

# รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับอิตาลี

ประจำเดือนสิงหาคม 2566

## 1. สถานการณ์เศรษฐกิจอิตาลีโดยรวม

เศรษฐกิจสหภาพยุโรปยังคงเติบโตต่อเนื่องแม้ว่าจะมีตัวเร่งน้อยลงก็ตาม การเติบโตของ GDP ในสหภาพยุโรปช่วงฤดูร้อนเมื่อเทียบกับฤดูใบไม้ผลิ จากที่เคยคาดการณ์ไว้ที่ 1.0% จะลดลงมาอยู่ที่ 0.8% สำหรับปี 2566 และจาก 1.7% มาอยู่ที่ 1.4% ในปี 2567 ส่วนการเติบโตของสหภาพยุโรปที่คาดการณ์ไว้ตลอดปีอยู่ที่ 1.1% ลดลงเป็น 0.8% สำหรับปี 2566 และจาก 1.6% เป็น 1.3% สำหรับปี 2567

อัตราเงินเฟ้อจะยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราเงินเฟ้อ IPCA (harmonized index of consumer prices) ในสหภาพยุโรป ที่คาดการณ์ไว้สำหรับช่วงฤดูใบไม้ผลิจะอยู่ที่ 6.5% ในปี 2566 (เทียบกับ 6.7% ที่เคยคาดการณ์ไว้) และอยู่ที่ 3.2% ในปี 2567 (เทียบกับ 3.1% ที่เคยคาดการณ์ไว้) ส่วนอัตราเงินเฟ้อของสหภาพยุโรปจะอยู่ที่ 5.6% ในปี 2566 (เทียบกับ 5.8% ที่เคยคาดการณ์ไว้) และ 2.9% ในปี 2567 (เทียบกับ 2.8% ที่เคยคาดการณ์ไว้)

การเติบโตทางเศรษฐกิจในสหภาพยุโรปและอิตาลีในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 ชะลอตัว เนื่องจากผลกระทบจากปัจจัยหลักต่างๆ ได้แก่ อุปสงค์ภายในประเทศที่อ่อนแอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการบริโภค แสดงให้เห็นว่าราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่ที่พุ่งสูงขึ้นต่อเนื่องมายาวนานข้ามปี และยังคงเพิ่มขึ้นอีกต่อเนื่องกับสินค้าและบริการพื้นฐานที่จำเป็นบางรายการ กำลังส่งผลกระทบต่อชนชั้นกลางที่คาดไว้ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ แม้ว่าราคาลดลงแต่ก็มีความไม่แน่นอนสูง เนื่องจากเป็นตลาดเสรี ที่การขึ้นราคาของผู้ประกอบการมักเป็นไปตามสถานการณ์ราคาในตลาดโลก และการค้าที่รัฐบาลก็ไม่สามารถเข้ามาแทรกแซงได้มากนัก ตลาดแรงงานมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยมีอัตราการว่างงานต่ำ การขยายการจ้างงานมีอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับอัตราค่าจ้างที่เพิ่มขึ้นตามภาวะเงินเฟ้อ ในขณะที่ การชะลอตัวอย่างรวดเร็วในการขอสินเชื่อธนาคารเพื่อสร้างสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางยุโรปอย่างต่อเนื่อง กำลังส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ลดลงในช่วงฤดูร้อนและเดือนต่อไป ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ แม้ว่าช่วงฤดูร้อนที่ผ่านมาจะได้รับอานิสงส์อย่างมากจากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในหลายประเทศของยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอิตาลี ที่มีอากาศแบบเมดิเตอร์เรเนียน และมีโบราณสถานมากมาย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาในอิตาลีเพิ่มขึ้น (+3.6%) นักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกามากที่สุด (+17.3%) ดุลการค้าด้านการท่องเที่ยวของอิตาลีเกินดุล 2.9 พันล้านยูโร การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีมูลค่า 5.7 พันล้าน (+8%) ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,760 ยูโรต่อคน ชาวอเมริกันที่ใช้จ่ายระหว่าง 2000- 5000 ยูโร มีจำนวน 32.3%

โดยรวมแล้ว การชะลอตัวของการเติบโตในสหภาพยุโรปและอิตาลีคาดว่าจะยังคงมีอยู่ในปี 2567 และผลกระทบของนโยบายการเงินที่เข้มงวดคาดว่าจะยังคงส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม คาดว่าการเติบโตจะฟื้นตัวเล็กน้อยในปีหน้า อัตราเงินเฟ้อยังคงลดลงอย่างต่อเนื่อง ตลาดแรงงานยังคงแข็งแกร่ง รายได้ที่แท้จริงจะค่อยๆ ฟื้นตัวดีขึ้น และราคาวัตถุดิบที่ลดลงจะฟื้นฟูห่วงโซ่อุปทานให้เป็นปกติ

สงครามที่ดำเนินอยู่ระหว่างรัสเซียกับยูเครนยังก่อความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์โลก ก่อให้เกิดบรรยากาศของความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในทุกภาคส่วน นโยบายการเงินที่เข้มงวดขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่าที่คาดไว้ แต่ในทางกลับกันน่าจะส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อลดลงเร็วขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีความวิตกกังวลต่อสภาพภูมิอากาศที่เพิ่มขึ้นจากสภาพอากาศที่รุนแรง เช่น แผ่นดินไหว อัคคีภัย อุทกภัย โคลนถล่ม ที่เกิดขึ้นถี่และรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ และเป็นสิ่งที่คาดการณ์อย่างแม่นยำได้ยาก สร้างความเสียหายต่อผู้คน อสังหาริมทรัพย์ และเศรษฐกิจอย่างมหาศาล

## 2. ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

### 2.1 ดัชนีการบริโภค (Consumption index)

ข้อมูลของสมาพันธ์การค้าอิตาลี (Confcommercio) แสดงให้เห็นว่าในเดือนสิงหาคม 2566 ดัชนีการบริโภคโดยรวมลดลง -0.2% โดยดัชนีการบริโภกด้านบริการเพิ่มขึ้น +1.3% ส่วนดัชนีการบริโภกด้านสินค้าปรับตัวลดลง -1.1% เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

เดือนสิงหาคม 2566 สินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น มีดังนี้ หมวดโรงแรมและการทานอาหารนอกบ้าน เพิ่มขึ้น +0.3% ได้แก่ สถานประกอบการสาธารณะ (+0.7%) หมวดการเดินทาง ได้แก่ รถยนต์ส่วนบุคคล มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น (+16.3%) น้ำมันเชื้อเพลิง (-0.6%) ค่าโดยสารเครื่องบิน (+11.7%)

ส่วนสินค้าและบริการที่ลดลง มีดังนี้ หมวดสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับบ้าน (-0.2%) ได้แก่ ค่าไฟฟ้า (0.0%) เฟอร์นิเจอร์ ผ้าและสินค้าตกแต่งบ้าน (-0.7%) เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน โทรทัศน์และอุปกรณ์ (0.0%) หมวดสินค้าและบริการสำหรับดูแลส่วนบุคคล (-0.6%) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและรักษาโรค (-1.2%) หมวดสินค้าและบริการด้านสันทนาการ (-0.2%) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสันทนาการในเวลาว่าง (+12.7%) และ เกม ของเล่น อุปกรณ์กีฬาและการตั้งแคมป์ (+0.1%) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า (-0.6%) และสินค้าในหมวดอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (-2.7%) ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม (-3.0%) ยาสูบ (-0.9%) หมวดสินค้าและบริการด้านการสื่อสาร (-2.3%) เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

### 2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (Consumer and business confidence)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) รายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ในเดือนกันยายน 2566 ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ปรับตัวลดลงจาก 106.5 จุด มาอยู่ที่ 105.4 จุด ส่วนความเชื่อมั่นทางธุรกิจลดลงจาก 106.7 มาอยู่ที่ 104.9 จุด

ความเชื่อมั่นที่ลดลง ได้แก่ ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ ลดลงจาก 121.5 จุด มาอยู่ที่ 115.2 จุด ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จาก 101.4 จุด มาอยู่ที่ 100.2 จุด ความเชื่อมั่นต่ออนาคต ลดลงจาก 114.1 จุด มาอยู่ที่ 113.2 จุด ความเชื่อมั่นของภาคอุตสาหกรรมการผลิต ลดลงจาก 97.7 จุด มาอยู่ที่ 96.4 จุด ภาคธุรกิจบริการ ลดลงจาก 103.5 จุด มาอยู่ที่ 100.5 จุด ภาคธุรกิจค้าปลีก ลดลงจาก 108.7 จุด มาอยู่ที่ 107.3 จุด

ความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ความเชื่อมั่นส่วนบุคคล จาก 101.5 จุด มาอยู่ที่ 102.2 จุด ภาคธุรกิจก่อสร้าง จาก 160.2 จุด มาอยู่ที่ 160.9 จุด

### 2.3 ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขคาดการณ์ดัชนีราคาผู้บริโภค ในเดือนสิงหาคม 2566 ว่าเพิ่มขึ้น +0.3% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2566 และเพิ่มขึ้น +5.4% เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

ในเดือนสิงหาคม 2566 การเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาผู้บริโภคมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของราคาทั้งพลังงานที่ไม่ได้รับการควบคุม (+1.7%) และพลังงานที่มีการควบคุม (+1.1%) บริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (+1.2%) อาหารแปรรูป (+0.6%) สินค้าคงทน (+0.4%) และบริการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย (+0.3%) ผลกระทบเหล่านี้ได้รับการชดเชยเพียงบางส่วนจากการลดราคาอาหารไม่แปรรูป (-0.5%)

ในเดือนสิงหาคม 2566 อัตราเงินเฟ้อที่ชะลอลงมีสาเหตุหลักมาจากราคาพลังงานที่ไม่ได้ควบคุม (จาก +7.0% เป็น +5.7%) ภาคบริการด้านสินค้าการ วัฒนธรรม และการดูแลสุขภาพส่วนบุคคล (จาก +6.6% เป็น + 5.8%) อาหารไม่แปรรูป (จาก +10.4 % เป็น +9.2%) งานบริการที่เกี่ยวข้องกับขนส่ง (จาก +2.4% เป็น +1.2%) สินค้าคงทน (จาก +5.4% เป็น +4.6%) และที่ขึ้นราคาเล็กน้อยได้แก่ อาหารแปรรูป (จาก +10.5% เป็น +10.0%) ผลกระทบเหล่านี้ได้รับการชดเชยเพียงบางส่วนจากการขยายตัวปานกลางของราคาบริการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย (จาก +3.6% เป็น +3.9%) และจากราคาพลังงานควบคุมที่ลดลง (จาก -30.3% เป็น -29.6%)

#### **2.4 ดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Producers Price)**

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมว่า ในเดือนสิงหาคม 2566 เพิ่มขึ้น +0.5% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2566 (ที่ลดลง -10.2%) และลดลง -12.2% เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

ราคาตลาดในประเทศ (Domestic market) เดือนสิงหาคม 2566 ราคาเพิ่มขึ้นเล็กน้อย +0.7% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2566 (ที่ลดลง -13.8%) และลดลง -16.1% เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565 ราคาสินค้าพลังงานไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อน และเพิ่มขึ้น +0.6% เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

ส่วนราคาในตลาดต่างประเทศ (Non domestic market) เดือนสิงหาคม 2566 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย +0.1% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2566 (ราคาไม่เปลี่ยนแปลงในยูโรโซน และ +0.2% นอกยูโรโซน) ในขณะที่ เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565 (-0.5% ในยูโรโซน และ +0.6% นอกยูโรโซน)

ในเดือนสิงหาคม 2566 เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565 ดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและเครื่องประดับ (+6.0% ตลาดในประเทศ +4.4% นอกยูโรโซน) อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (+4.0% ตลาดในประเทศ +5.5% ในยูโรโซน และ +6.9% นอกยูโรโซน) และอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ การซ่อมแซมและติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ (+4.0% ตลาดในประเทศ +6.9% นอกยูโรโซน) ส่วนแนวโน้มที่ลดลงในทั้งสามตลาด ได้แก่ การถลุงโลหะและผลิตภัณฑ์โลหะ (-6.1% ตลาดในประเทศ -11.9% ในยูโรโซน และ -10.5% นอกยูโรโซน) ผลิตภัณฑ์เคมี (-7.2% ตลาดในประเทศ -5.3% ในยูโรโซน และ -6.8% นอกยูโรโซน) และอุตสาหกรรมไม้ กระดาษ และการพิมพ์ (-2.1% ตลาดในประเทศ -8.0% ในยูโรโซน และ -2.8% นอกยูโรโซน)

#### **2.5 ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Production)**

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขคาดการณ์ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรม ในเดือนกรกฎาคม 2566 ว่าลดลง -0.7% เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2566 ในขณะที่ ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรมช่วงสามเดือน (พฤษภาคม - กรกฎาคม) เพิ่มขึ้น +0.2% เมื่อเทียบกับสามเดือนก่อนหน้า

อุตสาหกรรมที่มีการเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าทุน (+1.5%) สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-0.5%) และสินค้าด้านพลังงาน (+3.7%) สินค้าทุน (-1.5%) ส่วนสินค้าอุปโภคบริโภคลดลง (-1.6%)

ในเดือนกรกฎาคม 2566 ดัชนีโดยรวมลดลง (-2.1%) เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคมปี 2565 มีเพียงสินค้าทุนเท่านั้นที่เติบโต (+3.0%) ในทางกลับกัน สินค้าอื่นๆลดลง ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค (-3.7%) สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-4.5%) และสินค้าด้านพลังงาน (-4.0%)

ภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการผลิตเติบโต ได้แก่ การผลิตรถยนต์ขนส่ง (+10.1%) ผลิตภัณฑ์ยา และการเตรียมยาขั้นพื้นฐาน (+5.8%) และการผลิตคอมพิวเตอร์และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ (+0.4 %) ส่วนอุตสาหกรรมที่มีการผลิตลดลง ได้แก่ อุตสาหกรรมไม้ กระดาษ และการพิมพ์ (-12.3%) อุตสาหกรรมการผลิตถ่านหินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมกลั่น (-10.8%) และอุตสาหกรรมเหมืองแร่ (-10.1%) เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม ปี 2565

## 2.6 การค้ากับประเทศนอกสหภาพยุโรป (27 ประเทศ) (Trade exchange with extra EU)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขการค้าระหว่างกลุ่มประเทศนอกสหภาพยุโรป (27 ประเทศ) ว่าในเดือนสิงหาคม 2566 การนำเข้าเพิ่มขึ้น +3.8% และการส่งออกเพิ่มขึ้น +7.1% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2566

มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นมาจากมูลค่าการจำหน่ายสินค้าพลังงานที่เพิ่มขึ้น (+49.5%) สินค้าทุน (+9.1%) และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่คงทน (+8.5%) การส่งออกสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป เพิ่มขึ้นเล็กน้อย (+0.6%) ในขณะที่การส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคคงทนลดลง (-4.8%) ส่วนในด้านการนำเข้า มีการเพิ่มขึ้นสำหรับทุกหมวดสินค้า ยกเว้นสินค้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-2.3%) การนำเข้าที่เพิ่มขึ้นสูงมากที่สุด ได้แก่สินค้าพลังงาน (+12.1%) และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่คงทน (+5.2%)

ในไตรมาสเดือนมิถุนายน-สิงหาคม 2566 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า การส่งออกขยายตัว +1.3% การส่งออกเพิ่มขึ้นเกี่ยวข้องกับทุกหมวดสินค้า ยกเว้นสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-2.8%) ในช่วงเวลาเดียวกัน การนำเข้าลดลง -5.7% มาจากการนำเข้าสินค้าพลังงานที่ลดลง (-9.4%) และสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-8.5%)

ในเดือนสิงหาคม 2566 การส่งออกมีการเติบโตที่ 8.8% (-6.7% ในเดือนกรกฎาคม) โดยได้แรงหนุนจากการส่งออกสินค้าทุนที่เพิ่มขึ้น (+27.6%) และสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่คงทน (+8.6%) การนำเข้าหดตัวลงมาก (-32.7%) มาจากการนำเข้าลดลงของสินค้าพลังงาน (-52.2%) และสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-27.7%) เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

ในเดือนสิงหาคม 2566 ดุลการค้ากับประเทศนอกสหภาพยุโรป (27 ประเทศ) เป็นบวก และมีมูลค่าเท่ากับ +3,061 ล้านยูโร (-7,762 ล้านยูโร ในเดือนสิงหาคม 2565) การขาดดุลสินค้าพลังงาน (-5,095 ล้านยูโร) มากกว่าครึ่งหนึ่งเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (-11,837 ล้านยูโร) ในขณะที่การเกินดุลในการค้าผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลังงาน มีมูลค่าเท่ากับ +8,156 ล้านยูโร ค่อนข้างสูงและเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565 (+4,075 ล้าน)

ในเดือนสิงหาคม 2566 การส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา (+34.0%) ญี่ปุ่น (+16.3%) กลุ่มประเทศ OPEC (+14.7%) และสวิตเซอร์แลนด์ (+8.1%) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปยังสหราชอาณาจักร (-10.1%) จีน (-9.4%) และตุรกี (-9.0%) ลดลง เมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2565

ในเดือนสิงหาคม 2566 การนำเข้ามีการหดตัวจากประเทศคู่ค้าหลักนอกสหภาพยุโรป (27 ประเทศ) ยกเว้นสหราชอาณาจักร (+14.6%) การนำเข้าจากรัสเซียมีแนวโน้มลดลงมากที่สุด (-90.6%) นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าลดลงอย่างเห็นได้ชัดจากประเทศในกลุ่มอาเซียน (-38.4%) ประเทศ MERCOSUR (-35.3%) ประเทศ OPEC (-33.7%) และจีน (-32.0%)

## 2.7 การค้าปลีก (Retail Trade)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) รายงานการค้าปลีกว่า ในเดือนกรกฎาคม 2566 ว่าตลาดการค้าปลีกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.4% แต่ปริมาณลดลง -0.2%) โดยการค้าปลีกสินค้าอุปโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.1% และปริมาณลดลง -0.4%) ส่วนการค้าปลีกสินค้าบริโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.8% ส่วนปริมาณลดลง -0.2%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2566

เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2565 การค้าปลีกมีความผันแปร (มีมูลค่าเพิ่มขึ้น +2.7% แต่ปริมาณลดลง -4.5%) โดยการค้าปลีกสินค้าบริโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +5.6% แต่ปริมาณลดลง -4.7% ในขณะที่การค้าปลีกสินค้าอุปโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.5% แต่ปริมาณลดลง -4.3%) สินค้าอุปโภคที่เพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ น้ำหอมและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (+7.5%) ส่วนที่ลดลงได้แก่ เครื่องใช้ในครัวเรือน วิทยุ โทรทัศน์ และเครื่องบันทึกเทป (-4.7%) และอุปกรณ์สำหรับไอที โทรคมนาคม โทรศัพท์ (-3.6%)

มูลค่าการค้าขายปลีกเพิ่มขึ้นในช่องทางกระจายสินค้าขนาดใหญ่ (+5.5%) การค้าปลีกนอกร้านค้า เช่น ตลาดนัด งานเทศกาล ฯลฯ (+2.3%) การค้าปลีกผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ (+2.0%) ในขณะที่การค้าปลีกของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบนพื้นที่ขนาดเล็กลดลง (-0.1%)

## 3. สถานการณ์การค้าไทย - อิตาลี

ช่วง 8 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนสิงหาคม) การค้าไทย-โลก มีมูลค่าทั้งสิ้น 383,111.65 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -5.14% ไทยส่งออกสินค้าไปทั่วโลกมีมูลค่า 187,593.11 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -4.52% ไทยนำเข้าจากทั่วโลกมีมูลค่า 195,518.55 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลง -5.72% ไทยเสียเปรียบดุลการค้า -7,925.44 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเท่ากับ +27.35% เมื่อเทียบกับช่วง 8 เดือนแรกของปี 2565

### 3.1 การค้าไทย - อิตาลี

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)			
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.-ส.ค.65	ม.ค.-ส.ค.66	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.-ส.ค.65	ม.ค.-ส.ค. 66
มูลค่าการค้า	4,330.19	4,899.28	3,356.90	3,531.74	20.49	13.14	15.81	5.21
การส่งออก	1,850.62	2,047.58	1,391.60	1,446.78	29.63	10.64	12.20	3.97
การนำเข้า	2,479.57	2,851.70	1,965.30	2,084.96	14.47	15.01	18.51	6.09
ดุลการค้า	-628.95	-804.13	-573.70	-638.18	14.83	-27.85	-37.27	-11.24

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

ช่วง 8 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนสิงหาคม) การค้าระหว่างไทย-อิตาลี มีมูลค่า 3,531.74 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +5.21% แบ่งเป็นการส่งออกมูลค่า 1,446.78 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น +3.97% และการนำเข้ามูลค่า 2,084.96 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น +6.09% ไทยขาดดุลการค้ากับอิตาลี คิดเป็นมูลค่า 638.18 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเท่ากับ -11.24% เมื่อเทียบกับ 8 เดือนแรกของปี 2565

### 3.2 การส่งออกของไทยไปอิตาลี

ช่วง 8 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนสิงหาคม) การส่งออกของไทยไปอิตาลีมีมูลค่า 1,446.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 3.97% เมื่อเทียบกับช่วง 8 เดือนแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,391.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)		
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.-ส.ค. 65	ม.ค.-ส.ค. 66	ปี 65/64	ม.ค.-ส.ค. 65	ม.ค.-ส.ค. 66
1. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	199.80	227.15	157.70	186.46	13.69	8.13	18.24
2. อัญมณีและเครื่องประดับ	126.67	211.28	122.05	174.48	66.80	74.38	42.96
3. หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ	96.53	132.78	78.88	136.18	37.56	19.28	72.64
4. ผลิตภัณฑ์ยาง	140.53	128.42	92.34	86.30	-8.62	-4.16	-6.54
5. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	182.27	144.38	97.36	84.82	-20.79	-21.43	-12.88
6. อาหารสัตว์เลี้ยง	138.21	166.83	133.87	74.79	20.71	46.05	-44.14
7. รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	86.76	73.19	44.94	62.63	-15.65	-20.77	39.37
8. ปลาหมึก มีชีวิต สด แช่เย็น แช่แข็ง	80.38	91.98	67.69	56.61	14.42	21.43	-16.36
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	59.59	91.16	60.88	55.03	53.00	40.86	-9.61
10. เครื่องนุ่งห่ม	41.18	40.76	23.51	41.34	-1.03	-18.30	75.81
รวม 10 รายการ	1,151.93	1,307.93	879.23	958.64	13.54	12.96	9.03
อื่น ๆ	698.69	739.65	512.37	488.14	5.86	10.91	-4.73
รวมทั้งสิ้น	1,850.62	2,047.58	1,391.60	1,446.78	10.64	12.20	3.97

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

### 3.3 การนำเข้าของไทยจากอิตาลี

ช่วง 8 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนสิงหาคม) ไทยนำเข้าจากอิตาลีมีมูลค่า 2,084.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 6.09% เมื่อเทียบกับช่วง 8 เดือนแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,965.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) โดยสินค้านำเข้าที่สำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)		
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.- ส.ค. 65	ม.ค.-ส.ค. 66	ปี 65/64	ม.ค.-ส.ค. 65	ม.ค.-ส.ค. 66
1. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	477.95	464.69	350.15	335.46	-2.86	4.28	-4.20
2. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	182.07	324.27	203.85	251.13	77.55	93.47	23.19
3. ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	138.69	114.85	73.53	124.12	-17.19	-14.88	68.80
4. เครื่องประดับอัญมณี	115.35	163.81	106.63	119.60	42.02	53.57	12.16
5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	152.48	147.87	102.53	104.58	-3.02	2.91	2.01
6. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	66.19	111.18	70.43	91.43	67.98	69.51	29.81
7. เคมีภัณฑ์	168.44	163.19	120.43	90.93	-3.12	4.42	-24.50
8. รองเท้า	52.89	89.73	58.96	79.49	69.65	71.73	34.81
9. ส่วนประกอบและอุปกรณ์จักรยานยนต์และรถจักร	71.67	91.13	63.05	63.05	27.15	21.08	0.00
10. ผลิตภัณฑ์โลหะ	129.84	133.07	103.63	62.29	2.49	23.78	-39.89
รวม 10 รายการ	1,555.58	1,802.37	1,253.21	1,322.09	15.86	22.43	5.50
อื่น ๆ	924.00	1,049.34	712.08	762.87	13.57	12.20	7.13
รวมทั้งสิ้น	2,479.57	2,851.70	1,965.30	2,084.96	15.01	18.51	6.09

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

### 3.4 การนำเข้าของอิตาลีจากทั่วโลก

ข้อมูลจาก Global Trade Atlas แสดงให้เห็นว่าช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม – เดือนกรกฎาคม) อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลกมีมูลค่า 357,871.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง -12.85% เมื่อเทียบกับช่วง 7 เดือนแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 410,619.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) โดยประเทศที่อิตาลีนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ **เยอรมนี** มูลค่า 50,681.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-12.40%) **จีน** มูลค่า 31,022.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-15.67%) **ฝรั่งเศส** มูลค่า 26,218.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-14.98%) **เนเธอร์แลนด์** มูลค่า 20,344.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-12.00%) **สเปน** มูลค่า 18,522.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-4.57%)

ประเทศ	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. เยอรมนี	90,917.95	95,831.38	57,853.02	50,681.41	5.40	10.74	-12.40
2. จีน	45,564.11	60,455.58	36,788.91	31,022.80	32.68	47.00	-15.67
3. ฝรั่งเศส	46,160.05	51,107.21	30,838.28	26,218.86	10.72	15.40	-14.98
4. เนเธอร์แลนด์	33,098.61	38,484.64	23,118.70	20,344.60	16.27	22.82	-12.00
5. สเปน	30,097.03	32,202.08	19,409.52	18,522.96	6.99	8.87	-4.57
6. เบลเยียม	24,839.15	26,934.36	16,033.44	14,646.53	8.44	10.76	-8.65
7. สหรัฐอเมริกา	18,697.06	26,147.88	15,128.63	14,495.04	39.85	33.57	-4.19
8. สวิตเซอร์แลนด์	13,237.93	19,393.54	11,337.26	11,946.90	46.50	43.58	5.38
9. แอลจีเรีย	7,287.71	18,958.49	8,470.37	9,340.36	160.14	118.37	10.27
10. โปแลนด์	14,804.77	14,924.08	8,760.56	8,606.99	0.81	-1.67	-1.75
รวม 10 ประเทศ	321,704.37	384,439.24	227,738.69	205,826.45	19.50	21.70	-9.62
อื่น ๆ	245,637.30	304,739.06	182,880.91	152,045.06	24.06	37.49	-16.86
รวมทั้งสิ้น	567,341.67	689,178.30	410,619.60	357,871.51	21.48	28.26	-12.85

ที่มา: Global Trade Atlas

โดยประเทศคู่แข่งของไทยที่สำคัญในทวีปเอเชีย ได้แก่ **อินเดีย** (อันดับที่ 14) มูลค่า 6,256.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-2.21%) **เกาหลีใต้** (อันดับที่ 22) มูลค่า 3,866.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-0.19%) **ญี่ปุ่น** (อันดับที่ 24) มูลค่า 3,604.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+9.38%) **เวียดนาม** (อันดับที่ 30) มูลค่า 3,034.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+1.32%) **ไต้หวัน** (อันดับที่ 39) มูลค่า 1,880.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-17.02%) **อินโดนีเซีย** (อันดับที่ 41) มูลค่า 1,763.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-13.39%) และ **ไทย** อยู่ในอันดับที่ 44 มูลค่า 1,499.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-0.53%)

### 3.5 การนำเข้าของอิตาลีจากไทย

อิตาลีนำเข้าสินค้าจากไทย ช่วง 7 เดือนแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม – เดือนกรกฎาคม) มีมูลค่า 1,499.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง -0.53% เมื่อเทียบกับช่วง 7 เดือนแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,507.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) โดยสินค้านำเข้าจากไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก มีดังนี้



รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)		
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.-ก.ค. 65	ม.ค.-ก.ค. 66	ปี65/64	ม.ค.-ก.ค. 65	ม.ค.-ก.ค. 66
1. เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว (HS84)	440.41	453.10	275.05	323.81	2.88	-12.21	17.72
2. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (HS85)	335.97	403.34	197.25	310.79	20.05	-0.54	57.56
3. ยานบก และอุปกรณ์และส่วนประกอบ (HS87)	260.52	258.97	164.20	157.20	-0.60	1.93	-4.27
4. ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง หินมีค่าหรืออัญมณีมีค่า โลหะมีค่า โลหะหุ้มโลหะมีค่า ของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องประดับเทียม เหริยญูษาปณ์ (HS71)	147.98	236.49	113.35	149.49	59.82	56.01	31.88
5. ผลิตภัณฑ์ยางและส่วนประกอบ (HS40)	272.99	280.14	188.35	115.70	2.62	6.90	-38.57
<b>รวม 5 รายการ</b>	<b>1,457.87</b>	<b>1,632.04</b>	<b>1,876.40</b>	<b>1,056.99</b>	<b>11.95</b>	<b>104.50</b>	<b>-43.67</b>
อื่น ๆ	700.47	907.68	368.64	442.79	29.58	-4.94	20.11
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>2,158.34</b>	<b>2,539.72</b>	<b>1,507.76</b>	<b>1,499.78</b>	<b>17.67</b>	<b>15.50</b>	<b>-0.53</b>

ที่มา: Global Trade Atlas

โดยสินค้าส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรกของไทยที่อิตาลีนำเข้าจากประเทศคู่แข่งในทวีปเอเชียในปี 2566 (เดือนมกราคม - เดือนกรกฎาคม) มีดังนี้

1) สินค้าเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 32,520.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-6.52%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 2) มีมูลค่า 5,336.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-16.12%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 10) มีมูลค่า 807.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-6.70%) **อินเดีย** (อันดับ 15) มีมูลค่า 500.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+4.91%) **ไต้หวัน** (อันดับ 20) มีมูลค่า 357.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+3.65%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 21) มีมูลค่า 336.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+3.74%) และ **ไทย** (อันดับ 22) มีมูลค่า 323.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+17.72%)

2) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 30,584.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+2.14%) นำเข้าจาก**จีน** (อันดับ 1) มีมูลค่า 7,412.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-4.12%) **อินเดีย** (อันดับ 9) มีมูลค่า 725.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+53.23%) **เวียดนาม** (อันดับ 13) มีมูลค่า 575.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+6.46%) **ไต้หวัน** (อันดับ 19) มีมูลค่า 325.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+15.18%) **ไทย** (อันดับ 21) มีมูลค่า 310.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+57.56%) และ **เกาหลีใต้** (อันดับ 23) มีมูลค่า 271.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-12.53%)

3) ยานบก และอุปกรณ์และส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 32,545.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+21.55%) นำเข้าจาก**จีน** (อันดับ 6) มีมูลค่า 1,597.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+18.02%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 10) มีมูลค่า 1,029.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+69.52%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 18) มีมูลค่า 387.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+8.71%) **ไต้หวัน** (อันดับ 21) มีมูลค่า 228.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-30.23%) **อินเดีย** (อันดับ 22) มีมูลค่า 214.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+10.38%) **เวียดนาม** (อันดับ 24) มีมูลค่า 167.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+0.78%) และ **ไทย** (อันดับ 25) มีมูลค่า 157.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-4.27%)



4) ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง หินมีค่าหรือกึ่งมีค่า โลหะมีค่า โลหะหุ้มโลหะมีค่า ของที่ทำด้วยของดังกกล่าว เครื่องประดับเทียม เหริยญาษาปณ์ นำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 10,271.17 ล้านเหรียญสหรัฐ (-3.68%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 11) มีมูลค่า 194.29 ล้านเหรียญสหรัฐ (-7.88%) **อินเดีย** (อันดับ 12) มีมูลค่า 163.51 ล้านเหรียญสหรัฐ (+8.57%) **ฮ่องกง** (อันดับ 13) มีมูลค่า 159.51 ล้านเหรียญสหรัฐ (+136.22%) **ไทย** (อันดับ 14) มีมูลค่า 149.49 ล้านเหรียญสหรัฐ (+31.88%) **สิงคโปร์** (อันดับ 16) มีมูลค่า 100.89 ล้านเหรียญสหรัฐ (+485.71%) และ **เวียดนาม** (อันดับ 19) มีมูลค่า 57.50 ล้านเหรียญสหรัฐ (+14.19%)

5) ผลิตภัณฑ์ยางและส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 3,566.14 ล้านเหรียญสหรัฐ (-10.86%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 2) มีมูลค่า 380.32 ล้านเหรียญสหรัฐ (-3.16%) **ไทย** (อันดับ 11) มีมูลค่า 115.70 ล้านเหรียญสหรัฐ (-38.57%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 12) มีมูลค่า 115.19 ล้านเหรียญสหรัฐ (-9.76%) **อินเดีย** (อันดับ 14) มีมูลค่า 89.40 ล้านเหรียญสหรัฐ (-5.75%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 15) มีมูลค่า 86.84 ล้านเหรียญสหรัฐ (-14.47%) และ **มาเลเซีย** (อันดับ 18) มีมูลค่า 54.10 ล้านเหรียญสหรัฐ (-60.19%)

#### 4. การคาดการณ์ของสินค้า

เครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆในโลกและในอิตาลี เขตการผลิตที่ใหญ่ที่สุดอยู่ที่แคว้นลอมบาร์เดีย ซึ่งมีความโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิตอื่นๆ เพราะมีการลงทุนมากกว่าสองเท่าโดยเฉลี่ยในการวิจัยและพัฒนา ดังนั้นจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมสูง ที่มีการทดลองสิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ แม้กระทั่งในด้านการชำระเงิน ที่เป็นหนึ่งในกลุ่มแรกๆที่ใช้บริการฟินเทค (Fintech) แบบ BNPL (Buy Now Pay Later) สำหรับธุรกิจ B2B

คำว่า Fintech เป็นคำที่มาจากการรวมคำว่า Finance (Fin) และ Technology (Tech) เป็นรูปแบบการใช้เครื่องมือดิจิทัลในภาคการเงิน การใช้บริการ Fintech สำหรับภาคส่วนต่างในอิตาลี ได้แก่ การชำระเงินมือถือ การชำระเงินแบบ P2P แชทบอท (Chatbot) การบริหารการออมของครอบครัว การถอนเงินแบบไร้บัตร การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร เป็นต้น

เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลเป็นตลาดขนาดใหญ่ ในปี 2566 ตลาดทั่วโลกมีมูลค่า 571.10 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยมูลค่า 27.5% จะมาจากช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ ตลาดโลกจะยังคงเติบโตต่อไปเฉลี่ย +3.8% ต่อปี จนถึงปี 2570 แนวโน้มที่ดูเหมือนไม่หยุดยั้งเนื่องจากปัจจัยหลักบางประการ ประการแรกคือตลาดระบายสินค้าที่ใหญ่ที่สุดยังคงเป็นสหรัฐอเมริกา (มูลค่า 91.41 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2566) ประการที่สองคือการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น K-beauty มีมูลค่า 10.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 9% ต่อปี จนถึงปี 2570 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเกาหลีที่ได้รับแรงบันดาลใจจากลัทธิขงจื้อ ซึ่งให้แนวคิดความจำเป็นต้องดูแลตัวเอง และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากส่วนผสมและกระบวนการทางธรรมชาติ เช่น เมื่อกหอยทาก พืชของผึ้ง สารสกัดจากปลาดาว หน้ากากอนามัยทำจากผ้า ล้วนเป็นความคิดที่ผลิตในเกาหลี เป็นต้น

เครื่องสำอางและการดูแลส่วนบุคคลเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญสำหรับอิตาลี ปริมาณ 67% ของเครื่องสำอางที่ส่งออกไปยังยุโรปมาจากผู้ผลิตในแคว้นลอมบาเดียที่มีหนาแน่นระหว่างเมืองมิลาน เมืองบริอานซ่า (Brianza) เมืองแบร์กาโม (Bergamo) และ เมืองเครมา (Crema) สำหรับการรับผลิตให้กับแบรนด์ต่างๆ มากมาย ที่มีชื่อเสียงได้แก่ Estée Lauder, Dior, Chanel, Lancôme และ Helena Rubinstein เฉพาะเขตอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอางดังกล่าว เป็นที่ตั้งของบริษัทอิตาลีประมาณ 500 แห่ง มีมูลค่าการค้ารวมกัน 10.5 พันล้านยูโร การส่งออกคิดเป็น 80% ของการส่งออกเครื่องสำอางทั้งหมด ส่วนการลงทุนในการค้นคว้าและวิจัยนวัตกรรมคิดเป็น 6% ของมูลค่าการค้า โดยบริษัทผู้ผลิตชั้นนำบางรายลงทุนด้านการค้นคว้าและวิจัยสูงถึง 15% ของมูลค่าการค้า ขณะที่อุตสาหกรรมอื่นๆ จะลงทุนสำหรับการค้นคว้าและวิจัยเฉลี่ยที่ 3% ของมูลค่าการค้า เช่น บริษัทเครื่องสำอาง Intercos ที่ใหญ่ที่สุดของมิลาน โดยมีผลประกอบการ 673 ล้านยูโร ในปี 2564 และโรงงาน 16 แห่งทั่วโลก และประกอบด้วยบริษัทขนาดเล็กจำนวนมากที่ทำงานเป็นซัพพลายเออร์หรือบ่อยครั้งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าอีกด้วย

เนื่องจากเป็นภาคส่วนที่มีอัตราการนวัตกรรมที่สูงมาก จึงเป็นหนึ่งในกลุ่มแรกๆ ที่นำแนวทางการจำหน่ายแบบหลากหลายช่องทาง (Omnichannel) และอีคอมเมิร์ซมาใช้อย่างแพร่หลาย โดยได้รับการตอบสนองความพึงพอใจอย่างมากจากความต้องการของตลาด ในความเป็นจริง ผลการสำรวจโดยสมาคมฯ Cosmetics Italia และบริษัทวิจัยตลาด Netcomm พบว่าในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา ผู้ซื้อเครื่องสำอางออนไลน์เพิ่มขึ้นเกือบ 17 ล้านราย (+103%) รวมทั้งสิ้นมีมากกว่า 33 ล้านราย โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ซื้อประจำถึง 23 ล้านราย

การซื้อเพื่อความงามเป็นหนึ่งในประเภทที่เรียกว่าการซื้อจากความพึงพอใจตามอารมณ์ วิธีการซื้อแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (เครื่องมือจ่ายผ่อนชำระออนไลน์) มีผู้นิยมใช้มากที่สุด ในปี 2565 ชาวอิตาลีจำนวน 56% ซื้อสินค้าแฟชั่นและเสื้อผ้า จำนวน 34% ซื้อผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิดีโอเกมหรือซอฟต์แวร์ และจำนวน 26% สำหรับผลิตภัณฑ์ความงามและเครื่องสำอาง

แม้ว่าธุรกิจแบบ B2B จะไม่ได้ถูกกำหนดด้วยเหตุผลทางความพึงพอใจหรืออารมณ์เหมือนธุรกิจ B2C แต่การใช้วิธีการชำระเงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Buy Now Pay later) ยังคงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการเพิ่มยอดขายและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ มากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการใช้ระบบการชำระเงินแบบใหม่เป็นทางเลือกในการทำธุรกิจ เนื่องจาก ต้องประสบกับปัญหาเงินเพื่อและอัตราดอกเบี้ยที่สูง ผู้ค้าปลีกเพียง 37% เท่านั้น ที่มั่นใจเกี่ยวกับกระแสเงินสดในอนาคตอันใกล้ ส่วนใหญ่ต้องพยายามแข่งขันเพื่อรักษาส่วนแบ่งผู้ซื้อ สร้างความพึงพอใจกับสินค้าที่ยั่งยืนในราคาที่เอื้อถึง สร้างประสิทธิภาพและระมัดระวังในการรักษาสภาพคล่อง

แนวทางการชำระเงินแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (BNPL) ที่สร้างขึ้นสำหรับ B2B และ B2C เช่น Opyn Pay later สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ช่วยให้ผู้ค้าสามารถเพิ่มและลดความซับซ้อนในการขาย ปรับปรุงกระแสเงินสด ลดต้นทุนการบริหาร และความเสี่ยงในการชำระเงินคงค้าง ในขณะที่เดียวกันก็เสนอบริการผ่อนชำระทางดิจิทัลแก่ผู้ซื้อที่ยืดหยุ่นถึง 100%

เครื่องมือ Fintech อย่าง Opyn Pay later คืออนาคตของการชำระเงินเพื่อส่งเสริมและเพิ่มยอดขาย เนื่องจากการค้ามีการแข่งขันสูงและพัฒนาตัวอย่างรวดเร็ว จำเป็นจะต้องมีชุดเครื่องมือทางการชำระเงินหลายรูปแบบให้ผู้ค้าเลือก และในตัวเลือกที่จะเสนอให้กับลูกค้าก็ต้องมีรูปแบบซื้อก่อนจ่ายทีหลัง

## 5. ข้อคิดเห็นของ สศต.มิลาน

5.1 ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจยังคงมีต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคอิตาลีหันมาใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น และเลือกซื้อเท่าที่จำเป็น ราคาถูกลง หรือที่มีโปรโมชั่นสินค้าที่สามารถแข่งขันได้จึงต้องมีนวัตกรรม คุณภาพสูง ราคาเข้าถึงได้ และต้องคำนึงถึงเรื่องความยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาพฤติกรรมตลาดและกำลังซื้อของผู้บริโภคให้ชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าให้ตรงตามสถานการณ์

5.2 ปัญหาเงินเฟ้อ ที่ทำให้ราคาสินค้าและบริการพุ่งขึ้นสูงเมื่อปีที่ผ่านมา แม้ในปีนี้ความพยายามของธนาคารกลางสหภาพยุโรปในการใช้มาตรการขึ้นดอกเบี้ยเพื่อลดเงินเฟ้อ ก็สามารถทำให้เงินเฟ้อลดลงอย่างช้าๆ แต่ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่น่าพอใจของธนาคารกลางสหภาพยุโรป ราคาที่พุ่งขึ้นสูงก็ยังไม่สามารถลดลงมากนัก แม้เงินเฟ้อเริ่มปรับลดลงก็ตาม ยังบั่นทอนกำลังซื้อและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และชะลอการลงทุนของภาคอุตสาหกรรม

5.3 ปัญหาภาคการธนาคารและการลงทุน การประกาศขึ้นดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหภาพยุโรป ซึ่งการขึ้นครั้งล่าสุดเมื่อต้นเดือนกันยายน ทำให้อัตราดอกเบี้ยสูงเป็น 4.25% มีผลต่อการชะลอตัวของการค้าและการลงทุน ทำให้อิตาลีเริ่มหันมาพึ่งพาตัวเองมากขึ้น และหาซัพพลายเออร์ภายในสหภาพยุโรป ที่มีค่าแรงถูกกว่า เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการนำเข้าข้ามทวีป ที่มีค่าใช้จ่ายด้านขนส่ง ภาษีนำเข้า และระยะเวลารอสินค้าที่นานกว่า ผู้ประกอบการควรศึกษาผลกระทบทางการเงิน เพื่อระมัดระวังการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้นำเข้า

5.4 รัฐบาลอิตาลีมุ่งส่งเสริมการส่งออกสินค้า Made in Italy และเริ่มหาซัพพลายเออร์และพันธมิตรทางการค้าในประเทศที่เล็กลง ที่ไม่มีข้อขัดแย้งทางการเมืองและสังคมในระดับที่รุนแรง ประเทศไทยก็ประเทศเป้าหมายที่นักลงทุนอิตาลีให้ความสนใจ

5.5 ปัญหาราคาพลังงานพุ่งสูง และไม่มีทีท่าว่าจะลดลงมากนัก เนื่องจากอิตาลียังต้องพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศ โดยเฉพาะก๊าซธรรมชาติและน้ำมัน ในขณะเดียวกัน รัฐบาลได้ความพยายามเร่งพัฒนาแหล่งพลังงานหมุนเวียน ที่ยังต้องใช้เวลาและการลงทุนที่สูง เพื่อสร้างความปลอดภัยในด้านพลังงาน แม้ว่าพลังงานหมุนเวียนจะยังมีราคาสูงอยู่ แต่เป็นพลังงานในอนาคตที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ การลงทุนติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อผลิตพลังงานแสงอาทิตย์จะเป็นการลงทุนที่มหาศาล และจะเป็นพลังงานหมุนเวียนที่ใช้มากที่สุด

5.6 ปัญหาผู้อพยพลี้ภัยสงครามและความยากจน ที่หลบหนีเข้ามาทางทะเล ที่นับวันจะไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากมีจำนวนมากและหลั่งไหลเข้ามาไม่ขาดสาย แม้ว่าจะมีการเจรจาหลายรอบจากประเทศต้นทางอพยพที่ทวีปแอฟริกาก็ตาม หรือความพยายามผลักดันให้เป็นการแก้ปัญหาของสหภาพยุโรปโดยรวม แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ ประเทศที่มีชายแดนติดต่อกับอิตาลีต่างเริ่มเข้มงวดในการตรวจคนเข้าเมืองตามด่านต่างๆ เป็นปัญหาที่กำลังกระทบต่อเศรษฐกิจ เนื่องจากต้องรับภาระให้ที่อยู่อาศัยและเลี้ยงดู ประกอบกับปัญหาอาชญากรรมจากผู้อพยพที่หลบหนีไปได้

5.7 ปัญหาสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ซึ่งยืดเยื้อและไม่มีความหวังจะสิ้นสุดในระยะเวลาอันสั้น ส่งผลต่อการรับรู้และผู้ลี้ภัยสงครามชาวยูเครน การจัดงบประมาณด้านการทหาร และความช่วยเหลือต่างๆแก่ยูเครน เนื่องจากอิตาลีเป็นฝ่ายสนับสนุนประเทศยูเครน ผู้ส่งออกไทยควรติดตามข่าวความเคลื่อนไหวนโยบายด้านสงคราม การเมือง และการค้าระหว่างประเทศของสหภาพยุโรปอย่างใกล้ชิด

5.8 ภัยธรรมชาติที่รุนแรงเกิดขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะ แผ่นดินไหว น้ำท่วมและโคลนถล่ม ที่สร้างความเสียหายอย่างมหาศาลแก่ทั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และอาคารเชิงพาณิชย์ หน่วยงานราชการก็ไม่สามารถรับมือได้ทันทั่วทั้ง เศรษฐกิจของหลายภาคส่วนต้องหยุดชะงักลง ผู้ประกอบการควรศึกษาความต้องการของสินค้าที่ถูกทำลายเสียหายจากภัยธรรมชาติ และกำลังเป็นที่ต้องการเพื่อนำมาซ่อมแซมและชดเชย

5.9 สินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน ยังสามารถทำตลาดได้ดี เช่น แผงโซลาร์พลังงานแสงอาทิตย์ รถยนต์และรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า บอยเลอร์ เครื่องปรับอากาศ (ชนิดปรับได้ทั้งความร้อนและเย็น) เป็นต้น ผู้ประกอบการไทยต้องศึกษากฎระเบียบสหภาพยุโรปอย่างละเอียด เนื่องจากมีข้อกำหนดของสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ในตลาดอิตาลีและยุโรปมีการปรับปรุงอยู่เสมอ

5.10 สินค้าอาหารที่แนวโน้มตลาดยังดี ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน อาหารแช่เย็นแช่แข็ง ผักและผลไม้แปรรูป ซอสปรุงรส อาหารแห้ง เครื่องดื่มและน้ำผลไม้ที่เพิ่มความสดชื่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยควรระมัดระวังความผันผวนของปัจจัยการส่งออกเสมอ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินราคาและระยะเวลาการขนส่ง ภาษีนำเข้า ฯลฯ รวมถึงควรวางแผนการค้ากับคู่ค้าและผู้นำเข้าในอิตาลีล่วงหน้าเป็นเวลานานและทำการค้าอย่างรอบคอบ

---

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน  
กันยายน 2566