

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับอิตาลี

ประจำเดือนกรกฎาคม 2566

1. สถานการณ์เศรษฐกิจอิตาลีโดยรวม

ในการสำรวจตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคของครอบครัวชาวอิตาลีโดยบริษัทวิจัยตลาด NielsenIQ (NIQ) ได้วิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2566 ผ่านช่องทางการค้าปลีกขนาดใหญ่ และเปิดเผยข้อมูลดังนี้

ในเดือนกรกฎาคม 2566 มูลค่าการค้าผ่านหลากหลายช่องทาง (Omnichannel) ในอิตาลี มีมูลค่าการค้ารวมกันทั้งสิ้น 9.4 พันล้านยูโร เพิ่มขึ้น +8.8% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2565

ดัชนีเงินเพื่อทางทฤษฎีของสินค้าอุปโภคบริโภค (The index of theoretical inflation in FMCG) ในเดือนกรกฎาคม อยู่ที่ +11.3% ซึ่งเป็นค่าที่ต่ำกว่าในเดือนมิถุนายน (+12.7%) ส่งผลให้ราคาสินค้าโดยรวมสูงขึ้นอีก +10.1% จึงไม่ส่งผลให้ผู้บริโภคใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่กลับลดการจับจ่ายสินค้าลง (-1.2%)

การสำรวจของ NielsenIQ ยังแสดงให้เห็นว่า เมื่อเทียบกับช่วงเดือนกรกฎาคม 2565 ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมดมีแนวโน้มเชิงบวก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเติบโตของร้านค้าส่วนลดซื้อ (Discount) เพิ่มขึ้น +12.5% ตามมาด้วย ร้านขายสินค้าเฉพาะด้าน (Specialist Drug) เพิ่มขึ้น +10.8% ซูเปอร์สโตร์ (Superstore) เพิ่มขึ้น +10.4% ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) เพิ่มขึ้น +7.6% ร้านค้าบริการอิสระ (Free Services store) เพิ่มขึ้น +6.8% และสุดท้าย ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) ที่มีพื้นที่มากกว่า 4,500 ตารางเมตร เพิ่มขึ้น +5.5%

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ฉลากส่วนตัว (Private label) ในเดือนกรกฎาคม 2566 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 22.1% ของสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งหมด สำหรับช่องทางการค้าของ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าบริการอิสระ ในขณะที่ หากรวมช่องทางการค้าร้านค้าส่วนลดซื้อด้วย ส่วนแบ่งตลาดจะอยู่ที่ 31.5%

แนวโน้มสินค้าที่ผู้บริโภคชาวอิตาลีเลือกซื้อเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง (+14.8%) และอาหารสำเร็จรูป (+12.8%) ในขณะที่สินค้าหมวดอื่นๆทั้งหมดมีแนวโน้มเชิงลบ โดยเฉพาะเครื่องดื่ม (-4.1%) และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (-2.9%)

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าและปริมาณ ในเดือนกรกฎาคม 2566 มูลค่ามีแนวโน้มเป็นบวก (+8.9%) ในขณะที่ในแง่ของปริมาณหดตัวเล็กน้อย (-1.2%) เมื่อเทียบกับปี 2565

สินค้าอาหารสด (ไม่ว่าจะเป็นน้ำหนักตายตัวหรือน้ำหนักตามชั่ง) เติบโตในทุกช่องทางการจำหน่าย ร้านค้าส่วนลดซื้อมีแนวโน้มดีที่สุด (+13.5%) ในขณะที่ ร้านค้าบริการอิสระมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน (+6.7%)

ในส่วนของหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ (+13.4%) เป็นหมวดที่มีความเคลื่อนไหวมากที่สุด ตามมาด้วยสินค้าขนมปัง ขนมหวานและพาสต้า (+12.9%) และเนยแข็ง (+11.4%) ในทางกลับกันสินค้าเนื้อสัตว์แปรรูป (+2.5%) เป็นสินค้าที่มีแนวโน้มการเติบโตต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับหมวดอื่นๆ

2. ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

2.1 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (Consumer and business confidence)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (Istat) รายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ในเดือนสิงหาคม 2566 ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ปรับตัวลดลงจาก 106.7 จุด มาอยู่ที่ 106.5 จุด ส่วนความเชื่อมั่นทางธุรกิจลดลงจาก 108.9 มาอยู่ที่ 106.8 จุด

ความเชื่อมั่นที่ลดลง ได้แก่ ความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ลดลงจาก 123.4 จุด มาอยู่ที่ 121.5 จุด ความเชื่อมั่นต่ออนาคต ลดลงจาก 115.0 จุด มาอยู่ที่ 114.1 จุด ความเชื่อมั่นของภาคอุตสาหกรรมการผลิต ลดลงจาก 99.3 จุด มาอยู่ที่ 97.8 จุด ภาคธุรกิจบริการ ลดลงจาก 105.6 จุด มาอยู่ที่ 103.6 จุด ภาคธุรกิจค้าปลีก ลดลงจาก 111.2 จุด มาอยู่ที่ 108.8 จุด ภาคธุรกิจก่อสร้าง ลดลงจาก 166.5 จุด มาอยู่ที่ 160.2 จุด

ความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ความเชื่อมั่นส่วนบุคคล จาก 101.1 จุด มาอยู่ที่ 101.5 จุด ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จาก 101.0 จุด มาอยู่ที่ 101.4 จุด

2.2 ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (Istat) แสดงตัวเลขคาดการณ์ดัชนีราคาผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2566 ว่าเพิ่มขึ้น +6.4% เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2566 และเพิ่มขึ้น +5.9% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2565

การลดลงของอัตราเงินเฟ้อเกิดจากการชะลอตัวของราคาบริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (จาก +4.7% เป็น +2.4%) ของสินค้าพลังงานที่ไม่ได้รับการควบคุม (จาก +8.4% เป็น +7.0%) อาหารแปรรูป (จาก +11.5% เป็น +10.5%) สินค้าอื่นๆ (จาก +4.8% เป็น +4.5%) ส่วนสินค้าที่ราคายังคงเพิ่มสูงขึ้น ได้แก่ อาหารไม่แปรรูป (จาก +9.4% เป็น +10.4%) และบริการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย (จาก +3.5% เป็น +3.6%) ส่วนราคาสินค้าพลังงานควบคุมลดลง (จาก -29.0% เป็น -30.3%) ได้แก่ ราคาอาหาร ผลิตภัณฑ์สำหรับบ้าน และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลชะลอตัวลง (จาก +10.5% เป็น +10.2%) เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อย (จาก +5.7% เป็น +5.5%)

2.3 ดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Producers Price)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (Istat) แสดงดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมว่า ในเดือนมิถุนายน 2566 ลดลง -0.3% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2566 และลดลง -5.5% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565

ราคาส่งในประเทศ (Domestic market) เดือนมิถุนายน 2566 ราคาลดลง -0.4% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2566 (ที่ลดลง -6.8%) และลดลง -8.2 เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565 ในภาคพลังงานราคาพลังงานลดลง -0.4% เมื่อเทียบกับเดือนก่อน และเพิ่มขึ้น +2.1 เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565 (ในขณะที่เดือนพฤษภาคม 2565 เพิ่มขึ้น +2.8%)

ส่วนราคาในตลาดต่างประเทศ (Non domestic market) เดือนมิถุนายน 2566 ลดลงเล็กน้อย -0.1% (-0.2% ในยูโรโซน และ +0.2% นอกยูโรโซน) ในขณะที่ ราคาเพิ่มขึ้น +1.1% เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565 (+0.4% ในยูโรโซน และ +1.5% นอกยูโรโซน)

ในเดือนมิถุนายน 2566 เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565 ดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และแว่นตา (+8.6% นอกยูโรโซน) อุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและเครื่องประดับ (+8.1% ตลาดในประเทศ) อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (+6.3% ตลาดในประเทศ +5.8% ในยูโรโซน และ +8.0% นอกยูโรโซน) และยานพาหนะขนส่ง (+8.0% นอกยูโรโซน) ส่วนแนวโน้มที่ลดลงในทั้งสามตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ถ่านหินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมกลั่น (-22.6% ตลาดในประเทศ -3.9% ในยูโรโซน และ -20.9% นอกยูโรโซน) การถลุงโลหะและผลิตภัณฑ์โลหะ (-6.2% ตลาดในประเทศ -12.6% ในยูโรโซน และ -10.6% นอกยูโรโซน) สำหรับตลาดภายในประเทศ แนวโน้มราคาที่ลดลง ได้แก่ การขุดเจาะ (-47.6%) และการจัดหาพลังงานไฟฟ้าและก๊าซธรรมชาติ (-28.4%)

2.4 ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Production)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขคาดการณ์ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรม ในเดือนมิถุนายน 2566 ว่าเพิ่มขึ้น +0.5% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2566 ในขณะที่ ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรมช่วงสามเดือน (เมษายน-มิถุนายน) ลดลง -1.2% เมื่อเทียบกับสามเดือนก่อนหน้า

อุตสาหกรรมที่มีการเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าทุน (+1.5%) สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (+0.4%) และสินค้าด้านพลังงาน (+0.3%) ส่วนสินค้าอุปโภคบริโภคลดลงเล็กน้อย (-0.1%)

ในเดือนมิถุนายน 2566 ดัชนีโดยรวมลดลง (-0.8%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนปี 2565 มีเพียงสินค้าทุนเท่านั้นที่เติบโต (+7.6%) ในทางกลับกัน สินค้าอื่นๆลดลง ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค (-2.3%) สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-4.4%) และสินค้าด้านพลังงาน (-9.4%)

ภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการผลิตเติบโต ได้แก่ การผลิตรถยนต์ขนส่ง (+25.1%) ผลิตภัณฑ์ยา และการเตรียมยาขั้นพื้นฐาน (+11.8%) และการผลิตเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ (+0.4 %) ส่วนอุตสาหกรรมที่มีการผลิตลดลง ได้แก่ อุตสาหกรรมไม้ กระดาษ และการพิมพ์ (-14.6%) การผลิตผลิตภัณฑ์เคมี (-13.3%) และอุตสาหกรรมการผลิตถ่านหินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมกลั่น (-12.9%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนปี 2565

2.5 การค้ากับประเทศนอกสหภาพยุโรป (Trade exchange with extra EU)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขการค้าระหว่างกลุ่มประเทศนอกสหภาพยุโรป (27 ประเทศ) ว่าในเดือนมิถุนายน 2566 การนำเข้าลดลง -14.6% และการส่งออกเพิ่มขึ้น +0.4% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2566

มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นมาจากมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค (+11.8%) สินค้าไม่คงทน (+1.0%) และสินค้าพลังงาน (+7.1%) ที่สูงขึ้น ในทางกลับกัน การส่งออกที่ลดลงได้แก่ สินค้าทุน (-1.6%) และสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-1.3%) ส่วนมูลค่าการนำเข้าที่ลดลงมาจากการหดตัวของการนำเข้าสินค้าทุน (-22.3%) และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่คงทน (-18.7%)

ในเดือนมิถุนายน 2566 การส่งออกมีการเติบโต +2.7% (+4.0% ในเดือนพฤษภาคม 2566) สำหรับสินค้าส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค (+15.6%) สินค้าทุน (+15.5%) สินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่คงทน (+5.0%) ส่วนการนำเข้ามีแนวโน้มลดลงอย่างมาก (-41.1%) สาเหตุหลักมาจากการนำเข้าพลังงานที่ลดลง (-54.8%) และสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-39.0%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565

ในเดือนมิถุนายน 2566 ดุลการค้ากับประเทศนอกสหภาพยุโรปเป็นบวกและมีมูลค่า +9,445 ล้านยูโร (-3,009 ล้านยูโร ในเดือนมิถุนายน 2565) การขาดดุลพลังงาน (-4,156 ล้านยูโร) มากกว่าครึ่งหนึ่งเมื่อเทียบกับปีก่อน (-9,303 ล้านยูโร) ในขณะที่ มีการเกินดุลในการค้าผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลังงานเป็นมูลค่า +13,602 ล้านยูโร เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565 (+6,294 ล้านยูโร)

โดยส่งออกเพิ่มขึ้นไปยังกลุ่มประเทศ MERCOSUR (+13.3%) ประเทศในกลุ่มอาเซียน (+12.4%) สวิตเซอร์แลนด์ (+9.7%) กลุ่มประเทศ OPEC (+8.0%) สหรัฐอเมริกา (+6.9%) และญี่ปุ่น (+6.8%) ในทางกลับกัน การส่งออกลดลงไปยังตุรกี (-18.5%) จีน (-6.9%) และ สหราชอาณาจักร (-2.9%) เป็นต้น

ส่วนการนำเข้าลดลงจากทุกประเทศผู้นำเข้าหลัก จากรัสเซียมีแนวโน้มหดตัวมากที่สุด (-90.3%) นอกจากนี้ยังมีการลดลงอย่างเห็นได้ชัดในการนำเข้าจากประเทศในกลุ่มอาเซียน (-47.8%) จีน (-42.3%) กลุ่มประเทศ OPEC (-41.6%) และสหรัฐอเมริกา (-40.1%) เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565

2.6 การค้าปลีก (Retail Trade)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) รายงานการค้าปลีกว่า ในเดือนมิถุนายน 2566 ว่าตลาดการค้าปลีกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.2% และปริมาณเพิ่มขึ้น +0.7%) โดยการค้าปลีกสินค้าอุปโภค (มูลค่าลดลง -0.7% และปริมาณลดลง -0.9%) ส่วนการค้าปลีกสินค้าบริโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.3% ส่วนปริมาณลดลง -0.2%) เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2566

เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565 การค้าปลีกมีความผันแปร (มีมูลค่าเพิ่มขึ้น +3.6% แต่ปริมาณลดลง -3.5%) โดยการค้าปลีกสินค้าบริโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +6.8% แต่ปริมาณลดลง -3.8% ในขณะที่ การค้าปลีกสินค้าอุปโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +1.1% และปริมาณก็ลดลงเช่นกัน -3.2%) สินค้าอุปโภคที่เพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ น้ำหอมและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (+9.1%) ส่วนที่ลดลงมากได้แก่ เครื่องใช้ในครัวเรือน วิทยุ โทรทัศน์ และเครื่องบันทึกเทป (-3.4%)

มูลค่าการค้าขายปลีกเพิ่มขึ้นในช่องทางกระจายสินค้าขนาดใหญ่ (+6.8%) ร้านค้าขนาดเล็ก (+1.2%) การค้านอกร้านค้า เช่น ตลาดนัด งานเทศกาล ฯลฯ (+1.6%) ส่วนการค้าปลีกผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซลดลง (-3.6%)

3. สถานการณ์การค้าไทย - อิตาลี

ช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนกรกฎาคม) การค้าไทย-โลก มีมูลค่าทั้งสิ้น 334,912.36 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -5.06% ไทยส่งออกสินค้าไปทั่วโลกมีมูลค่า 163,313.52 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -5.49% ไทยนำเข้าจากทั่วโลกมีมูลค่า 171,598.85 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -4.65% ไทยเสียเปรียบดุลการค้า -8,285.33 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเท่ากับ -15.65% เมื่อเทียบกับช่วง 7 เดือนแรกของปี 2565

3.1 การค้าไทย - อิตาลี

| รายการ | มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | | |
|--------------|---------------------------|----------|-------------|-------------|---------------------|---------|-------------|-------------|
| | ปี 2564 | ปี 2565 | ม.ค.-ก.ค.65 | ม.ค.-ก.ค.66 | ปี 2564 | ปี 2565 | ม.ค.-ก.ค.65 | ม.ค.-ก.ค.66 |
| มูลค่าการค้า | 4,330.19 | 4,899.28 | 2,946.33 | 3,116.31 | 20.49 | 13.14 | 14.97 | 5.77 |
| การส่งออก | 1,850.62 | 2,047.58 | 1,237.75 | 1,295.27 | 29.63 | 10.64 | 10.75 | 4.65 |
| การนำเข้า | 2,479.57 | 2,851.70 | 1,708.59 | 1,821.04 | 14.47 | 15.01 | 18.24 | 6.58 |
| ดุลการค้า | -628.95 | -804.13 | -470.84 | -525.76 | 14.83 | -27.85 | -43.78 | -11.66 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

ช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนกรกฎาคม) การค้าระหว่างไทย-อิตาลี มีมูลค่า 3,116.31 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +5.77% แบ่งเป็นการส่งออกมูลค่า 1,295.27 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +4.65% และการนำเข้ามูลค่า 1,821.04 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +6.58% ไทยขาดดุลการค้ากับอิตาลี คิดเป็นมูลค่า 525.76 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเท่ากับ -11.66% เมื่อเทียบกับ 7 เดือนแรกของปี 2565

3.2 การส่งออกของไทยไปอิตาลี

ช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนกรกฎาคม) การส่งออกของไทยไปอิตาลีมีมูลค่า 1,295.27 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 4.65% เมื่อเทียบกับช่วง 7 เดือนแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,237.75 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) สินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

| รายการ | มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | |
|-----------------------------------------------|---------------------------|----------|--------------|--------------|---------------------|--------------|--------------|
| | ปี 2564 | ปี 2565 | ม.ค.-ก.ค. 65 | ม.ค.-ก.ค. 66 | ปี 65/64 | ม.ค.-ก.ค. 65 | ม.ค.-ก.ค. 66 |
| 1. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ | 199.80 | 227.15 | 142.54 | 180.44 | 13.69 | 3.13 | 26.59 |
| 2. อัญมณีและเครื่องประดับ | 126.67 | 211.28 | 107.38 | 151.67 | 66.80 | 72.77 | 41.25 |
| 3. หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ | 96.53 | 132.78 | 66.61 | 119.24 | 37.56 | 13.40 | 79.01 |
| 4. ผลิตภัณฑ์ยาง | 140.53 | 128.42 | 82.80 | 76.07 | -8.62 | -2.46 | -8.13 |
| 5. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 182.27 | 144.38 | 84.75 | 74.08 | -20.79 | -23.41 | -12.59 |
| 6. อาหารสัตว์เลี้ยง | 138.21 | 166.83 | 121.42 | 64.97 | 20.71 | 47.85 | -46.49 |
| 7. ปลาหมึก มีชีวิต สด แช่เย็น แช่แข็ง | 80.38 | 91.98 | 40.18 | 54.61 | 14.42 | -24.39 | 35.92 |
| 8. รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ | 86.76 | 73.19 | 62.47 | 54.46 | -15.65 | 21.28 | -12.82 |
| 9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล | 59.59 | 91.16 | 54.70 | 47.99 | 53.00 | 44.00 | -12.27 |
| 10. เครื่องนุ่งห่ม | 41.18 | 40.76 | 19.47 | 37.80 | -1.03 | -27.04 | 94.19 |
| รวม 10 รายการ | 1,151.93 | 1,307.93 | 782.31 | 861.33 | 13.54 | 10.80 | 10.10 |
| อื่น ๆ | 698.69 | 739.65 | 455.43 | 433.94 | 5.86 | 10.67 | -4.72 |
| รวมทั้งสิ้น | 1,850.62 | 2,047.58 | 1,237.75 | 1,295.27 | 10.64 | 10.75 | 4.65 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

3.3 การนำเข้าของไทยจากอิตาลี

ช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนกรกฎาคม) ไทยนำเข้าจากอิตาลีมีมูลค่า 1,821.04 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 6.58% เมื่อเทียบกับช่วง 7 เดือนแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,708.59 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) โดยสินค้านำเข้าที่สำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

| รายการ | มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | |
|-------------------------------------------------|---------------------------|----------|--------------|--------------|---------------------|--------------|--------------|
| | ปี 2564 | ปี 2565 | ม.ค.-ก.ค. 65 | ม.ค.-ก.ค. 66 | ปี 65/64 | ม.ค.-ก.ค. 66 | ม.ค.-ก.ค. 66 |
| 1. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ | 477.95 | 464.69 | 316.73 | 288.93 | -2.86 | 7.67 | -8.78 |
| 2. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด | 182.07 | 324.27 | 172.16 | 218.21 | 77.55 | 73.42 | 26.75 |
| 3. ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม | 138.69 | 114.85 | 62.70 | 110.63 | -17.19 | -13.40 | 76.44 |
| 4. เครื่องประดับอัญมณี | 115.35 | 163.81 | 92.28 | 105.28 | 42.02 | 52.15 | 14.09 |
| 5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ | 152.48 | 147.87 | 88.89 | 90.77 | -3.02 | 2.24 | 2.12 |
| 6. เคมีภัณฑ์ | 168.44 | 163.19 | 99.99 | 80.59 | -3.12 | 5.91 | -19.40 |
| 7. เสื้อผ้าสำเร็จรูป | 66.19 | 111.18 | 60.74 | 79.85 | 67.98 | 60.47 | 31.47 |
| 8. รองเท้า | 52.89 | 89.73 | 50.85 | 70.15 | 69.65 | 58.22 | 37.94 |
| 9. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ จักรยานยนต์และรถจักร | 71.67 | 91.13 | 54.01 | 56.65 | 27.15 | 15.57 | 4.90 |
| 10. ผลิตภัณฑ์โลหะ | 129.84 | 133.07 | 93.66 | 56.13 | 2.49 | 28.12 | -40.07 |
| รวม 10 รายการ | 1,555.58 | 1,802.37 | 1,092.01 | 1,157.20 | 15.86 | 21.76 | 5.97 |
| อื่น ๆ | 924.00 | 1,049.34 | 616.58 | 663.83 | 13.57 | 12.48 | 7.66 |
| รวมทั้งสิ้น | 2,479.57 | 2,851.70 | 1,708.59 | 1,821.04 | 15.01 | 18.24 | 6.58 |

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

3.4 การนำเข้าของอิตาลีจากทั่วโลก

ข้อมูลจาก Global Trade Atlas แสดงให้เห็นว่าช่วง 2 ไตรมาสแรก ปี 2566 (เดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน) อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลกมีมูลค่า 292,268.97 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -16.78% เมื่อเทียบกับช่วง 2 ไตรมาสแรก ปี 2565 (ที่มีมูลค่า 351,197.72 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) โดยประเทศที่อิตาลีนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ **เยอรมนี** มูลค่า 42,133.25 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (-16.79%) **จีน** มูลค่า 24,569.85 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (-20.80%) **ฝรั่งเศส** มูลค่า 21,378.47 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (-19.33%) **เนเธอร์แลนด์** มูลค่า 16,927.44 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (-15.00%) **สเปน** มูลค่า 15,269.42 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (-8.74%)

| ประเทศ | มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | |
|-------------------|---------------------------|------------|---------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|
| | ปี 2564 | ปี 2565 | ม.ค.-มิ.ย. 65 | ม.ค.-มิ.ย. 66 | ปี 65/64 | ม.ค.-มิ.ย. 65 | ม.ค.-มิ.ย. 66 |
| 1. เยอรมนี | 90,917.95 | 95,831.38 | 50,634.21 | 42,133.25 | 5.40 | 13.95 | -16.79 |
| 2. จีน | 45,564.11 | 60,455.58 | 31,021.70 | 24,569.85 | 32.68 | 45.33 | -20.80 |
| 3. ฝรั่งเศส | 46,160.05 | 51,107.21 | 26,499.92 | 21,378.47 | 10.72 | 16.77 | -19.33 |
| 4. เนเธอร์แลนด์ | 33,098.61 | 38,484.64 | 19,914.95 | 16,927.44 | 16.27 | 24.45 | -15.00 |
| 5. สเปน | 30,097.03 | 32,202.08 | 16,732.35 | 15,269.42 | 6.99 | 10.91 | -8.74 |
| 6. เบลเยียม | 24,839.15 | 26,934.36 | 13,877.33 | 11,930.50 | 8.44 | 11.06 | -14.09 |
| 7. สหรัฐอเมริกา | 18,697.06 | 26,147.88 | 13,008.13 | 11,293.09 | 39.85 | 35.97 | -13.18 |
| 8. สวิตเซอร์แลนด์ | 13,237.93 | 19,393.54 | 9,244.41 | 9,402.58 | 46.50 | 38.33 | 1.71 |
| 9. แอลจีเรีย | 7,287.71 | 18,958.49 | 6,984.02 | 7,886.94 | 160.14 | 112.91 | 12.93 |
| 10. โปแลนด์ | 14,804.77 | 14,294.08 | 7,616.56 | 7,054.52 | 95.77 | -0.84 | -7.38 |
| รวม 10 ประเทศ | 324,704.37 | 383,809.24 | 195,533.58 | 167,846.06 | 18.20 | 22.71 | -14.16 |
| อื่น ๆ | 242,637.30 | 305,369.06 | 155,664.14 | 124,422.91 | 25.85 | 39.22 | -20.07 |
| รวมทั้งสิ้น | 567,341.67 | 689,178.30 | 351,197.72 | 292,268.97 | 21.48 | 29.52 | -16.78 |

ที่มา: Global Trade Atlas

โดยประเทศคู่แข่งของไทยที่สำคัญในทวีปเอเชีย ได้แก่ **อินเดีย** (อันดับที่ 14) มูลค่า 4,864.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-8.98%) **เกาหลีใต้** (อันดับที่ 24) มูลค่า 3,021.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-6.22%) **ญี่ปุ่น** (อันดับที่ 26) มูลค่า 2,837.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-0.48%) **เวียดนาม** (อันดับที่ 31) มูลค่า 2,260.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-11.33%) **อินโดนีเซีย** (อันดับที่ 40) มูลค่า 1,496.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-16.25%) **ไต้หวัน** (อันดับที่ 41) มูลค่า 1,483.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-22.48%) และ **ไทย** อยู่ในอันดับที่ 45 มูลค่า 1,173.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-10.46%)

3.5 การนำเข้าของอิตาลีจากไทย

อิตาลีนำเข้าสินค้าจากไทย ช่วง 2 ไตรมาสแรก ปี 2566 (เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน) มีมูลค่า 1,173.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง -10.46% เมื่อเทียบกับช่วง 2 ไตรมาสแรก ปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,310.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยสินค้านำเข้าจากไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก มีดังนี้

| รายการ | มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ) | | | | อัตราการขยายตัว (%) | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------------|---------------|---------------|
| | ปี 2564 | ปี 2565 | ม.ค.- มิ.ย. 65 | ม.ค.-มิ.ย. 66 | ปี65/64 | ม.ค.-มิ.ย. 66 | ม.ค.-มิ.ย. 66 |
| 1. เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว (HS84) | 440.41 | 453.10 | 246.29 | 261.09 | 2.88 | -10.85 | 6.01 |
| 2. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (HS85) | 335.97 | 403.34 | 164.85 | 231.46 | 20.05 | -3.19 | 40.41 |
| 3. ยานบก และอุปกรณ์และส่วนประกอบ (HS87) | 260.52 | 258.97 | 148.96 | 131.68 | -0.60 | 8.04 | -11.60 |
| 4. ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง หินมีค่าหรือกึ่งมีค่า โลหะมีค่า โลหะหุ้มโลหะมีค่า ของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องประดับเทียม เหรียญกษาปณ์ (HS71) | 147.98 | 236.49 | 97.95 | 105.74 | 59.82 | 59.32 | 7.95 |
| 5. ผลิตภัณฑ์ยางและส่วนประกอบ (HS40) | 272.99 | 280.14 | 164.33 | 90.64 | 2.62 | 5.82 | -44.84 |
| รวม 5 รายการ | 1,457.87 | 1,632.04 | 822.38 | 820.61 | 11.95 | 2.64 | -0.22 |
| อื่น ๆ | 700.47 | 907.68 | 487.84 | 352.61 | 29.58 | 52.60 | -27.72 |
| รวมทั้งสิ้น | 2,158.34 | 2,539.72 | 1,310.22 | 1,173.22 | 17.67 | 16.89 | -10.46 |

ที่มา: Global Trade Atlas

โดยสินค้าส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรกของไทยที่อิตาลีนำเข้าจากประเทศคู่แข่งในทวีปเอเชีย ในปี 2566 (เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน) มีดังนี้

1) สินค้าเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 26,287.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-12.97%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 2) มีมูลค่า 4,307.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-22.00%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 9) มีมูลค่า 648.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-13.82%) **อินเดีย** (อันดับ 15) มีมูลค่า 393.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-5.51%) **ไต้หวัน** (อันดับ 20) มีมูลค่า 277.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-3.88%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 21) มีมูลค่า 267.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-6.84%) และ **ไทย** (อันดับ 22) มีมูลค่า 261.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+6.01%)

2) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 24,937.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-3.49%) นำเข้าจาก**จีน** (อันดับ 1) มีมูลค่า 6,040.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-8.48%) **อินเดีย** (อันดับ 9) มีมูลค่า 604.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+52.94%) **เวียดนาม** (อันดับ 13) มีมูลค่า 448.12 ล้านดอลลาร์

เหรียญสหรัฐ (-4.05%) **ไต้หวัน** (อันดับ 18) มีมูลค่า 263.75 ล้านเหรียญสหรัฐ (+12.51%) **ไทย** (อันดับ 21) มีมูลค่า 231.46 ล้านเหรียญสหรัฐ (+40.41%) และ **เกาหลีใต้** (อันดับ 22) มีมูลค่า 221.94 ล้านเหรียญสหรัฐ (-16.15%)

3) ยานบก และอุปกรณ์และส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 26,096.50 ล้านเหรียญสหรัฐ (+11.73%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 6) มีมูลค่า 1,217.12 ล้านเหรียญสหรัฐ (+4.21%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 9) มีมูลค่า 820.20 ล้านเหรียญสหรัฐ (+54.22%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 19) มีมูลค่า 239.90 ล้านเหรียญสหรัฐ (-23.28%) **ไต้หวัน** (อันดับ 21) มีมูลค่า 188.21 ล้านเหรียญสหรัฐ (-33.27%) **อินเดีย** (อันดับ 22) มีมูลค่า 176.51 ล้านเหรียญสหรัฐ (+8.07%) **ไทย** (อันดับ 25) มีมูลค่า 131.68 ล้านเหรียญสหรัฐ (-11.60%) และ **เวียดนาม** (อันดับ 24) มีมูลค่า 138.26 ล้านเหรียญสหรัฐ (-5.33%)

4) ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง หินมีค่าหรือกึ่งมีค่า โลหะมีค่า โลหะหุ้มโลหะมีค่า ของที่ทำด้วยของดังก้าว เครื่องประดับเทียม เหรียญกษาปณ์ นำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 8,255.99 ล้านเหรียญสหรัฐ (-10.00%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 11) มีมูลค่า 153.42 ล้านเหรียญสหรัฐ (-6.73%) **ฮ่องกง** (อันดับ 12) มีมูลค่า 133.76 ล้านเหรียญสหรัฐ (+168.85%) **อินเดีย** (อันดับ 13) มีมูลค่า 128.38 ล้านเหรียญสหรัฐ (-1.66%) **ไทย** (อันดับ 14) มีมูลค่า 105.74 ล้านเหรียญสหรัฐ (+7.95%) **สิงคโปร์** (อันดับ 16) มีมูลค่า 84.62 ล้านเหรียญสหรัฐ (+425.07%) และ **เวียดนาม** (อันดับ 20) มีมูลค่า 46.00 ล้านเหรียญสหรัฐ (+2.89%)

5) ผลิตภัณฑ์ยางและส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 2,904.80 ล้านเหรียญสหรัฐ (-16.04%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 2) มีมูลค่า 290.89 ล้านเหรียญสหรัฐ (-11.62%) **ไทย** (อันดับ 11) มีมูลค่า 90.64 ล้านเหรียญสหรัฐ (-44.84%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 12) มีมูลค่า 85.13 ล้านเหรียญสหรัฐ (-21.17%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 14) มีมูลค่า 71.42 ล้านเหรียญสหรัฐ (-15.63%) **อินเดีย** (อันดับ 15) มีมูลค่า 70.94 ล้านเหรียญสหรัฐ (-13.86%) และ **มาเลเซีย** (อันดับ 20) มีมูลค่า 42.52 ล้านเหรียญสหรัฐ (-64.52%)

4. การคาดการณ์ของสินค้า

ในปี 2565 ตลาดดิจิทัล (Digital market) ในอิตาลี ขยายตัวเพิ่มขึ้น +2.4% โดยมีมูลค่าการค้ารวม 77.1 พันล้านยูโร การคาดการณ์ของสมาคมด้านซอฟต์แวร์ ระบบ ICT และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของอิตาลี (Anitec – Assinform) แลงว่าสำหรับปี 2566 ตลาดดิจิทัลอิตาลีคาดว่าจะเติบโตที่ +3.1% และ ปี 2567 จะเติบโตที่ +4.3%

โลกเศรษฐกิจกำลังเข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ การตื่นตัวของธุรกิจแทบทุกอุตสาหกรรมต่างเร่งเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) เพื่อสร้างสินค้าและบริการแบบดิจิทัล (Digital commerce) ให้พร้อมเข้าสู่ธุรกิจยุคใหม่อย่างมั่นคง

ตลาดดิจิทัลในอิตาลีได้รับแรงผลักดันจากการเปลี่ยนแปลงหลายประการ ที่โดดเด่นได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Privacy) สื่อสารสนเทศของบริษัท (Data security) ที่เพิ่มมากขึ้นและการป้องกันการแฮ็กข้อมูล การโยกย้ายโครงสร้างพื้นฐานและแอปพลิเคชันไปยังคลาวด์ (cloud - ระบบที่เป็นตัวกลางไว้ควบคุมระบบอื่นๆ) การใช้โซลูชันที่เป็น

นวัตกรรมในการมีส่วนร่วมกับลูกค้า การใช้ข้อมูลล้ำสมัยจากการใช้งานระบบวิเคราะห์ข้อมูลของปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) เพื่อไปต่อยอดพัฒนาธุรกิจ

ปัจจัยที่ผลักดันการใช้งานระบบดิจิทัล (Digital Enablers) ได้แก่ การช่วยให้บริษัททุกขนาดสามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ คิดค้นผลิตภัณฑ์นวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงการผลิตและกระบวนการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ การสร้างแผนดำเนินการตามนโยบายความยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียน การช่วยคำนวณเพื่อลดของเหลือทิ้งรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการตามขั้นตอน ESG (Environmental, Social, Governance) และการช่วยประหยัดการใช้พลังงาน เป็นต้น เศรษฐกิจดิจิทัลที่เติบโตอย่างต่อเนื่องทำให้ Enablers มีบทบาทสำคัญในการช่วยธุรกิจแบบดั้งเดิมให้เข้าไปแข่งขันในตลาดมูลค่าสูงขึ้นได้ โดยผ่านโซลูชันออนไลน์ (Online Solutions)

การเติบโตที่สำคัญที่สุดในปี 2565 เกี่ยวข้องกับงานบริการด้าน ICT (บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์) คิดเป็นมูลค่า 14.8 พันล้านยูโร เพิ่มขึ้น +8.5% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริการ Cloud Computing (บริการที่ครอบคลุมถึงการประมวลผล หน่วยจัดเก็บข้อมูลของระบบออนไลน์ต่างๆ) และ Cybersecurity ผลการดำเนินงานเชิงบวกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของ ซอฟต์แวร์และโซลูชัน ICT ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น +6.2% คิดเป็นมูลค่า 8.6 พันล้านยูโร ส่วนตลาดที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์และระบบแสดงให้เห็นแนวโน้มการพลิกกลับที่ชัดเจนหลังจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2564 (-1%) และการบริการเครือข่ายช่องรายการโทรทัศน์แบบเรียกเก็บค่าธรรมเนียม (TLC - The Learning Channel) ขยายตัวในเชิงลบ (-2.7%)

ประเด็นสำคัญบางประการที่ยังคงเป็นปัญหาได้แก่ การขาดทักษะด้านดิจิทัลของคนรุ่นเก่าที่ไม่คุ้นเคยกับระบบและอุปกรณ์เหล่านี้ และความหลากหลายในการแพร่กระจายของเทคโนโลยีระหว่างพื้นที่ต่างๆ และระหว่างขนาดของบริษัท ในความเป็นจริง ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดบริษัทและค่าใช้จ่ายดิจิทัลเป็นเรื่องที่ชัดเจนแล้ว แนวโน้มการเติบโตของการลงทุนด้านดิจิทัล (Innovation capital) ขององค์กรอิตาลีขนาดเล็ก-กลางยังคงช้ากว่าองค์กรขนาดกลาง-ใหญ่ ดังนี้

- การลงทุน +2.5% สำหรับบริษัทขนาดเล็ก
- การลงทุน +4.1% สำหรับบริษัทขนาดกลาง
- การลงทุน +5.9% สำหรับบริษัทขนาดใหญ่

บริษัทขนาดใหญ่ที่มีพนักงานมากกว่า 250 คน เข้าถึงระดับพื้นฐานของการเปลี่ยนผ่านไปเป็นระบบดิจิทัลในสัดส่วน 97.1% ในขณะที่บริษัทขนาดเล็ก (คนทำงานระหว่าง 10 - 49 คน) เข้าถึงเพียง 67.5%

ตามข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (ISTAT) ในด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ บริษัทอิตาลีขนาดใหญ่ (45.1%) ได้ทำประกันอุบัติภัยด้านไอที (ค่าเฉลี่ยสหภาพยุโรป 44.6%) ขณะที่บริษัทขนาดเล็กมีสัดส่วนเพียง 14.4% (ค่าเฉลี่ยสหภาพยุโรป 22.6%)

การประมาณการสำหรับช่วงสามปี (พ.ศ. 2567-2569) มุ่งให้ความสำคัญที่การเติบโตที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น และตั้งอยู่บนสมมติฐานที่อัตราเงินเฟ้อสามารถส่งผลกระทบต่อได้น้อยที่สุด และใช้ทรัพยากรทางเศรษฐกิจได้แก่เงินสนับสนุนจากสหภาพยุโรปตามแผน PNRR (National Recovery and Resilience Plan) ที่มีการขอเงินทุนเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล และคาดว่า การเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปีของตลาดดิจิทัลจะอยู่ที่ 4.5% และมีมูลค่าเกือบ 92 พันล้านยูโร ในปี 2569

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า บริษัท หน่วยงานและสถาบันต่างๆ จะลงทุนในบริการ Cloud Computing เป็นหลัก (ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับขนาดด้านไอที สำหรับผู้ใช้ปลายทาง) ในแพลตฟอร์มความปลอดภัยทางไซเบอร์ (ที่ต้องเผชิญกับความเสียด้านไอทีที่ท้าทายและมากขึ้นเรื่อยๆ) ในโซลูชันการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (เพื่อจัดระบบและจัดการกับโครงสร้างด้านสินทรัพย์ข้อมูลของบริษัทและหน่วยงานสาธารณะ ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ขั้นสูงและการประเมินค่าข้อมูล รวมถึงโซลูชันของ AI)

จากรายงานล่าสุดเกี่ยวกับบริษัทสตาร์ทอัพ (Startup) และ SMEs (บริษัทขนาดกลาง-เล็ก) เติบโตเร็ว มีบริษัทจดทะเบียนในภาคธุรกิจ ICT เพิ่มขึ้น 0.12% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยมีจำนวนทั้งหมด 11,253 บริษัท แบ่งออกเป็น

- บริษัท SMEs ด้าน ICT จำนวน 1,436 ราย (+11.4% เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2565)
- บริษัทสตาร์ทอัพด้าน ICT จำนวน 9,817 ราย (-1.34% เทียบกับเดือนเมษายน 2565) โดยจำนวนทั้งหมด 7,997 ราย จัดเป็นบริษัท “ICT-digital”

ข้อมูลจากกรมจดทะเบียนธุรกิจของหอการค้าอิตาลีเปิดเผยว่าสตาร์ทอัพ และ SMEs เติบโตเร็ว ในภาค ICT ส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็ก โดยจำนวนมากกว่าสองในสามมีพนักงานไม่เกิน 4 คน ประมาณ 80% ของบริษัทเหล่านี้มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50,000 ยูโร และหนึ่งในสามมีมูลค่าการผลิตน้อยกว่า 100,000 ยูโร และดำเนินกิจกรรมหลักได้แก่

- โซลูชันดิจิทัล (12.7%)
- โซลูชัน IoT (12.5%) (Internet of Things หมายถึงเครือข่ายรวมของอุปกรณ์ที่เชื่อมต่อถึงกันและเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างอุปกรณ์กับระบบคลาวด์)
- ปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของเครื่องกล (11.3%)
- อุตสาหกรรม 4.0 (7.1%)
- แอปพลิเคชันมือถือ (6.7%)

ภาคส่วนอื่นๆที่มีศักยภาพทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ อีคอมเมิร์ซ ข้อมูลขนาดใหญ่และวิทยาศาสตร์ข้อมูล (big data & data science) บล็อกเชน (blockchain) ความปลอดภัยทางไซเบอร์ (cybersecurity) และสกุลเงินดิจิทัล (cripto)

5. ข้อคิดเห็นของ สศค.มิลาน

5.1 ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจยังส่งผลกระทบต่อทางเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อนที่ชาวอิตาลีส่วนมากจะเดินทางไปพักร้อน ก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน คนจำนวนไม่น้อยต้องยกเลิกแผนการพักผ่อน หรือเลือกลดระยะเวลาและจุดหมายปลายทางที่ถูกลง เพื่อลดค่าใช้จ่ายเนื่องจากราคาสินค้าและบริการพุ่งขึ้นสูง โดยเฉพาะราคาน้ำมันรถยนต์ ที่หลายบริษัทผู้ค้าน้ำมันได้แสวงหาผลประโยชน์เกินควรด้วยการขึ้นราคา เนื่องจากเป็นช่วงที่มีการเดินทางท่องเที่ยวมาก และความวิตกกังวลต่อความเป็นอยู่เนื่องจากสภาพแลดล่อมในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม ล้วนแต่มีความระส่ำระสาย ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาพฤติกรรมตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคให้ชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าให้ตรงตามสถานการณ์

5.2 บริษัทจำนวนมากได้รับผลกระทบจากการขึ้นดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหภาพยุโรป เพื่อแก้ไขปัญหาลักษณะเงินเฟ้อที่ยังคงสูงอยู่ ทำให้ต้องแบกรับภาระการชำระหนี้ และลดการกู้ยืมเพื่อการลงทุน การขาดสภาพคล่องทางการเงินจะดึงให้เศรษฐกิจไม่เติบโต ผู้ประกอบการควรศึกษาผลกระทบทางการเงิน เพื่อระมัดระวังการทำธุรกรรมทางกับธนาคารของผู้นำเข้า

5.3 ภัยธรรมชาติที่รุนแรงเกิดขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะ แผ่นดินไหว น้ำท่วมและโคลนถล่ม ที่สร้างความเสียหายอย่างมหาศาลแก่ทั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และอาคารเชิงพาณิชย์ หน่วยงานราชการก็ไม่สามารถรับมือได้ทันท่วงที เศรษฐกิจของหลายภาคส่วนต้องหยุดชะงักลง ผู้ประกอบการควรศึกษาความต้องการของสินค้าที่ถูกทำลายเสียหายจากภัยธรรมชาติ และกำลังเป็นที่ต้องการเพื่อนำมาซ่อมแซมและชดเชย

5.4 ปัญหาผู้ลี้ภัยทางทะเลที่พยายามหลบหนีเข้ามาทางเรืออย่างไม่ขาดสาย จากประเทศทางตอนเหนือของแอฟริกา ที่มีจำนวนการล่องไหลเข้ามาอิตาลีแทบทุกวัน มากกว่าทุกปีที่ผ่านมา จนอิตาลีไม่สามารถรองรับได้อีกต่อไป และยังเป็นประเด็นร้อนที่ถกเถียงกันในระดับสหภาพยุโรป แต่ก็หาวิธีแก้ปัญหาและข้อยูติไม่ได้โดยเด็ดขาด ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการที่ยูเครนถูกปิดทางออกทางทะเล ไม่สามารถส่งธัญพืชให้ประเทศทางแอฟริกาได้โดยสะดวก และสงครามภายในประเทศของหลายประเทศในแอฟริกาที่ยังทำให้ความยากจนเพิ่มขึ้น และผลักดันให้เกิดการลี้ภัยครั้งใหญ่

5.5 สถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนที่มีความยืดเยื้อ และส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจของอิตาลีไม่น้อย เนื่องจากอิตาลีเป็นฝ่ายสนับสนุนประเทศยูเครน และต้องส่งความช่วยเหลือต่างๆ รวมถึงการแบกรับปัญหาและภาระผู้ลี้ภัยสงครามชาวยูเครน การติดตามข่าวความเคลื่อนไหวนโยบายด้านสงคราม การเมือง และการค้าระหว่างประเทศของสหภาพยุโรปอย่างใกล้ชิด จึงสำคัญสำหรับผู้ส่งออกไทย

5.6 ผู้บริโภคอิตาลีหันมาใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น และเลือกซื้อเท่าที่จำเป็น ที่ราคาถูกลง หรือที่มีโปรโมชั่น สินค้านำเข้าที่ราคาสูงกว่าสินค้าท้องถิ่นจะตีตลาดได้ยากขึ้น เนื่องจากความวิตกกังวลในการใช้จ่ายสินค้าที่สามารถแข่งขันได้จึงต้องมีการนวัตกรรม คุณภาพสูง ราคาเข้าถึงได้ และต้องคำนึงถึงเรื่องความยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5.7 สินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน ยังสามารถทำตลาดได้ดี เช่น แผงโซลาร์พลังงานแสงอาทิตย์ (ที่ได้รับความเสียหายจำนวนมากจากลูกเห็บขนาดใหญ่ตก และลมพายุหมุน) รถยนต์และรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า บอยเลอร์ เครื่องปรับอากาศ (ชนิดปรับได้ทั้งความร้อนและเย็น) เป็นต้น ผู้ประกอบการไทยต้องศึกษากฎระเบียบสหภาพยุโรปอย่างละเอียด เนื่องจากมีข้อกำหนดของสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ในตลาดอิตาลีและยุโรปมีการปรับปรุงอยู่เสมอ

5.8 สินค้าอาหารที่แนวโน้มตลาดยังดี ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน อาหารแช่เย็นแช่แข็ง ผักและผลไม้แปรรูป ซอสปรุงรส อาหารแห้ง เครื่องดื่มและน้ำผลไม้ที่เพิ่มความสดชื่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยควรระมัดระวังความผันผวนของปัจจัยการส่งออกเสมอ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ราคาและระยะเวลาการขนส่ง ภาษีนำเข้า ฯลฯ รวมถึงควรวางแผนการค้ากับคู่ค้าและผู้นำเข้าในอิตาลีล่วงหน้าเป็นเวลานานและทำการค้าอย่างรอบคอบ