

# การแถลงข่าวการค้าระหว่างประเทศของไทย เดือนกุมภาพันธ์ 2564

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์

วันพฤหัสบดีที่ 25 มีนาคม 2564 เวลา 10.30 น.

ห้องประชุมตรีรัตนพร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



## ภาพรวมการส่งออกเดือนกุมภาพันธ์ 2564

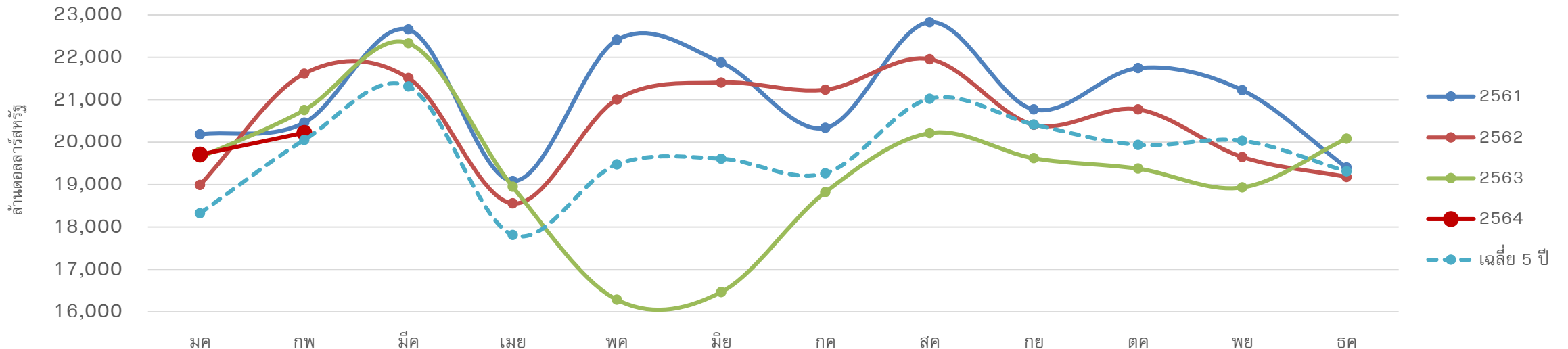
หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ก.พ. 2564 Feb 2021	ม.ค. – ก.พ. 2564 Jan–Feb 2021
มูลค่าการส่งออก (Export value)	20,219.01 -2.59 %	39,925.58 -1.16 %
หักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ	+2.87%	+5.15%
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	20,211.76 21.99 %	40,120.73 6.77 %
ดุลการค้า (Trade Balance)	+7.25	-195.15

# ภาพรวมการส่งออกไทย (ดอลลาร์สหรัฐ)

การส่งออกของไทยเดือนกุมภาพันธ์ 2564 มีมูลค่า 20,219.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวที่ร้อยละ 2.59 %YoY ซึ่งมูลค่าส่งออกยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยมูลค่าการส่งออกเดือนกุมภาพันธ์ 5 ปีย้อนหลัง (20,048.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยมีปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายประเทศ และประสิทธิภาพของวัคซีนต้านไวรัส-19 เริ่มเห็นผลชัดเจน และกระจายวัคซีนในวงกว้าง ทั้งนี้ **เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ ยุทธปัจจัยขยายตัว +2.87 %YoY** สะท้อนการเติบโตจากภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

รายการ	2564 ก.พ.	2564 ม.ค.-ก.พ.
มูลค่าส่งออกรวม (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	20,219.01	39,925.58
อัตรายขยายตัว (%YoY)	-2.59%	-1.16%
- หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน	-4.28%	-1.79%
- หักทองคำ	+4.01%	+5.11%
หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ	+2.87%	+5.15%

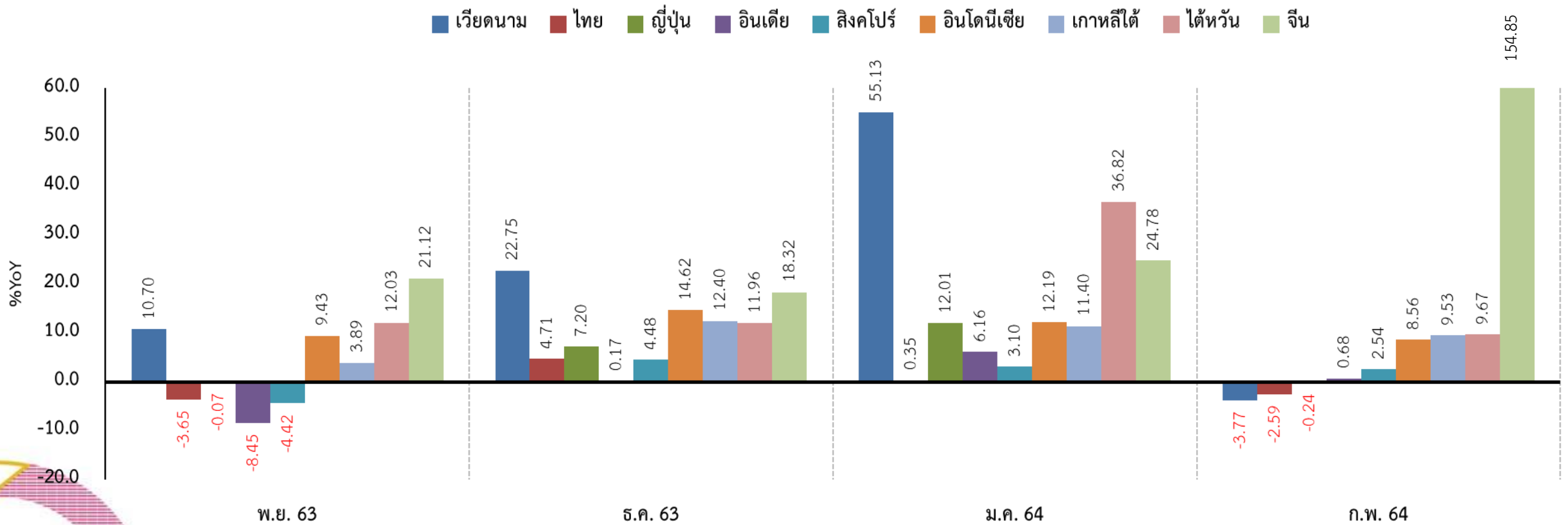
การส่งออกสินค้าของไทยปี 2561 - 2564



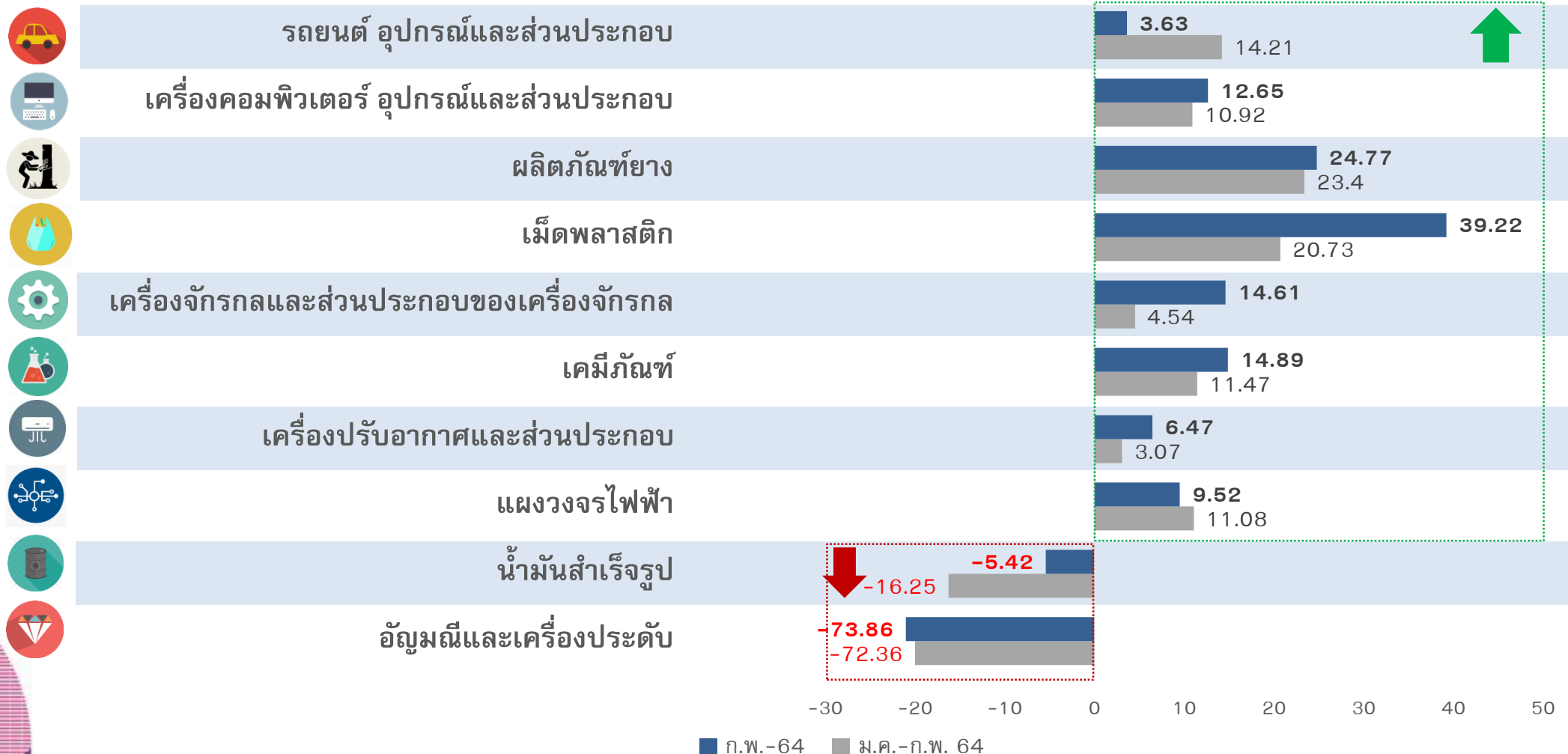
# อัตรายายตัวมูลค่าการส่งออกของประเทศไทย



TPSO  
Trade Policy and Strategy Office



# สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก

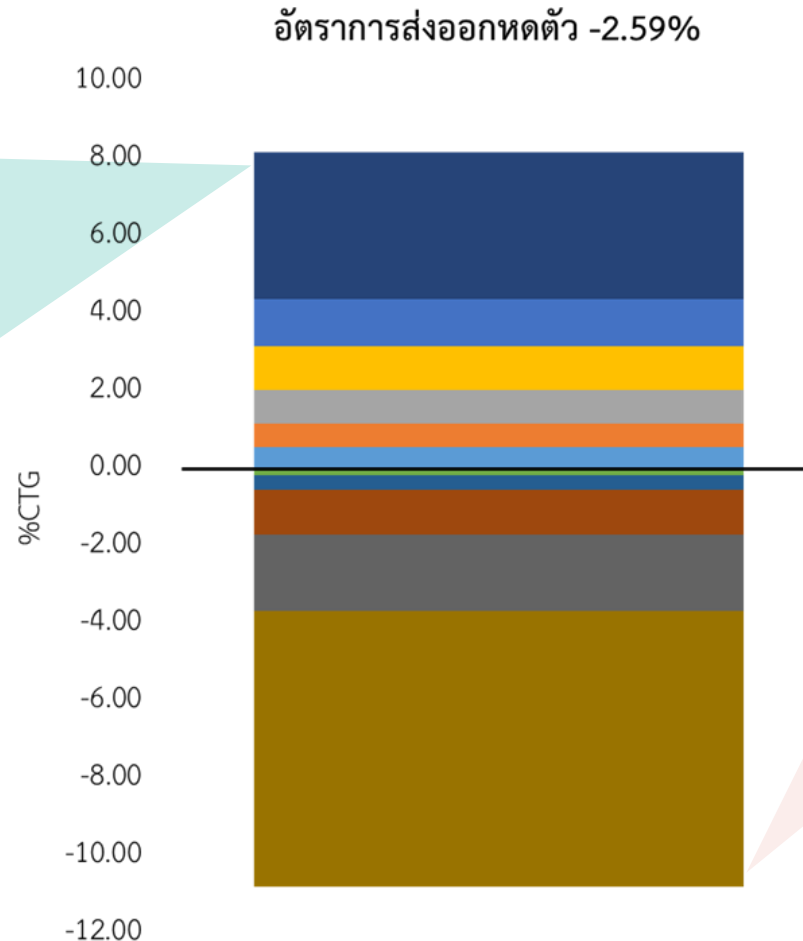


# Contribution to growth by Sector

สินค้าสำคัญที่ผลักดันการส่งออก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เม็ดพลาสติก คอมพิวเตอร์ฯ ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขณะที่สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ อากาศยานฯ เครื่องยนต์สันดาปฯ น้ำตาลทราย น้ำมันสำเร็จรูป ยังหดตัวมาก

## ↑ สินค้าสำคัญที่ผลักดันการส่งออก

- ผลิตภัณฑ์ยาง
- เม็ดพลาสติก
- เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ
- ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง
- ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
- อื่นๆ

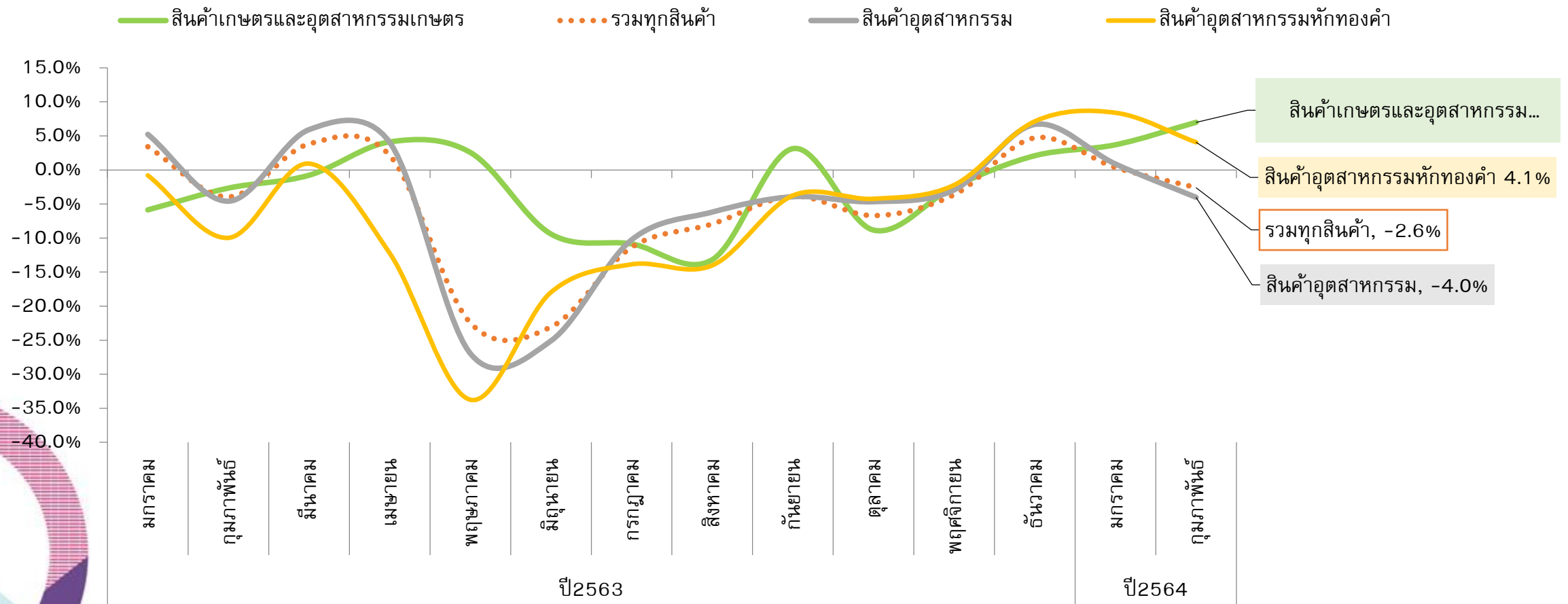


## ↓ สินค้าสำคัญที่กดดันการส่งออก

- อัญมณีและเครื่องประดับ
- อากาศยาน ยานอวกาศ และส่วนประกอบ
- เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ
- น้ำตาลทราย
- น้ำมันสำเร็จรูป

# การส่งออกรายสินค้า


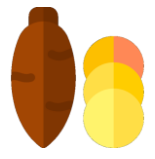


สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรมีทิศทางขยายตัวมากขึ้น +7.0% ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3  
(จากการขยายตัวของสินค้าเกษตร +18.1% ขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรหดตัว -4.8%)  
สินค้าอุตสาหกรรมหดตัวลงที่ -4.0% แต่เมื่อหักทองคำ ขยายตัวที่ 4.1%





# การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (ขยายตัว)



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.พ.64	ม.ค.-ก.พ. 64	
 ผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลัง	+46.6	+48.3	การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังในเดือน ก.พ. 64 เพิ่มขึ้นเนื่องจากความต้องการวัตถุดิบในการผลิตเอทานอล ไบโอดีเซล และพลาสติก แป้งมันสำปะหลัง (ทั้งในรูปแบบของแป้งดิบ และแป้งแปรรูป) โดยมีคำสั่งซื้อจำนวนมากจากประเทศจีน
 ฝัก ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋อง และแปรรูป	+42.9	+37.1	ฝักและผลไม้ยังคงเป็นที่ต้องการจากประเทศคู่ค้า ได้แก่ จีน สหรัฐฯ ฮองกง มาเลเซีย เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีพ และ ผลไม้ไทยเป็นที่ยอมรับในคุณภาพและมาตรฐานระดับโลก
 ยางพารา	+22.9	+12.0	มูลค่าการส่งออกยางพาราเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากราคายางพาราที่ปรับเพิ่มขึ้นเนื่องจากปริมาณน้ำยางออกสู่ตลาดน้อย เป็นผลจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ขาดแคลนแรงงาน ประกอบกับความต้องการเพิ่มมากขึ้น ตามการผลิตถุงมือยาง และอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เริ่มฟื้นตัว
 อาหารสัตว์เลี้ยง	+20.7	+20.0	การส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงขยายตัว 18 เดือนต่อเนื่อง จากแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยเติบโตได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) ให้กับแบรนด์ชั้นนำระดับโลก โดยมีตลาดสำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย







## การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (ขยายตัว)



กระทรวงพาณิชย์  
กรมการค้าต่างประเทศ

Trade Policy and Strategy Office


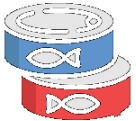


สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.พ.64	ม.ค.-ก.พ. 64	
 สิ่งปรุงรสอาหาร	+3.4	+3.6	กระแสของการทำงานที่บ้าน (WFH) ทำให้ประชาชนนิยมทำอาหารรับประทานเอง ส่งผลให้การส่งออกสิ่งปรุงรสอาหารขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา 7 เดือนติดต่อกัน ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐฯ ออสเตรเลีย และกัมพูชา
 เครื่องเทศและสมุนไพร	+74.9	+98.9	กระแสการรักสุขภาพ ทำให้มีความต้องการนำส่วนผสมจากเครื่องเทศและสมุนไพรมาเป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง เครื่องดื่ม อาหารเสริม และยา ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เมียนมา ปากีสถาน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ อินโดนีเซีย และเนเธอร์แลนด์





## การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (หดตัว)






สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.พ.64	ม.ค.-ก.พ. 64	
 น้ำตาลทราย	-35.5	-41.4	ปริมาณอ้อยของไทยลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 จากปัญหาภัยแล้งรุนแรง และราคาตกต่ำ ทำให้ชาวไร่อ้อยส่วนหนึ่งหันไปปลูกพืชอื่นที่ให้ผลตอบแทนดีกว่า นอกจากนี้ราคาน้ำตาลทรายมีทิศทางลดลง เนื่องจากอุปทานที่เพียงพอจากบราซิลและอินเดีย
 อาหารทะเล แช่แข็งกระป๋องและ แปรรูป	-10.9	-6.1	การส่งออกหดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น แคนาดา และลิเบีย และหดตัวจากการส่งออกทูน่ากระป๋อง (-20.3%) เป็นหลัก เนื่องจากประเทศคู่ค้าอาจมีการนำเข้าจำนวนมากแล้ว ในช่วงวิกฤตโควิด-19 นอกจากนี้ การส่งออกยังอาจเผชิญกับปัญหาขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ในระยะสั้น
 ไก่สด แช่แข็ง และแปรรูป	-7.6	-7.8	ตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรป มีการล็อกดาวน์จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ กระทบต่อภาคท่องเที่ยว และภาคบริการที่เกี่ยวข้องทั้งภัตตาคาร และร้านอาหารต้องถูกปิด
 ข้าว	-4.9	-10.7	มีปัจจัยจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง โดยราคาข้าวของกลุ่มแข่ง ทั้งเวียดนาม อินเดีย จีน กัมพูชา และ สปป.ลาว ต่ำกว่าไทย อย่างไรก็ตาม คาดว่า การส่งออกข้าวในปี 2564 จะฟื้นตัวจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นและต้นทุนต่อหน่วยลดลง



# การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (ขยายตัว)


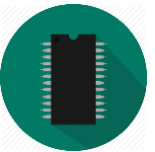




สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.พ. 64	ม.ค.-ก.พ. 64	
เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน 	+20.2	+16.3	ภาพรวมการส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และการใช้มาตรการ Work from home (WFH) ในประเทศต่างๆ เป็นปัจจัยบวกต่อความต้องการสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนสำหรับที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ (สัดส่วนเกือบร้อยละ 45 ขยายตัว +54% YoY) อีกทั้งยังขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย และเวียดนาม
สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน 	+14.8	+4.8	การส่งออกกลับมาขยายตัวอีกครั้งหลังจากหดตัวนาน 25 เดือน โดยขยายตัวในตลาดจีน เวียดนาม มาเลเซีย อินเดีย และกัมพูชา จากการขยายตัวของเม็ดพลาสติกและเคมีภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม การส่งออกน้ำมันสำเร็จรูปหดตัว
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ 	+12.7	+10.9	พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เนื่องจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมทั้งกระแสของการทำงานที่บ้าน (WFH) ทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8



# การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (ขยายตัว)



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.พ. 64	ม.ค.-ก.พ. 64	
 เครื่องใช้ไฟฟ้า	+12.3	+11.3	กระแสของการทำงานที่บ้าน (WFH) ส่งผลให้การส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ (สัดส่วนร้อยละ 21 ขยายตัว +53%YoY) อีกทั้งยังขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น จีน และออสเตรเลีย
 แผงวงจรไฟฟ้า	+9.5	+11.1	การใช้ดิจิทัลมากขึ้น ช่วยให้สามารถทำงานจากที่บ้าน (WFH) ได้สะดวกยิ่งขึ้น การส่งออกเดือนนี้ขยายตัวสอดคล้องกับสินค้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบ เครื่องโทรศัพท์ฯ โดยตลาดส่งออกที่ขยายตัว ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์
 รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	+3.6	+14.2	การส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวมากขึ้นในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม และสหรัฐฯ ทั้งนี้ ยอดการผลิตรถยนต์เพื่อการส่งออกมีจำนวน 88,315 คัน เท่ากับร้อยละ 56.90 ของยอดการผลิตรถยนต์ทั้งหมด เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.91
 ผลิตภัณฑ์ยาง	+24.8	+23.4	ความต้องการผลิตภัณฑ์ยางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นจากถุงมือยาง (+214.8%) ยางยานพาหนะ (1.1%) โดยตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เยอรมนี และออสเตรเลีย

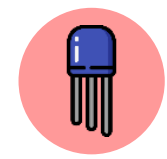


# การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (หดตัว)



กระทรวงพาณิชย์  
กรมการค้าต่างประเทศ

Trade Policy and Strategy Office



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ก.พ. 64	ม.ค.-ก.พ. 64	
ทองคำ	-93.0	-91.7	การส่งออกหดตัวจากการส่งออกไปยังตลาดสิงคโปร์และออสเตรเลีย ขณะที่การส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นและไต้หวันขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ราคาทองคำโลกปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 1,808 ดอลลาร์สหรัฐ/ออนซ์ หลังจากเศรษฐกิจโลกปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น
สิ่งทอ	-12.5	-13.4	การส่งออกหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 โดยหดตัวในตลาดญี่ปุ่น เวียดนาม และอินโดนีเซีย ขณะที่ตลาดสหรัฐฯและจีนขยายตัว
ฮาร์ด ดิสก์ ไดรฟ์	-7.2	5.2	การส่งออกหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยหดตัวในตลาดสหรัฐฯและจีน อย่างไรก็ตาม การส่งออกยังขยายตัวในตลาดฮ่องกง เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์
อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด	-6.6	+1.9	การส่งออกกลับมาหดตัวอีกครั้งหลังจากขยายตัวใน 2 เดือนก่อนหน้า (ธ.ค. 63-ม.ค. 64) โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ (สัดส่วนร้อยละ 37 ขยายตัว -28%YoY) อีกทั้งยังหดตัวในตลาดฮ่องกงและญี่ปุ่น

# การส่งออกรายตลาด



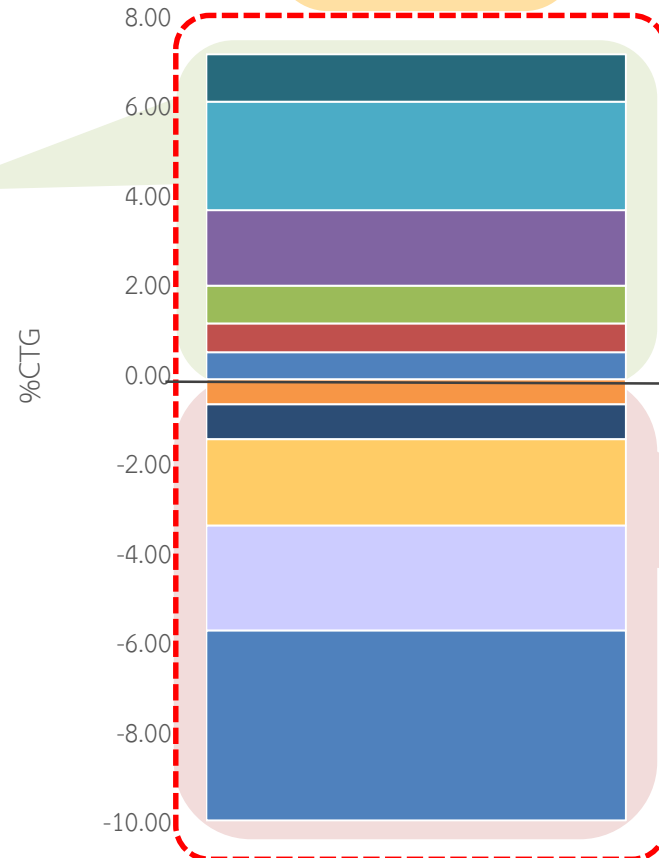
การส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		อัตราการขยายตัว (%YoY)		สัดส่วน (%Share)	
	ก.พ.	ม.ค.-ก.พ.	ก.พ.	ม.ค.-ก.พ.	ก.พ.	ม.ค.-ก.พ.
<b>มูลค่าส่งออกรวม</b>	<b>20,219.0</b>	<b>39,925.6</b>	<b>-2.6</b>	<b>-1.2</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>1 ตลาดหลัก (Matured Market)</b>	<b>6,907.6</b>	<b>13,654.7</b>	<b>10.1</b>	<b>7.9</b>	<b>34.2</b>	<b>34.2</b>
สหรัฐอเมริกา	3,064.3	5,942.9	19.7	16.1	15.2	14.9
ญี่ปุ่น	2,043.2	4,174.4	6.5	7.0	10.1	10.5
สหภาพยุโรป (15)	1,800.2	3,537.3	0.2	-2.7	8.9	8.9
<b>2 ตลาดศักยภาพสูง (Dynamic Market)</b>	<b>9,733.6</b>	<b>19,255.5</b>	<b>-5.2</b>	<b>-2.0</b>	<b>48.1</b>	<b>48.2</b>
อาเซียน (9)	4,724.5	9,588.6	-11.8	-8.3	23.4	24.0
อาเซียนเดิม (5)	2,573.1	5,187.2	-17.3	-14.2	12.7	13.0
CLMV (4)	2,151.4	4,401.4	-4.2	-0.3	10.6	11.0
จีน	2,592.1	4,905.9	15.7	12.8	12.8	12.3
เอเชียใต้	984.0	1,758.5	13.9	2.9	4.9	4.4
อินเดีย	683.7	1,222.0	8.9	-1.1	3.4	3.1
<b>3 ตลาดศักยภาพระดับรอง</b>	<b>3,453.5</b>	<b>6,782.7</b>	<b>7.3</b>	<b>8.7</b>	<b>17.1</b>	<b>17.0</b>
ทวีปออสเตรเลีย (25)	1,077.4	2,146.6	18.3	24.0	5.3	5.4
ตะวันออกกลาง (15)	725.1	1,429.7	-9.9	0.1	3.6	3.6
กลุ่ม CIS (12) (รวมรัสเซียเดิม)	85.0	186.5	-11.8	-6.8	0.4	0.5

# Contribution to growth by Country

การส่งออกเดือนกุมภาพันธ์ 2564 หดตัวร้อยละ 2.59 ตามการลดลงของการส่งออกไปสวีตเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ ฮองกง อินโดนีเซีย และเมียนมา เป็นสำคัญ ขณะที่ตลาดส่งออกที่ขยายตัว ได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย จีน สหรัฐฯ

## ตลาดที่ผลักดันการส่งออก

-  สหรัฐอเมริกา
-  จีน
-  มาเลเซีย
-  ออสเตรเลีย
-  ญี่ปุ่น
- อื่นๆ



## ตลาดที่กุดดันการส่งออก

-  สวีตเซอร์แลนด์
-  สิงคโปร์
-  ฮองกง
-  อินโดนีเซีย
-  เมียนมา

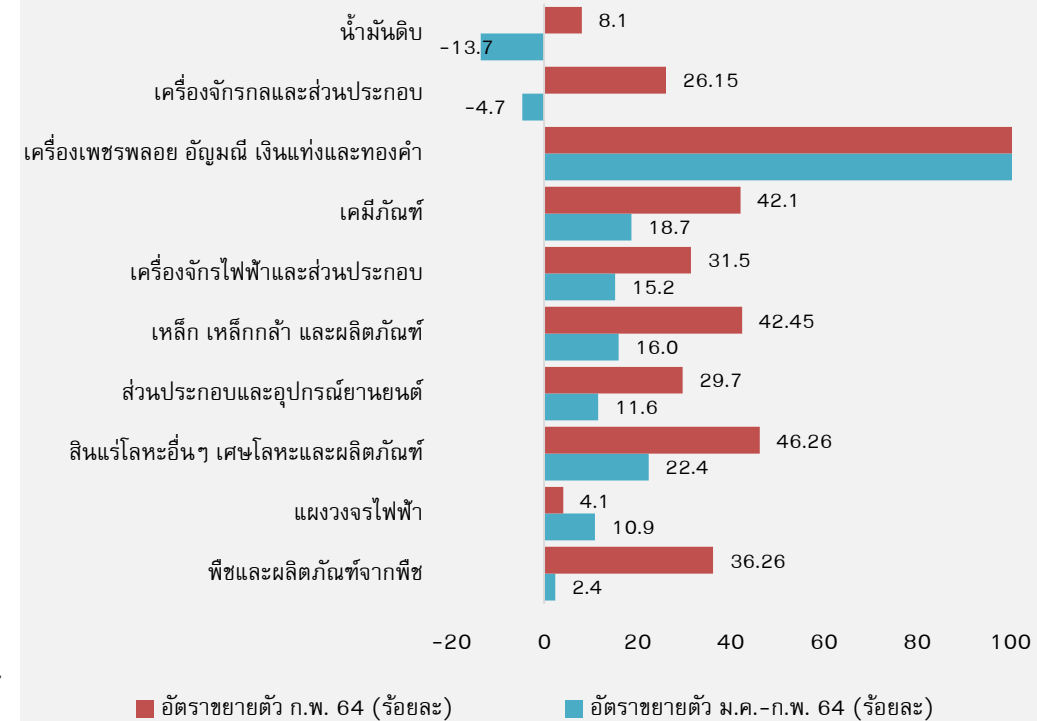
# การนำเข้าสินค้าของไทย กุมภาพันธ์ 2564

## การนำเข้าเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ขยายตัวทุกหมวดสินค้า

รายการสินค้า	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		อัตราขยายตัว (%YoY)	
	ก.พ. 64	ม.ค. - ก.พ. 64	ก.พ. 64	ม.ค. - ก.พ. 64
<b>การนำเข้ารวม</b>	<b>20,211.76</b>	<b>40,120.73</b>	<b>21.99</b>	<b>6.77</b>
1. สินค้าเชื้อเพลิง	2,816.17	5,261.47	10.6	-13.0
2. สินค้าทุน	4,771.50	9,819.71	21.0	2.4
3. สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป	9,054.33	17,570.38	41.9	24.4
4. สินค้าอุปโภคบริโภค	2,284.90	4,997.02	20.7	6.7
5. ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง	1,264.21	2,437.87	26.5	7.9
6. อื่น ๆ	20.65	34.27	-97.4	-96.1

## สินค้านำเข้า 10 อันดับแรก

อัตราขยายตัวของสินค้านำเข้า 10 อันดับแรก

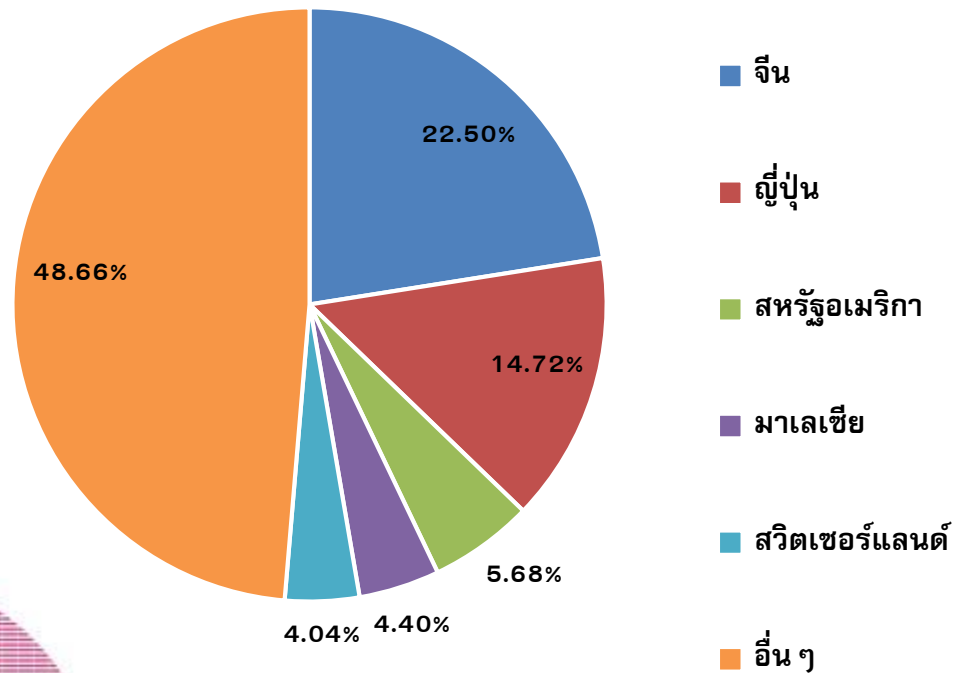


ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

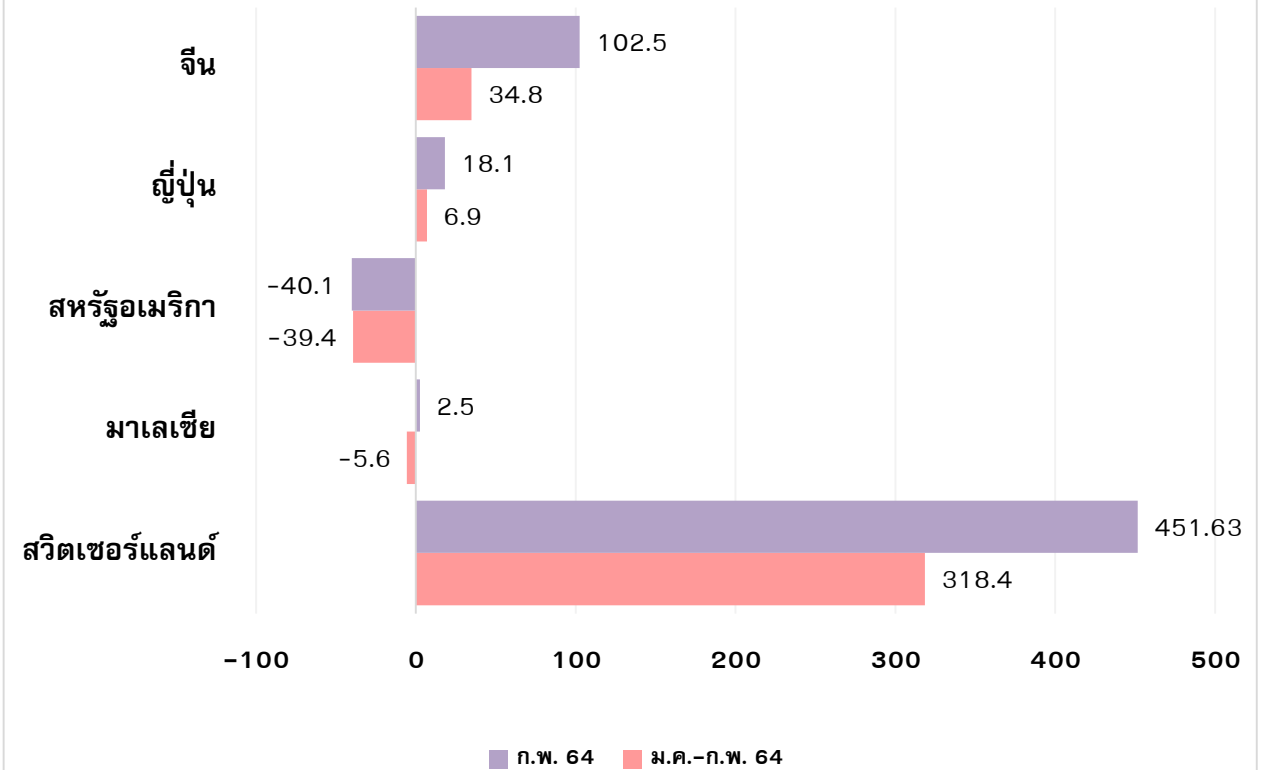


# การนำเข้าสินค้าของไทย กุมภาพันธ์ 2564

แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย

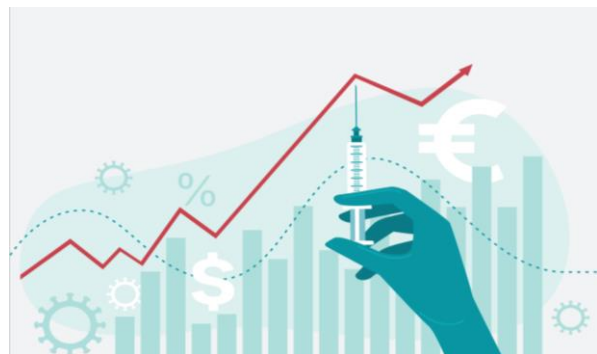


การขยายตัวการนำเข้าจากแหล่งนำเข้าสำคัญ



# ปัจจัยสนับสนุนการส่งออกของไทย

1



Source: OECD

การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และ  
ประเทศคู่ค้าสำคัญ

2



Source: CNBC

มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ  
วงเงิน 1.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

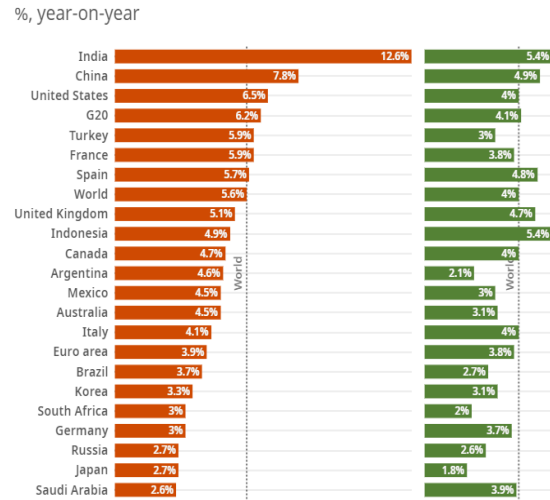
3



ราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้น  
และแนวโน้มอัตราแลกเปลี่ยน  
อ่อนค่าลง

## การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และประเทศคู่ค้าสำคัญ

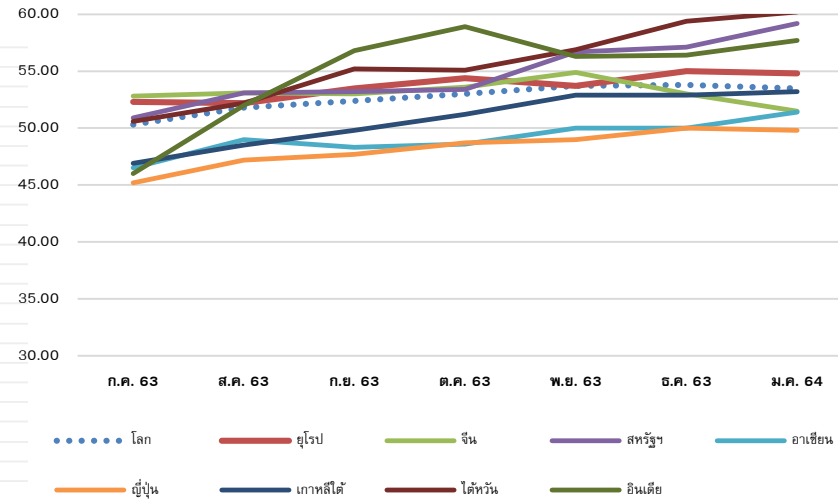
### Real GDP growth projections for 2021 and 2022



Source: OECD (2021), OECD Economic Outlook, Interim Report March 2021. © OECD Terms and conditions

ที่มา: OECD

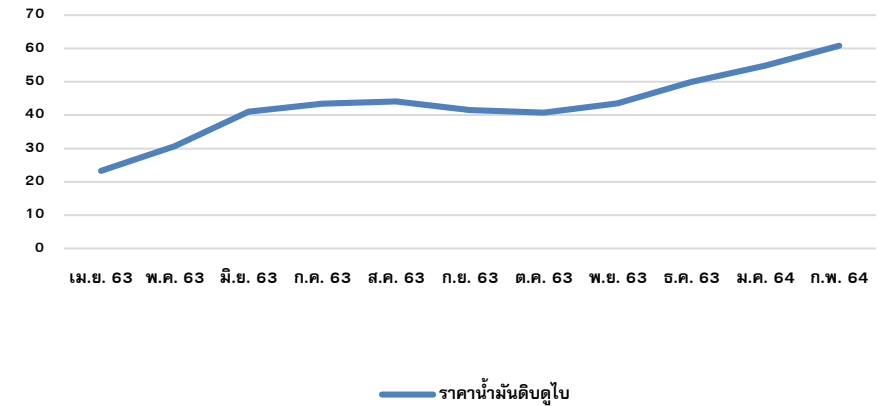
### Manufacturing PMI



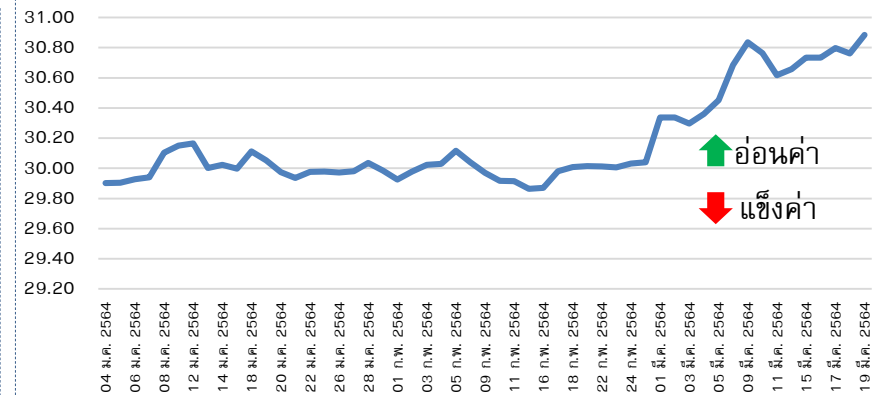
ที่มา: IHS Markit ,CEIC

## ราคาน้ำมันดิบ และอัตราแลกเปลี่ยน

### ราคาน้ำมันดิบดูไบ เมษายน 2563 – กุมภาพันธ์ 2564



### อัตราแลกเปลี่ยน THB: USD



## มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของสหรัฐฯ



มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของสหรัฐฯ วงเงิน 1.9 ล้านล้านดอลลาร์  
 สหรัฐ กระตุ้นการบริโภคของสหรัฐฯ และช่วยสร้างกำลังซื้อให้แก่  
 ชาวอเมริกัน

Source: CNBC

สามารถดาวน์โหลดเอกสารประกอบแถลงข่าวได้ที่  
[www.tpsso.moc.go.th](http://www.tpsso.moc.go.th) หรือสแกน QR Code



# ช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



www.tpsso.moc.go.th



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.TradeInsights





# ห้ามพลาด

ข้อมูล | บทวิเคราะห์ | ข่าวสาร  
เศรษฐกิจการค้าทั้งไทยและตลาดโลก

ส่งตรงถึงคุณทันที เพียงกด Add Friend  
เป็นเพื่อนกับ *สนค. Trade Insights*

Add Friend  
รับข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึก

- 1 เพื่อน > เพิ่มเพื่อน > QR Code > Scan QR Code
- 2 เพื่อน > เพิ่มเพื่อน > ค้นหา > เลือก  ID

@TPSO.TradeInsights

