

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยประจำเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓

ภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ยังเป็นปัจจัยกดดันต่อการส่งออกไทยในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓ เช่นเดียวกับหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ อุปสรรคด้านการขนส่งที่ยังไม่เพียงพอและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นทำให้ผู้นำเข้าชะลอการสั่งซื้อแม้ยังมีความต้องการสูง อย่างไรก็ตาม การผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์และการกระตุ้นเศรษฐกิจของนานาประเทศ จะเป็นปัจจัยสนับสนุนกำลังซื้อและความต้องการสินค้าไทยให้ฟื้นตัวในระยะข้างหน้า ดังเช่นการส่งออกไปตลาดจีนที่ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ ที่ร้อยละ ๑๕.๓ ซึ่งการส่งออกเริ่มกลับเข้าสู่ระดับปกติในช่วงก่อนโควิด-๑๙ โดยเห็นได้จากกระจายตัวทั้งในกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภคและสินค้าเพื่อการผลิตในอุตสาหกรรม

ในรายสินค้า สินค้าไทยยังตอบโจทย์ความต้องการสินค้ากลุ่มอาหารในช่วงล็อกดาวน์ของโลกได้ดี ในเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓ สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรที่ขยายตัวได้ดี ได้แก่ ผักและผลไม้ หลังจากการคลายมาตรการล็อกดาวน์ในจีน อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อาหารสัตว์เลี้ยง ไก่สด แซ่เย็นและแซ่แข็ง และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่กลับมาขยายตัวเป็นบวกในรอบ ๑๐ เดือน ทั้งนี้ สัดส่วนการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอยู่ที่ร้อยละ ๒๒.๗ จากร้อยละ ๑๗.๑ ในปีที่ผ่านมา สะท้อนโอกาสในการกระจายรายได้ลงสู่เกษตรกร และเศรษฐกิจฐานรากในช่วงเวลาท้าทาย

ทั้งนี้ ประเมินว่าในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ การส่งออกไทยจะได้รับผลกระทบผ่าน ๔ ช่องทาง ได้แก่ ๑) ราคาน้ำมันที่ปรับลดลงอย่างรวดเร็ว ๒) ความชะงักงันของการผลิต จากมาตรการล็อกดาวน์ทั่วโลก ซึ่งขณะนี้เริ่มคลี่คลายบ้างแล้วจากการผ่อนคลายมาตรการในหลายประเทศ ๓) ระบบขนส่งโลจิสติกส์ที่ยังไม่คล่องตัว และ ๔) ผลกระทบด้านรายได้ของประเทศคู่ค้า (Income Effect) ซึ่งขึ้นกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของต่างประเทศ โดยในระยะนี้ ภาครัฐควรเร่งสร้างภูมิคุ้มกันและลดทอนผลกระทบจากรายได้ที่ลดลงในช่วงที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ในภาคการค้าและการส่งออก ภาครัฐให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนกลุ่มสินค้าที่ยังมีศักยภาพและขยายตัวได้ดี โดยมี ๕ แนวทาง คือ ๑) สนับสนุนบริษัทส่งออกให้เข้าถึงนโยบายช่วยเหลือของภาครัฐเพื่อประกอบธุรกิจในการที่การส่งออกยังไม่แน่นอนสูง ๒) ส่งเสริมการตลาดสินค้าที่มีความต้องการสูงในระยะนี้ โดยเฉพาะสินค้าอาหาร ๓) ตั้งเป้าหมายและสนับสนุนการเข้าถึงตลาดศักยภาพและฟื้นตัวได้ดีท่ามกลางสถานการณ์โควิด-๑๙ ๔) แก้ไขปัญหาโลจิสติกส์ ช่วยลดต้นทุนการขนส่งที่ปรับสูงขึ้นในระยะนี้ และ ๕) บริหารความเสี่ยงจากปัจจัยอื่นๆ อาทิ การประกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยน

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปของเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓ การส่งออก มีมูลค่า ๑๖,๒๗๘.๓๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ ๒๒.๕๐ เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า ๑๓,๕๘๓.๘๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ ๓๔.๔๑ การค้า **เกินดุล** ๒,๖๙๔.๕๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐ **ภาพรวม ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ การส่งออก** มีมูลค่า ๙๗,๘๙๘.๖๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ ๓.๗๑ ขณะที่ **การนำเข้า** มีมูลค่า ๘๘,๘๐๘.๑๓ ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ ๑๑.๖๔ ส่งผลให้ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ การค้า **เกินดุล** ๙,๐๙๐.๕๖ ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปของเงินบาท เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๓ การส่งออก มีมูลค่า ๕๒๔,๕๘๔.๑๒ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๒๐.๙๑ เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (YoY) ขณะที่การนำเข้า มีมูลค่า ๔๔๓,๔๗๘.๙๕ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๓๓.๐๘ การค้า **เกินดุล** ๘๑,๑๐๕.๑๗ ล้านบาท **ภาพรวม ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ การส่งออก** มีมูลค่า ๓,๐๔๑,๗๑๙.๙๐ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๕.๑๘ ขณะที่ **การนำเข้า** มีมูลค่า ๒,๗๙๓,๑๘๘.๗๐ ล้านบาท หดตัวร้อยละ ๑๓.๒๒ ส่งผลให้ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ การค้า **เกินดุล** ๒๔๘,๕๓๑.๒ ล้านบาท



แนวโน้มและมาตรการส่งเสริมการส่งออกปี ๒๕๖๓

แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ในทวีปเอเชียจะดีขึ้นเป็นลำดับ แต่การระบาดในทวีปยุโรป และทวีปอเมริกา ยังเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อตลาดส่งออกของไทย อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของการส่งออกไปจีนเป็นสัญญาณบวกต่อเศรษฐกิจโลกฝั่งเอเชียที่การระบาดลดลงในหลายประเทศ ทั้งนี้ ปัจจัยด้านรายได้ของประชาชนในแต่ละประเทศที่ลดลง ผ่นวกกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้การซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าคงทนที่มีราคาสูงลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมีนาคม ๒๕๖๓ เป็นต้นมา

ในช่วงถัดไป มีปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออก โดยรัฐบาลของแต่ละประเทศจะเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจในประเทศผ่านมาตรการช่วยเหลือรูปแบบต่างๆ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศคู่ค้ามีกำลังซื้อมากขึ้น ทั้งนี้ ยังคงมีปัจจัยลบในสถานการณ์ที่ทุกประเทศใช้นโยบายผ่อนคลายทางการเงินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ อาทิ การลดดอกเบี้ยนโยบาย อาจส่งผลให้นักลงทุนเลื่อยย้ายการลงทุนมาฝั่งเอเชียมากขึ้น และอาจส่งผลให้ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากความต้องการใช้น้ำมันเพิ่มขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-๑๙ คลี่คลาย และกลุ่มโอเปกพลัสร่วมกันลดกำลังการผลิตได้ตามข้อตกลง จะส่งผลให้ระดับราคาน้ำมันทยอยปรับเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในไตรมาส ๓ และ ๔ ซึ่งจะเป็ปัจจัยบวกต่อการส่งออกสินค้าน้ำมันและสินค้าเกี่ยวเนื่องในช่วงที่เหลือของปี

สำหรับการส่งเสริมการส่งออกปี ๒๕๖๓ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) มีมาตรการส่งเสริมทั้งตลาดออฟไลน์ ผ่านการส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง โดยขยายตลาดสินค้าผักและผลไม้ไทยไปยังประเทศจีน นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เจริญจากกับจีนเพื่อคลี่คลายปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยผ่านลาวและเวียดนามไปยังจีนตอนใต้ได้เป็นอย่างดี ด้านการส่งเสริมตลาดออนไลน์ กระทรวงพาณิชย์มีการดำเนินงานผ่านแพลตฟอร์มต่างประเทศ ทั้งจีน อินเดีย อาเซียน เกาหลี ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และแอฟริกา และจัดกิจกรรมการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ผ่านระบบออนไลน์ ระหว่างผู้ส่งออกไทย ๘๐ บริษัท และผู้นำเข้าต่างประเทศ ๕๐ บริษัท โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เตรียมจัดกิจกรรม Thai Fruits Golden Months ส่งเสริมการขายผลไม้ไทยในเมืองต่างๆ ในจีน อาทิ เชียงไฮ้ ชิงต่าว หนานหนิง ฉินตู ฉงชิ่ง ซื่ออัน เซี่ยเหมิน และคุนหมิง โดยมีแผนจะจัดกิจกรรมในช่วงเดือนพฤษภาคม - กรกฎาคม ๒๕๖๓ ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ พร้อมร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของจีน ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์เตรียมความพร้อมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์อย่างเต็มรูปแบบ โดยทันทีที่ประเทศต่างๆ ผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์และเมื่อสถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ จะทำให้สินค้าไทยกลับเข้าสู่ตลาดได้ทันที ซึ่งจะช่วยฟื้นฟูตลาดส่งออกของไทยให้มีมูลค่าทางการค้าที่เพิ่มขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น กระทรวงพาณิชย์ยังร่วมมือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ดำเนินโครงการ “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด สร้างโอกาสไทยทุกคน” โดยมีเป้าหมายเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ เพิ่มจีดีพี และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๓



ข้อมูลประกอบ

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ ๒.๕ (YoY) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๓ สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระจับปิ้ง และแปรรูป ขยายตัวร้อยละ ๘๓.๕ (ขยายตัวในตลาดจีน เวียดนาม ฮองกง มาเลเซีย ไต้หวัน และลาว) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขยายตัวร้อยละ ๘.๐ (ขยายตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม และออสเตรเลีย) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ ๕.๖ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย แคนาดา อียิปต์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเยเมน) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ ๑๗.๐ (ขยายตัวแทบทุกตลาดในสหรัฐฯ อิตาลี มาเลเซีย ออสเตรเลีย เวียดนาม อินเดีย ไต้หวัน และฟิลิปปินส์) ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง ขยายตัวร้อยละ ๑๓.๐ (ขยายตัวในตลาดจีน สิงคโปร์ ฮองกง เนเธอร์แลนด์ และกัมพูชา) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ ยางพารา หดตัวร้อยละ ๔๒.๐ (หดตัวทุกตลาดในจีน มาเลเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) น้ำตาลทราย หดตัวร้อยละ ๒๕.๔ (หดตัวในตลาดอินโดนีเซีย กัมพูชา เกาหลีใต้ ไต้หวัน และญี่ปุ่น แต่ยังคงขยายตัวได้ดีในตลาดเวียดนาม และฟิลิปปินส์) ข้าว หดตัวร้อยละ ๔.๐ (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น แต่ยังคงขยายตัวได้ดีในหลายตลาด อาทิ สหรัฐฯ จีน แอฟริกาใต้ อังกฤษ และสิงคโปร์) ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ หดตัวร้อยละ ๐.๖

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ ๒๗.๐ (YoY) สินค้าที่ขยายตัวดี ได้แก่ ทองคำ ขยายตัวแทบทุกตลาดที่ร้อยละ ๗๓๕.๑ (ขยายตัวในตลาดสวีเดน สิงคโปร์ ฮองกง ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น) อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด ขยายตัวร้อยละ ๒๙.๑ (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม ฮองกง จีน และสิงคโปร์) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ ๕.๐ (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ ลาว และมาเลเซีย) สินค้าที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ ๖๒.๖ (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย ฟิลิปปินส์ และเม็กซิโก แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดจีน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน หดตัวร้อยละ ๓๓.๒ (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ เวียดนาม กัมพูชา ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดจีน) อัญมณีและเครื่องประดับไม่รวมทองคำ หดตัวร้อยละ ๖๘.๖ (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดเยอรมนี และไต้หวัน) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ ๒๑.๓ (หดตัวในตลาดฮองกง เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเม็กซิโก แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ จีน สิงคโปร์ และเวียดนาม) ผลิตภัณฑ์ยาง หดตัวร้อยละ ๒๒.๒ (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย และเวียดนาม แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดจีน และโปแลนด์) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ ๓๙.๕ (หดตัวแทบทุกตลาด อาทิ เวียดนาม สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวได้ดีในตลาดสหรัฐฯ อาหรับเอมิเรตส์) ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ หดตัวร้อยละ ๓.๗

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญส่วนใหญ่ปรับตัวลดลง เนื่องจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ และมาตรการจำกัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อควบคุมโรค ที่ส่งผลให้อุปสงค์จากประเทศคู่ค้าลดลง อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตลาดจีนขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ หลังจากที่จีนสามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดได้

ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่างๆ ดังนี้ ๑) การส่งออกไปตลาดหลัก หดตัวร้อยละ ๒๕.๙ โดยการส่งออกไปสหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป (๑๕) หดตัวร้อยละ ๑๗.๓ ร้อยละ ๒๔.๒ และร้อยละ ๔๐.๐ ตามลำดับ ๒) การส่งออกไปตลาดศักยภาพสูง หดตัวร้อยละ ๒๑.๓ เนื่องจากการลดลงของการส่งออกไปอาเซียน (๕) กลุ่มประเทศ CLMV และเอเชียใต้



ร้อยละ ๒๗.๙ ร้อยละ ๒๘.๐ และ ๗๑.๕ ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปตลาดจีนขยายตัวร้อยละ ๑๕.๓ และ ๓) การส่งออก
ไปตลาดศักยภาพพระดั่งรอง หดตัวต่อเนื่องร้อยละ ๓๖.๓ ตามการลดลงของการส่งออกไปที่ออสเตรเลีย (๒๕) (ร้อยละ -๑๘.๐)
ตะวันออกกลาง (๑๕) (ร้อยละ -๓๐.๖) ลาตินอเมริกา (ร้อยละ -๕๙.๔) รัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS (ร้อยละ -๔๙.๙) และ
ทวีปแอฟริกา (ร้อยละ -๔๗.๙)

ตลาดจีน ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ ๒ ที่ร้อยละ ๑๕.๓ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่แข็ง และแห่ง
รถยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่**
๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ ขยายตัวร้อยละ ๔.๗

ตลาดสหรัฐอเมริกา หดตัวร้อยละ ๑๗.๓ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องนุ่งห่ม และโทรทัศน์และส่วนประกอบ ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ
ข้าว เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน และอาหารทะเลแปรรูป **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** ขยายตัวร้อยละ ๐.๓

ตลาดสหภาพยุโรป (๑๕) หดตัวร้อยละ ๔๐.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่อง
คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ อัญมณีและเครื่องประดับ และแผงวงจรไฟฟ้า ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ ข้าว แผงสวิทช์
และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า และอาหารสัตว์เลี้ยง **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๑๖.๓

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ ๒๔.๒ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและ
ส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ และเครื่องใช้ไฟฟ้า ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ โทรศัพท์และอุปกรณ์ฯ
และไก่แปรรูป **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๖.๘

ตลาดอาเซียน (๕) หดตัวร้อยละ ๒๗.๙ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป และ
เคมีภัณฑ์ ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ อากาศยานและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่องยนต์สันดาป
ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓ ขยายตัวร้อยละ ๐.๒

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ ๒๘.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป และ
เม็ดพลาสติก ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่แข็ง และแห่ง สินค้าปศุสัตว์อื่นๆ และน้ำตาลทราย **ขณะที่ ๕ เดือนแรก**
ของปี ๒๕๖๓ หดตัวร้อยละ ๑๐.๔

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ ๗๑.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ รถยนต์และ
ส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก และเครื่องจักรกล ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป อาหารสัตว์เลี้ยง และเมล็ดที่ใช้
ในการเพาะปลูก **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๓๒.๕

ตลาดลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ ๕๙.๔ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์
เครื่องยนต์สันดาป เครื่องจักรกล และผลิตภัณฑ์ยาง ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เครื่องส่ง
โทรศัพท์และโทรทัศน์ และหม้อแปลงไฟฟ้า **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๒๑.๕

ตลาดตะวันออกกลาง (๑๕) หดตัวร้อยละ ๓๐.๖ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและ
เครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ ข้าว และผลิตภัณฑ์ยาง ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม เครื่องซักผ้าและ
ส่วนประกอบ และเส้นใยประดิษฐ์ **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๙.๒

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (๒๕) หดตัวร้อยละ ๑๘.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ
เครื่องปรับอากาศ เครื่องคอมพิวเตอร์ และเม็ดพลาสติก ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ ข้าว และ
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๑๒.๓

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ ๔๙.๙ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ
อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง และเม็ดพลาสติก ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
และแผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๒๑.๙



ตลาดทวีปแอฟริกา หดตัวร้อยละ ๔๗.๙ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ ข้าว เครื่องยนต์สันดาป และผลิตภัณฑ์ยาง ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และเคมีภัณฑ์ **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๒๖.๑

ตลาดอินเดีย หดตัวร้อยละ ๗๖.๐ สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก รถยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ด้านสินค้าที่ขยายตัว ได้แก่ อาหารสัตว์เลี้ยง เมล็ดที่ใช้ในการเพาะปลูก และน้ำมันสำเร็จรูป **ขณะที่ ๕ เดือนแรกของปี ๒๕๖๓** หดตัวร้อยละ ๓๕.๑

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๓

