

แถลงข่าว ภาวะการค้า ระหว่างประเทศของไทย เดือนสิงหาคม 2564

ณ ห้องบูรฉัตรไชยากร ชั้น 4
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์





ภาพรวมการส่งออกไทย (ดอลลาร์สหรัฐ)



เดือนสิงหาคม 2564

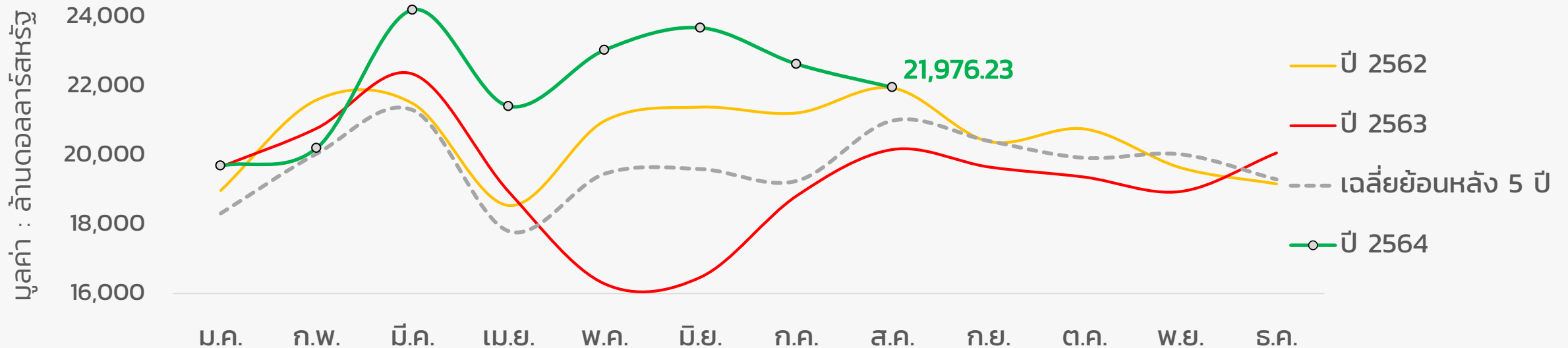
หน่วย (Unit) : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Million USD)	ส.ค. 2564 Aug 2021	ม.ค. – ส.ค. 2564 Jan-Aug 2021
มูลค่าการส่งออก (Export value)	21,976.23 +8.93%	176,961.71 +15.25%
หักสินค้าเกี่ยวข้องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ	+19.43%	+21.22%
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	23,191.89 +47.92%	175,554.75 +30.97%
ดุลการค้า (Trade Balance)	-1,215.66	+1,406.96

ภาพรวมการส่งออกไทย (ดอลลาร์สหรัฐ)

การส่งออกเดือนสิงหาคม 2564 มีมูลค่า 21,976.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ที่ร้อยละ 8.93 %YoY โดยมีมูลค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยเดือนกรกฎาคม 5 ปีซ้อนหลัง (21,013.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งเป็นผลจากการผลักดัน และแก้ไขอุปสรรคด้านการส่งออกอย่างต่อเนื่องของกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งของเศรษฐกิจโลก เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัว +19.43 %YoY สะท้อนการเติบโตจากภาคเศรษฐกิจจริง (Real Sector)

รายการ	2564 ส.ค.	2564 ม.ค.-ส.ค.
มูลค่าส่งออกรวม (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	21,976.23	176,961.71
อัตราการขยายตัว (%YoY)	+8.93%	+15.25%
- หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน	+3.66%	+12.49%
- หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมันและทองคำ	+19.44%	+21.19%
หักเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และอาวุธ	+19.43%	+21.22%

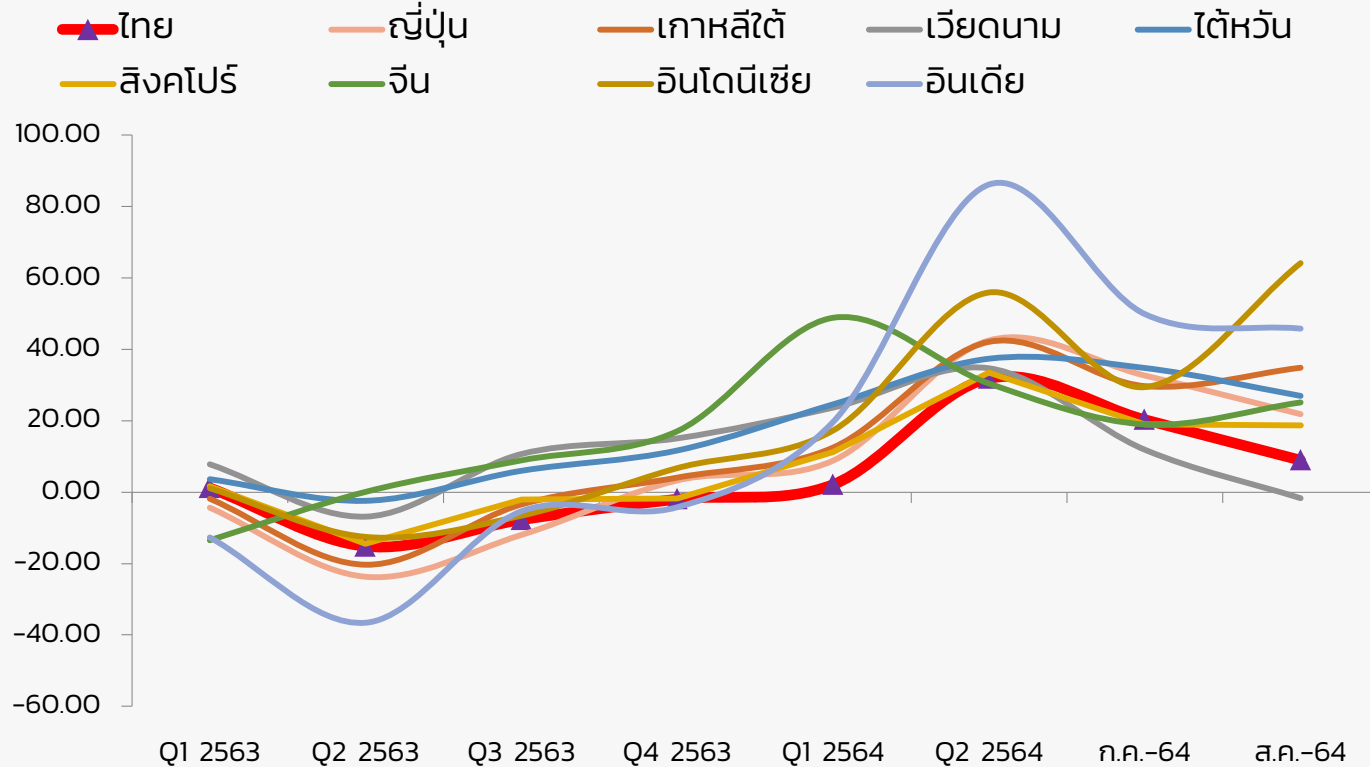
การส่งออกสินค้าของไทย ปี 2562 - 2564



อัตราการขยายตัวมูลค่าการส่งออกของภูมิภาคเอเชีย

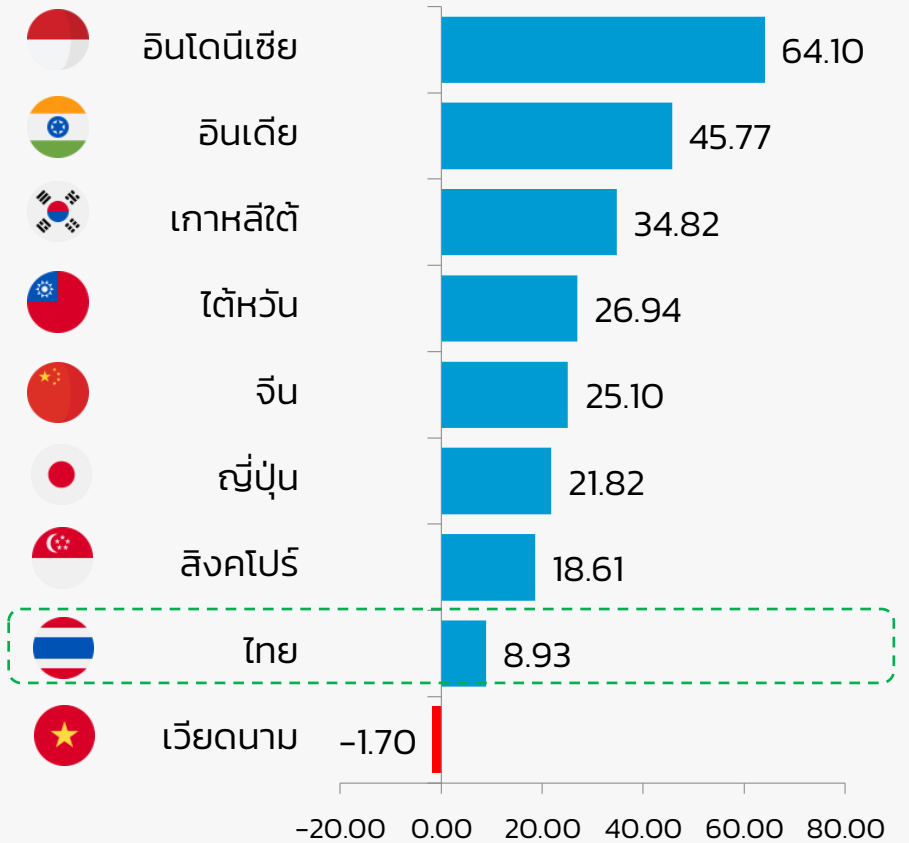
เดือนสิงหาคม 2564 การส่งออกของไทยมีทิศทางชะลอลง เช่นเดียวกับประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย จากภาคการผลิตที่ชะงักงันจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์เดลต้า

อัตราเติบโตของการส่งออกรายประเทศ



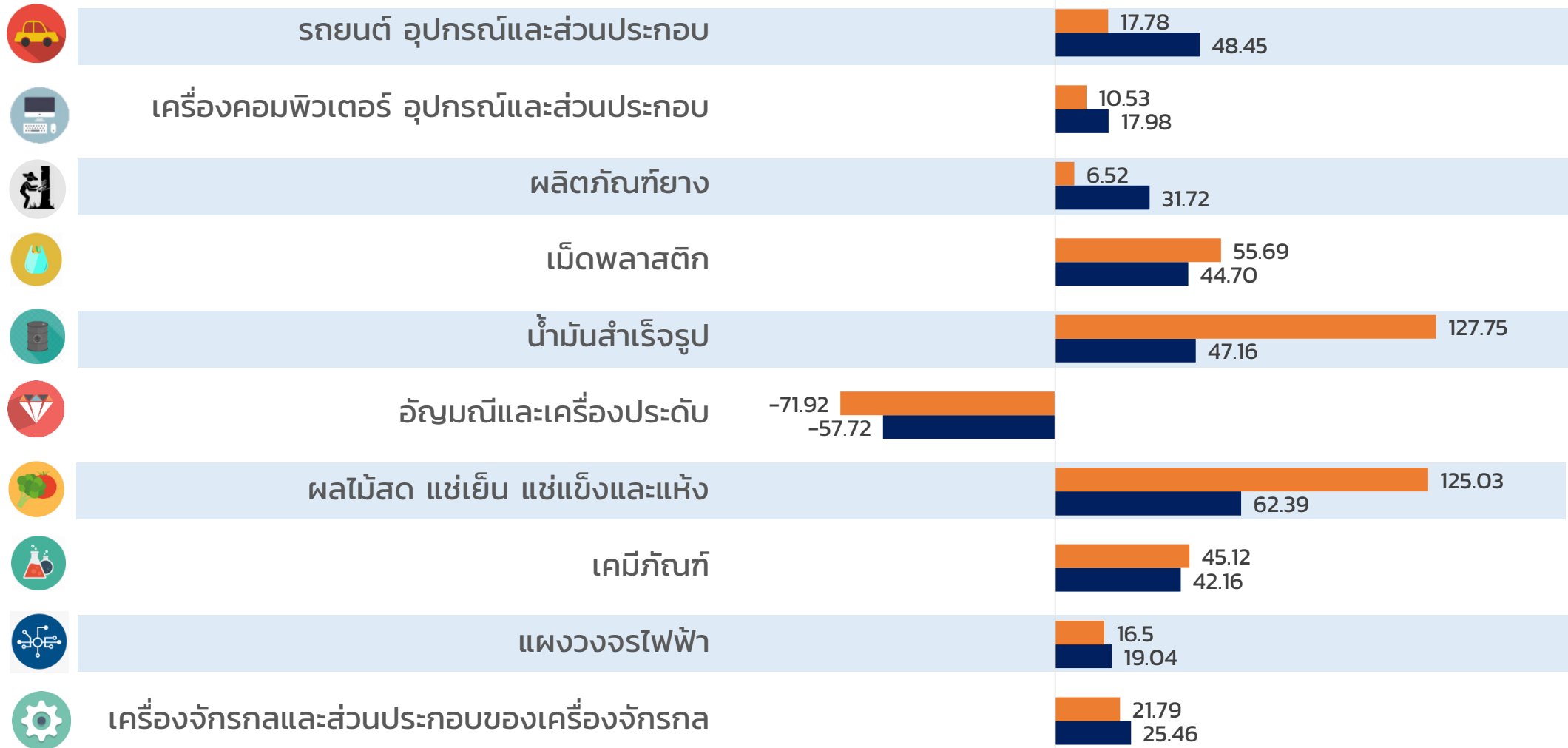
ที่มา: CEIC

การเติบโตของการส่งออกเดือน ส.ค. 64



ที่มา: CEIC

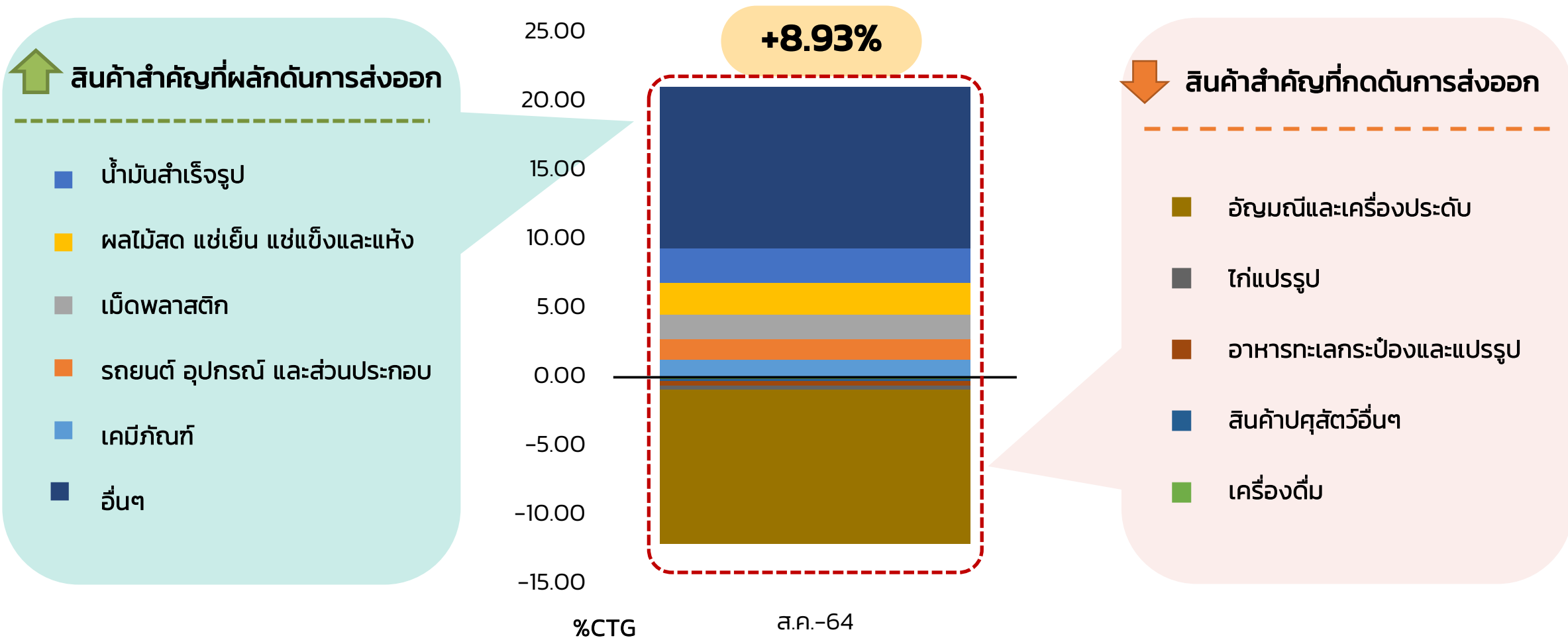
สินค้าส่งออก 10 อันดับแรก เดือนสิงหาคม 2564



■ ส.ค. ปี 64 ■ ม.ค.-ส.ค. ปี 64

Contribution to growth by Sector

สินค้าสำคัญที่ผลักดันการส่งออก ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป ผลไม้สด เม็ดพลาสติก รถยนต์ และเคมีภัณฑ์ ขณะที่ อัญมณีและเครื่องประดับ ไม้แปรรูป อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สินค้าปศุสัตว์อื่นๆ และเครื่องดื่ม หดตัว





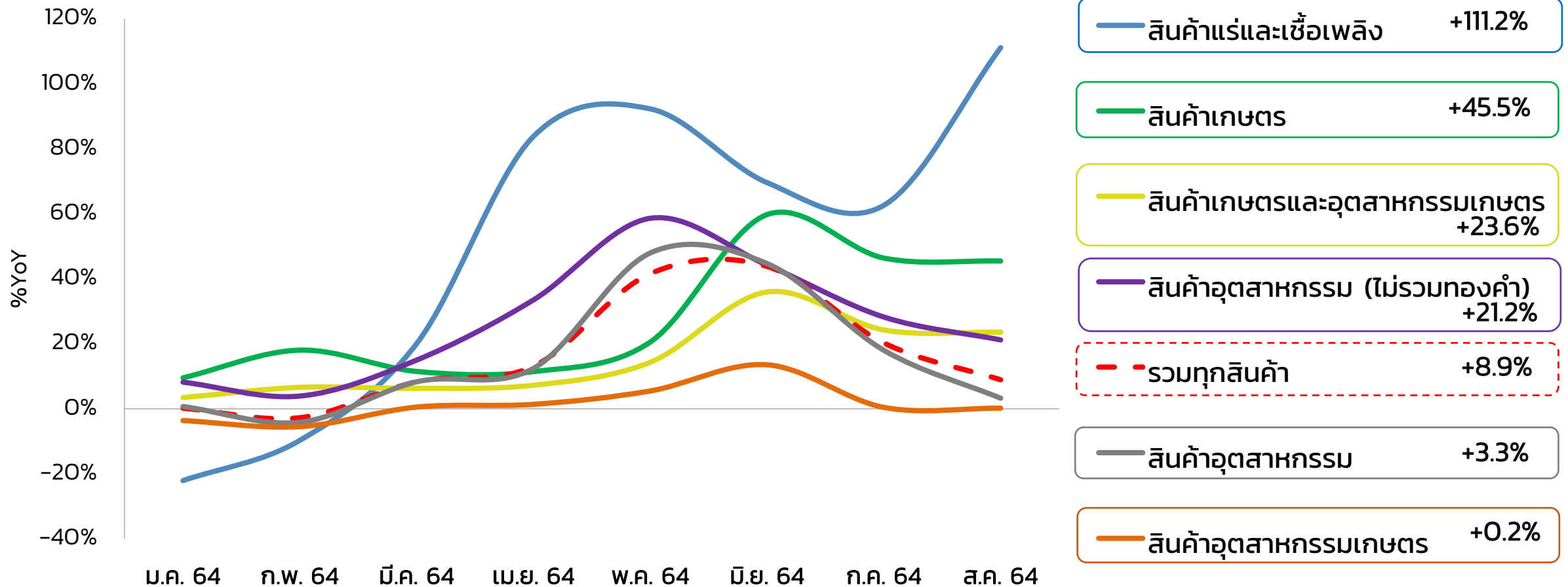
การส่งออกรายสินค้า



สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 ที่ 23.6%

(จากการขยายตัวของสินค้าเกษตร 45.5% และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัว 0.2%)




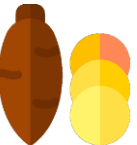
สินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัว 3.3% และเมื่อหักทองคำ ขยายตัวถึง 21.2% นอกจากนี้ สินค้าแร่และเชื้อเพลิงขยายตัวถึง 111.2%





การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (ขยายตัว)






สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ส.ค. 64	ม.ค.-ส.ค. 64	
 ยางพารา	+98.8	+705	ตลาดส่งออกสำคัญเริ่มกลับมาฟื้นตัว รวมไปถึงจีนที่อุตสาหกรรมยางรถยนต์เริ่มดีขึ้น ประกอบกับปัญหาการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในเวียดนาม ทำให้เกษตรกรไม่สามารถออกไปกรีดยาง จึงไม่สามารถส่งออกไปยังจีนได้ ทั้งนี้ ในเดือน ส.ค. 64 ไทยส่งออกลายพาราไปยังจีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 108.2 288.6 และ 176.6 ตามลำดับ
 ผัก ผลไม้ สด แช่เย็น แช่แข็ง กระป๋อง และ แปรรูป	+84.8	+429	เป็นผลจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก เช่น เจรจาจับคู่การค้าออนไลน์ ส่งเสริมการบริโภคในห้างสรรพสินค้าในต่างประเทศ การขายผ่าน Platform ระดับโลก ประสบผลสำเร็จอย่างมาก เช่น Bigbasket ของอินเดีย และ Tmall ของจีน
 น้ำมันปาล์ม	+51.0	+314.3	มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกน้ำมันปาล์มอันดับ 1 และ 2 ของโลกประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน จากมาตรการควบคุมโควิด-19 ที่เข้มงวด ส่งผลให้ผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดลดลงมากเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว ในขณะที่ผู้บริโภคนำมาใช้ผลิตภัณฑ์จากพืชมากขึ้น โดยในเดือน ส.ค. 64 ไทยส่งออกน้ำมันปาล์มไปยังอินเดียได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 74.0
 ผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลัง	+48.4	+48.1	การส่งออกมันสำปะหลังเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคนำมาใช้ในคุณภาพและมาตรฐานที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยเฉพาะในตลาดจีน และญี่ปุ่นที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 68.0 และ 21.1 ตามลำดับ



การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (ขยายตัว)



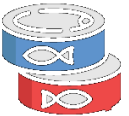



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ส.ค. 64	ม.ค.-ส.ค. 64	
 ข้าว	+25.4	-23.1	ราคาข้าวปรับลดลงมาอยู่ในระดับที่แข่งขันกับอินเดียและเวียดนามได้มากขึ้น ประกอบกับการใช้นโยบาย ตลาดนำการผลิต ส่งผลให้ในเดือน ส.ค. 64 ไทยส่งออกข้าวไปยังจีนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 159.4 รวมทั้งตลาดในทวีปแอฟริกา เช่น เบนิน เซเนกัล แองโกล่า แคเมอรูน ไนเจอร์ และตลาดอื่นในเอเชีย อาทิ ฟิลิปปินส์ และฮ่องกง
 อาหารสัตว์เลี้ยง	+17.3	+22.4	ค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่องและ Trend การเลี้ยงสัตว์เหมือนสมาชิกในครอบครัวส่งผลให้ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงขยายตัวได้ดี โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ และ ออสเตรเลีย ที่มีมูลค่าการส่งออกในเดือน ส.ค. 64 เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.6 และ 37.0 รวมทั้ง ผู้ประกอบการมีการพัฒนาอาหารสัตว์เลี้ยงที่สกัดจากถั่วเหลืองเป็นรายแรก ของภูมิภาคเอเชีย
 น้ำตาลทราย	+5.5	-33.6	ผลผลิตอ้อยเพิ่มขึ้นเนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย ทำให้อุตสาหกรรมน้ำตาลฟื้นตัว ประกอบกับบราซิลที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกน้ำตาลทรายรายใหญ่ของโลก ประสบภาวะภัยแล้ง และต้องนำอ้อยไปผลิตเอทานอลมากขึ้น ส่งผลให้ในเดือน ส.ค. 64 ไทยส่งออกน้ำตาลทรายไปยังตลาดอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย กัมพูชา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เมียนมาร์ เพิ่มขึ้น รวมทั้งตลาดอื่นในภูมิภาคเอเชีย อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน



การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร (หดตัว)



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ส.ค. 64	ม.ค.-ส.ค. 64	
 สุกรสดแช่เย็น แช่แข็ง	-73.1	-27.4	ประเทศไทยพบปัญหาการล้มตายจากโรคกลุ่มอาการระบบสืบพันธุ์และทางเดินหายใจในสุกร (PRRS) ส่งผลให้มีอัตราการตายของสุกรถึงร้อยละ 30 ทั้งนี้คณะกรรมการนโยบายพัฒนาสุกรและผลิตภัณฑ์ (Pig Board) เห็นชอบให้มีมาตรการเยียวยาแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงหมู รวมทั้งให้มีการปรับโครงสร้างการเลี้ยงสุกรของเกษตรกรรายกลางถึงรายย่อยทั่วประเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันแบบยั่งยืน
 ไก่สด แช่แข็ง แช่ แข็งและแปรรูป	-31.9	-1.2	พบคลัสเตอร์การระบาดของโรคโควิด-19 ในโรงงานไก่ที่ผลิตสินค้าประเภทไก่แช่แข็งและแช่เย็นหลายพื้นที่ ส่งผลให้กำลังการผลิตลดลง อย่างไรก็ดี ในเดือน ส.ค. 64 ไทยสามารถส่งออกไก่สดแช่เย็นและแปรรูปไปยังสหราชอาณาจักร และ สปป.ลาวได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 131.3 และ 122.5 ตามลำดับ
 อาหารทะเลสด แช่ แข็งกระป๋องและ แปรรูป	-10.4	-7.8	มีการตรวจพบคลัสเตอร์การระบาดของโรคโควิด-19 ที่กระทบกับโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตและส่งออกอาหารทะเลกระป๋องขนาดใหญ่ ในเดือน ส.ค. 64 แต่ไทยยังส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปไปยังแคนาดา และญี่ปุ่นได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.0 และ 8.8 ตามลำดับ
 เครื่องดื่ม	-13.6	+5.6	ต้นทุนค่าขนส่งและวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้การส่งออกเครื่องดื่มชะลอตัวลงบ้าง แต่ยังมีคำสั่งซื้อจากตลาดอาเซียน เช่น เวียดนามและอินโดนีเซีย (ในเดือน ส.ค. 64 ส่งออกไปยังอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 45.0 และเวียดนามร้อยละ 7.1) เข้ามาอย่างต่อเนื่อง



การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (ขยายตัว)



Trade Policy and Strategy Office






สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ส.ค. 64	ม.ค.-ส.ค. 64	
สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน	+68.3	+43.9	การขยายตัวของการส่งออกน้ำมันสำเร็จรูป (สัดส่วนร้อยละ 32) ในตลาดอาเซียน อาทิ กัมพูชา (ขยายตัวร้อยละ 117.6) สิงคโปร์ (ขยายตัวร้อยละ 199.4) และฟิลิปปินส์ (ขยายตัวร้อยละ 1,746.0) เป็นปัจจัยสนับสนุนการส่งออกในเดือน ส.ค. 64 ทั้งนี้ การส่งออกสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมันขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยสินค้าส่งออกสำคัญอื่นๆ ได้แก่ เม็ดพลาสติก (สัดส่วนร้อยละ 37) ขยายตัวร้อยละ 55.7 ขยายตัวในตลาดจีน อินเดีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และญี่ปุ่น และเคมีภัณฑ์ (สัดส่วนร้อยละ 29) ขยายตัวร้อยละ 45.1 ขยายตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น อินเดีย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย
รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ	+17.8	+48.5	การส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10 โดยขยายตัวมากขึ้นในตลาดฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ และอินโดนีเซีย โดยเฉพาะฟิลิปปินส์ขยายตัวถึงร้อยละ 72.7 ซึ่งฟิลิปปินส์ได้ยุติการไต่สวนตามมาตรการปกป้อง (Safeguard) การนำเข้าสินค้ายานยนต์จากประเทศไทย โดยกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการ 2 ส่วน คือ ส่วนแรก ตั้งทีมไทยแลนด์ มีตัวแทนรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเจรจาและทำข้อมูลโต้แย้ง อีกส่วนคือ ได้ทำหนังสือถึงรัฐมนตรีการค้าฟิลิปปินส์ 2 ครั้ง ขอให้การไต่สวนไปตามกฎเกณฑ์องค์การการค้าโลก(WTO) อย่างไรก็ดี ยังคงต้องติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในโรงงานผลิตรถยนต์และชิ้นส่วน และภาวะการขาดแคลนชิปซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดการส่งออกต่อไป
รถจักรยานยนต์ และส่วนประกอบ	+44.3	+54.5	การขยายตัวของการส่งออกรถจักรยานยนต์ (สัดส่วนร้อยละ 75) ในตลาดเบลเยียม (ขยายตัวร้อยละ 122.0) และสหรัฐฯ (ขยายตัวร้อยละ 117.6) เป็นปัจจัยสนับสนุนการส่งออกในเดือน ส.ค. 64 ทั้งนี้ การส่งออกรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 โดยขยายตัวมากขึ้นในตลาดจีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ สหราชอาณาจักร และเบลเยียม





การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (ขยายตัว)



สินค้า	%YoY		สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดส่งออก
	ส.ค. 64	ม.ค.-ส.ค. 64	
 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	+10.5	+18.0	การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 เนื่องจากแนวโน้มการทำงานได้จากทุกสถานที่ (Work from anywhere) ที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับปัจจัยบวกจากการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล โดยตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ ฮังการี สิงคโปร์ และมาเลเซีย
 เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	+60.3	+41.1	ความต้องการใช้เหล็กในตลาดต่างประเทศมีมากขึ้นตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ขณะที่จีนมีนโยบายลดปริมาณการผลิตเพื่อแก้ปัญหามลภาวะสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศ ทำให้ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ จึงเกิดปัญหาเหล็กขาดตลาด ทำให้ธุรกิจเหล็กของไทยได้รับอานิสงส์ ทั้งนี้ การส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 โดยตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ (สัดส่วนร้อยละ 15) จีน (สัดส่วนร้อยละ 14) ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย โดยเฉพาะตลาดจีนขยายตัวถึง 5 เท่า
 อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)	+35.7	+27.6	การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนอุปสงค์ของอัญมณีและเครื่องประดับ โดยคาดการณ์ว่าตลาดอัญมณีโลกจะขยายตัวที่ร้อยละ 3.2 สำหรับอัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ในเดือนนี้ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ตลาดส่งออกหลักที่ขยายตัว ได้แก่ สหรัฐฯ อินเดีย สหราชอาณาจักร และสวิตเซอร์แลนด์



การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญ (หดตัว)



เครื่องซักผ้า
เครื่องซักแห้ง
และส่วนประกอบ

-15.5 +28.6

การส่งออกกลับมาหดตัว หลังจากขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน โดยหดตัวในตลาด เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย ขณะที่ตลาดสหรัฐฯ เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ยังคงขยายตัว



เฟอร์นิเจอร์และ
ชิ้นส่วน

-7.6 +24.6

การส่งออกกลับมาหดตัว หลังจากขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน โดยหดตัวในตลาด สหรัฐฯ ญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ ขณะที่ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และอินเดีย



เครื่องสำอาง สบู่
และผลิตภัณฑ์
รักษาผิว

-5.6 -0.9

การส่งออกหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยหดตัวในตลาดญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ฮังการี ออสเตรเลีย และเวียดนาม ขณะที่ตลาดจีนยังคงขยายตัว



ทองคำ

-85.8 -78.2

การส่งออกหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยหดตัวในสิงคโปร์ ฮังการี สวิตเซอร์แลนด์ และออสเตรเลีย ขณะที่ตลาดญี่ปุ่นและไต้หวัน ขยายตัว ทั้งนี้ ราคาทองคำลดลงร้อยละ 9.4 (%YoY) และกลับมาต่ำกว่าระดับ 1,800 ดอลลาร์สหรัฐฯ/ทรอยออนซ์ อีกครั้งหลังจากราคาสูงกว่าระดับดังกล่าวต่อเนื่อง 3 เดือน



การส่งออกรายตลาด



การส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)		อัตราการขยายตัว (%YoY)		สัดส่วน (%Share)	
	ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.	ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.	ส.ค.	ม.ค.-ส.ค.
มูลค่าส่งออกรวม	21,976.2	176,961.7	8.9	15.2	100.0	100.0
1 ตลาดหลัก (Primary Market)	15,560.5	124,864.8	18.2	18.7	70.8	70.6
สหรัฐอเมริกา	3,441.3	26,883.9	16.2	20.6	15.7	15.2
จีน	3,409.3	25,169.4	32.3	27.9	15.5	14.2
ญี่ปุ่น	1,908.7	16,560.3	10.0	13.5	8.7	9.4
อาเซียน (9)	5,144.3	42,024.9	15.2	12.9	23.4	23.7
อาเซียนเดิม (5)	3,206.4	23,497.7	26.9	10.8	14.6	13.3
CLMV (4)	1,937.8	18,527.2	-0.03	15.7	8.8	10.5
สหภาพยุโรป (27) (ไม่รวมสหราชอาณาจักร)	1,657.1	14,226.4	16.1	24.6	7.5	8.0
2 ตลาดรอง (Secondary Market)	6,243.6	50,635.7	18.4	23.6	28.4	28.6
เอเชียใต้	1,017.3	7,312.6	54.5	54.2	4.6	4.1
อินเดีย	682.0	5,168.1	44.2	55.6	3.1	2.9
ทวีปออสเตรเลีย (25)	951.9	8,637.8	-15.9	16.7	4.3	4.9
ตะวันออกกลาง (15)	665.8	5,713.3	31.9	17.6	3.0	3.2
ทวีปแอฟริกา (57)	586.0	4,325.5	27.5	23.3	2.7	2.4
ลาตินอเมริกา (47)	697.7	5,692.7	50.8	47.0	3.2	3.2
กลุ่ม CIS (12) (รวมรัสเซียเดิม)	99.5	808.5	44.8	22.5	0.5	0.5
สหราชอาณาจักร	244.4	2,338.4	-2.7	15.7	1.1	1.3
3 ตลาดอื่นๆ (Others)	1712.1	1,461.1	-90.1	-80.2	0.8	0.8

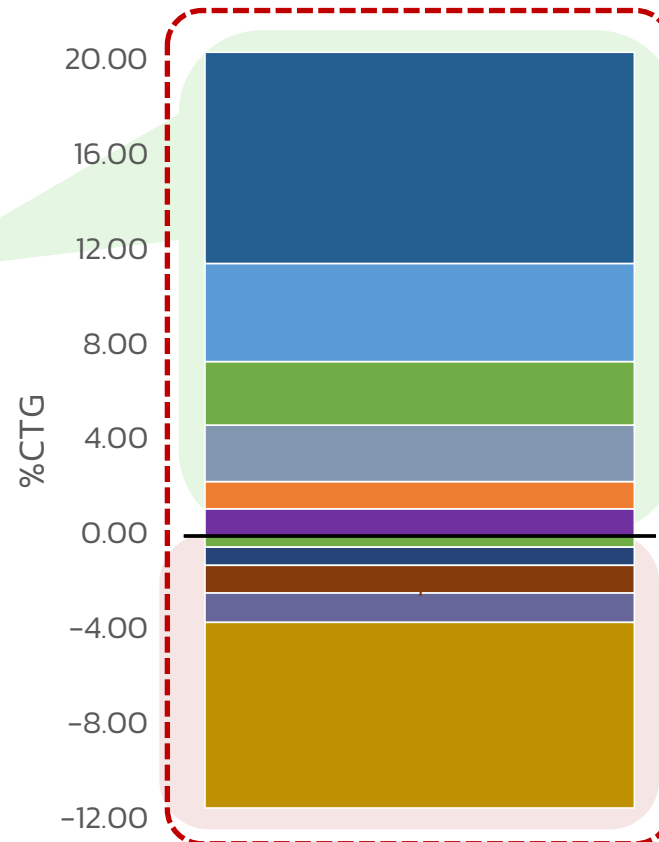
Contribution to growth by Country

การส่งออกเดือนสิงหาคม 2564 ขยายตัวร้อยละ 8.9 โดยเฉพาะการส่งออกไปจีน อินเดีย เอเชีย สหรัฐฯ เกาหลีใต้ และฟิลิปปินส์ ช่วยผลักดันการส่งออกให้ขยายตัวสูง ตลาดที่กดดันการส่งออก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย เวียดนาม และฮ่องกง

ตลาดที่ผลักดันการส่งออก

-  จีน
-  อินเดีย
-  สหรัฐอเมริกา
-  เกาหลีใต้
-  ฟิลิปปินส์
- อื่นๆ

+8.93%



ตลาดที่กดดันการส่งออก

-  สวิตเซอร์แลนด์
-  สิงคโปร์
-  ออสเตรเลีย
-  เวียดนาม
-  ฮ่องกง

การนำเข้า

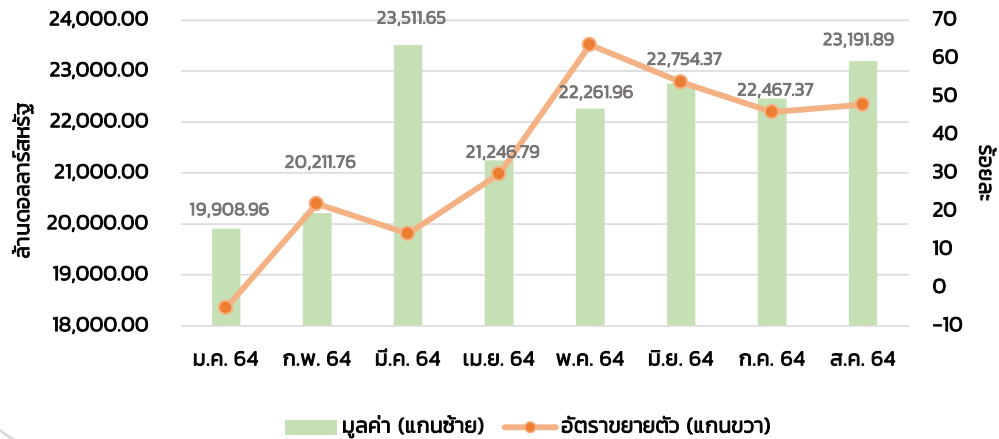
เดือนสิงหาคม 2564

การนำเข้ารวม มูลค่า 23,191.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 47.92% (YoY)

มูลค่านำเข้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป และสินค้าเชื้อเพลิง ขยายตัวอยู่ในระดับสูง จากภาคการผลิตที่ฟื้นตัว และราคาสินค้าวัตถุดิบขยับตัวสูงขึ้นตามความต้องการใช้สินค้าทั่วโลกสูงขึ้น

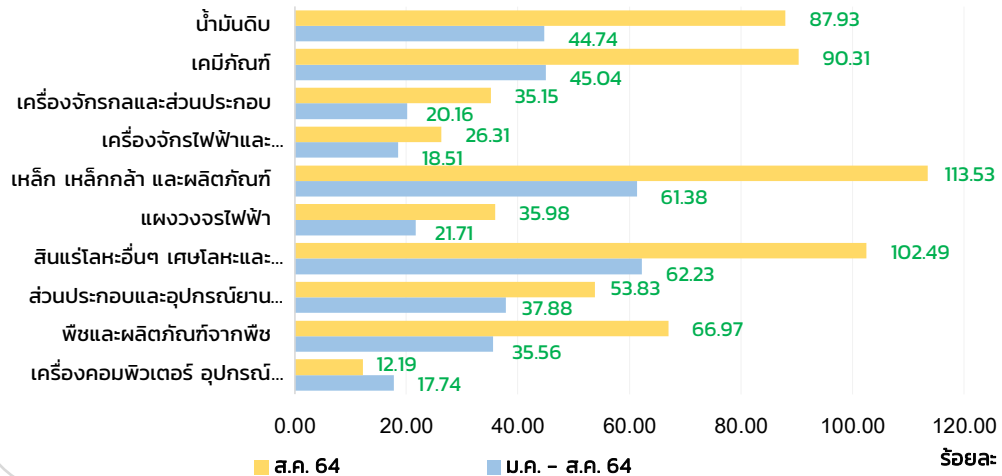


มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทย ปี 2564

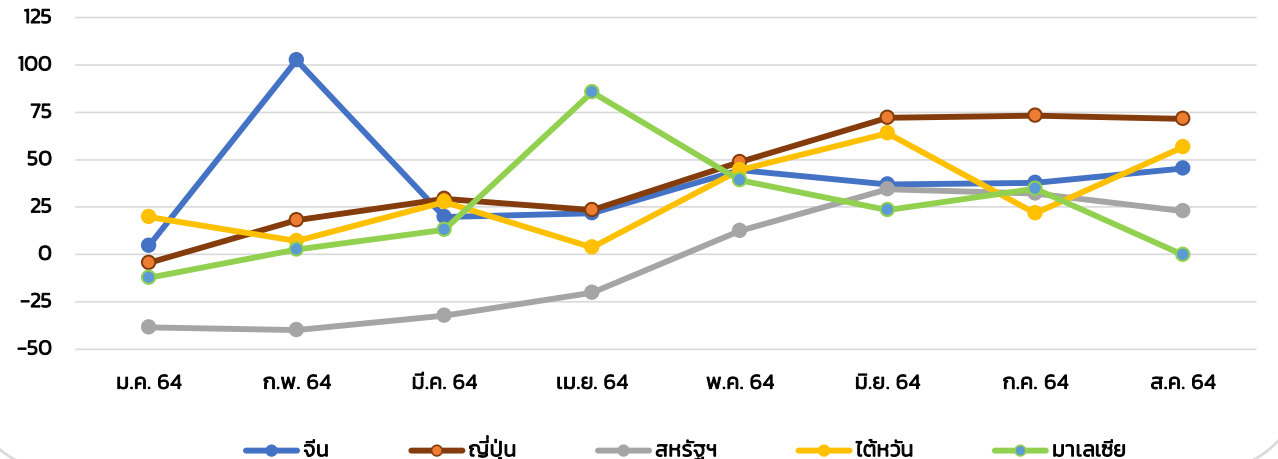


หมวดสินค้า	ส.ค. 64	ม.ค. - ส.ค. 64
การนำเข้ารวม	23,191.89 (+47.92%)	175,554.75 (+30.97%)
สินค้าเชื้อเพลิง	3,662.62 (+81.80%)	25,192.59 (+36.54%)
สินค้าทุน	5,586.41 (+23.82%)	42,771.02 (+19.69%)
สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป	10,187.16 (+65.73%)	77,195.72 (+43.21%)
สินค้าอุปโภคบริโภค	2,499.60 (+18.45%)	20,251.58 (+19.47%)
สินค้ายานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง	1,218.56 (+47.30%)	9,892.63 (+36.23%)
สินค้าอื่นๆ	37.53 (-44.20%)	251.20 (-85.56%)

อัตราการขยายตัวของสินค้านำเข้าสำคัญ 10 อันดับแรก - สิงหาคม 2564



อัตราการขยายตัวของการนำเข้า แยกตามแหล่งนำเข้าสำคัญ ปี 2564



ปัจจัยสนับสนุนการส่งออก

การทำงานเชิงรุกตามแผนงานส่งเสริมการส่งออก

ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ปี 2564
และการแก้ไขปัญหาภัยพิบัติสถานการณ์การระบาด
แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
แผนงานที่เริ่มขึ้นในปี 2564 มี 3 ส่วน

1. กระตุ้นนำผู้ประกอบการ "ตลาดการผลิต"
2. กระตุ้นการค้าขายผ่านช่องทางดิจิทัล ความปลอดภัยในการค้าขายออนไลน์
3. มุ่งเน้นการทำงานกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคเอกชนและผู้ประกอบการรายย่อย

ประกอบด้วย 14 แผนงาน

1. ประเมินภาพรวมการค้าโลก ปี 2
2. มาตรการ "การค้าทำ!"
3. มาตรการผลิต ส่งเสริมสินค้า
4. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
5. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
6. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
7. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
8. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
9. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
10. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
11. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
12. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
13. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ
14. มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ

- ยุทธศาสตร์ตลาดนำการผลิต
- ทิมเซลล์แมนประเทศ และทิมเซลล์จังหวัด ทำงานอย่างสอดประสาน
- ทำงานใกล้ชิดภาคเอกชน ผ่านกลไก **กรอ.พาณิชย์**

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ



เศรษฐกิจประเทศคู่ค้ายังฟื้นตัวได้ดี
สหรัฐฯ ยุโรป อินเดีย สหราชอาณาจักร
ญี่ปุ่น



ราคาน้ำมันดิบทรงตัวอยู่ในระดับสูง
ผลดีต่อความต้องการยางธรรมชาติ
และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน



ค่าเงินบาทอ่อนค่า
ความสามารถทางการแข่งขันด้าน
ราคาของสินค้าไทยดีขึ้น

จับคู่กู้เงิน
สถาบันการเงิน กับ
SME ส่งออก
เฟส 2

โปรโมชั่นอาหารทะเลไทยใน สปป.ลาว
สร้างความเชื่อมั่น
สร้างภาพลักษณ์

เด็กปลื้ม!
จูนีร์ ขึ้น
CEO-Gen Z
 ในมหาวิทยาลัย ถึงเป้า
12,000 คน
 ใน 1 ปี
 สร้าง แม่ทัพธุรกิจ
 รุ่นใหม่ออนไลน์

ปีน Gen Z
เป็น CEO
เกินเป้า
สมัครแล้ว

2 หมื่นคน

Phuket
Gems
Fest

เตรียมจัดเจรจาธุรกิจออนไลน์

ทิศทางกระทรวงพาณิชย์ปี 2564
และการแก้ไขปัญหาภัยพิบัติสถานการณ์การ
แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

แผนงานที่เริ่มดำเนินการในปี 2564 มี 3 ส่วน

1. การดำเนินงาน
นโยบายภาครัฐ
"ตลาดนำการผลิต"
2. การส่งเสริมการค้าระหว่าง
ประเทศ เชื่อมโยง
ห่วงโซ่มูลค่ากับภาคธุรกิจ
ควบคู่ไปกับการผลิต
3. เพิ่มบทบาทงานกับ
ภาคเอกชน โดย
ภาคเอกชนเป็นรูปของภาค
ก.ร.พาณิชย์

ประกอบด้วย 14 แผนงาน

1. ประชุมระดับ
ปี 2
เดินหน้าโครงการ
ประชานิยมระดับ
เกษตรปี 2
2. โครงการ
พาณิชย์ลดราคา!
ช่วยประชาชน
ลงลึก: ดับขาด
3. เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด
และมุ่งเน้นการส่งออก
4. อาหารโลก อาหารไทย
อาหารสุขภาพ
อาหารนวัตกรรม
และอาหารเชิควิน
ที่กำลังเป็นเทรนด์
สำคัญของโลก
5. ให้ความสำคัญ
กระตุนทุกภาคส่วน
ให้ริเริ่ม
การก่อกองทัพภาคใหม่
ขึ้นเพื่อพัฒนา
และสร้างแพลตฟอร์มกลาง
6. พัฒนาศักยภาพ
การค้าระหว่าง
ประเทศและ
ให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
7. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
8. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
9. เดินหน้าการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
10. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
11. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
12. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
13. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล
14. ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
และให้บริการ
SME และ Micro SME
ด้วยนวัตกรรม
และใช้เทคโนโลยี
และดิจิทัล

เดินหน้ากิจกรรมภายใต้
Mini FTA ไทย-ไต้หวัน

ส่งเสริมแฟชั่นไทย
บนเวทีโลก
เวียดนามแฟชั่นวีค
แบรนด์ในโครงการดอยตุง

กิจกรรมส่งเสริมการบริโภคลำไย
จีน 12 เมือง
สิงคโปร์
อินเดีย 4 รัฐ

"จูนีร์" ดันการค้าไทย-ไต้หวัน
เตรียมจัดแมชชีน-งานแสดงสินค้า

สามารถดาวน์โหลดเอกสารประกอบแถลงข่าวได้ที่
www.tpsso.moc.go.th หรือสแกน QR Code

