาสู่บทบาทผู้กำหนดนโยบายและชี้แนะทางด้านการเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ในระดับมหภาค การขับเคลื่อนภารกิจจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีศักยภาพ ระบบงบประมาณ ที่คล่องตัว และกระบวนการทำงานที่รวดเร็ว ผมจึงให้ความสำคัญกับการบริหาร ใน 3 เรื่องหลัก คือ “งาน เงิน และคน”

ประเด็นแรกคือ **“งาน”** มุ่งเน้น 3 ภารกิจหลัก คือ

1) การกำหนดนโยบาย แผนงานพัฒนาอุตสาหกรรม

ที่มุ่งยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการเติบโตอย่างสมดุลยั่งยืน ครอบคลุมทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2) การชั้นนำและการบูรณาการการขับเคลื่อน

ซึ่งครอบคลุมถึงการประสาน การเร่งรัด การติดตาม และการผลักดันการดำเนินงานในทุกระดับ เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน

3) การเตือนภัย เนื่องจาก สศอ. เป็น “หน่วยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกภาคอุตสาหกรรม” เพื่อสนับสนุนการกำหนดทิศทางและการตัดสินใจเชิงนโยบาย ในส่วนนี้ได้พัฒนาแพลตฟอร์ม “iSingleForm” ซึ่งเป็นระบบรายงานข้อมูลกลางที่บูรณาการข้อมูลสำคัญของภาคอุตสาหกรรมไว้ในที่เดียว ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และผลประกอบการ ก่อให้เกิดฐานข้อมูล Big Data ภาคอุตสาหกรรม พร้อมทั้งได้จัดทำรายงานดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index: MPI) ทั้งในระดับภาพรวมของประเทศ และระดับพื้นที่ จัดทำข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมรายสาขา (Industrial Intelligence Unit : IIU) ตลอดจนพัฒนาระบบเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning System) ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่มีความถูกต้องและแม่นยำ เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้วางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันก็สามารถแจ้งเตือนภัยให้กับผู้ประกอบการได้รู้เท่าทันสถานการณ์สามารถปรับตัวได้อย่างทัน่วงที

เรื่องที่สอง คือ **“เงิน”** ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการวางแผนการดำเนินงานล่วงหน้าอย่างรอบคอบและเป็นระบบ เนื่องจาก สศอ. ได้รับการจัดสรรงบประมาณในวงเงินที่จำกัด การบริหารงบประมาณจึงมุ่งเน้นการใช้งานอย่างเหมาะสม



มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเกิดความคุ้มค่าสูงสุด เพื่อให้ทุกบาททุกสตางค์สามารถสร้างประโยชน์และคุณค่าได้อย่างแท้จริง ขณะเดียวกัน ก็ต้องเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณให้เป็นไปตามกรอบระยะเวลาและนโยบายของรัฐบาลอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัดที่หน่วยงานกำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังจะแสวงหาโอกาสในการขอรับงบประมาณจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม เพื่อนำมาเสริมขีดความสามารถในการดำเนินงานอีกด้วย





เรื่องสุดท้าย คือ **“คน”** ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กร จำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพของทีมงาน ให้มีองค์ความรู้ที่หลากหลาย เพื่อให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกได้ จนสามารถทำหน้าที่ชี้แนะและเตือนภัยทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้อย่างแม่นยำ ขณะเดียวกันต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในการกำกับดูแลที่ใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือ การส่งเสริมสนับสนุน ภาคอุตสาหกรรมรวมถึงผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชน โดยจะมุ่งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของคน อย่างเต็มที่ เพื่อให้คนเก่งขึ้น ฉลาดขึ้น และมีความสุขในการทำงาน มากยิ่งขึ้น ให้ความสำคัญในการพัฒนาผ่าน **1) วัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต** โดยสนับสนุนการเรียนรู้สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง ไม่จำกัดอยู่เพียงแค่การฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ แต่ครอบคลุมถึงการเรียนรู้ได้ทุก ๆ วันจากสภาพแวดล้อมการทำงาน การถ่ายทอด ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ตลอดจนการเปิดโอกาส และสร้างพื้นที่ให้คนได้แสดงศักยภาพ **2) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สนับสนุนการทำงาน** ช่วยให้กระบวนการดำเนินงานมีความ คล่องตัว รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และสร้างคุณค่าได้มากยิ่งขึ้น **3) การดูแลหัวใจของคนทำงาน** ผ่านการจัดสวัสดิการที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ ควบคู่ไปกับการวางระบบคุณธรรม ที่เป็นธรรม โปร่งใส และกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ ที่ชัดเจน เพื่อเป็นขวัญกำลังใจ สร้างความผูกพัน ความเชื่อมั่น และความภาคภูมิใจต่อองค์กร

3. แผนงานหรือภารกิจสำคัญของ สศอ. ที่ท่านอยากขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งไว้

สศอ. มีแผนแม่บทและแผนยุทธศาสตร์ที่เปรียบเสมือนพิมพ์เขียววางไว้ค่อนข้างครอบคลุม แต่ปัญหาของโลกวันนี้คือ **“ความเร็ว”** และ **“ความยืดหยุ่น”** ดังนั้นภารกิจที่ต้องทำต่อคือการ **“เร่งเครื่อง”** และ **“ปรับจูน”** ให้เหมาะสมกับบริบทงานจริง โดยงานที่อยากจะทำผลักดันเป็นพิเศษมี 2 เรื่อง คือ

1) การขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Industry) ตามที่ประเทศไทยได้ปรับเป้าหมายเพื่อให้มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี ค.ศ. 2050 ผมได้ให้ความสำคัญของการจัดทำแผนงานและโครงการผ่านกลไกการดำเนินงานตามแนวทาง BCG Model โดย สศอ. จะเร่งผลักดันการดำเนินงานภายใต้แผนแม่บท แผนบูรณาการ และแผนพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา ให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิด Action Plan ที่เป็นรูปธรรม ในระยะสั้นนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่สามารถดำเนินการได้ทันทีตามนโยบาย Quick Big Win ขณะเดียวกัน จะเร่งเตรียมความพร้อมให้แก่ภาคอุตสาหกรรมผ่านการดำเนินงานโครงการทั้งที่ สศอ. ดำเนินการเองและโครงการภายใต้แผนงานงบประมาณบูรณาการ พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านการผลิตที่สะอาด ลดการใช้พลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร รวมทั้งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ ก็จะมุ่งพัฒนา สคอ. ไปสู่การเป็นองค์กรต้นแบบด้านการจัดการคาร์บอน ซึ่งปัจจุบันได้ขึ้นทะเบียนเป็นองค์กรที่ได้รับ “ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO)” แล้ว และในการจัดงานประจำปี OIE Forum ในปี 2569 ได้กำหนดจัดงานในหัวข้อ “Rising Beyond Challenges : Toward Sustainability for Thailand’s Industries ฝ่าความท้าทาย ดันอุตสาหกรรมไทย สู่นาคตที่ยั่งยืน” เพื่อนำเสนอทิศทาง แนวนโยบาย และบทบาทการขับเคลื่อนของ สคอ. และกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนมุมมอง และร่วมขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมไปสู่ความยั่งยืนในทิศทางเดียวกัน



2) การขับเคลื่อนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม
ผลักดันภาคอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน และปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับอุตสาหกรรม ผมต้องการเห็นการขับเคลื่อนที่เข้มข้นและเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่คาดหวังและก่อให้เกิดเศรษฐกิจใหม่อย่างแท้จริง เราต้องกล้าที่จะปรับเปลี่ยนและจัดสรรทรัพยากรจากอุตสาหกรรม

ที่เริ่มถดถอยไปสู่อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพมากกว่า การเปลี่ยนผ่านต้องดำเนินการอย่าง “นุ่มนวลแต่รวดเร็ว” ควบคู่ไปกับการดูแลทุกภาคส่วนโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ซึ่งที่ผ่านมา มีการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง โดยอาศัยเครือข่ายศูนย์ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์ และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotics Excellence :CoRE) ที่ได้สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อภาคอุตสาหกรรมในระดับหนึ่งแล้ว และจะต่อยอดให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในระยะต่อไป



4. ในฐานะผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จ ในสายงานอุตสาหกรรม ท่านมีหลักคิด หรือ Key Success Factors ในการทำงานอย่างไร

ภารกิจในการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศ เป็นภารกิจที่มีความซับซ้อนและเกินกว่าที่หน่วยงานใด หน่วยงานหนึ่งจะสามารถขับเคลื่อนได้เพียงลำพัง ปัจจัยความสำเร็จที่แท้จริงจึงอยู่ที่ “การบูรณาการความร่วมมือ” เชื่อมโยงฟันเฟืองต่าง ๆ เข้าด้วยกัน อย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภายในกระทรวง อุตสาหกรรมเอง หน่วยงานภาครัฐอื่น ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หรือแม้แต่องค์กรระหว่างประเทศ การดึงดูดเชิงของแต่ละภาคส่วนมาส่งเสริมซึ่งกัน และกันจะก่อให้เกิดระบบนิเวศการทำงานที่เกื้อกูล และแข็งแกร่งความร่วมมือในลักษณะนี้คือ “ตัวคูณ” สำคัญ ที่จะช่วยขยายผลสัมฤทธิ์ของงานให้เกิดผลในวงกว้าง และยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน สิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือ การมองภาพรวมว่าอุตสาหกรรมไทย ยังมี “จิ๊กซอว์” ชิ้นใดที่ขาดหายไป และสามารถเติมเต็ม ช่องว่างนั้นด้วยกลไกทางเศรษฐกิจและวิศวกรรม ได้อย่างไร เพื่อให้ภาพความสำเร็จของอุตสาหกรรมไทย มีความสมบูรณ์ แข็งแกร่ง และพร้อมแข่งขันในเวทีโลก ได้ครับ



สรุปดัชนีอุตสาหกรรมไทย ไตรมาส 3/2568

กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index : MPI) ไตรมาส 3/2568 (เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนกันยายน) เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 2.34 โดยดัชนีการส่งสินค้า และดัชนีแรงงานอุตสาหกรรม ปรับตัวลดลง ร้อยละ 3.01 และ 2.17 ตามลำดับ แต่ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง และดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.49 11.07 และ 1.35 ตามลำดับ สำหรับอัตราการใช้กำลังการผลิต อยู่ที่ร้อยละ 57.50 (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1 และรูปที่ 1) อุตสาหกรรมสำคัญที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในไตรมาสนี้ เช่น การผลิตเหล็กและเหล็กกล้าขั้นมูลฐาน การผลิตชิ้นส่วนและแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ และการผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง เป็นต้น

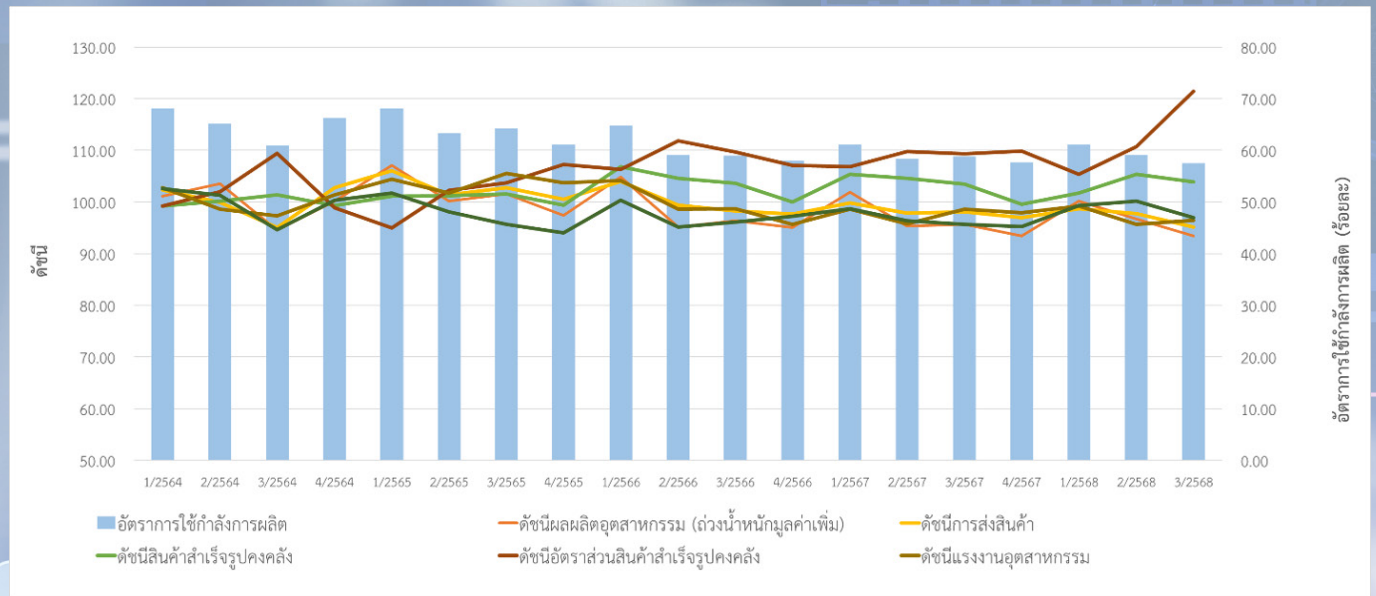
สำหรับอุตสาหกรรมที่มีการปรับตัวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม การผลิตเครื่องจักรอื่น ๆ ที่ใช้งานทั่วไป และการผลิตยานยนต์ เป็นต้น (รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ดัชนีอุตสาหกรรมรายไตรมาส

ดัชนีอุตสาหกรรม รายไตรมาส (75 กลุ่มอุตสาหกรรม)					
ดัชนีอุตสาหกรรม	ไตรมาส 3/2567 (ก.ค.-ก.ย.)	ไตรมาส 2/2568 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 3/2568 (ก.ค.-ก.ย.)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อน (%MoM)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกัน ของปีก่อน (%YoY)
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม)	95.66	96.70	93.42	-3.40	-2.34
ดัชนีการส่งสินค้า	98.13	97.78	95.17	-2.67	-3.01
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	103.41	105.32	103.92	-1.32	0.49
ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูป คงคลัง	109.32	110.66	121.43	9.73	11.07
ดัชนีแรงงานอุตสาหกรรม	98.60	95.69	96.46	0.81	-2.17
ดัชนีผลิตภาพแรงงาน อุตสาหกรรม	95.70	100.14	97.00	-3.14	1.35
อัตราการใช้กำลังการผลิต	58.77	59.04	57.50	-	-

ที่มา : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
หมายเหตุ : ฐานเฉลี่ยปี 2564 เป็นดัชนีที่ยังไม่ได้ปรับผลกระทบของฤดูกาล

รูปที่ 1 ดัชนีอุตสาหกรรมรายไตรมาส



ที่มา : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
หมายเหตุ : ฐานเฉลี่ยปี 2564 เป็นดัชนีที่ยังไม่ได้ปรับผลกระทบของฤดูกาล

อุตสาหกรรมสำคัญ 5 อันดับแรกที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลต่อดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมในไตรมาสที่ 3 ของปี 2568 มีดังนี้



การผลิตเหล็กและเหล็กกล้าขั้นมูลฐาน

ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.91 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตเพิ่มขึ้นจากสินค้าเหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กเส้นข้ออ้อย และท่อเหล็กกล้า เป็นหลัก ตามความต้องการที่มีการขยายตัว หลังมีการปรับลดราคาสินค้าตามต้นทุนวัตถุดิบ รวมทั้งในช่วงเดียวกันของปีก่อนมีผู้ผลิตบางรายหยุดซ่อมบำรุงเครื่องจักร



การผลิตชิ้นส่วนและแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์

ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.11 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของตลาดอิเล็กทรอนิกส์โลก



การผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง

ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.43 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตเพิ่มขึ้น จากสินค้า Hard Disk Drive (HDD) กลุ่ม Printed Circuit Board Assembly (PCBA) และกลุ่ม Semiconductor Devices เป็นหลัก เพื่อรองรับการเติบโตของเทคโนโลยี เช่น Artificial Intelligence (AI) ระบบคลาวด์ (Cloud System) และ ศูนย์ข้อมูล (Data center) ที่ต้องการใช้อุปกรณ์จัดเก็บและประมวลผลข้อมูลที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น



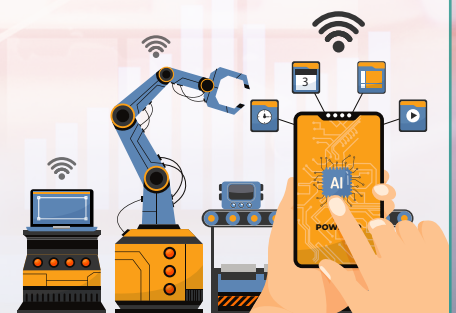
การผลิตจักรยานยนต์

ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.87 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อของกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับอานิสงส์จากปริมาณผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น และการเติบโตของธุรกิจเดลิเวอรี่



การผลิตถัง กระป๋อง ถังกลมขนาดใหญ่ และภาชนะบรรจุที่คล้ายกันที่ทำจากโลหะ

ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.37 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตเพิ่มขึ้นจากการเร่งผลิตหลังผู้ผลิตบางรายได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าอินเดียและผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องในประเทศเพิ่มขึ้น



อุตสาหกรรมสำคัญ 5 อันดับแรกที่มีการปรับตัวลดลงซึ่งส่งผลต่อดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมในไตรมาสที่ 3 ของปี 2568 มีดังนี้



การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม

ปรับตัวลดลงร้อยละ 6.48 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตลดลงเนื่องจากมีผู้ผลิตบางรายมีการหยุดซ่อมบำรุงโรงกลั่น



การผลิตเครื่องจักรอื่น ๆ ที่ใช้งานทั่วไป

ปรับตัวลดลงร้อยละ 18.91 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตจากสินค้าเครื่องปรับอากาศ เป็นหลัก จากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ประกอบกับได้รับผลกระทบจากสินค้าที่มีราคาถูกจากต่างประเทศ รวมทั้งความต้องการในสินค้าเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ BTU สูง เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง



การผลิตยานยนต์

ปรับตัวลดลงร้อยละ 3.35 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตลดลงจากสินค้ารถยนต์นั่งขนาดเล็ก รถบรรทุกพิกัด 3.5 ตัน และรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ เป็นหลัก จากผู้ผลิตบางรายหยุดผลิตชั่วคราวเพื่อย้ายสายการผลิต



การผลิตกาแฟ ชา

และสมุนไพรผงสำหรับชงเป็นเครื่องดื่ม

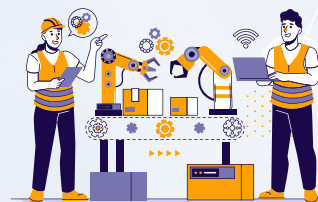
ปรับตัวลดลงร้อยละ 85.68 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะผลิตลดลงจากสินค้ากาแฟสำเร็จรูปเป็นหลัก เนื่องจากมีผู้ผลิตบางรายหยุดการผลิตชั่วคราวต่อเนื่องเป็นเวลาหลายเดือน



การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ น้ำแร่

และน้ำดื่มบรรจุขวดประเภทอื่น ๆ

ปรับตัวลดลงร้อยละ 8.77 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ภาวะการผลิตลดลงจากการชะลอตัวของการท่องเที่ยวที่ซบเซา และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงส่งผลให้ผู้บริโภคลดการใช้จ่ายในสินค้าที่ไม่จำเป็น ทำให้ความต้องการสินค้าดังกล่าวในตลาดชะลอตัวลง



ตารางที่ 2 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมภาพรวมรายสาขาสำคัญ 10 อันดับแรก ตามน้ำหนักโครงสร้างอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์	น้ำหนัก	ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมรายสาขาสำคัญ								
		2565	2566	2567	ไตรมาส			2568		
					1/2568	2/2568	3/2568	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
ดัชนีรวมยังไม่ได้ปรับฤดูกาล (%YoY)	100.00000	101.55 1.55	97.86 -3.63	96.57 -1.32	100.18 -1.64	96.70 1.41	93.42 -2.34	93.57 -3.75	91.97 -4.36	94.72 1.19
TSIC : 10 การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร (%YoY)	16.67109	104.25 4.25	101.56 -2.58	105.51 3.90	118.82 -0.02	106.70 3.92	99.43 -3.04	102.76 -1.25	99.60 -5.58	95.94 -2.20
TSIC : 11 การผลิตเครื่องดื่ม (%YoY)	3.81452	104.35 4.35	104.91 0.53	109.34 4.22	110.16 -3.11	101.79 -9.01	92.82 -8.14	92.26 -8.29	103.88 -2.93	126.87 -1.95
TSIC : 19 การผลิตถ่านโค้ก และผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่น ปิโตรเลียม (%YoY)	10.73809	111.17 11.17	120.76 8.63	122.74 1.64	121.90 -2.26	118.07 -2.36	113.03 -6.84	103.85 -16.47	113.24 -7.98	122.01 4.62
TSIC : 20 การผลิตเคมีภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เคมี (%YoY)	8.79036	92.76 -7.24	92.14 -0.66	94.86 2.94	94.44 1.52	97.73 -0.68	97.73 -0.68	100.10 -1.68	100.10 -1.68	96.49 1.57
TSIC : 22 การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง และพลาสติก (%YoY)	8.82379	100.95 0.95	98.71 -2.22	99.77 1.07	103.95 0.55	95.26 0.81	97.50 -2.68	99.10 -3.63	96.82 -3.19	96.59 -1.15
TSIC : 23 การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ทำจากแร่โลหะ (%YoY)	5.38613	104.20 4.20	101.82 -2.28	93.86 -7.82	96.72 -2.40	91.40 -0.03	88.83 -5.85	93.56 -3.75	89.24 -6.44	83.70 -7.50
TSIC : 24 การผลิตโลหะขั้นมูลฐาน (%YoY)	3.44048	92.70 -7.30	88.04 -5.03	86.70 -1.52	90.95 0.02	90.27 4.13	97.81 13.91	96.35 8.75	100.91 22.97	96.18 10.63
TSIC : 26 การผลิตผลิตภัณฑ์ คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์ที่ใช้ในทางวิทยาศาสตร์ (%YoY)	9.43950	87.09 -12.91	70.77 -18.74	65.20 -7.87	64.76 1.65	67.51 4.02	72.16 7.30	69.12 6.43	72.23 10.03	75.13 5.59
TSIC : 27 การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า (%YoY)	3.49469	96.40 -3.60	85.19 -11.63	87.52 2.74	90.18 -4.71	87.75 0.12	85.97 -1.11	95.52 8.10	79.50 -9.76	82.88 -1.73
TSIC : 29 การผลิตยานยนต์ รถพ่วง และรถกึ่งพ่วง (%YoY)	11.19519	112.24 12.24	113.12 0.78	93.90 -16.99	93.19 -11.34	97.02 10.55	91.42 -3.06	88.28 -7.23	85.92 -7.96	100.07 5.98

ที่มา : กองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : ฐานเฉลี่ยปี 2564 เป็นดัชนีที่ยังไม่ได้ปรับผลกระทบของฤดูกาล

ทั้งนี้ สามารถสืบค้นข้อมูลรายละเอียดดัชนีอุตสาหกรรม ได้ที่เว็บไซต์ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)
<https://www.oie.go.th>

อุตสาหกรรมไทย 9 เดือนแรก กับแนวโน้มในช่วงที่เหลืองปี 2568

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ภาพรวมเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย 9 เดือนแรกของปี 2568

สถานการณ์เศรษฐกิจภาพรวมไทย สะท้อนจากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของไทยด้านการผลิต ไตรมาสที่ 3 ปี 2568 มีมูลค่า 4.62 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 1.2 แต่ชะลอตัวลงจากการขยายตัวร้อยละ 2.8 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 ตามการชะลอตัวทั้งการผลิต การส่งออกและการนำเข้าสินค้าและบริการ รวมทั้งการบริการที่เกี่ยวข้อง

ขณะที่ **GDP ภาคอุตสาหกรรม** ไตรมาสที่ 3 ปี 2568 มีมูลค่า 1.36 ล้านล้านบาท ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.5 ตามการบริโภคภายในประเทศเริ่มชะลอตัวลงจากการกำลังซื้อที่ซบเซา และการบริโภคในภาคการท่องเที่ยวที่ชะลอตัว

ขณะที่ **ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของไทย (MPI)** 9 เดือนแรกของปี 2568 อยู่ที่ระดับ 96.75 หดตัวร้อยละ 0.89 โดยอุตสาหกรรมที่หดตัว ได้แก่ การกลั่นปิโตรเลียม ยานยนต์ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ขณะที่อุตสาหกรรมที่ขยายตัวได้ดี ได้แก่ เหล็ก ชิ้นส่วนและแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ และน้ำตาล



ตารางที่ 1 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของไทย (MPI) ปี 2567- กันยายน 2568

ปี/เดือน/ไตรมาส		ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (ยังไม่จัดฤดูกาล)	(YoY%)	(QoQ%)
2567	Q 1	101.86	-2.81%	7.15%
	Q 2	95.35	0.19%	-6.38%
	Q 3	95.66	-0.76%	0.32%
	Q 4	93.39	-1.75%	-2.37%
	กันยายน	93.60	-3.01%	-2.66%
	H1	98.61	-1.38%	n/a
	H2	94.53	-1.25%	
	ทั้งปี	96.57	-1.32%	
2568	Q 1	100.18	-1.64%	7.27%
	Q 2	96.70	1.41%	-3.48%
	Q 3	93.42	-2.34%	-3.40%
	กันยายน	94.72	1.19%	3.00%
	H1	98.47	-0.1%	n/a
ทั้งปี (f)		หดตัว 0.75		

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมมาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมยานยนต์ที่ขยายตัวต่อเนื่อง การชะลอการขึ้นภาษีของสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมในหลายประเทศเร่งการผลิตเพื่อส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา รวมทั้งยังทำให้ประเทศคู่ค้าหลายแห่งเพิ่มการนำเข้าสินค้าเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าส่งออก ซึ่งส่งผลดีต่อตลาดส่งออกของไทย อย่างไรก็ตาม ภาคการผลิตไทยยังคงได้รับ**ปัจจัยกดดัน**จากการบริโภคภาคเอกชนที่ยังไม่ฟื้นตัว รวมถึงค่าครองชีพและปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มการใช้จ่าย ประกอบกับความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมยังคงปรับลดลง จากมาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งกระทบต่อภาคการส่งออกของไทย

สำหรับภาพรวมการค้าระหว่างประเทศ พบว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 **มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทย** มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 8.397 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 5.58 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

จากการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ สำหรับรายการสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 3) อัญมณีและเครื่องประดับ 4) ผลิตภัณฑ์ยาง และ 5) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล และตลาดส่งออกสินค้าที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น อินเดีย และมาเลเซีย ตามลำดับ

ด้านการนำเข้าสินค้าของไทย ช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 8.517 ล้านล้านบาท ขยายตัวที่ร้อยละ 3.80 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับรายการสินค้านำเข้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) แผงวงจรไฟฟ้า 2) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ 3) น้ำมันดิบ 4) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ 5) เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่ง และทองคำ และแหล่งนำเข้าสินค้าที่มีมูลค่าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์

สำหรับ**ดุลการค้าของไทย** ช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 ไทยขาดดุลการค้า 1.19 แสนล้านบาท เมื่อพิจารณาดุลการค้าเป็นรายประเทศ พบว่า ไทยยังคงขาดดุลการค้ากับจีน ไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และญี่ปุ่น 1.59 0.47 0.33 0.16 ล้านล้านบาท ตามลำดับ ขณะที่ประเทศที่ไทยเกินดุลการค้าในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568

5 อันดับแรก ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา อินเดีย กัมพูชา ฮองกง และเนเธอร์แลนด์ โดยเกินดุลการค้า 1.20 0.25 0.19 0.16 0.14 ล้านล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ แนวโน้มดุลการค้าของไทยตลอดทั้งปี 2568 มีแนวโน้มขาดดุลการค้า จากปัจจัยกดดันจากความผันผวนของการค้าที่เกิดจากนโยบายการค้า รวมถึงการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้ารายอื่น ๆ ในตลาดโลก

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ด้านวัฏจักรเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยภาพรวม
 ณ เดือน 9 ของปี 2568 ปรับตัวลดลงร้อยละ 0.02 เนื่องจากแรงกดดันของภาวะการค้าในตลาดโลกที่มีความผันผวนจากนโยบายการค้าของสหรัฐอเมริกาและคู่ค้าหลักของไทย รวมถึงความต้องการบริโภคภาคเอกชนภายในประเทศที่ได้รับแรงกดดันจากกำลังซื้อที่อ่อนแอ ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังมีระดับสูง การปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินที่ยังมีความเข้มงวด รวมถึงการชะลอการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว ขณะที่ แรงสนับสนุนของปัจจัยด้านการส่งออกสินค้าในไตรมาสที่ 3 ปี 2568 ที่มีแนวโน้มแผ่วลงหลังเร่งตัวสูงไปในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2568



แนวโน้มเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยในช่วงที่เหลือของปี 2568

สถานะบนคลื่นวัฏจักรเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทยที่เกิดจากการผสม (Composite) 11 ตัวแปรชี้ว่าต่อระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทย ณ เดือนกันยายน 2568 พบว่า เศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทยในภาพรวมอยู่ในสถานะต้องเฝ้าระวังที่ระดับ -0.22 โดยปัจจัยภายในประเทศอยู่ในเกณฑ์ปกติเบื้องต้น แต่เริ่มเห็นการชะลอตัวจากผลของกำลังซื้อผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัว รวมทั้งการลงทุนภาคเอกชนที่เริ่มชะลอตัวลง โดยเฉพาะหมวดเครื่องจักรและอุปกรณ์ รวมทั้งการนำเข้าสินค้าที่ลดลงในกลุ่มของโลหะและเครื่องใช้ไฟฟ้า สำหรับปัจจัยต่างประเทศที่เป็นคู่ค้าหลักของไทยยังคงต้องเฝ้าระวัง โดยในภาคการผลิตของทั้งสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกายังคงซบเซา อย่างไรก็ตาม ในภูมิภาคอาเซียนภาคการผลิตเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวขึ้น ทั้งนี้ จากการคาดการณ์สถานะบนคลื่นวัฏจักรเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทย ในระยะ 1-2 เดือนข้างหน้า พบว่า ระหว่างเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน 2568 สถานะวัฏจักรเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทยยังคงอยู่ใน

เกณฑ์ที่ต้องเฝ้าระวังเพิ่มขึ้น ตามการลงทุนที่มีแนวโน้มชะลอตัวจากภาวะซบเซาด้านกำลังซื้อ สำหรับปัจจัยต่างประเทศยังคงต้องเฝ้าระวัง ตามแนวโน้มการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลกและความไม่แน่นอนของการค้าระหว่างประเทศ จากผลกระทบของนโยบายการค้าของสหรัฐอเมริกาที่ยังคงต้องติดตามและเฝ้าระวังต่อไป รวมถึงแรงกดดันสำคัญยังคงเป็นประเด็นอัตราภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกา และเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวซึ่งอาจกระทบต่อการส่งออกภาพรวมของโลกและการส่งออกของไทย

สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทยตลอดทั้งปี 2568 ยังคงมีความผันผวน สอดคล้องกับการคาดการณ์ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของไทย (MPI) ของ สศอ. ที่คาดว่าปี 2568 จะมีอัตราการเปลี่ยนแปลงแบบชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 0.75 เมื่อเทียบกับปี 2567 และหน่วยงานเศรษฐกิจที่สำคัญที่ได้มีการปรับลดการคาดการณ์ GDP ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การประมาณการเศรษฐกิจไทย

หน่วยงาน	ประมาณการ GDP ปี 2568	
	เดิม	ใหม่
สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	ขยายตัว 2.8 %	ขยายตัว 2 %
ธนาคารแห่งประเทศไทย	ขยายตัว 2.9 %	ขยายตัว 2.2 %
ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย (CIMB Thai)	ขยายตัว 2.7 %	ขยายตัว 2.2 %
คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.)	ขยายตัว 2-2.2%	ขยายตัว 1.8-2.2%
หน่วยงาน	ประมาณการ GDP ภาคอุตสาหกรรม ปี 2568	
	เดิม	ใหม่
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	0.0-0.5%	หดตัว 0.75%

ที่มา : ข้อมูลจากการจัดงานเสวนา Morning Talk ครั้งที่ 2 เรื่อง “มองอนาคตอุตสาหกรรมไทยครึ่งปีหลัง 2568 ความท้าทายภายใต้สมรภูมิการค้าโลก”

ความเสี่ยงและความท้าทายที่อาจ ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทย

จากข้อมูลสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของไทยในช่วงที่ผ่านมาของปี 2568 ชี้ให้เห็นถึงความเปราะบางที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ แม้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไตรมาสที่ 3 ปี 2568 ขยายตัวได้ แต่เป็นการชะลอตัวจากร้อยละ 2.8 ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2568 โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดทั้งด้านการผลิตและการใช้จ่าย พบว่า การขยายตัวทางเศรษฐกิจของแต่ละหมวดหมู่ในระบบเศรษฐกิจเริ่มส่งสัญญาณการเติบโตที่ชะลอตัว โดยเฉพาะในภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การบริโภคภาคเอกชนที่อยู่ในภาวะชะลอตัว การลงทุนภาคเอกชนที่ยังอยู่ในภาวะซบเซา ขณะที่การเติบโตในอัตราเร่งสูงขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการส่งออกสินค้าที่ขยายตัวในอัตราเร่งที่สูงขึ้น แต่ในด้านการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมกลับมีอัตราการเติบโตที่ต่ำ จากสถานการณ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าทิศทางเศรษฐกิจภาพรวมของไทยช่วง 9 เดือนแรกของปี 2568 สามารถขยายตัวได้ แต่มีแนวโน้มที่จะชะลอตัวในช่วง

ที่เหลือของปี 2568 เนื่องจากปัจจุบัน แม้จะมีปัจจัยสนับสนุนจากผลการเจรจา Reciprocal Tariff กับสหรัฐอเมริกาที่มีการประกาศเรียกเก็บอัตราภาษีนำเข้าตอบโต้จากสินค้าของไทยในอัตราร้อยละ 19 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 17 สิงหาคม 2568 โดยอัตราภาษีดังกล่าวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่งในภูมิภาค ทำให้ไทยยังสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังคงมีความไม่ชัดเจนของการเปิดตลาดสินค้าในกลุ่มต่าง ๆ ประกอบกับความไม่แน่นอนทางการเมืองระหว่างประเทศยังมีความรุนแรงในหลายภูมิภาค รวมถึงกำลังซื้อภายในประเทศที่ยังอยู่ในภาวะตึงตัวเมื่อเทียบกับค่าครองชีพ แม้อัตราเงินเฟ้อจะอยู่ในช่วงขาลงแต่ราคาสินค้ายังมีระดับสูงเมื่อเทียบกับรายได้ที่เติบโตชะลอตัว อีกทั้งปัญหานี้คร่าชีวิตและการทำงานในการปล่อยสินเชื่อกองทุนการเงินยังคงดำรงอยู่ ทำให้การผลิตสินค้าหลักของประเทศหลายรายการยังไม่สามารถกลับมาฟื้นตัวได้เต็มที่

แนวทางการรับมือของผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรมไทยในอนาคต

จากปัจจัยท้าทายต่าง ๆ ที่ได้กล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงจุดเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นที่อาจเกิดขึ้นในช่วงท้ายของปี 2568 ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือและปรับตัวกับความท้าทาย โดยมีแนวทางดังนี้

1. การปรับกลยุทธ์/แสวงหาตลาดการค้าใหม่ ๆ โดยไม่พึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป และเตรียมพร้อมรับมือภาวะเปราะบางการค้าโลกอย่างใกล้ชิด เนื่องจากสหรัฐอเมริกาอาจกลับมาใช้มาตรการภาษีได้ทุกเมื่อ
2. การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย
3. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี เพื่อลดและบริหารต้นทุนการผลิต
4. การรักษามาตรฐานและความเชื่อมั่น สินค้า "Made in Thailand" ด้วยการสร้างการยอมรับในคุณภาพ/มาตรฐานการผลิตที่ดีของไทย
5. การสร้างความแตกต่างและตอบโจทย์ตลาดเฉพาะกลุ่ม การพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการในแต่ละตลาดเพื่อลดแรงกดดันจากการแข่งขันของสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ
6. การเสริมสร้างความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน การรวมกลุ่ม เพื่อช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรอง และลดต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบ เพิ่มโอกาสทางการตลาด
7. การติดตามและเข้าร่วมมาตรการสนับสนุน/ช่วยเหลือของภาครัฐ ผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสินค้า/ลดต้นทุนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

แนวทางการส่งเสริมของภาครัฐ

นอกจากนี้ ภาครัฐฯ จำเป็นต้องมีมาตรการเพื่อรองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจและความไม่แน่นอนของภาคอุตสาหกรรมที่อาจเกิดขึ้น โดยมีแนวทางดังนี้

1. การติดตามและเฝ้าระวังสถานการณ์ของปัจจัยความท้าทายอย่างใกล้ชิด เพื่อจัดทำนโยบาย/มาตรการต่าง ๆ ได้ทันทั่วถึง
2. การทบทวนนโยบายอุตสาหกรรม โดยการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ตอบโจทย์สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลง
3. การส่งเสริมการลงทุนที่มีนวัตกรรม รวมถึงการดึงดูดการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยี ขยายผลไปสู่แรงงานทักษะ
4. การอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business) ให้ผู้ประกอบการสามารถลดเวลาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

จัดทำโดย :

พชรพรรณ รัตนวราหะ

กลุ่มเตือนภัยอุตสาหกรรม กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พฤศจิกายน 2568

แหล่งข้อมูลอ้างอิง :

1. งานเสวนา Morning Talk ครั้งที่ 2 เรื่อง “มองอนาคตอุตสาหกรรมไทยครึ่งปีหลัง 2568 ความท้าทายภายใต้สมรรถนะการค้าโลก” จัดโดยศูนย์ข้อมูลอัจฉริยะด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial Intelligence Unit: IIU) ภายใต้โครงการ Intelligence Unit ปี 2568 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2568
2. ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
3. ข้อมูลดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของไทย จากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
4. ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย จากกระทรวงพาณิชย์

เทศกาลถือศีลอด (รอมฎอน)

โอกาสของอุตสาหกรรมไทย

ความสำคัญของเดือนรอมฎอน ต่อชาวมุสลิม

รอมฎอนเป็นเดือนที่ 9 ของปฏิทินอิสลาม ซึ่งในประเทศไทยปีนีตรงกับวันที่ 2 มีนาคม 2568 และเป็นเดือนที่สำคัญที่สุดของศาสนาอิสลาม โดยช่วงเดือนรอมฎอนชาวมุสลิมทั่วโลกจะถือศีลอด (การถือศีลอดหมายถึง การงดเว้นจากการกิน การดื่ม การเสพ การร่วมประเวณีระหว่างสามีภรรยา ตลอดจนการกระทำที่ขัดกับคุณธรรม ในช่วงตั้งแต่แสงอรุณขึ้นจนถึงดวงอาทิตย์ลับขอบฟ้า) สำหรับการสิ้นสุดลงของเดือนรอมฎอนขึ้นอยู่กับการณ์มองเห็นดวงจันทร์ของเดือนใหม่ โดยหลักปฏิบัติที่ใช้มายาวนาน คือ ในช่วงเย็นของวันที่ 29 ของเดือนรอมฎอนชาวมุสลิมจะร่วมกันดูดวงจันทร์หากเห็นดวงจันทร์ถือว่าวันต่อไปเป็นเดือนใหม่ และรอมฎอนจะสิ้นสุดลง ซึ่งเท่ากับว่ารอมฎอนของปีนั้นมี 29 วัน แต่ถ้าไม่เห็นชาวมุสลิมต้องถือศีลอดต่อไปอีก 1 วัน ให้นับว่ารอมฎอนมี 30 วัน และถือว่าเดือนรอมฎอนของปีนั้นสิ้นสุดลง และเมื่อรอมฎอนสิ้นสุดก็จะเข้าสู่เทศกาลเฉลิมฉลองการเยี่ยมญาติและบรรพบุรุษหรือที่เรียกว่าวันอีฎิ้ลฟิตริ (ตรงกับวันที่ 1 เดือนที่ 10 ของปฏิทินอิสลาม (เดือนเชาวาล)) ทั้งนี้ การถือศีลอดของชาวมุสลิมมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความศรัทธา ซื่อสัตย์ และมุ่งหวังความใกล้ชิดกับพระเจ้า (องค์อัลเลาะห์)

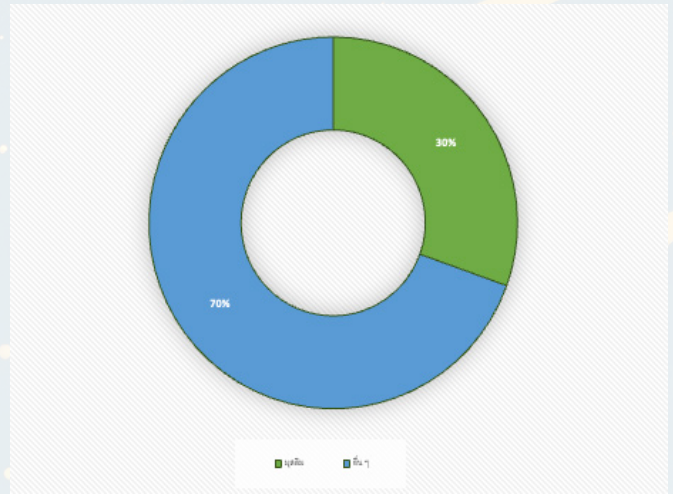


นอกจากนี้ยังเป็นการย้ำเตือนให้ชาวมุสลิมระลึกถึงความลำบากของคนที่ยึดโอกาสกว่า จึงเป็นเหตุให้ชาวมุสลิมมักจะบริจาคและเลี้ยงอาหารแก่ผู้ด้อยโอกาสในเดือนนี้อย่างมาก

จากบทบัญญัติในเรื่องการถือศีลอดทำให้การรับประทานอาหารเหลือเพียง 2 มื้อหลัก ๆ ได้แก่ มื้อซูโฮร์ คือ การรับประทานอาหารในช่วงเวลาก่อนแสงอรุณขึ้นของวันที่จะถือศีลอด และมื้ออิฟฏออร์ (ละศีลอด) คือ การรับประทานอาหารในช่วงเวลาละศีลอดหลังจากที่ดวงอาทิตย์ลับขอบฟ้าไปแล้ว นอกจากนี้การงดอาหารในเดือนรอมฎอนยังส่งเสริมให้ประกอบศาสนกิจหรือทำความดีในรูปแบบอื่น ๆ อีก เช่น การละหมาดพิเศษในช่วงกลางคืน การอ่านอัลกุรอาน และการบริจาคทาน รวมถึงชาวมุสลิมจะระมัดระวังที่จะไม่ประพฤตินิสัยที่ศาสนาห้ามหรือไม่ส่งเสริมให้กระทำมากขึ้นในเดือนนี้ เช่น การพูดหรือกระทำการที่ไม่ดี เป็นต้น

โอกาสทางเศรษฐกิจ กับประชากรมุสลิมทั่วโลก

ในปี 2567 ชาวมุสลิมทั่วโลกมีอยู่ประมาณ 2,449 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 30.54 ของประชากรโลก ซึ่งกระจายตัวอยู่ในหลายประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งนับเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูง ดังนั้น หากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวมุสลิมได้อย่างเหมาะสมก็จะเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจและอุตสาหกรรมของไทยโดยเฉพาะในช่วงเดือนรอมฎอน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่การบริโภคสินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะตัว และจากการพิจารณาข้อมูลการนำเข้าสินค้าของประเทศในอาเซียนที่มีประชากรชาวมุสลิมมากกว่าร้อยละ 50 ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย และประเทศบรูไน รวมถึงประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางที่เป็นคู่ค้าสำคัญของไทย ได้แก่ ประเทศซาอุดีอาระเบีย และประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คือ ปี 2565 - 2567 (ปี 2565 เดือนรอมฎอนเริ่มประมาณวันที่ 2 เมษายน ปี 2566 เดือนรอมฎอน เริ่มประมาณวันที่ 23 มีนาคม และปี 2567 เดือนรอมฎอนเริ่มประมาณวันที่ 12 มีนาคม) พบว่า มีอุตสาหกรรมสำคัญที่ได้รับอานิสงส์เชิงบวกในช่วงเดือนรอมฎอน ดังนี้



ทวีป	จำนวนประชากรโลก	ประชากรมุสลิม	สัดส่วนมุสลิม (%)
แอฟริกา	1,418.6	741.8	52.3
เอเชีย	4,730.5	1,576.1	33.3
ยุโรป	742.0	5.4	0.7
อเมริกาเหนือ	495.6	2.2	0.4
อเมริกาใต้	540.7	0.8	0.1
โอเชียเนีย	43.5	0.8	1.8
รวม	8,037.7	2,383.3	29.7

ที่มา : ข้อมูลของ www.muslimpopulation.com

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

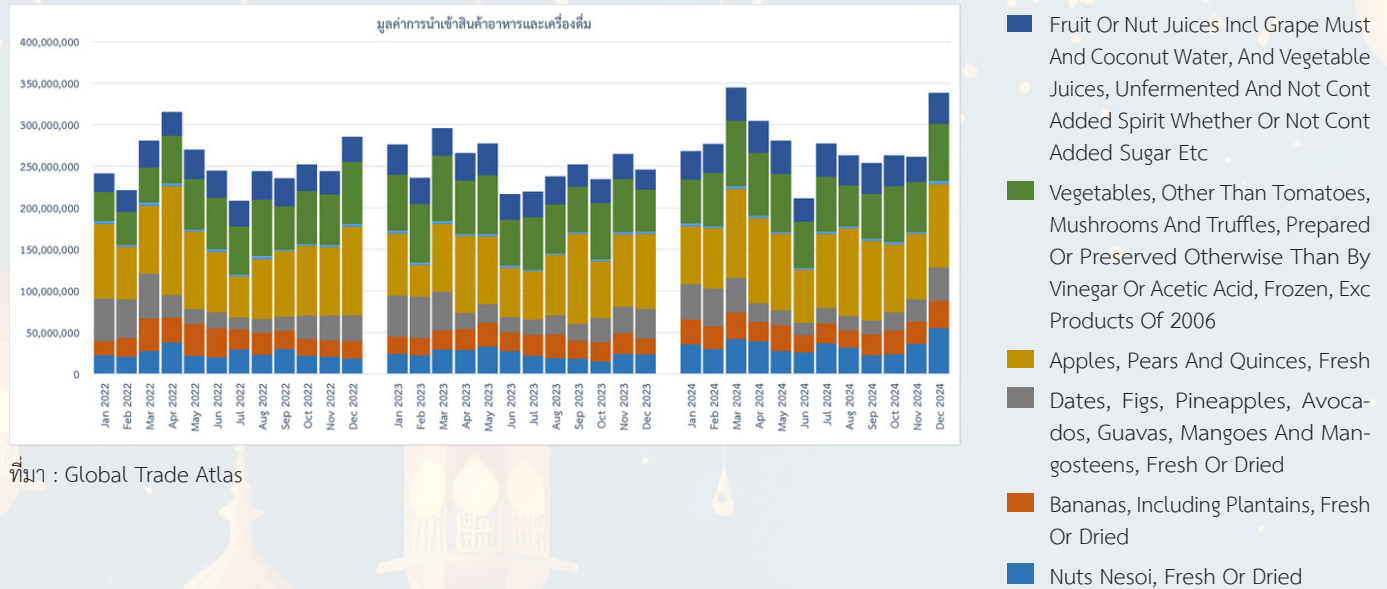
จากกราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของ 5 ประเทศข้างต้นระหว่างปี 2565 - 2567 พบว่ามูลค่าการนำเข้าในเดือนเมษายน 2565 อยู่ที่ 315 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในเดือนมีนาคม 2566 อยู่ที่ 269 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในเดือนมีนาคม 2567 อยู่ที่ 345 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สะท้อนให้เห็นว่าการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ถั่ว ผัก ผลไม้ อินทผลัม สับปะรด กล้วย น้ำผลไม้ และน้ำมะพร้าว เป็นต้น เพิ่มขึ้นในช่วงเดือนรอมฎอนเมื่อเทียบกับเดือนอื่น ๆ (ภาพที่ 1) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดแนวโน้มดังกล่าว คือ ในช่วงเดือนรอมฎอนชาวมุสลิมต้องถือศีลอด งดรับประทานอาหารและเครื่องดื่มเป็นเวลานาน ส่งผลให้อาหารที่บริโภค ในช่วงเวลาที่อนุญาตให้รับประทานอาหารมีความสำคัญเป็นพิเศษ โดยมักเน้นอาหารที่ให้พลังงานสูงและมีโปรตีนเพียงพอ อีกทั้งในช่วงม็อดิฟาร์ (ม็อดิฟาร์คือผลไม้ที่รับประทานร่วมกับเครื่องดื่ม) ชาวมุสลิมนิยมรับประทานอาหารร่วมกับครอบครัว และมีการเตรียมอาหารมากกว่าปกติเมื่อเทียบกับเดือนอื่น ๆ นอกจากนี้ยังนิยมบริโภคเครื่องดื่มบางกำลังและของหวานเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอินทผลัม ซึ่งถือเป็นผลไม้สำคัญที่นิยมรับประทานในเดือนรอมฎอนนอกเหนือจากการบริโภคในครัวเรือนแล้ว ในช่วงเดือนรอมฎอนยังมีการแจกจ่ายอาหารให้แก่ผู้ยากไร้ และการจัดเลี้ยง

ที่มีสยิด ซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่กระตุ้นให้ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งในประเทศมุสลิม เช่น ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศบรูไน และประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีการเปิดตลาดกลางคืนที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มโดยเฉพาะช่วงรอมฎอน ขณะที่ร้านอาหารและคาเฟ่ทั่วไปจะขยายเวลาจำหน่ายอาหารสำหรับมื้อค่ำและม็อดิฟาร์ ส่งผลให้ความต้องการวัตถุดิบเพิ่มขึ้นตามไปด้วย



นอกจากนี้ในช่วงท้ายของเดือนรอมฎอนชาวมุสลิมมักมีการเตรียมซื้ออาหารและขนมหวานสำหรับเฉลิมฉลองวันอีฎิ้ลฟิตริ อีกทั้งยังนิยมมอบของขวัญประเภทอาหารให้แก่กัน เช่น อินทผลัม ผลไม้อบแห้ง และของหวานที่สามารถเก็บได้นาน

ภาพที่ 1 กราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศบรูไน ประเทศซาอุดีอาระเบีย



ที่มา : Global Trade Atlas



ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มไทย

เพื่อขยายตลาดในช่วงเทศกาลรอมฎอน ผู้ประกอบการควรพัฒนาอาหารสำเร็จรูปและอาหารแช่แข็งที่เหมาะสมสำหรับชาวมุสลิม เช่น อินทผลัมออร์แกนิกจากไทย อาหารพร้อมทานฮาลาล และน้ำผลไม้เสริมพลังงานสำหรับซูโฮร์ นอกจากนี้ ควรทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และบริการเดลิเวอรี่พร้อมใช้แฮชแท็กที่เกี่ยวข้อง เช่น อาหารรอมฎอน อีฟตาร์ฮาลาล ซูโฮร์พลังงานสูง เป็นต้น เพื่อเพิ่มการมองเห็นและสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทั้งนี้ ควรขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในประเทศมุสลิม เช่น ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มฮาลาลจากไทย



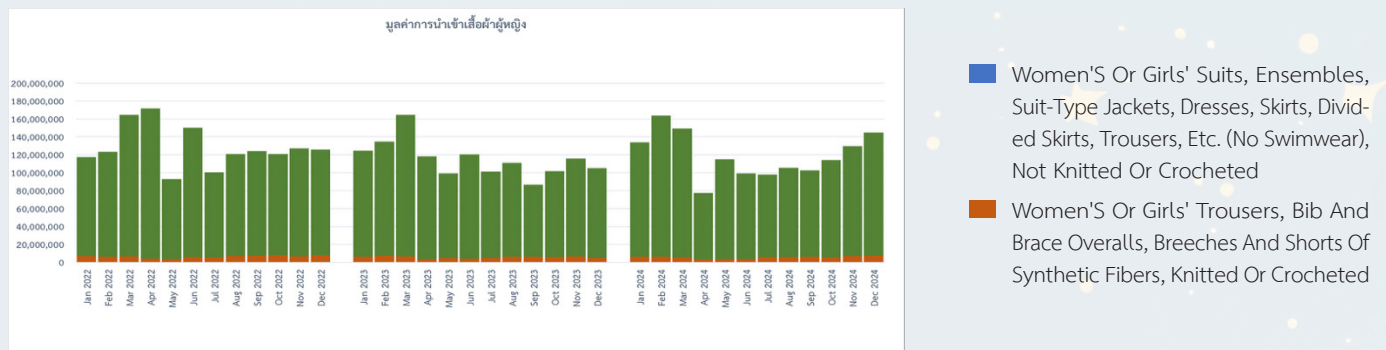
อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสตรี

จากกราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าสตรีของ 5 ประเทศข้างต้นระหว่างปี 2565 - 2567 พบว่า มูลค่าการนำเข้า ในเดือนเมษายน 2565 อยู่ที่ 172 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในเดือน มีนาคม 2566 อยู่ที่ 164 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในเดือน กุมภาพันธ์ 2567 อยู่ที่ 164 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สะท้อนให้เห็นว่า มูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าผู้หญิง เช่น สูท เดรส เสื้อ และกระโปรง เป็นต้น เพิ่มขึ้นในช่วงเดือนรอมฎอนเมื่อเทียบกับเดือนอื่น ๆ (ภาพ 3) ขณะที่ในปี 2567 มูลค่าการนำเข้าสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ เนื่องจากเดือนรอมฎอนในปี 2567 เริ่มต้นประมาณวันที่ 12 มีนาคม ส่งผลให้มีการเตรียมซื้อเสื้อผ้าล่วงหน้าตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงเดือนรอมฎอน ความต้องการเสื้อผ้า โดยเฉพาะเสื้อผ้าสตรีในประเทศมุสลิม

เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มดังกล่าว ได้แก่ การพบปะสังสรรค์และการเลี้ยงอาหารในช่วงละศีลอดที่มีมากขึ้น ตลอดจนการประกอบศาสนกิจที่มีสัปดาห์ละครั้งตลอดเดือน รอมฎอน ซึ่งทำให้ชาวมุสลิมให้ความสำคัญกับการแต่งกาย ที่เหมาะสมและสะอาดเรียบร้อย

นอกจากนี้ ช่วงเดือนรอมฎอนยังเป็นระยะเวลาเตรียมตัว สำหรับเทศกาลอีฎิ้ลฟิตริ ซึ่งถือเป็นวันเฉลิมฉลองสำคัญของ ชาวมุสลิม โดยศาสนาได้ส่งเสริมให้มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้า ที่สวยงามและพิเศษกว่าปกติ ดังนั้น หากมีความพร้อม ชาวมุสลิม ส่วนใหญ่มักเลือกซื้อเสื้อผ้าใหม่เพื่อใช้ในโอกาสสำคัญนี้ ปัจจัยทั้งหมดนี้ส่งผลให้ความต้องการเสื้อผ้า โดยเฉพาะเสื้อผ้าสตรี เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

ภาพที่ 2 กราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าเสื้อผ้าผู้หญิงของประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศบรูไน ประเทศซาอุดีอาระเบีย และประเทศสหรัฐอเมริกา



ที่มา : Global Trade Atlas

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสตรี

เพื่อขยายตลาดในช่วงเดือนรอมฎอน ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นมุสลิมให้ตอบโจทย์ ความต้องการของผู้บริโภค โดยออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่มีฟังก์ชันปรับเปลี่ยนได้ เช่น ชุดเดรสที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้หลายสไตล์ภายในชุดเดียว รวมถึงพัฒนาเสื้อผ้าที่มีคุณภาพสูงระบายอากาศได้ดี เหมาะสำหรับสภาพอากาศร้อน โดยเลือกใช้วัสดุ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสวมใส่สบาย เช่น ผ้าใยไหม ผ้าฝ้ายออร์แกนิก หรือผ้าที่มีเทคโนโลยีกันน้ำและระบายเหงื่อได้ดี

นอกจากนี้ ควรส่งเสริมเทรนด์เสื้อผ้าอิมมัลครอบครว อาทิต ชุดคลุมเพื่อแม่ลูก หรือชุดกลุ่มสำหรับสวมใส่ในวันอีฎิ้ลฟิตริ เพื่อเพิ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับโอกาสพิเศษต่าง ๆ ทั้งนี้ การทำตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และบริการเดลิเวอรี่ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้สินค้าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการใช้แชนแนลที่เกี่ยวข้อง เช่น แฟชั่นรอมฎอน เสื้อผ้าอีด ชุดละหมาด เพื่อเพิ่มการมองเห็นและกระตุ้นการรับรู้ในกลุ่มลูกค้า

กรณีศึกษาประเทศที่ประสบความสำเร็จในการขยายการค้าไปยังประเทศมุสลิม “จีน”

ในช่วงที่ผ่านมาประเทศจีนมีมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศมุสลิมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยหากพิจารณาเฉพาะมูลค่าการนำเข้าสินค้าของ 5 ประเทศ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศบรูไน ประเทศซาอุดีอาระเบีย และประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ใน 3 อุตสาหกรรมหลักข้างต้น จะพบว่า ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสตรีอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจีนครองส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่อุตสาหกรรมพรมและวัสดุปูพื้น จีนมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับสอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสตรี		อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม		อุตสาหกรรมพรมและวัสดุปูพื้น	
1. จีน	20.57	1. จีน	621.87	1. ญี่ปุ่น	2.59
2. บังกลาเทศ	8.32	2. อเมริกา	68.80	2. จีน	2.57
3. กัมพูชา	6.81	3. เบลเยียม	24.37	3. ตุรกี	1.68
4. โมร็อกโก	6.30	4. นิวซีแลนด์	23.03	4. ซาอุดีอาระเบีย	0.63
5. ตุรกี	5.91	5. อียิปต์	20.31	5. มาเลเซีย	0.28
6. ไทย (23)	0.21	6. ไทย (19)	2.17	6. ไทย (6)	0.24
7. อื่น ๆ	21.36	7. อื่น ๆ	143.51	7. อื่น ๆ	0.44
รวม	69.48	รวม	904.06	รวม	8.43

หมายเหตุ : () คือ อันดับของประเทศไทย

ที่มา : Global Trade Atlas

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ประเทศจีนประสบความสำเร็จอย่างมากในการขยายตลาดสู่กลุ่มประเทศมุสลิม ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลมาจากปัจจัยสำคัญหลายประการ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายของรัฐที่ส่งเสริมการค้าเสรี โดยจีนได้เข้าร่วมข้อตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ซึ่งช่วยลดอุปสรรคทางการค้าและภาษีศุลกากร ส่งผลให้การส่งออกสินค้าไปยังประเทศสมาชิก รวมถึงหลายประเทศมุสลิม เป็นไปอย่างราบรื่น

2. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนา e-Commerce ข้ามพรมแดน โดยภาครัฐและเอกชนของจีนร่วมมือกันพัฒนาแพลตฟอร์ม e-Commerce ข้ามพรมแดน เช่น Alibaba และ JD Mall เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ รวมถึงประเทศมุสลิม

3. การปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานสินค้าของภาคเอกชน โดยผู้ประกอบการจีนให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในประเทศมุสลิม เช่น การผลิตสินค้าอาหารที่ได้รับ การรับรองฮาลาล

ความสำเร็จของจีนในการขยายตลาดสู่ประเทศมุสลิม เกิดจาก นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนการค้าเสรีความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างภาครัฐและเอกชน และการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย ซึ่งทำให้จีนสามารถขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ไทยสามารถใช้โอกาสจากความต้องการสินค้าช่วงรอมฎอนในประเทศมุสลิมได้อย่างเต็มที่และสามารถขยายตลาดไปยังประเทศมุสลิมได้ในอนาคต ภาครัฐและเอกชนจึงควรมีความร่วมมือกันภายใต้นโยบายและมาตรการ ดังนี้

1. พัฒนาและส่งเสริมมาตรฐานฮาลาลไทยสู่ระดับสากล เพิ่มความหลากหลายของสินค้าฮาลาลไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มศักยภาพการส่งออก โดยการผลักดัน "Thailand Halal Hub" ให้เป็นศูนย์กลางสินค้าฮาลาลในอาเซียน โดยพัฒนามาตรฐานฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับจากประเทศเป้าหมาย เช่น มาเลเซีย ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ประเทศในตะวันออกกลาง เป็นต้น รวมถึงให้การสนับสนุนหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานฮาลาล และลดขั้นตอนทางราชการในการขอใบรับรองฮาลาล พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรฮาลาลระดับโลกเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้า

2. สนับสนุนธุรกิจ SMEs และ Startup ฮาลาล เพื่อกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทยในตลาดโลก โดยการจัดตั้งกองทุนหรือสินเชื่อเพื่อสนับสนุนธุรกิจฮาลาล สำหรับ SMEs และ Startup ที่ต้องการพัฒนาสินค้าฮาลาลส่งออกไปยังประเทศมุสลิม และประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา (R&D) ด้านอาหารและแพคเกจจิ้งฮาลาล เช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเทศมุสลิม หรือเทคโนโลยีผ้าระบายอากาศสำหรับสภาพอากาศร้อน รวมทั้งจัดทำโครงการพัฒนาผู้ประกอบการไทยสู่ตลาดมุสลิม ผ่านการอบรมความรู้ด้านวัฒนธรรม การตลาด และกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ

3. ผลักดันไทยให้ศูนย์กลางการค้าและโลจิสติกส์ฮาลาล เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพิ่มความเร็วในการส่งออก และทำให้ไทยเป็นจุดกระจายสินค้าฮาลาลในภูมิภาค โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศมุสลิม เช่น ศูนย์กระจายสินค้าฮาลาลที่สนามบินสุวรรณภูมิ และท่าเรือแหลมฉบัง ทำข้อตกลงการค้าพิเศษ (FTA) กับประเทศมุสลิมเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริม E-Commerce ข้ามพรมแดน โดยร่วมมือกับแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์ในประเทศมุสลิม เช่น Noon (ตะวันออกกลาง), Tokopedia (อินโดนีเซีย), Shopee Malaysia เป็นต้น

4. จัดงานแสดงสินค้าและเจรจาการค้าฮาลาลระดับนานาชาติ เพื่อเพิ่มโอกาสการค้าและทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าฮาลาลในระดับภูมิภาค โดยจัดงานแสดงสินค้าและนัดกรรมฮาลาล เช่น "Thailand Halal Expo" เพื่อเป็นเวทีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการพบปะคู่ค้าต่างประเทศ จัด "Halal Business Matching" เชื่อมโยงผู้ผลิตไทยกับผู้นำเข้าในประเทศมุสลิม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีด้านฮาลาล ระหว่างไทยกับประเทศมุสลิม เช่น ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอฮาลาล หรือเทคโนโลยีการผลิตอาหารฮาลาล

รอมฎอนไม่ใช่แค่เดือนแห่งศาสนา แต่เป็นโอกาสสำคัญทางเศรษฐกิจที่ไทยสามารถใช้ประโยชน์ได้ หากภาคอุตสาหกรรมของไทยสามารถพัฒนามาตรฐานฮาลาล ส่งเสริมธุรกิจ SMEs เชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์ ศึกษาและเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวมุสลิม ก็จะสามารถเพิ่มขีดความสามารถของไทยในตลาดโลกมุสลิม ซึ่งมีประชากรมากกว่า 2,400 ล้านคน และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมหาศาล

จัดทำโดย:

สุรัสวดี เจ๊ะหมัด

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ธันวาคม 2568

แหล่งข้อมูลอ้างอิง:

1. The Global Trade Atlas (GTA)

2. www.muslimpopulation.com

3. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สศอ. ร่วมลงพื้นที่ตรวจเยี่ยม

สศอ. ร่วมทีม รวอ. ตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
ป้องกันประเทศชั้นนำของไทยด้านเทคโนโลยีโดรนไทย
เสริมความมั่นคงชาติ สร้างมูลค่าเพิ่ม เต็มเปิดเงินลงทุนใหม่

วันที่ 12 ตุลาคม 2568
นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการ
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
พร้อมด้วยนายภัทรพล ลิ้มภักดี
รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจ
อุตสาหกรรม และเจ้าหน้าที่ สศอ.
เข้าร่วมตรวจเยี่ยมกิจการของบริษัท
อาร์ วี คอนเน็กซ์ จำกัด นำโดย
นายธนกร วังบุญคงชนะ รัฐมนตรี
ว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม
พร้อมด้วย นายณัฏฐพล รังสิตพล
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม นำทีม
คณะผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่
กระทรวงอุตสาหกรรม รับฟังการ
บรรยายสรุปและเยี่ยมชมความ
สามารถด้านการผลิตอากาศยาน
ไร้คนขับ (UAV) การผลิตวัสดุคอมโพสิตและชิ้นส่วนโลหะสำหรับ
อากาศยาน ศูนย์เฝ้าระวังความปลอดภัยไซเบอร์ สถานที่ประกอบ
แผงวงจรและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงห้องปลอดฝุ่นสำหรับ
ประกอบและทดสอบชิ้นส่วนดาวเทียม โดยมี นายเอกวิทย์ มีเพียร
ผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี นายอนุวัชร วัฒนกิจ ผู้ก่อตั้งบริษัทฯ
พร้อมทั้ง รองศาสตราจารย์ ดร.สุเจตน์ จันทพงษ์ ประธานบริษัทฯ
และให้การต้อนรับ



บริษัท อาร์ วี คอนเน็กซ์ จำกัด ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2559
มีความเชี่ยวชาญและผลงานโดดเด่นในการพัฒนาอากาศยาน
ไร้คนขับสำหรับภารกิจด้านความมั่นคงหลากหลายรูปแบบ เช่น
โดรนสำหรับภารกิจตรวจการณ์และสอดแนม (ISR) ที่ประจำการ
ในกองทัพอากาศไทย โดรนติดอาวุธ และโดรนเป้าหมายสำหรับการ
ฝึกซ้อมยิง นอกจากนี้ยังเป็นผู้ดำเนินการนำเทคโนโลยีปัญญา
ประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้กับระบบความปลอดภัย
ทางไซเบอร์ และแพลตฟอร์มตรวจจับธุรกรรมที่น่า
สงสัย

การตรวจเยี่ยมครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึง
เจตนารมณ์ของกระทรวงอุตสาหกรรมในการ
ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพ
ในอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ ซึ่งเป็นหนึ่งใน
อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) ที่จะช่วยขับเคลื่อน
เศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับ
การสร้าง ความมั่นคงและลดการพึ่งพาเทคโนโลยี
จากต่างประเทศ





สคอ. ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาศูนย์ทดสอบยานยนต์ และยางล้อแห่งชาติ (ATTRIC) ศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติ



ศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติ (ATTRIC) เป็นหนึ่งในโครงการยุทธศาสตร์สำคัญของรัฐบาล มุ่งยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมยานยนต์และยางล้อของภูมิภาคอาเซียน รวมถึงเป็นฐานการผลิตยานยนต์สมัยใหม่ระดับโลก โดยศูนย์ฯ ให้บริการทดสอบและรับรองผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ชิ้นส่วน และยางล้อตามมาตรฐานสากล เช่น มาตรฐาน UN R117 ครอบคลุมด้านความปลอดภัย สมรรถนะ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยลดต้นทุน และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้ผู้ประกอบการไทย โดยไม่ต้องส่งผลิตภัณฑ์ไปทดสอบในต่างประเทศ

วันที่ 22 ตุลาคม 2568 นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นายภัทรพล ลิ้มภักดี รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ร่วมลงพื้นที่ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานของศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติ (Automotive and Tire Testing, Research and Innovation Center: ATTRIC) ณ ตำบลลาดกระโทง อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา นำโดยนายธนกร วังบุญคงชนะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมด้วย นายณัฐพล รังสิตพล ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม และคณะผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีนายเอกนิติ รมยานนท์ เลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และนายเกรียงศักดิ์ วงศ์พร้อมรัตน์ ผู้อำนวยการสถาบันยานยนต์ พร้อมผู้บริหารให้การต้อนรับและนำเยี่ยมชมศูนย์ฯ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 1,235 ไร่

ปัจจุบัน ศูนย์ทดสอบยานยนต์และยางล้อแห่งชาติ (ATTRIC) มีความคืบหน้าในการก่อสร้างกว่า 80% คาดว่าจะเปิดให้บริการครบวงจรภายในปี 2570 ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุน และขับเคลื่อนเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยสู่ระดับสากล

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สคอ.) ในฐานะหน่วยงานกำหนดนโยบายและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมยานยนต์ จะบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาศูนย์ทดสอบ (ATTRIC) ให้รองรับการพัฒนา อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่และชิ้นส่วนของไทย ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก

สคอ. ร่วมทีม รวอ. ตรวจเยี่ยมผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ป้องกันประเทศของไทยส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์หุ้มเกราะ ณ จังหวัดปทุมธานี

วันที่ 31 ตุลาคม 2568

นายภัทรพล ลิ้มภักดี รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พร้อมด้วยคณะเจ้าหน้าที่ สคอ. เข้าร่วมตรวจเยี่ยมกิจการของบริษัท ชัยเสรี เมทтол แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด นำโดย

นายธนกร วังบุญคงชนะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม นายพลยศุตม์ มหาเอี่ยมศิริ ประธานคณะที่ปรึกษาของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม นายฉมพล แก้วเจริญโรจน์ คณะที่ปรึกษาของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม นางสาวจิรัฐติกา จันทราทิพย์ ประจำสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี พร้อมด้วยผู้บริหารกระทรวงอุตสาหกรรม นายสุนทร แก้วสว่าง รปอ.ทกต. และนายปณตสรณ์ สุทยานนท์ รองอธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและเยี่ยมชมความสามารถด้านการผลิตยานยนต์หุ้มเกราะ ชิ้นส่วนยานยนต์ โดยมีนายองครักษ์ ทองนิรมล รองผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี



นายกานต์ กุลหิรัญ ประธานบริษัทฯ และนางนพรัตน์ กุลหิรัญ (มาตามรถถัง) รองประธานบริษัทฯ ให้การต้อนรับ

สำหรับบริษัท ชัยเสรี เมทтол แอนด์ รีบเบอร์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2511 เป็นบริษัทของคนไทย 100% ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมป้องกันประเทศ โดยมีผลงานการผลิตยานยนต์หุ้มเกราะที่หลากหลาย เช่น รถหุ้มเกราะ 4x4 (First Win) แบบ AFV ATV และ ALV เป็นต้น ตลอดจนบริการซ่อมบำรุงยานยนต์หุ้มเกราะและการอัพเกรดยานยนต์หุ้มเกราะ โดยได้มีการส่งออกสินค้าไปทั่วโลกไปแล้ว 44 ประเทศ เป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ

ผศอ.ศุภกิจร่วมทีม รวอ.ธนกร ลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการ และประชาชนผู้ประสบอุทกภัยอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วันที่ 3 ธันวาคม 2568 นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ร่วมลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการและประชาชนที่ประสบอุทกภัยครั้งใหญ่ ณ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นำโดยนายธนกร วังบุญคงชนะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมด้วยนายณัฐพล รังสิตพล ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม และคณะผู้บริหารกระทรวงอุตสาหกรรม โดย ผศอ.ศุภกิจ ได้ร่วมลงพื้นที่ศูนย์บริการตามมาตรการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชน ณ บริเวณเต็นท์ด้านหน้าวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ (Fix It Center) ที่เปิดให้บริการแก่ผู้ประกอบการ โดยเปิดให้บริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ รถจักรยานยนต์ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง บริการซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้ารวมถึงเครื่องมือต่าง ๆ หลังจากนั้น ได้เดินทางไป



ตรวจเยี่ยมและเปิดศูนย์พักพิงและช่วยเหลือผู้ประสบภัย ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 ที่สามารถรองรับประชาชนผู้ประสบภัยได้ 100 คน และตรวจเยี่ยมโรงงานผลิตอาหารแปรรูปสำหรับปศุสัตว์ ณ บริษัท สงขลาแมรีน โปรดักส์ จำกัด เพื่อรับฟังผลกระทบจากน้ำท่วมและเร่งจัดทำแผนฟื้นฟูกำลังผลิต รวมถึงดูแลพนักงานที่ประสบความเดือดร้อน หลังจากนั้น เดินทางเข้าเยี่ยมให้กำลังใจและมอบถุงยังชีพแก่ประชาชนที่ประสบอุทกภัย ณ โรงเรียนสมานคุณวิทยาทาม และร่วมตรวจเยี่ยมสำนักงานอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ เขต 1 (สรข.1) จังหวัดสงขลา ที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม

กิจกรรมจิตอาสา



ผศอ.ศุภกิจ นำทีม สศอ. ร่วมกิจกรรมจิตอาสา "อุตสาหกรรมรวมใจ" เนื่องในวันนวมินทรมหาราช 13 ตุลาคม 2568 และวันปิยมหาราช 23 ตุลาคม 2568

วันที่ 28 ตุลาคม 2568 นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางสาวณิรดา วิสุทธิชาติธาดา รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นายภัทรพล ลิ้มภักดี รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางศุภิดา เสมมีสุข เลขาธิการกรม นายชาลี ชันศิริ ผู้อำนวยการกองเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ นายจักรพันธ์ เต็นดวงบริพันธ์ ผู้อำนวยการกองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางสาววิลาวัลย์ ดำจุติ ผู้เชี่ยวชาญด้านการขึ้นนำและเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม นางสาวสมานลักษณ์ ตันจิกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม และเจ้าหน้าที่ สศอ. ร่วมกิจกรรมจิตอาสา "อุตสาหกรรมรวมใจ" เนื่องในวันนวมินทรมหาราช 13 ตุลาคม 2568 และวันปิยมหาราช 23 ตุลาคม 2568 โดยมี นายณัฐพล รังสิตพล ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธานกิจกรรมจิตอาสา "อุตสาหกรรมรวมใจ" ทำความดีด้วยหัวใจ เนื่องในวันนวมินทรมหาราช 13 ตุลาคม 2568 และวันปิยมหาราช 23 ตุลาคม 2568 พร้อมด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่กระทรวงอุตสาหกรรม เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 300 คน ณ วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

กิจกรรมจิตอาสา “เราทำความดี ด้วยหัวใจ” ของกระทรวงอุตสาหกรรมในครั้งนี้ ประกอบด้วย การถวายสังฆทาน และกระทรวงอุตสาหกรรมยังได้ร่วมกับบริษัท เซฟ-ที-คัท (ประเทศไทย) จำกัด ให้การสนับสนุนในการสำรวจ ตรวจสอบ และซ่อมแซมระบบไฟฟ้า ให้วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนารามราชวรวิหาร โดยมี ดร. นาตยา กิรติภักดี กรรมการผู้จัดการ บริษัท เซฟ-ที-คัท (ประเทศไทย) จำกัด ให้เกียรติเข้าร่วมกิจกรรมฯ จากนั้น คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฯ ได้ร่วมกันทำความสะอาดบริเวณวัดฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงเสร็จสิ้นกิจกรรมจิตอาสดังกล่าว



สศอ. จัดกิจกรรมบริจาคเครื่องอุปโภค บริโภค สำหรับพระภิกษุสงฆ์อาพาธ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสวันสวรรคตครบ 100 ปี 25 พฤศจิกายน 2568 และกิจกรรมบริจาคเงินบำรุงโรงพยาบาลสงฆ์เพื่ออุปฐากพระภิกษุสงฆ์อาพาธ เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันประสูติ ครบ 100 ปี วันที่ 24 พฤศจิกายน 2568 ณ โรงพยาบาลสงฆ์



วันที่ 25 พฤศจิกายน 2568 นางศุภิดา เสมมีสุข เลขานุการกรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางภาราดา จันทร์สุวรรณ ผู้อำนวยการกองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นายจักรพันธ์ เด่นดวงบริพันธ์ ผู้อำนวยการกองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางสาวสมานลักษณ์ ตันตจิกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคอุตสาหกรรม นางนาฏนดา จันทร์สุข หัวหน้ากลุ่มตรวจสอบภายใน และเจ้าหน้าที่ สศอ. บริจาคเครื่องอุปโภค บริโภค สำหรับพระภิกษุสงฆ์อาพาธ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องในวันสวรรคตครบ 100 ปี วันที่ 25 พฤศจิกายน 2568 ณ อาคารมูลนิธิโรงพยาบาลสงฆ์ และบริจาคเงินบำรุงโรงพยาบาลสงฆ์เพื่ออุปฐากพระภิกษุสงฆ์อาพาธเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันประสูติ ครบ 100 ปี วันที่ 24 พฤศจิกายน 2568 ณ ห้องรับบริจาคเงิน โรงพยาบาลสงฆ์





ผศอ.ศุภกิจ นำทีม สศอ. ร่วมกิจกรรม "อุตสาหกรรมรวมใจ" ณ บ้านบางแค
 น้อมรำลึกพระมหากรุณาธิคุณพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว
 และสมเด็จพระเจ้าฟ้าฯ กรมพระนครปฐมบรมขัตติยานี มหาธีรราชธิดา
 ณ ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ บ้านบางแค

วันที่ 26 พฤศจิกายน 2568 นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางสาวณิรดา วิสุทธิชาติธาดา รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางศุภิตา เสมอมีสุข เลขานุการกรม นางนาฏนดา จันทรสุข หัวหน้ากลุ่มตรวจสอบภายใน พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่ สศอ. เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา “อุตสาหกรรมรวมใจ ใส่ใจผู้สูงอายุ” เพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระเจ้าฟ้าฯ กรมพระนครปฐมบรมขัตติยานี มหาธีรราชธิดา โดยมีนายสุรพงศ์ นาชัยรุจิพงศ์ ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงอุตสาหกรรม

เป็นประธานกิจกรรมจิตอาสา "อุตสาหกรรมรวมใจ ใส่ใจผู้สูงอายุ" พร้อมด้วย นายณัฐพล รังสิตพล ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม คณะผู้บริหารกระทรวงอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมจังหวัด และเจ้าหน้าที่กระทรวงอุตสาหกรรม เข้าร่วม ณ ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแค กรุงเทพมหานคร

การดำเนินกิจกรรมจิตอาสา ณ ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแคในครั้งนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ร่วมกันปรับปรุงภูมิทัศน์และบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ บริจาคเครื่องอุปโภค-บริโภคที่จำเป็น และการเลี้ยงอาหารกลางวันแก่ผู้สูงอายุ



ภารกิจ สศอ.

สศอ. จัดงานสัมมนา “การใช้ประโยชน์จากข้อมูลไปสู่การสร้างสรรค์นโยบาย” เน้นย้ำการจัดทำนโยบายบนพื้นฐานการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในเชิงพื้นที่



วันที่ 13 พฤศจิกายน 2568 นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นประธานงานสัมมนา “การใช้ประโยชน์จากข้อมูลไปสู่การสร้างสรรค์นโยบาย” ภายใต้โครงการระบบวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินศักยภาพการประกอบกิจการภาคอุตสาหกรรม ณ โรงแรมโกลเด้นซิตี จังหวัดระยอง โดยงานสัมมนาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพการดำเนินงานของ สศอ. ในมุมของการเชื่อมโยงการจัดทำข้อมูลและการจัดทำนโยบายให้กับหน่วยงาน ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการทำงานร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 สศอ. ได้ดำเนินการโครงการฯ ร่วมกับสถาบันวิจัยเศรษฐกิจการคลัง เพื่อที่จะนำข้อมูลที่กระทรวงอุตสาหกรรม

จัดเก็บ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาประมวลผลเพื่อสนับสนุนการจัดทำนโยบายส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมทั้งในระดับมหภาค ระดับรายสาขา และระดับพื้นที่

สำหรับกิจกรรมภายในงานประกอบด้วยการนำเสนอ นโยบาย “ฝ่า-ฟัน-ติง-ตัน” ในภาพใหญ่ของกระทรวงและการเตรียมความพร้อมสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรมในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรม 4.0 การแนะนำระบบรายงานข้อมูลกลางของกระทรวงอุตสาหกรรม (iSingleForm) การอธิบายเครื่องมือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยผลิตภาพการผลิต (Productivity) และการประเมินศักยภาพการประกอบกิจการภาคอุตสาหกรรม และกิจกรรมที่สำคัญที่สุดคือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมสัมมนาเพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง และอุตสาหกรรมของประเทศไทยในอนาคต

โดยการสัมมนามีหน่วยงานเข้าร่วมประกอบด้วย สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง ธนาคารเพื่อการพาณิชย์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันวิจัยเศรษฐกิจการคลัง ผู้ประกอบการพื้นที่ในจังหวัดระยอง รวมถึงผู้อำนวยการกองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค ผู้อำนวยการกองสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ สศอ.

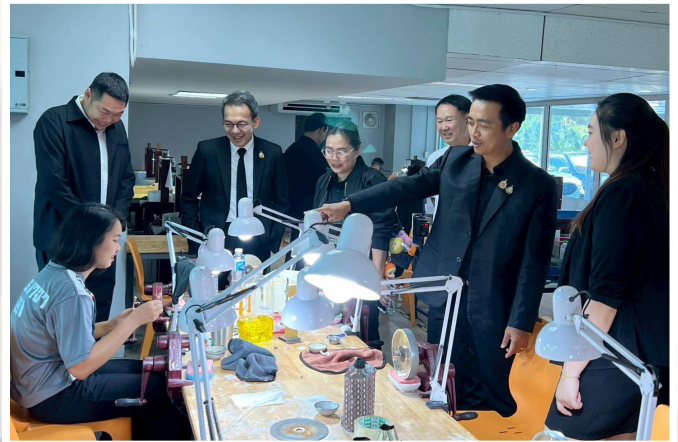
สคอ. เยี่ยมชมศูนย์ส่งเสริมอัญมณี และเครื่องประดับจันทบุรี พลิกดัน อุตสาหกรรมอัญมณีสู่การพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่และประเทศ

วันที่ 14 พฤศจิกายน 2568 นายศุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สคอ.) พร้อมด้วย นางนิอร สุขุม ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค เดินทางเข้าเยี่ยมชมศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี โดยได้รับการต้อนรับจากนายอภิรักษ์ อ่ำสุริยะ อุตสาหกรรมจังหวัดจันทบุรี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ บุณนาค คณบดี คณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา รวมถึงนายธณภัทร ท่าม่วง เลขธิการสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี ซึ่งร่วมให้การต้อนรับและบรรยายบทบาทของภาคเอกชนต่อการพัฒนา อุตสาหกรรมอัญมณีของจังหวัด

ศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรีถือเป็นหน่วยงานสำคัญที่จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ ยกระดับมาตรฐาน และส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการอัญมณีในพื้นที่ที่เป็นแหล่งอัญมณีสำคัญของประเทศ ภารกิจของศูนย์ครอบคลุม การตรวจวิเคราะห์และรับรองคุณภาพอัญมณี การพัฒนาทักษะ การเจียระไนและออกแบบเครื่องประดับ การสนับสนุนการวิจัย และนวัตกรรม ตลอดจนการยกระดับผู้ประกอบการ SMEs ให้แข่งขันได้ในตลาดสากล

การเยี่ยมชมครั้งนี้เปิดโอกาสให้ สคอ. ได้รับฟังข้อมูล ด้านศักยภาพ การเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการ และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงพื้นที่จากภาคการศึกษาและภาคเอกชน โดยเฉพาะบทบาทของคณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพาในการพัฒนาบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ และบทบาทของสมาคมผู้ค้าอัญมณี และเครื่องประดับจันทบุรีที่ช่วยผลักดันการตลาด การค้า และการสร้างภาพลักษณ์ "จันทบุรีเมืองอัญมณีแห่งเอเชีย"

สคอ. มีความพร้อมสนับสนุนศูนย์ฯ และพันธมิตร ทุกภาคส่วนในการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีจันทบุรีให้เป็น คลัสเตอร์เศรษฐกิจที่สำคัญ โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผ่านนวัตกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การผลักดันมาตรฐานสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นระดับสากล รวมถึงการเชื่อมโยงสู่ภาคท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถ การแข่งขันของประเทศ และสร้างรายได้ให้เศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน



CHANTHABURI
CITY OF GEMS

5-9
DECEMBER
2024

Chanthaburi Gems and Jewellery
KP Jewelry Center,
Gems Market, Srirachan Road



สศอ. ร่วมพิธีมอบใบประกาศนียบัตร ห้องปฏิบัติการเครื่องมือแพทย์ คุณภาพ QMEL: Advance No.003

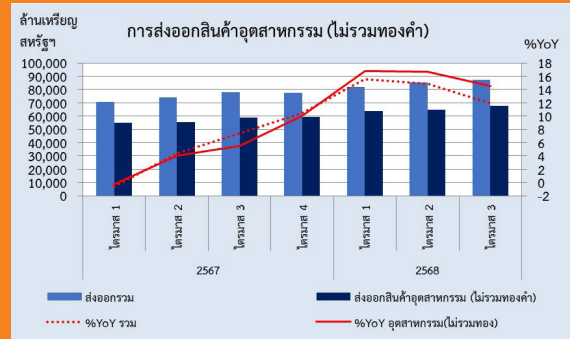
วันที่ 14 พฤศจิกายน 2568 นายสุภกิจ บุญศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นางนิอร สุขุม ผู้อำนวยการกองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค และเจ้าหน้าที่ สศอ. ร่วมพิธีมอบใบประกาศนียบัตร ห้องปฏิบัติการเครื่องมือแพทย์ คุณภาพ QMEL: Advance No.003 ใบประกาศนียบัตรรับรอง ตรวจประเมินคุณภาพศูนย์ตรวจการนอนหลับ และแนะนำ เครื่องวิเคราะห์ทดสอบเครื่อง CPAP/BiPAP ซึ่งเป็นผลผลิตจากการดำเนินโครงการภายใต้แผนงานบูรณาการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ณ ห้องประชุมเหลืองจันทร์บุร ชัน 10 อาคาร ศูนย์ความเป็นเลิศด้านมะเร็ง โรงพยาบาลพระปกเกล้า จังหวัด จันทบุรี

โดย สศอ. ในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพหลักของแผนงาน บูรณาการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต มีจุดมุ่งหมาย ให้นำหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันบูรณาการ การปฏิบัติงานและขับเคลื่อน การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ซึ่ง “การพัฒนา อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร” เป็น 1 ใน 6 แนวทาง

ของการดำเนินงาน สำหรับที่ผ่านมาทางสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ ในฐานะหนึ่งในหน่วยงานรับงบประมาณภายใต้แผนงาน บูรณาการอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ได้สนับสนุน และส่งเสริมให้เกิดห้องปฏิบัติการเครื่องมือแพทย์ที่ได้รับ การรับรองมาตรฐานระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยการ บริการทดสอบ/สอบเทียบเครื่องช่วยหายใจขณะหลับ CPAP/ BiPAP ของ “ศูนย์ความเชี่ยวชาญด้านการวัดและการสอบเทียบ เครื่องมือแพทย์” โรงพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี จะช่วย ขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างมาตรฐานเครื่องมือแพทย์ของไทย ให้เป็นที่ยอมรับ ลดค่าใช้จ่ายในการส่งเครื่องมือวัดมาตรฐาน ไปสอบเทียบในต่างประเทศ ทั้งนี้ คาดว่าจะเป็นก้าวแรกในการ เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และบริการ ทางการแพทย์ให้สมบูรณ์มาก เพื่อสร้างโอกาสให้กับประชากร ในกลุ่มเปราะบางได้เข้าถึงบริการของรัฐได้เพิ่มขึ้น และสร้าง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจประเทศต่อไป

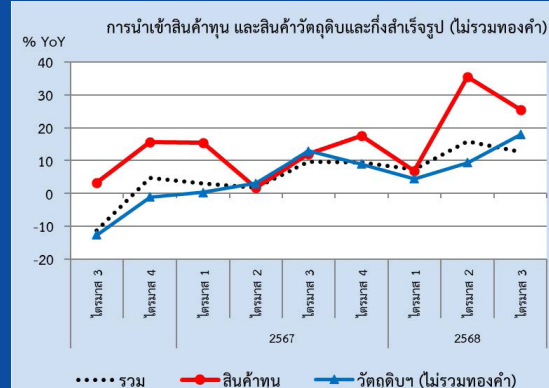
การส่งออก – นำเข้า

สินค้าอุตสาหกรรมไทย ไตรมาส 3 ปี 2568



ไตรมาส 3 ปี 2568 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 14.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ, รถจักรยานยนต์, เครื่องประดับที่ทำด้วยเงิน, เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทแผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า ส่วนตลาดส่งออกสำคัญส่วนใหญ่ของไทยขยายตัว เช่น สหรัฐอเมริกา จีน อาเซียน (5) อินเดีย สหภาพยุโรป (27) CLMV ญี่ปุ่น และตะวันออกกลาง (15) ในขณะที่ออสเตรเลียหดตัว

หมายเหตุ : อาเซียน (5) ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบรูไน CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม



ไตรมาส 3 ปี 2568 การนำเข้าสินค้า ขยายตัวร้อยละ 12.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และขยายตัวจากไตรมาส ที่ผ่านมาร้อยละ 1.4 ทั้งนี้ หมวดสินค้าที่มีการขยายตัว ในไตรมาสที่ 3 ได้แก่ สินค้าทุน ขยายตัวร้อยละ 25.4 จากเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 18.0 จากอุปกรณ์ส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอุปโภคบริโภค ขยายตัวร้อยละ 12.8 ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ขยายตัวร้อยละ 12.3 จากรถยนต์โดยสาร และรถบรรทุก ประเภทยานยนต์ไฟฟ้า หมวดสินค้าที่มีการหดตัว ได้แก่ สินค้าเชื้อเพลิง หดตัวร้อยละ 11.9

สินค้า	2565				2566				2567				2568		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม (ไม่รวมทองคำ)	8.7%	6.5%	5.9%	-7.7%	-1.6%	-4.3%	0.9%	3.9%	0.3%	4.1%	5.5%	10.0%	16.4%	16.7%	14.5%
นำเข้าสินค้าทุน	11.0%	8.1%	-0.7%	-8.5%	-2.9%	1.9%	3.2%	15.7%	15.5%	1.8%	12.0%	17.4%	7.0%	35.5%	25.4%
นำเข้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (ไม่รวมทองคำ)	17.2%	12.5%	5.8%	-8.9%	-3.7%	-12.3%	-12.6%	-1.0%	-0.03%	3.0%	12.9%	9.0%	4.57%	9.5%	18.0%

สินค้าอุตสาหกรรม 3 อันดับแรกในตลาดส่งออกสำคัญของไทย ไตรมาส 3 ปี 2568

- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (+92.9%)
- เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ (+29.5%)
- แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า (+37.116.6%)

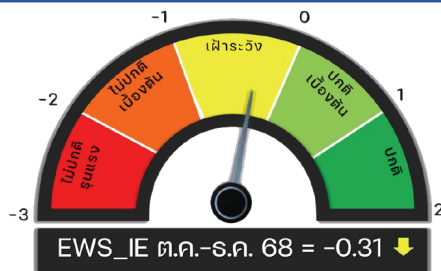
- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (+14.6%)
- เคมีภัณฑ์ (+81.8%)
- เครื่องจักรกล และส่วนประกอบ (+37.4%)

- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (+86.6%)
- ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง และส่วนประกอบ (+41.2%)
- ผลิตภัณฑ์พลาสติก (+48.7%)

- รถจักรยานยนต์ และส่วนประกอบ (+80.3%)
- ผลิตภัณฑ์ยาง (+26.0%)
- ทองแดง (+24.8%)

- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (+36.7%)
- ทองแดง (+78.0%)
- ผลิตภัณฑ์ยาง (+22.7%)

ดัชนีชี้้นำเตือนภัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยรายไตรมาส : EWS_IE



หลักการพิจารณาสัญญาณการขึ้นเตือนภัย

ระบบเตือนภัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย (EWS_IE) ดำเนินการโดยใช้ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ซึ่งจัดทำโดย สศอ. เปรียบเทียบกับตัวแปรชี้้นำเศรษฐกิจล่วงหน้า (Leading indicators) เพื่อวัดค่าความผิดปกติที่มีผลต่อภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้กำหนดให้สัญญาณมาตรฐานวัดเป็นเครื่องมือชี้้นำการเตือนภัยล่วงหน้า แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ค่าดัชนี มากกว่า 1.0 ปกติสีเขียว, มากกว่า 0.0 ถึง 1.0 ปกติเบื้องต้นสีเขียวอ่อน, น้อยกว่า 0.0 ถึง -1.0 เฝ้าระวังสีเหลือง, น้อยกว่า -1.0 ถึง -2.0 ไม่ปกติเบื้องต้นสีแดงอ่อน และน้อยกว่า -2.0 ขึ้นไป ไม่ปกติระยะรุนแรงสีแดง

ดัชนีการเตือนภัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย (EWS_IE) ไตรมาส 4 ปี 2568 และคาดการณ์ไตรมาส 1 ปี 2569

ไตรมาส 4 ปี 68 ค่าดัชนีฯ ส่งสัญญาณเฝ้าระวัง ปัจจัยภายในประเทศส่งสัญญาณการชะลอตัวจากไตรมาสก่อน ตามด้านการลงทุนภาคเอกชนที่ยังคงหดตัวสูงต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การบริโภคในประเทศได้รับผลดีจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐ ส่วนปัจจัยต่างประเทศส่งสัญญาณเฝ้าระวังลดลง ตามการส่งออกของจีนและออสเตรเลียที่ขยายตัว ขณะที่การผลิตของญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกายังคงต้องเฝ้าระวัง ด้านการผลิตของสหภาพยุโรปยังคงต้องเฝ้าระวังจากการเผชิญกับการแข่งขันด้านการค้าที่อยู่ในระดับสูง

คาดการณ์ไตรมาส 1 ปี 69 ส่งสัญญาณเฝ้าระวัง คาดว่าค่าวัฏจักรหดตัวต่อเนื่อง จากความไม่แน่นอนด้านการค้าในตลาดโลกที่กดดันภาคการส่งออกของไทย รวมถึงคู่ค้าหลักประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมยังคงมีความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคาที่มีแนวโน้มรุนแรงในระยะข้างหน้า รวมถึงผลกระทบจากค่าเงินบาทที่แข็งค่าต่อเนื่องและปัญหาความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในหลายพื้นที่

รายการ	ป.พ.ศ. 2567									ป.พ.ศ. 2568									ป.พ.ศ. 2569					
	ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4			ไตรมาส 1			ไตรมาส 2			ไตรมาส 3			ไตรมาส 4			ไตรมาส 1*		
Early Warning Indus.	-0.05	0.00	0.03	-0.13	-0.16	-0.19	-0.18	-0.09	0.04	-0.01	-0.09	0.02	-0.08	-0.02	-0.02	-0.18	-0.24	-0.22	-0.11	-0.45	-0.38	-0.43	-0.48	-0.55
	-0.01			-0.16			-0.08			-0.03			-0.04			-0.21			-0.31			-0.49		

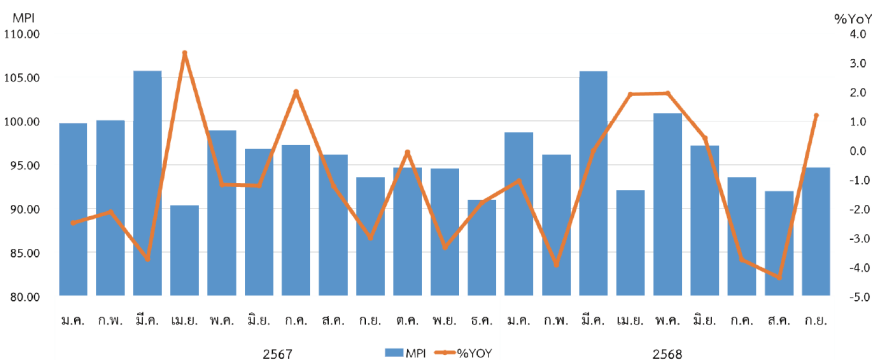
หมายเหตุ * คาดการณ์ล่วงหน้า

ที่มา รายงานการเตือนภัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายเดือน จาก <https://iiu.oie.go.th/>

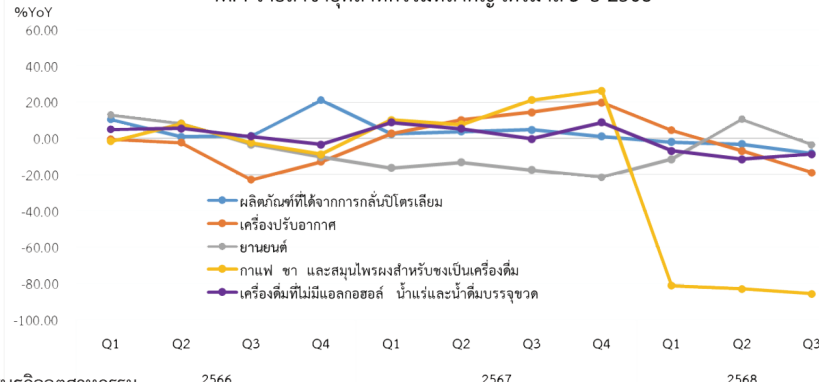
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI)

ไตรมาสที่ 3/2568 MPI **หดตัวร้อยละ 2.34** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2567

อุตสาหกรรมที่ส่งผลให้ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม**หดตัว** จากไตรมาสเดียวกันของปี 2567 อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม เครื่องปรับอากาศ ยานยนต์ กาแฟ ชา และสมุนไพรสำหรับใช้เป็นเครื่องดื่ม เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ น้ำแร่ และน้ำดื่มบรรจุขวด เป็นต้น



MPI รายสาขาอุตสาหกรรมที่สำคัญ ไตรมาส 3 ปี 2568



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

MPI (%YoY)

2567	Apr	3.34
	May	-1.18
	Jun	-1.22
	Q2	0.19
	Jul	2.00
	Aug	-1.23
	Sep	-3.01
	Q3	-0.76
	Oct	-0.07
	Nov	-3.34
	Dec	-1.80
	Q4	-1.75
2568	Jan	-1.06
	Feb	-3.92
	Mar	-0.03
	Q1	-1.64
	Apr	1.91
	May	1.94
	Jun	0.41
	Q2	1.41
	Jul	-3.75
	Aug	-4.36
	Sep	1.19
	Q3	-2.34