

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนมกราคม ๒๕๖๓

การส่งออกไทยเดือนมกราคม ๒๕๖๓ ขยายตัวร้อยละ ๓.๓๕ กลับมาเป็นบวกในรอบ ๖ เดือน จากการส่งออกน้ำมันเพิ่มขึ้นจากโรงกลั่นเริ่มกลับมาเปิดทำการ และการส่งออกทองคำที่สูงขึ้นตามราคาตลาดโลก ทั้งนี้ ทิศทางการส่งออกของไทยสะท้อนแนวโน้มเชิงบวกจากการลงนามข้อตกลงทางการค้าระยะแรก (Phase-๑ Deal) ระหว่างจีนและสหรัฐฯ ที่ช่วยให้บรรยากาศการค้าดีขึ้นและคลายความกังวล สินค้าที่ได้รับผลกระทบภายใต้มาตรการสงครามการค้า อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ กลับมาขยายตัวทั้งในตลาดสหรัฐฯ และจีน อีกทั้ง สินค้าดาวรุ่งของไทยในภาคการผลิตจริง (Real Sector) หลายรายการ อาทิ ไก่สดแช่เย็น แช่แข็ง อาหารสัตว์เลี้ยง ผลไม้กระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร นมและผลิตภัณฑ์นม และเครื่องดื่ม ยังคงขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง เมื่อหักทองคำและน้ำมันการส่งออกไทยเดือนมกราคม ๒๕๖๓ หดตัวร้อยละ ๐.๖ ด้านการนำเข้าเดือนมกราคม ๒๕๖๓ หดตัวร้อยละ ๗.๘๖ จากฐานสูงของการนำเข้าอาวุธเพื่อซ่อมรบในเดือนมกราคมปีก่อนหน้า และการนำเข้าทองคำที่ลดลง เมื่อหักทองคำ น้ำมัน และอาวุธ ยุทธปัจจัย การนำเข้าไทยเดือนมกราคม ๒๕๖๓ หดตัวเล็กน้อย ที่ร้อยละ ๐.๑๗ อย่างไรก็ตาม การนำเข้าสินค้าทุนขยายตัวร้อยละ ๕.๘ ในกลุ่มเครื่องจักรกลและส่วนประกอบที่ร้อยละ ๑๘.๗ สูงสุดในรอบ ๒ ปี

ในรายสินค้า ยอดส่งออกยางพารา และผลิตภัณฑ์ยางในตลาดตุรกีปรับตัวสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเร่งรัดและติดตามการส่งออกสินค้าจากการลงนาม MOU โดยรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) โดยการส่งออกยางพารากลับมาเป็นบวกในรอบ ๕ เดือน ขยายตัวในตลาดตลาดจีน มาเลเซีย บราซิล ตุรกี และเยอรมนี นอกจากนี้ สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรอื่นๆ ที่ยังขยายตัวได้ดี อาทิ น้ำตาลทราย ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป นมและผลิตภัณฑ์นม และสิ่งปรุงรสอาหาร สินค้าอุตสาหกรรม ที่ยังคงเติบโตดีต่อเนื่อง อาทิ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน และเครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว

ในรายตลาด การส่งออกไปตลาดสำคัญมีสัญญาณการฟื้นตัวชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไป ๒ ประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดของโลกอย่างสหรัฐฯ (ร้อยละ ๙.๙) และจีน ที่ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๓ (ร้อยละ ๕.๒) เช่นเดียวกับตลาดไต้หวัน และตะวันออกกลาง มีสัญญาณเติบโตต่อเนื่อง ที่ร้อยละ ๑๓.๑ และ ๒.๐ ตามลำดับ

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ เดือนมกราคม ๒๕๖๓ การส่งออก มีมูลค่า ๑๙,๖๒๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ ๓.๓๕ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ในขณะที่ การนำเข้า มีมูลค่า ๒๑,๑๘๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ ๗.๘๖ ส่งผลให้การค้าขาดดุล ๑,๕๕๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

มูลค่าการค้าในรูปของเงินบาท เดือนมกราคม ๒๕๖๓ การส่งออก มีมูลค่า ๕๘๗,๔๙๔ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๔.๖๓ เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ในขณะที่ การนำเข้า มี ๖๔๓,๕๑๑ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๑๔.๘๒ ส่งผลให้การค้าขาดดุล ๕๖,๐๑๗ ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรหดตัวที่ร้อยละ ๖.๓ (YoY) สินค้าที่ยังขยายตัวดี ได้แก่ น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ ๑๘.๖ (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ กัมพูชา ไต้หวัน และเวียดนาม) ยางพารา ขยายตัวที่ร้อยละ ๑๒.๐ (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย บราซิล ตุรกี และเยอรมนี) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ ๙.๕ (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน มาเลเซีย และสิงคโปร์) เครื่องดื่ม ขยายตัวร้อยละ ๒.๘ (ขยายตัวในตลาดกัมพูชา เมียนมา จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาบราซิล) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ ข้าว หดตัวที่ร้อยละ ๓๔.๐ (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ แอฟริกาใต้ อังโกลา ฮองกง จีน แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดญี่ปุ่น ไต้หวัน และคองโก) ผัก ผลไม้สด แช่แข็งและแปรรูป หดตัวที่ร้อยละ ๒๐.๓ (หดตัวในตลาดจีน เวียดนาม และฮองกง แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หดตัวที่ร้อยละ ๑๖.๖ (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ไต้หวัน และมาเลเซีย แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ นิวซีแลนด์ และอินเดีย) กุ้งสดแช่แข็งและแปรรูป หดตัวที่ร้อยละ ๒๘.๗ (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ จีน ออสเตรเลีย และเกาหลีใต้ แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดเมียนมา)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ ๕.๒ (YoY) สินค้าที่ยังขยายตัวดี ได้แก่ ทองคำ ขยายเกือบทุกตลาดที่ร้อยละ ๒๙๙.๖ (ขยายตัวในตลาดสวิตเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ เมียนมา ญี่ปุ่น และรัสเซีย) รถจักรยานยนต์ และส่วนประกอบ ขยายตัวเกือบทุกตลาด ขยายตัวร้อยละ ๓๕.๔ (ขยายตัวในตลาดเบลเยียม สหรัฐฯ สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์) เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ขยายตัวร้อยละ ๒๙.๙ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย เวียดนาม อินเดีย และอาร์เจนตินา) เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ขยายตัวที่ร้อยละ ๑๓.๘ (ขยายตัวในจีน ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย เวียดนาม และมาเลเซีย) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ นาฬิกาและส่วนประกอบ หดตัวที่ร้อยละ ๕๔.๘ (หดตัวในตลาดสวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย และสหรัฐฯ) แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดฮ่องกง ญี่ปุ่น และจีน) เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์และส่วนประกอบ หดตัวที่ร้อยละ ๑๓.๐ (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น อินเดีย จีน เยอรมนี และอินโดนีเซีย) แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ และเม็กซิโก) แผงวงจรไฟฟ้า หดตัวที่ร้อยละ ๑๑.๕ (หดตัวในตลาดจีน เยอรมนี สหรัฐฯ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) แต่ยังขยายตัวในตลาดฮ่องกง ญี่ปุ่น และสิงคโปร์) สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน หดตัวเกือบทุกตลาด หดตัวที่ร้อยละ ๗.๘ (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น) แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดกัมพูชา เวียดนาม และอินเดีย) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หดตัวที่ร้อยละ ๓.๔ (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย เวียดนาม เม็กซิโก และมาเลเซีย) แต่ยังขยายตัวได้ดีในตลาดฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญๆ หลายตลาดกลับมาขยายตัว โดยการส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวร้อยละ ๓.๑ เนื่องจากการส่งออกไปสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ ๙.๙ และสหภาพยุโรป (๑๕) ขยายตัวร้อยละ ๐.๖ ตามลำดับ ด้านการส่งออกไป ตลาดศักยภาพสูงขยายตัวร้อยละ ๐.๖ เป็นผลมาจากการส่งออกไปตลาดจีนขยายตัวร้อยละ ๕.๒ และตลาดอาเซียน (๕) กลับมาขยายตัวของ ร้อยละ ๓.๘ อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตลาดเอเชียใต้ และ CLMV ปรับตัวลดลงร้อยละ ๔.๖ และ ๐.๗ ตามลำดับ สำหรับตลาดศักยภาพระดับรองหดตัวที่ร้อยละ ๖.๖ ตามการส่งออกไปตลาดทวีปออสเตรเลีย แอฟริกา ลาตินอเมริกา และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS ที่หดตัวร้อยละ ๑๖.๐ ๑๔.๒ ๔.๑ และ ๐.๙ ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปตะวันออกกลางขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ ๒.๐

ตลาดสหรัฐอเมริกา ขยายตัวร้อยละ ๙.๙ และขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ อุปกรณ์กึ่งตัวนำฯ เครื่องปรับอากาศฯ ผลิตภัณฑ์ยาง และเพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เป็นต้น

ตลาดจีน ขยายตัวร้อยละ ๕.๒ และขยายตัวต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่ ๓ โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ยางพารา ผลิตภัณฑ์ยาง ทองแดงฯ รถยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องยนต์สันดาปฯ เป็นต้น

ตลาดสหภาพยุโรป (๑๕) ขยายตัวร้อยละ ๐.๖ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ไฟฟ้าฯ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ ๔.๖ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป ปูนซีเมนต์ และเคมีภัณฑ์

ตลาดอินเดีย หดตัวร้อยละ ๕.๗ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ นาฬิกาฯ และรถยนต์และส่วนประกอบ สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ และ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ ๐.๗ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่แข็งและแห้งฯ และ รถยนต์และส่วนประกอบ สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ และอุปกรณ์กึ่งตัวนำฯ

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ ๒.๕ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก อาหารทะเลแปรรูปฯ และ เครื่องจักรกล สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง และรถยนต์และส่วนประกอบ

ตลาดลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ ๔.๑ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ โทรศัพท์และอุปกรณ์ฯ อาหารทะเลแปรรูปฯ และ เครื่องใช้ไฟฟ้าฯ สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ฯ

ตลาดอาเซียน (๕) ขยายตัวร้อยละ ๓.๘ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำตาลทราย เครื่องปรับอากาศฯ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์รักษาผิว และยางพารา เป็นต้น

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ ๒.๐ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องปรับอากาศฯ ข้าว เหล็กและผลิตภัณฑ์ รถยนต์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น

ตลาดทวีปออสเตรเลีย หดตัวร้อยละ ๑๖.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และ เหล็กและผลิตภัณฑ์ สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ เครื่องปรับอากาศฯ และอัญมณีและเครื่องประดับ

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ ๐.๙ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาปฯ และข้าว สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์รักษาผิว

ตลาดทวีปแอฟริกา หดตัวร้อยละ ๑๔.๒ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ข้าว อาหารทะเลแปรรูปฯ และ เครื่องยนต์สันดาปฯ สำหรับสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป และ รถยนต์และส่วนประกอบ

แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี ๒๕๖๓

แม้ว่าการลงนามข้อตกลงระยะแรกช่วยให้บรรยากาศการค้าดีขึ้นบ้าง สะท้อนจากการส่งออกไทยที่กลับมาขยายตัวในเดือนมกราคม อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโลกและการส่งออกไทยยังเผชิญแรงกดดันจากสถานการณ์ไวรัส Covid-๑๙ ที่ชะลอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลกในระยะสั้น-กลาง รวมถึงปัจจัยเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ และราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลจีนมีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว เป็นรูปธรรม โดยจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัส Covid-๑๙ รายวันในจีนเริ่มลดลง จึงคาดว่าจะสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ในไม่ช้า และประเมินว่าทางการจีนจะทยอยออกมาตรการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจหลังจากนี้ สำหรับประเด็นค่านี้นั้น ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าลงตั้งแต่ช่วงต้นปี อาจช่วยลดแรงกดดันสำหรับสินค้าที่มีการแข่งขันทางด้านราคาสูงได้บ้าง ทั้งนี้ ผู้ส่งออกควรทำประกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนร่วมด้วยเพื่อหลีกเลี่ยงปัจจัยลบในภาวะที่มีความผันผวนสูง

ในภาวะที่มีปัจจัยท้าทายหลายประการในหลายตลาด ความหลากหลายของสินค้าส่งออกไทยที่กระจายในขั้นตอนต่างๆ ทั้งวัตถุดิบ สินค้าขั้นกลาง และสินค้าขั้นสุดท้าย และการกระจายตัวของตลาดส่งออก จะช่วยประคับประคองการส่งออกไทยในระยะนี้ได้ดี เมื่อเทียบกับประเทศที่มีโครงสร้างการส่งออกที่พึ่งพาสินค้าหรือตลาดส่งออกจำกัด และในช่วงที่หลายประเทศให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยของสุขอนามัย จึงเป็นโอกาสดีในการขยายตลาดส่งออกสินค้ากลุ่มอาหาร ซึ่งสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ดีและได้รับมาตรฐานระดับสากล นอกจากนี้ การรุกตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งเพื่อส่งเสริมการค้าที่ตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ โดยเฉพาะในช่วงที่ผู้บริโภคมีความกังวลและระมัดระวังการออกไปที่สาธารณะมากขึ้น

สำหรับการส่งเสริมการส่งออกในปี ๒๕๖๓ นี้ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มีแผนนำคณะกระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชนเดินทางไปเปิดตลาด ตามกลยุทธ์รักษาตลาดเดิม เปิดตลาดใหม่ ฟื้นฟูตลาดเก่า อย่างน้อย ๑๘ ประเทศ เช่น แอฟริกาใต้ ตะวันออกกลาง รัสเซีย อังกฤษ เยอรมนี และออสเตรเลีย และประเทศอื่นๆ ในเอเชีย อาทิ เวียดนาม กัมพูชา บังกลาเทศ อินเดีย เป็นต้น เพื่อผลักดันการส่งออกและสร้างโอกาสทางการค้าให้กับไทย และสำหรับนโยบายการค้าในระยะยาว กระทรวงพาณิชย์ จะเร่งผลักดันการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTA) ที่อยู่ระหว่างดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว ได้แก่ ไทย-ตุรกี (คาดว่าจะเสร็จสิ้นปี ๒๕๖๓) ไทย-ปากีสถาน และ ไทย-ศรีลังกา และเตรียมความพร้อมสำหรับการเจรจา FTA ในอนาคต เพื่อขยายฐานตลาดส่งออกให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

