

รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าระหว่างไทยกับอิตาลี

ประจำเดือนมิถุนายน 2566

1. สถานการณ์เศรษฐกิจอิตาลีโดยรวม

สัญญาณของความอ่อนแอของเศรษฐกิจอิตาลีก่อตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมและการก่อสร้าง ที่มีการเติบโตที่เปราะบางมากขึ้น ถึงแม้ว่า GDP ของอิตาลีในไตรมาสแรกของปี 2566 จะขยายตัวเพิ่มขึ้น +0.6% และคาดการณ์ว่าจะยังเติบโตอยู่ที่ +0.9% สำหรับปีนี้ ปัจจัยบวก ได้แก่ ภาคบริการที่ยังมีแนวโน้มดีในระดับปานกลาง ราคาก๊าซธรรมชาติยังทรงตัวอยู่ในระดับปกติ การจ้างงานมีเพิ่มขึ้น (+0.2% ในเดือนเมษายน) ที่ช่วยกระตุ้นรายได้ภาคครัวเรือนทั้งหมด อย่างไรก็ตามอัตราเงินเฟ้อที่ลดลงอย่างเชื่องช้าและอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารกลางสหภาพยุโรป (ECB) ประกาศขึ้นเพื่อกดดันค่าเงินเพื่อที่ยังคงสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ กำลังกดดันกำลังซื้อของผู้บริโภคและการลงทุนในภาคธุรกิจ ในขณะที่ตลาดโลกซบเซาส่งผลให้การส่งออกของอิตาลีเริ่มชะลอตัวลงเช่นกัน จากที่ขยายตัวในเดือนแรกๆของปี โดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปที่กำลังประสบกับสถานการณ์เศรษฐกิจถดถอย

อัตราเงินเฟ้อของอิตาลีกำลังลดลงเรื่อยๆ ในเดือนพฤษภาคม 2566 อยู่ที่ +7.6% (+8.2% เดือนพฤษภาคมปีก่อน) เนื่องจากราคาก๊าซลดลง (30 ยูโร/mwh) ราคาพลังงานชะลอตัว (+11.5%) ราคาสินค้าบริโภคก็ยิ่งเพิ่มขึ้น (+11.4%) แต่จะค่อยๆชะลอตัวลงในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าเนื่องจากราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มไม่เพิ่มขึ้นอีก ราคาสินค้าและบริการเริ่มคงที่ อยู่ที่ +4.8% (จาก +4.9% เดือนพฤษภาคมปีก่อน) และหลังจากเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในหลายเดือนที่ผ่านมา รัฐบาลได้ออกบัตรสวัสดิการสังคม Dedicata a te สำหรับช่วยผู้มีรายได้น้อย ด้วยการสนับสนุนเงินจำนวนขั้นต่ำตั้งแต่ 380 ยูโรต่อเดือน (และอาจเพิ่มขึ้น ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆด้วย เช่น จำนวนบุตร คนชรา คนพิการ ฯลฯ ที่ต้องรับภาระในครอบครัว) ให้แก่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 ยูโรต่อปี

ดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารกลางอิตาลีเพิ่มขึ้นอีกในเดือนเมษายน อยู่ที่ 4.52% สถานการณ์ทางการเงินที่ย่ำแย่มากขึ้นจากความเข้มงวดในการอนุมัติเงินกู้และดอกเบี้ยที่สูงขึ้น กำลังกดดันการขอเงินลงทุนอย่างรวดเร็ว (-1.9% ในเดือนเมษายน) เหตุผลหลักมาจากการประกาศขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหภาพยุโรปอย่างต่อเนื่องเพื่อสกัดกั้นเงินเฟ้อ จากอัตราดอกเบี้ยที่ 4.00% ในเดือนมิถุนายน และเพิ่งประกาศเพิ่มขึ้นอีก +0.25% ในอาทิตย์สุดท้ายของเดือนกรกฎาคม กลายเป็น 4.25% ที่จะทำให้ธนาคารกลางในอิตาลีขึ้นดอกเบี้ยตาม จึงกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ ที่ต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยที่สูงขึ้นมากและชะลอการลงทุนโดยหลีกเลี่ยงการกู้ ทำให้อุตสาหกรรมขาดสภาพคล่องเงินลงทุนหมุนเวียน ในส่วนของภาคครัวเรือน การขอเงินกู้เพื่อซื้อบ้านและสินค้าคงทนราคาสูง (รถยนต์ เครื่องซักผ้า มือถือ เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ) ต้องเลื่อนออกไป และส่งผลอย่างมากต่อภาคการก่อสร้าง (-3.8% ในเดือนเมษายน) และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่ราคาบ้านและอาคารพาณิชย์หดตัวลง เนื่องจากความต้องการซื้อที่ลดลง

ภาคบริการมีแนวโน้มดีที่สุด โดยเพิ่มขึ้น +17.3% และภาคธุรกิจที่เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจ ได้แก่ ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งในเดือนเมษายนเพิ่มขึ้น +30.7% เมื่อเทียบกับเดือนเมษายนปี 2565 ในแง่ของค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสามารถกลับมาอยู่ในระดับที่สูงกว่าปีก่อนล็อกดาวน์โควิด-19 (ปี 2562)

ภาคอุตสาหกรรมกำลังสูญเสียกำลังการผลิต ในเดือนเมษายนการผลิตลดลง -1.9% ซึ่งเป็นการหดตัวติดต่อกันสี่เดือนแล้ว ในไตรมาสแรกของปี 2566 การลงทุนอ่อนแอลง ความตั้งใจของบริษัทเกี่ยวกับการใช้จ่ายด้านการลงทุนในอีก 6 เดือนข้างหน้าคาดว่าจะลดลง บริษัทขอสินเชื่อเพื่อใช้ในการลงทุนน้อยลง การ

ผลิตสินค้าทุนในอิตาลีลดลงอย่างมากในเดือนเมษายน (-2.1%) แต่ความเติบโตอาจจะมีในบางอุตสาหกรรม ในช่วงปลายปี โดยเฉพาะการฟื้นฟูสภาพภูมิประเทศในภูมิภาคที่มีความเสี่ยงต่อภัยธรรมชาติสูง เนื่องจากสหภาพยุโรปได้อนุมัติเงินช่วยเหลือให้อิตาลีแล้วเมื่อสิ้นเดือนกรกฎาคม ตามแผนฟื้นฟู PNRR (National Recovery and Resilience Plan) ส่วนที่ 3 เป็นเงิน 18.5 พันล้านยูโร

ความต้องการสินค้าของตลาดต่างประเทศก็ลดลงเช่นกัน ทั้งในตลาดสหภาพยุโรปและตลาดนอก สหภาพยุโรป การส่งออกสินค้าของอิตาลีมีมูลค่าลดลงตั้งแต่เดือนมีนาคม (-2.3%) และเมษายน (-1.7%) เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา และลดลง (-1.1%) เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2565

สัญญาณการชะลอตัวของยูโรโซน หลังจากไตรมาสแรกของปี 2566 GDP ลดลง -0.1% และผลผลิตภาคอุตสาหกรรมลดลงเล็กน้อย (-0.2%) และคาดว่าจะมีแนวโน้มเชิงลบในไตรมาสที่สอง ผลการดำเนินงานของบริษัทและอุตสาหกรรมแย่งในเดือนเมษายนและพฤษภาคม สืบเนื่องจากอุปสงค์ที่ชะลอตัว ในเดือนพฤษภาคม ภาคบริการก็เริ่มเสื่อมถอยเช่นกัน ความเชื่อมั่นภาคครัวเรือนยังคงทรงตัว แต่ยังต่ำกว่าระดับก่อนเกิดโรคระบาด

2. ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

2.1 ดัชนีการบริโภค (Consumption index)

ข้อมูลของสมาพันธ์การค้าอิตาลี (Confcommercio) แสดงให้เห็นว่าในเดือนมิถุนายน 2566 ดัชนีการบริโภคโดยรวมลดลง -0.6% โดยดัชนีการบริโภกด้านบริการเพิ่มขึ้น +1.5% ส่วนดัชนีการบริโภกด้านสินค้าปรับตัวลดลง -1.5% เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565

เดือนมิถุนายน 2566 สินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น มีดังนี้ หมวดโรงแรมและการทานอาหารนอกบ้าน (+0.6%) หมวดการเดินทาง ได้แก่ รถยนต์ส่วนบุคคล มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น (+4.0%) น้ำมันเชื้อเพลิง (-0.2%) ค่าโดยสารเครื่องบิน (+12.7%)

ส่วนสินค้าและบริการที่ลดลง มีดังนี้ หมวดสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับบ้าน (-2.8%) ได้แก่ ค่าไฟฟ้า (-9.4%) เฟอร์นิเจอร์ ผ้าและสินค้าตกแต่งบ้าน (-3.4%) เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน โทรทัศน์และอุปกรณ์ (-1.2%) หมวดสินค้าและบริการสำหรับผู้ดูแลส่วนบุคคล (-0.1%) หมวดสินค้าและบริการด้านสันทนาการ (-0.5%) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสันทนาการในเวลาว่าง (+7.1%) และ เกม ของเล่น อุปกรณ์กีฬา และการตั้งแคมป์ (-2.4%) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า (-1.6%) และสินค้าในหมวดอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (-1.8%) หมวดสินค้าและบริการด้านการสื่อสาร (-0.1%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565

2.2 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (Consumer and business confidence)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) รายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ในเดือนกรกฎาคม 2566 ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงจาก 108.6 จุด มาอยู่ที่ 106.7 จุด ส่วนความเชื่อมั่นทางธุรกิจปรับเพิ่มขึ้นจาก 108.2 มาอยู่ที่ 109.1

ความเชื่อมั่นที่ลดลง ได้แก่ ความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ลดลงจาก 127.6 จุด มาอยู่ที่ 123.4 จุด ความเชื่อมั่นต่ออนาคต ลดลงจาก 118.4 จุด มาอยู่ที่ 115.0 จุด ความเชื่อมั่นส่วนบุคคล ลดลงจาก 102.2 จุด มาอยู่ที่ 101.1 จุด ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ลดลงจาก 102.0 จุด มาอยู่ที่ 101.0 จุด ความเชื่อมั่นของภาคอุตสาหกรรมการผลิต ลดลงจาก 100.2 จุด มาอยู่ที่ 99.3 จุด

ความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ภาคธุรกิจบริการ เพิ่มขึ้นจาก 103.7 จุด มาอยู่ที่ 105.6 จุด ภาคธุรกิจค้าปลีก เพิ่มขึ้นจาก 110.5 จุด มาอยู่ที่ 111.2 จุด ภาคธุรกิจก่อสร้าง เพิ่มขึ้นจาก 162.5 จุด มาอยู่ที่ 166.5 จุด

2.3 ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขคาดการณ์ดัชนีราคาผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566 โดยดัชนีราคาผู้บริโภคเพิ่มขึ้น +0.1% เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2566 และเพิ่มขึ้น +6.0% เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2565

ดัชนีราคาผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นได้แก่ อาหารแปรรูป (+0.9%) บริการสั้นทางการ วัฒนธรรมและการดูแลสุขภาพส่วนบุคคล (+0.4%) และบริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (+0.4%) สินค้าไม่คงทน (+0.3%) และบริการต่างๆ (+0.3%) ผลกระทบเหล่านี้ถูกชดเชยบางส่วนจากการลดลงของราคาพลังงาน ทั้งที่มีการควบคุม (-1.5%) และไม่มี การควบคุม (-1.3%) อาหารที่ไม่ผ่านการแปรรูป (-0.8%) และยาสูบ (-0.6%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2566

การชะลอตัวของอัตราเงินเฟ้อมีสาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของราคาบริการที่เกี่ยวข้องกับภาคการขนส่ง (จาก +4.7% เป็น +2.4%) ของสินค้าพลังงานที่ไม่ได้ควบคุม (จาก +8.4% เป็น +7.0%) และในระดับที่น้อยกว่าได้แก่ อาหารแปรรูป (จาก +11.5% เป็น +10.9%) สินค้าที่ซื้อบ่อย (จาก +5.7% เป็น +5.6%) สินค้าอื่นๆ (จาก +4.8% เป็น +4.6%) บริการต่างๆ (จาก +2.9% เป็น +2.7%) และยาสูบ (จาก +2.5% เป็น +1.9%) ผลกระทบยังก่อความตึงเครียดในราคาที่ยังไม่แปรรูป (จาก +9.4% เป็น +10.4%) และบริการที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย (จาก +3.5% เป็น +3.6%) เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2565

2.4 ดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Producers Price)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) รายงานดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรม ในเดือน พฤษภาคม 2566 ลดลง -2.3% เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2566 และลดลง -4.3% เมื่อเทียบกับเดือน พฤษภาคม 2565

ราคาตลาดในประเทศ (Domestic market) เดือนพฤษภาคม 2566 ราคาตลาดลง -3.1% เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2566 (ที่ลดลง -3.5%) และลดลง -6.8 เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565 ในภาคพลังงาน ราคาพลังงานลดลง -0.5% เมื่อเทียบกับเดือนก่อน และเพิ่มขึ้น +2.8 เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565 (ในขณะที่เดือนเมษายน 2565 เพิ่มขึ้น +4.4%)

ส่วนราคาในตลาดต่างประเทศ (Non domestic market) เดือนพฤษภาคม 2566 แทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา (-0.2% ในยูโรโซน และ +0.2% นอกยูโรโซน) ในขณะที่ ราคาเพิ่มขึ้น +2.1% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565 (+1.3% ในยูโรโซน และ +2.7% นอกยูโรโซน)

ในเดือนพฤษภาคม 2566 เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565 ดัชนีราคาผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และแว่นตา (+7.1% ในยูโรโซน และ +11.6% นอกยูโรโซน) อุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องหนังและเครื่องประดับ (+8.5% ตลาดในประเทศ) อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ (+7.3% ตลาดในประเทศ +7.5% ในยูโรโซน และ +8.2% นอกยูโรโซน) และยานพาหนะขนส่ง (+7.9% นอกยูโรโซน) ส่วนแนวโน้มที่ลดลงในทั้งสามตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ถ่านหิน และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมกลั่น (-15.8% ตลาดในประเทศ -2.8% ในยูโรโซน และ -17.7% นอกยูโรโซน) การถลุง โลหะและผลิตภัณฑ์โลหะ (-6.3% ตลาดในประเทศ -11.7% ในยูโรโซน และ -9.1% นอกยูโรโซน) สำหรับตลาดภายในประเทศ แนวโน้มราคาที่ลดลง ได้แก่ การขุดเจาะ (-45.6%) และการจัดหาพลังงานไฟฟ้าและก๊าซธรรมชาติ (-27.4%)

2.5 ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรม (Industrial Production)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขคาดการณ์ว่า ในเดือนพฤษภาคม 2566 ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น +1.6% เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2566 ในขณะที่ดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรมสามเดือน (มีนาคม-พฤษภาคม) ลดลง -1.8% เมื่อเทียบกับสามเดือนก่อนหน้า

อุตสาหกรรมที่มีการเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าทุน (+1.4%) สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (+1.2%) สินค้าอุปโภคบริโภค (+1.1%) และสินค้าด้านพลังงาน (+0.1%) ในระดับเล็กน้อย

ในเดือนพฤษภาคม 2566 ดัชนีโดยรวมลดลง -3.7% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคมปี 2565 มีเพียงสินค้าทุนเท่านั้นที่เติบโต (+2.1%) ในทางกลับกัน สินค้าอื่น ๆ ลดลง ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค (-4.2%) สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (-7.4%) และสินค้าด้านพลังงาน (-8.5%) โดยภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการผลิตเติบโต ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาและการเตรียมยาขั้นพื้นฐาน (+8.9%) การผลิตรถยนต์ขนส่ง (+8.4%) และการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (+5.1%) ส่วนอุตสาหกรรมที่มีการผลิตลดลง ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตถ่านหินและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมกลั่น (-19.0%) อุตสาหกรรมไม้ กระดาษ และการพิมพ์ (-15.8%) และ อุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้า เครื่องหนังและเครื่องประดับตกแต่งแฟชั่น (-10.3%) เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคมปี 2565

2.6 การค้ากับประเทศนอกสหภาพยุโรป (Trade exchange with extra EU)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) แสดงตัวเลขการค้าระหว่างกลุ่มประเทศนอกสหภาพยุโรปว่าในเดือนมิถุนายน 2566 การนำเข้าลดลง -14.6% ส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้น +0.4% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2566 การส่งออกที่เพิ่มขึ้นมาจากมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค (+11.8%) สินค้าไม่คงทน (+1.0%) และสินค้าพลังงาน (+7.1%) ในทางกลับกัน การส่งออกที่ลดลงได้แก่ สินค้าทุน (-1.6%) สินค้าชิ้นกลาง (-1.3%) ส่วนการนำเข้าที่ลดลงมาจากการหดตัวของการนำเข้าสินค้าทุน (-22.3%) และสินค้าไม่คงทน (+18.7%)

โดยเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565 การส่งออกมีการเติบโต +2.7% สำหรับสินค้าส่งออกที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคที่คงทน (+15.6%) สินค้าทุน (+15.5%) และสินค้าไม่คงทน (+5.0%) และ ส่วนการนำเข้ามีแนวโน้มลดลง -41.1% สาเหตุหลักมาจากการนำเข้าพลังงานที่ลดลง (-54.8%) และสินค้าชิ้นกลาง (-39.0%)

ในเดือนมิถุนายน 2566 ดุลการค้ากับประเทศนอกสหภาพยุโรป 27 เป็นบวก มีมูลค่าเท่ากับ +9,445 ล้านยูโร (-3,009 ล้านยูโร ในเดือนมิถุนายน 2565) การขาดดุลพลังงาน (-4,156 ล้านยูโร) ลดลงมากกว่าครึ่งหนึ่งเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (-9,303 ล้านยูโร) ในขณะที่การค้าผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่พลังงานเกินดุล +13,602 ล้านยูโร มีมูลค่าสูงและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565 (+6,294 ล้านยูโร)

การส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ MERCOSUR เพิ่มขึ้น (+13.3%) กลุ่มประเทศอาเซียน (+12.4%) สวิตเซอร์แลนด์ (+9.7%) กลุ่มประเทศ OPEC (+8.0%) สหรัฐอเมริกา (+6.9%) และญี่ปุ่น (+6.8%) ในทางกลับกัน การส่งออกไปยังตุรกี (-18.5%) จีน (-6.9%) และสหราชอาณาจักร (-2.9%) ลดลง เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565

ส่วนการนำเข้าจากประเทศคู่ค้าหลักนอกสหภาพยุโรป 27 ประเทศ มีแนวโน้มลดลง การนำเข้าจากรัสเซียหดตัวมากที่สุด (-90.3%) นอกจากนี้การนำเข้าลดลงอย่างชัดเจนจากประเทศในอาเซียน (-47.8%) เช่น จีน (-42.3%) กลุ่มประเทศ OPEC (-41.6%) และสหรัฐอเมริกา (-40.1%) เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2565

2.7 การค้าปลีก (Retail Trade)

สำนักงานสถิติแห่งชาติอิตาลี (Istat) รายงานการค้าปลีกในเดือนพฤษภาคม 2566 ว่า ตลาดการค้าปลีกเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.7% และปริมาณเพิ่มขึ้น +0.2%) โดยการค้าปลีกสินค้าอุปโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +1.1% และปริมาณเพิ่มขึ้น +0.7%) ส่วนการค้าปลีกสินค้าบริโภค (มูลค่าเพิ่มขึ้น +0.2% ส่วนปริมาณลดลง -0.5%) เมื่อเทียบกับเดือนเมษายน 2566

ในเดือนพฤษภาคม 2566 การค้าปลีกมีความผันแปร (มีมูลค่าเพิ่มขึ้น +3.0% แต่ปริมาณลดลง -4.7%) โดยการค้าปลีกสินค้าบริโภค มูลค่าเพิ่มขึ้น +7.7% แต่ปริมาณลดลง -3.8% ในขณะที่ การค้าปลีกสินค้าอุปโภค มูลค่าลดลง -0.6% และปริมาณก็ลดลงเช่นกัน -5.2% เมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2565

สินค้าอุปโภคที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ น้ำหอมและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (+6.6%) อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรคมนาคม และโทรศัพท์ (+6.0%) ในขณะที่ สินค้าอุปโภคที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัดที่สุดคือกลุ่มเครื่องหนัง ได้แก่ รองเท้า กระเป๋า อุปกรณ์เครื่องหนัง และสินค้าสำหรับเดินทาง (-9.0%) เสื้อผ้าและขนสัตว์ (-3.8%)

ส่วนมูลค่าการค้าขายปลีกเพิ่มขึ้นในช่องทางกระจายสินค้าขนาดใหญ่ (+6.5%) การค้านอก ร้านค้า เช่น ตลาดนัด งานเทศกาล ฯลฯ (+0.9%) และผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ (+1.5%) ในขณะที่ มูลค่าการค้าปลีกลดลงสำหรับร้านค้าขนาดเล็ก (-0.6%)

3. สถานการณ์การค้าไทย - อิตาลี

ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน) การค้าไทย-โลก มีมูลค่าทั้งสิ้น 288,648.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง -4.44% ไทยส่งออกสินค้าไปทั่วโลกมีมูลค่า 141,170.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง -5.38% ไทยนำเข้าจากทั่วโลกมีมูลค่า 147,477.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง -3.52% ไทยเสียเปรียบดุลการค้า -6,307.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับ -72.29% เมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565

3.1 การค้าไทย - อิตาลี

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)			
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.-มิ.ย.65	ม.ค.-มิ.ย.66	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.-มิ.ย.65	ม.ค.-มิ.ย. 66
มูลค่าการค้า	4,330.19	4,908.00	2,546.16	2,727.23	20.49	13.14	14.19	7.11
การส่งออก	1,850.62	2,047.58	1,072.13	1,149.72	29.63	10.64	9.49	7.24
การนำเข้า	2,479.57	2,851.70	1,474.02	1,577.51	14.47	15.01	17.87	7.02
ดุลการค้า	-628.95	-804.13	-401.89	-427.80	14.83	-27.85	-48.13	-6.45

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน) การค้าระหว่างไทย-อิตาลี มีมูลค่า 2,727.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +7.11% การส่งออกมีมูลค่า 1,149.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +7.24% และการนำเข้ามีมูลค่า 1,577.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น +7.02% ไทยขาดดุลการค้ากับอิตาลี คิดเป็นมูลค่า 427.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเท่ากับ -6.45% เมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565

3.2 การส่งออกของไทยไปอิตาลี

ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน) การส่งออกของไทยไปอิตาลีมีมูลค่า 1,149.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 7.24% เมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,072.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) สินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

รายการ	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. เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	199.80	227.15	119.74	174.70	13.69	-7.85	45.91
2. อัญมณีและเครื่องประดับ	126.67	211.28	94.60	138.33	66.80	82.36	46.23
3. หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ	96.53	132.78	55.48	101.58	37.56	5.07	83.11
4. ผลิตภัณฑ์ยาง	140.53	128.42	72.60	65.54	-8.64	-0.84	-9.73
5. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	182.27	144.38	71.70	65.05	-20.79	-27.68	-9.27
6. อาหารสัตว์เลี้ยง	138.21	166.83	108.80	55.60	20.71	53.92	-48.90
7. ปลาหมึก มีชีวิต สด แช่เย็น แช่แข็ง	80.38	91.98	54.59	49.39	14.42	28.37	-9.52
8. รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	86.76	73.19	37.26	47.70	-15.65	-24.32	28.03
9. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	59.59	91.16	49.30	38.08	53.00	48.11	-22.75
10. เครื่องนุ่งห่ม	41.18	40.76	17.35	31.45	-1.03	-26.91	81.21
รวม 10 รายการ	1,151.93	1,307.93	681.41	767.42	13.54	8.78	12.62
อื่น ๆ	698.69	739.65	390.72	382.30	5.86	10.76	-2.16
รวมทั้งสิ้น	1,850.62	2,047.58	1,072.13	1,149.72	10.64	9.49	7.24

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

3.3 การนำเข้าของไทยจากอิตาลี

ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 (เดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน) ไทยนำเข้าจากอิตาลีมีมูลค่า 1,577.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 7.02% เมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 (ที่มีมูลค่า 1,474.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) โดยสินค้านำเข้าที่สำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)		
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.- มิ.ย. 65	ม.ค.-มิ.ย. 66	ปี 65/64	ม.ค.-มิ.ย. 66	ม.ค.-มิ.ย. 66
1. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	477.95	464.69	281.58	243.22	-2.86	13.50	-13.62
2. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	182.07	324.27	144.65	188.43	77.55	64.35	30.27
3. ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	138.69	114.85	53.09	94.97	-17.19	-12.14	78.87
4. เครื่องประดับอัญมณี	115.35	163.81	80.19	89.74	42.02	55.21	11.91
5. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	152.48	147.87	74.59	80.05	-3.02	-1.07	7.31
6. เคมีภัณฑ์	168.44	163.19	86.96	70.02	-3.12	3.63	-19.48
7. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	66.19	111.18	51.14	68.42	67.98	53.42	33.80
8. รองเท้า	52.89	89.73	43.29	61.31	69.65	53.50	41.63
9. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ จักรยานยนต์และรถจักร	71.67	91.13	46.16	50.85	27.15	16.23	10.16
10. ผลิตภัณฑ์โลหะ	129.84	133.07	78.97	49.51	2.49	23.79	-37.31
รวม 10 รายการ	1,555.58	1,802.37	940.61	996.51	15.86	21.76	5.94
อื่น ๆ	924.00	1,049.34	533.41	581.00	13.57	11.60	8.92
รวมทั้งสิ้น	2,479.57	2,851.70	1,474.02	1,577.51	15.01	17.87	7.02

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือกับกรมศุลกากร

3.4 การนำเข้าของอิตาลีจากทั่วโลก

ข้อมูลจาก Global Trade Atlas แสดงให้เห็นว่าระหว่างเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม 2566 อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลกมีมูลค่า 241,823.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง -16.83% เมื่อเทียบกับช่วงเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม 2565 (ที่มีมูลค่า 290,752.95 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) โดยประเทศที่อิตาลีนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ **เยอรมนี** มูลค่า 33,749.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-20.86%) **จีน** มูลค่า 21,206.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-16.33%) **ฝรั่งเศส** มูลค่า 16,966.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-22.79%) **เนเธอร์แลนด์** มูลค่า 13,423.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-19.85%) **สเปน** มูลค่า 12,261.05 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (-11.97%)

ประเทศ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)				อัตราการขยายตัว (%)		
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.- พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 66	ปี 64/65	ม.ค.-พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค.66
1. เยอรมนี	90,917.95	95,831.38	42,647.20	33,749.51	5.40	17.49	-20.86
2. จีน	45,564.11	60,455.58	25,345.78	21,206.62	32.68	42.02	-16.33
3. ฝรั่งเศส	46,160.05	51,107.21	21,974.52	16,966.81	10.72	18.69	-22.79
4. เนเธอร์แลนด์	33,098.61	38,484.64	16,747.82	13,423.21	16.27	26.76	-19.85
5. สเปน	30,097.03	32,202.08	13,927.86	12,261.05	6.99	12.14	-11.97
6. สหรัฐอเมริกา	18,697.06	26,147.88	10,413.00	9,755.45	39.85	32.64	-6.31
7. เบลเยียม	24,839.15	26,934.36	11,610.54	9,581.68	8.44	12.95	-17.47
8. สวิตเซอร์แลนด์	13,237.93	19,393.54	7,637.16	7,978.87	46.50	38.64	4.47
9. แอลจีเรีย	7,287.71	18,958.49	5,187.90	6,692.83	160.14	88.66	29.01
10. อาเซอร์ไบจาน	10,800.83	21,145.07	8,094.66	5,697.31	95.77	167.43	-29.62
รวม 10 ประเทศ	306,298.88	390,660.02	163,586.44	137,313.34	30.42	28.09	-16.06
อื่น ๆ	261,042.79	298,518.28	127,166.51	104,510.15	10.98	34.05	-17.82
รวมทั้งสิ้น	567,341.67	689,178.30	290,752.95	241,823.49	21.48	30.63	-16.83

ที่มา: Global Trade Atlas

โดยประเทศคู่แข่งของไทยที่สำคัญในทวีปเอเชีย ได้แก่ **อินเดีย** (อันดับที่ 14) มูลค่า 4,142.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-4.87%) **เกาหลีใต้** (อันดับที่ 24) มูลค่า 2,641.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-0.89%) **ญี่ปุ่น** (อันดับที่ 26) มูลค่า 2,505.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+8.13%) **เวียดนาม** (อันดับที่ 31) มูลค่า 1,982.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-5.00%) **อินโดนีเซีย** (อันดับที่ 38) มูลค่า 1,341.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-9.17%) **ไต้หวัน** (อันดับที่ 39) มูลค่า 1,271.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-22.12%) และ **ไทย** อยู่ในอันดับที่ 43 มูลค่า 1,031.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-4.47%)

3.5 การนำเข้าของอิตาลีจากไทย

อิตาลีนำเข้าสินค้าจากไทย ระหว่างเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม 2566 มีมูลค่า 1,031.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง -4.47% เมื่อเทียบกับเดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม 2565 (ที่มีมูลค่า 1,079.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยสินค้านำเข้าจากไทยที่สำคัญ 5 อันดับแรก มีดังนี้

รายการ	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐ)				อัตราการขยายตัว (%)		สัดส่วน (%)
	ปี 2564	ปี 2565	ม.ค.- พ.ค. 65	ม.ค.-พ.ค. 66	ปี65/64	ม.ค.-พ.ค. 66	ม.ค.-พ.ค.66
1. เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว (HS84)	440.41	453.10	211.81	229.84	2.88	8.51	22.82
2. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ (HS85)	335.97	403.34	130.91	200.47	20.05	53.14	19.43
3. ยานบก และอุปกรณ์และส่วนประกอบ (HS87)	260.52	258.97	126.15	116.66	-0.60	-7.52	11.31
4. ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง หินมีค่าหรือกึ่งมีค่า โลหะมีค่า โลหะหุ้มโลหะมีค่า ของที่ทำด้วยของดังกล่าว เครื่องประดับเทียม เหรียญกษาปณ์ (HS71)	147.98	236.49	81.13	96.08	59.82	18.43	9.31
5. ผลิตภัณฑ์ยางและส่วนประกอบ (HS40)	272.99	280.14	134.46	82.08	2.62	-38.95	7.96
รวม 5 รายการ	1,457.87	1,632.04	684.46	554.15	11.95	-19.34	70.83
อื่น ๆ	700.47	907.68	395.32	477.40	29.58	20.76	29.17
รวมทั้งสิ้น	2,158.34	2,539.72	1,079.78	1,031.55	17.67	-4.47	100.00

ที่มา: Global Trade Atlas

โดยสินค้าส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรกของไทยที่อิตาลีนำเข้าจากประเทศคู่แข่งในทวีปเอเชีย ในปี 2566 (เดือนมกราคม - เดือนพฤษภาคม) มีดังนี้

1) สินค้าเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และส่วนประกอบของเครื่องดังกล่าว อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 21,507.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-14.61%) นำเข้าจาก **จีน** (อันดับ 2) มีมูลค่า 3,705.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-20.00%) **ญี่ปุ่น** (อันดับ 8) มีมูลค่า 569.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-9.47%) **อินเดีย** (อันดับ 15) มีมูลค่า 341.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+0.73%) **เกาหลีใต้** (อันดับ 20) มีมูลค่า 230.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-1.58%) **ไทย** (อันดับ 21) มีมูลค่า 229.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+8.51%) และ **ไต้หวัน** (อันดับ 22) มีมูลค่า 224.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-5.25%) ตามลำดับ

2) เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 20,517.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-3.54%) นำเข้าจาก**จีน** (อันดับ 1) มีมูลค่า 5,209.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-2.70%) **อินเดีย** (อันดับ 9) มีมูลค่า 513.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+56.60%) **เวียดนาม** (อันดับ 12) มีมูลค่า 402.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-1.42%) **ไต้หวัน** (อันดับ 18) มีมูลค่า 229.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+26.06%) **ไทย** (อันดับ 21) มีมูลค่า 200.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+53.14%) และ **เกาหลีใต้** (อันดับ 22) มีมูลค่า 194.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-6.96%) ตามลำดับ

3) ยานบก และอุปกรณ์และส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 20,931.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+9.37%) นำเข้าจากจีน (อันดับ 6) มีมูลค่า 1,034.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+7.56%) ญี่ปุ่น (อันดับ 8) มีมูลค่า 738.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+67.58%) เกาหลีใต้ (อันดับ 19) มีมูลค่า 233.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-0.09%) ไต้หวัน (อันดับ 21) มีมูลค่า 163.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-29.62%) อินเดีย (อันดับ 22) มีมูลค่า 154.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+17.19%) ไทย (อันดับ 24) มีมูลค่า 116.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-7.52%) และ เวียดนาม (อันดับ 25) มีมูลค่า 115.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+4.74%) ตามลำดับ

4) ไข่มุกรธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง หินมีค่าหรือกึ่งมีค่า โลหะมีค่า โลหะหุ้มโลหะมีค่า ของที่ทำด้วยของดังก้าว เครื่องประดับเทียม เหริยญาษาปณ์ นำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 6,803.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-11.83%) นำเข้าจากจีน (อันดับ 11) มีมูลค่า 139.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+21.08%) อินเดีย (อันดับ 12) มีมูลค่า 111.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+5.27%) ฮองกง (อันดับ 13) มีมูลค่า 111.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+181.69%) ไทย (อันดับ 14) มีมูลค่า 96.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+18.43%) สิงคโปร์ (อันดับ 15) มีมูลค่า 76.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+459.58%) เวียดนาม (อันดับ 20) มีมูลค่า 34.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-17.32%) ตามลำดับ

5) ผลิตภัณฑ์ยางและส่วนประกอบ อิตาลีนำเข้าจากทั่วโลก มีมูลค่า 2,366.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-18.36%) นำเข้าจากจีน (อันดับ 2) มีมูลค่า 246.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-9.80%) ไทย (อันดับ 11) มีมูลค่า 82.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-38.95%) เกาหลีใต้ (อันดับ 12) มีมูลค่า 68.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-17.78%) อินเดีย (อันดับ 14) มีมูลค่า 60.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-12.00%) ญี่ปุ่น (อันดับ 15) มีมูลค่า 60.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-15.17%) และ มาเลเซีย (อันดับ 18) มีมูลค่า 37.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (-61.50%) ตามลำดับ

4. การคาดการณ์ของสินค้า

ในปี 2565 ผลประกอบการของภาคธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) มีมูลค่า 1.6% ของ GDP อิตาลี หรือสูงกว่า 30.9 พันล้านยูโร (เพิ่มขึ้น +7.1% เมื่อเทียบกับปี 2564) จำนวนจุดขายแฟรนไชส์มี 61,162 แห่ง (+2.2% เมื่อเทียบกับปี 2564) และการจ้างงาน 252,848 คน (+6.2% เมื่อเทียบกับปี 2564) จำนวนบุคลากรเฉลี่ยต่อแต่ละจุดแฟรนไชส์คือ 4.1 คน (ซึ่งเป็นตัวเลขที่คงที่เมื่อเทียบกับการสำรวจครั้งก่อน) และมีการขยายรูปแบบธุรกิจใหม่ในสินค้าเกี่ยวกับของใช้ในบ้านและช่องทางการกระจายสินค้ามากที่สุด เครื่องหมายการค้าที่ใช้ระบบแฟรนไชส์ในอิตาลีมีจำนวน 954 เครื่องหมายการค้า หลังจากปิดตัวลงในปีล็อกดาวน์โรคโควิด-19 (ปี 2563) จำนวนลดลงถึง 103 เครื่องหมายการค้า และมีการเปิดตัวเพิ่มขึ้นในปี 2564 จำนวน 78 เครื่องหมายการค้า ที่ปิดตัวลง ได้แก่ สินค้าในกลุ่มเสื้อผ้าเด็ก บาร์ ร้านอาหาร ในขณะที่ยุทธศาสตร์ที่เปิดตัวใหม่ เป็นร้านอาหารของใช้ในบ้าน และงานบริการ ภาคที่มีการขยายตัวด้วยระบบแฟรนไชส์ในอันดับแรก ได้แก่ ช่องทางค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งมีมูลค่าการค้ามากกว่า 11 พันล้านยูโร คิดเป็น 37% ของมูลค่าการค้าในระบบแฟรนไชส์ อันดับที่สองคือเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม (มูลค่าการค้ากว่า 7.5 พันล้านยูโร) ตามด้วยงานบริการ (มูลค่าการค้า 4.5 พันล้านยูโร) และธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารมีมูลค่าการค้าเกิน 3.2 พันล้านยูโร

ในปี 2566 คาดว่าจะมีสัญญาณของการชะลอตัว ซึ่งเชื่อมโยงกับแรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่ยังคงสูงอยู่ ที่มีผลต่อรายได้ของภาคครัวเรือน อย่างไรก็ตาม ประเมินการว่าผลประกอบการจะเพิ่มขึ้นประมาณ +3% เมื่อเทียบกับปี 2565

นาย Alberto Cogliati เลขาธิการสมาคมแฟรนไชส์อิตาลี (Assofranchising) กล่าวว่าแม้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจจะเป็นเช่นไร แต่ระบบแฟรนไชส์ก็ยังคงประสบความสำเร็จ เนื่องจากจุดแข็งที่แท้จริงอยู่ที่ความสามารถของผู้ประกอบการที่ปรับตัวในแต่ละสถานการณ์ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มี

นวัตกรรมที่แข็งแกร่ง อ่อนไหวต่อความยั่งยืนมากขึ้น และที่สำคัญมากคือความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นจากความไว้วางใจระหว่างเจ้าของสิทธิ์ (Franchisor) และผู้รับสิทธิ์ (Franchisee) ส่วนบรรดาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งเสริมกัน ได้แก่ ความปลอดภัยของรูปแบบธุรกิจ ชื่อเสียงที่ดีของเครื่องหมายการค้า การฝึกอบรมและความช่วยเหลือจากเจ้าของแฟรนไชส์ การคาดการณ์สำหรับอนาคตนั้นจึงเป็นไปในเชิงบวก ผู้ประกอบการ 7 ใน 10 มีเครือข่ายหลายแห่ง และคาดว่าจำนวนนี้จะเติบโตเป็นลูกโซ่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แฟรนไชส์จึงเป็นรูปแบบธุรกิจที่พิสูจน์แล้วว่าช่วยลดความเสี่ยงสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจ โดยสามารถวางใจได้กับพอร์ตโฟลิโอของผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐาน อนาคตของธุรกิจนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งการเปลี่ยนผ่านด้วยระบบดิจิทัลจะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเป็นระบบที่ปรับตัวเข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจได้ดีในปัจจุบัน

ในปี 2565-2566 มีเครื่องหมายการค้าในระบบแฟรนไชส์ 954 แห่งในอิตาลี ภาคตะวันตกเฉียงเหนือเป็นอันดับแรกในแง่ของจำนวนแฟรนไชส์ รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางของอิตาลี พื้นที่ทางใต้และหมู่เกาะกำลังเติบโตโดยปัจจุบันมีจำนวน 199 เครื่องหมายการค้า โดยเครื่องหมายการค้าที่มีมากที่สุดคือภาคธุรกิจบริการ (255) รองลงมาคือร้านอาหาร (181) และเสื้อผ้า (180) ภูมิภาคที่มีจำนวนร้านค้าแฟรนไชส์กระจายอยู่มากที่สุดคือแคว้นลอมบาร์เดีย (9,955 แห่ง) ตามมาด้วยแคว้นลาซิโอ (6,734 แห่ง) แคว้นกัมปาเนีย (4,805 แห่ง) แคว้นเอมิเลีย-โรมัญญา (4,757 แห่ง) และแคว้นซิชิลี (4,665 แห่ง) ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้ระบบแฟรนไชส์มากที่สุดคือภาคงานบริการ (จุดขาย 17,373 แห่ง) รองลงมาคือเสื้อผ้า (14,881 แห่ง) และการค้าเฉพาะทาง (8,321 แห่ง)

อุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจคืออัตราเงินเฟ้อและกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภค ตามด้วยการขึ้นราคาของต้นทุนวัตถุดิบ และวิกฤตพลังงาน ในการดำเนินการเพื่อจัดการกับปัญหาเหล่านี้ แฟรนไชส์มุ่งเน้นไปที่การควบคุมต้นทุนให้มากขึ้น ด้วยการใช้นโยบายประหยัดพลังงานและสหภาพหลายเออร์ใหม่ๆ ไปพร้อมกัน อีกวิธีหนึ่งคือนโยบายการขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อปกป้ององค์ประกอบกำไรจากการดำเนินงาน จากสถานการณ์ปัจจุบัน แม้ว่าผู้ประกอบการแฟรนไชส์จะรู้สึกถึงความยากลำบาก แต่ก็ยังมีแนวโน้มการมองสถานการณ์ในแง่ดี

การเติบโตของเทคโนโลยีอีคอมเมิร์ซ กำลังส่งเสริมภาคธุรกิจแฟรนไชส์อย่างมาก จากการสัมภาษณ์ 1 ใน 2 ของผู้ประกอบการ ได้มีช่องทางอีคอมเมิร์ซที่เปิดใช้งานแล้วก่อนปี 2563 ในขณะที่ 18% เปิดเผยว่าจะใช้งานระหว่างปี 2563 ถึง 2565 ส่วนแบ่งของมูลค่าการค้าที่มาจากยอดขายอีคอมเมิร์ซกำลังเติบโตเพิ่มสูงขึ้น (+8.7% ในปี 2565) และคาดว่าจะขยายตัวต่อไปถึง +12.8% ในปี 2566 ในอีกสามปีข้างหน้า ผู้ประกอบการ 84% ที่ร่วมในการสำรวจ คิดจะลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพทางการตลาด การเงิน และการจัดการบริหารจัดการกับเครือข่ายของตนให้มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความยั่งยืนมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่เพียงแต่กับบริษัทต่างๆ เท่านั้น แต่รวมถึงผู้บริโภคที่ให้ความใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมเป็นพิเศษ และใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ได้ผลลัพธ์ว่า จำนวน 62% ของผู้ให้สัมภาษณ์เปิดเผยว่าได้ริเริ่มที่เป็นรูปธรรมเกี่ยวกับความยั่งยืนขององค์กรแล้ว ในขณะที่ 18% กำลังวางแผนสำหรับอนาคตอันใกล้นี้ 28% ตระหนักกว่าเป็นหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบต่อคนรุ่นหลังและสิ่งแวดล้อม 16% ถือเป็นนโยบายที่ไม่สามารถเลื่อนออกไปได้อีก และผู้ประกอบการจำนวน 10% เห็นว่าเป็นโอกาสในการพิชิตใจผู้บริโภครายใหม่ และท่ามกลางการดำเนินการหลักๆ ที่มีขึ้น อันดับแรกคือการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการของเสีย (56%) ตามด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (55%) และสุดท้ายคือการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่ให้การรับประกันในแง่ของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (42%)

5. ข้อคิดเห็นของ สคต.มิลาน

5.1 ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ยังส่งผลกระทบต่อทางเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคหันมาใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น และเลือกซื้อเท่าที่จำเป็น ที่ราคาถูกลง หรือที่มีโปรโมชั่น สินค้านำเข้าที่ราคาสูงกว่าสินค้าท้องถิ่นจะตีตลาดได้ยากขึ้น เนื่องจากความวิตกกังวลในการใช้จ่ายสินค้าที่สามารถแข่งขันได้จึงต้องมีนวัตกรรม คุณภาพสูง ราคาเข้าถึงได้ และต้องคำนึงถึงเรื่องความยั่งยืนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5.2 การขยายตัวของภาคธุรกิจ HORECA ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร การท่องเที่ยว และการจัดเลี้ยง มีความคึกคักมาก เนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่ไม่หนาวและมีแดดดีกว่าช่วงเวลาอื่นของปี ผู้คนจำนวนมากมีวันหยุดพักผ่อนประจำปียาว จึงเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีการเดินทางไกลและมีระยะเวลาค้างแรมยาวขึ้น ทำให้มีการหมุนเวียนรายได้จากสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจ แม้ว่าธุรกิจในกลุ่มนี้จะมีฤดูกาลเป็นตัวกำหนดก็ตาม

5.3 อีกรธุรกิจที่ช่วยทำให้เศรษฐกิจแข็งแกร่งได้แก่ ธุรกิจแฟชั่น ซึ่งเป็นรูปแบบการรวมกำลังกันในการขับเคลื่อนสินค้าและบริการ จึงเป็นธุรกิจที่กระจายตัวและเติบโตได้ดี เนื่องจากมุ่งความสำคัญที่การสร้างค่านาเชื่อถือจากชื่อเสียงอันดีงามของเครื่องหมายการค้าแก่ผู้บริโภค ทำให้การเจาะตลาดเป็นไปได้ง่ายขึ้นเมื่อเทียบกับธุรกิจที่ไม่เน้นการสร้างเครื่องหมายการค้าและไม่ใช้ระบบแฟชั่น

5.4 สำหรับสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนที่มีความยืดเยื้อ และส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจของอิตาลีไม่น้อย เนื่องจากอิตาลีเป็นฝ่ายสนับสนุนประเทศยูเครนอย่างเปิดเผย และต้องส่งความช่วยเหลือต่างๆ รวมถึงการแบกรับปัญหาและภาวะผู้ลี้ภัยสงครามชาวยูเครน นอกจากนี้ ผู้อพยพจากแอฟริกาที่พยายามหลบหนีเข้ามาทางเรืออย่างไม่ขาดสาย และมีที่ท่ามากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในฤดูร้อนที่สภาพอากาศไม่รุนแรง มีส่วนผลักดันการหลบหนี และยังเป็นประเด็นร้อนที่อิตาลีพยายามผลักดันในระดับสหภาพยุโรปให้หาวิธีแก้ปัญหาร่วมกัน แต่ก็ยังไม่สามารถหยุดการล่องหนของผู้ลี้ภัยทางทะเลได้ และปัญหายังซับซ้อนขึ้นในเดือนกรกฎาคม เมื่อรัสเซียระงับการทำข้อตกลงกับยูเครนในการขนส่งธัญพืชทางเรือ ทำให้ประเทศในแอฟริกาจำนวนมากเดือดร้อนจากการขาดแคลนอาหาร ยิ่งผลักดันการพยายามหลบหนีมายุโรป การติดตามข่าวความเคลื่อนไหวนโยบายด้านสงคราม การเมือง และการค้าระหว่างประเทศของสหภาพยุโรปอย่างใกล้ชิดจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ส่งออกไทย

5.5 สินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน ยังสามารถทำตลาดได้ดี และจากความเสียหายที่เกิดจากความรุนแรงของสภาพภูมิอากาศในสองเดือนที่ผ่านมา เกิดลมพายุ ลูกเห็บ และฝนตกรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดน้ำท่วมหนัก บ้านเรือนและแผงโซลาร์เซลล์เสียหายจำนวนมาก จึงขาดแคลนวัตถุดิบในการซ่อมแซม ผู้ประกอบการไทยต้องศึกษาสินค้าที่มีความจำเป็นเร่งด่วนในระยะนี้ กฎระเบียบสหภาพยุโรปอย่างละเอียด เนื่องจากมีข้อกำหนดของสินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ในตลาดอิตาลีและยุโรปมีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อหาทางส่งออกสินค้าที่อิตาลีต้องการ

5.6 ส่วนสินค้าอาหารที่แนวโน้มตลาดยังดี ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน อาหารแช่เย็นแช่แข็ง ผักและผลไม้แปรรูป ซอสปรุงรส อาหารแห้ง เครื่องดื่มและน้ำผลไม้ที่เพิ่มความสดชื่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยควรระมัดระวังความผันผวนของปัจจัยการส่งออกเสมอ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินราคาและระยะเวลาการขนส่ง ภาษีนำเข้า ฯลฯ รวมถึงควรวางแผนการค้ากับคู่ค้าและผู้นำเข้าในอิตาลีล่วงหน้าเป็นเวลานานและทำการค้าอย่างรอบคอบ