

## ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนมีนาคม 2565

การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2565 มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ นับตั้งแต่เริ่มบันทึกสถิติในปี 2534 อยู่ที่ 28,859.6 ล้านเหรียญสหรัฐ (922,313 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 19.5 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 8.9 ซึ่งขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน จากความต้องการสินค้าทั่วโลกที่แข็งแกร่ง ส่วนหนึ่งเป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในหลายประเทศที่คลี่คลายลง นอกจากนี้ ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) อยู่เหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 21 โดยการจ้างงาน และการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคเร่งตัวขึ้น บ่งชี้ว่าประเทศคู่ค้าสำคัญยังมีแนวโน้มเติบโต สำหรับสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกรวมค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีสัดส่วนการส่งออกน้อย ในขณะที่เดียวกันจะเป็นโอกาสในการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไปตลาดโลกได้มากขึ้น ทั้งนี้ การส่งออกไทยไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 14.9 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัยยังขยายตัวร้อยละ 8.7 ชี้ให้เห็นว่า การส่งออกยังเป็นฟันเฟืองสำคัญช่วยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย

สินค้าส่งออกที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าที่ได้รับอานิสงส์จากราคาลงงานและโภคภัณฑ์ที่สูงขึ้น เช่น เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ น้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ยางยานพาหนะ เป็นต้น 2) สินค้าเกษตรและอาหารที่เป็นสินค้าจำเป็นในภาวะสงคราม และต่างประเทศมีความต้องการสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาลทราย ไก่แปรรูป อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป น้ำมันปาล์ม อาหารสัตว์เลี้ยง สิ่งปรุงรสอาหาร เป็นต้น 3) สินค้าเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าคงทน ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการจ้างงาน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (อาทิ ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง และส่วนประกอบเครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ) เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น 4) สินค้าป้องกันการติดเชื้อและการแพร่ระบาดยังเป็นสินค้าจำเป็นในช่วงที่ยังมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก เช่น เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ เป็นต้น

### มูลค่าการค้ารวม

**มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ** เดือนมีนาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 28,859.6 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 19.5 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 27,400.6 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 18.0 **ดุลการค้าเกินดุล** 1,459.1 ล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ภาพรวมการส่งออกไตรมาสแรกของปี 2565 (มกราคม-มีนาคม) การส่งออก มีมูลค่า 73,601.4 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 14.9 การนำเข้า มีมูลค่า 74,545.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 18.4 **ดุลการค้าไตรมาสแรก ขาดดุล** 944.0 ล้านเหรียญสหรัฐ

**มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท** เดือนมีนาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 922,313 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 28.7 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 887,353 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 26.8 **ดุลการค้าเกินดุล** 34,960 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออกไตรมาสแรกของปี 2565 (มกราคม-มีนาคม) การส่งออก มีมูลค่า 2,401,444 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 26.1 การนำเข้า มีมูลค่า 2,466,654 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 29.9 **ดุลการค้าไตรมาสแรก ขาดดุล** 65,210 ล้านบาท

## การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 14.2 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน **สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขยายตัวร้อยละ 6.3 กลับมาขยายตัว (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และเกาหลีใต้) **ข้าว** ขยายตัวร้อยละ 53.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อิรัก จีน แอฟริกาใต้ เบนิน ฮังการี เยเมน และโมซัมบิก) **อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 2.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อียิปต์ และลิเบีย) **น้ำตาลทราย** ขยายตัวร้อยละ 204.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย กัมพูชา มาเลเซีย เกาหลีใต้ ลาว จีน และเมียนมา) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 15.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 31 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อิตาลี มาเลเซีย ออสเตรเลีย อินเดีย และเวียดนาม) **ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์** ขยายตัวร้อยละ 350.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 22 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินเดีย มาเลเซีย เมียนมา ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และเวียดนาม) **ไก่แปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 6.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ฮ่องกง และแคนาดา) **สิ่งปรุงรสอาหาร** ขยายตัวร้อยละ 9.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย มาเลเซีย กัมพูชา และเมียนมา) **สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ **ยางพารา** หดตัวร้อยละ 6.0 กลับมาหดตัว (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวดีในตลาดสหรัฐฯ เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส ตุรกี สเปน และอินโดนีเซีย) **ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง** หดตัวร้อยละ 0.3 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดมาเลเซีย ฮ่องกง เวียดนาม และเกาหลีใต้ แต่ขยายตัวดีในตลาดอินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เมียนมา และปากีสถาน) **ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง** หดตัวร้อยละ 22.1 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ และเมียนมา แต่ขยายตัวดีในตลาดมาเลเซีย กัมพูชา และเนเธอร์แลนด์) ทั้งนี้ ไตรมาสแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 13.3 (YoY)

## การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 20.6 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน โดย**สินค้าที่ขยายตัวดี** ได้แก่ สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ขยายตัวร้อยละ 15.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน (ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย เวียดนาม อินเดีย กัมพูชา และญี่ปุ่น) **เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์** ขยายตัวร้อยละ 36.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ฮ่องกง ไต้หวัน และอินเดีย) **แผงวงจรไฟฟ้า** ขยายตัวร้อยละ 11.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ จีน ฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ ไต้หวัน และมาเลเซีย) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 37.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อินเดีย ฮ่องกง เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี) **เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 37.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เนเธอร์แลนด์ เมียนมา และกัมพูชา) **เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อนและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 71.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 22 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ แคนาดา ลาว เมียนมา และแอฟริกาใต้) **เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์** ขยายตัวร้อยละ 10.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส และแคนาดา) **ขณะที่สินค้าที่หดตัว** ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 10.9 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย เวียดนาม และสหรัฐฯ แต่ขยายตัวดีในตลาดฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เม็กซิโก และซาอุดีอาระเบีย) **ผลิตภัณฑ์ยาง** หดตัวร้อยละ 13.4 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเวียดนาม แต่ขยายตัวดีในตลาดออสเตรเลีย อินเดีย สเปน ฝรั่งเศส สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และตุรกี) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 6.1 กลับมาหดตัวในรอบ 7 เดือน (หดตัวในตลาดเวียดนาม ไต้หวัน ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และอินเดีย แต่ขยายตัวดีในตลาดสหรัฐฯ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ตุรกี และเบลเยียม) ทั้งนี้ ไตรมาสแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 14.9 (YoY)

## ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกสำคัญส่วนใหญ่ยังคงขยายตัว แม้จะขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงในบางตลาด ท่ามกลางความไม่แน่นอนของสถานการณ์รัสเซีย-ยูเครน และการใช้มาตรการควบคุมไวรัสโควิด-19 ที่เข้มงวดมากขึ้นของจีน ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ 1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 12.7 โดยขยายตัวในตลาดสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 21.5 จีน ร้อยละ 3.2 ญี่ปุ่น ร้อยละ 1.0 อาเซียน (5) ร้อยละ 34.8 CLMV ร้อยละ 1.0 และสหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 6.9 (2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 10.2 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 36.4 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 29.5 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 2.2 และทวีปแอฟริกา ร้อยละ 4.8 ขณะที่ทวีปออสเตรเลีย และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 1.3 และ 65.9 ตามลำดับ และ (3) ตลาดอื่น ๆ ขยายตัวร้อยละ 1,411.6 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ ขยายตัวร้อยละ 2,865.2

**ตลาดสหรัฐฯ** ขยายตัวร้อยละ 21.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 22 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เตาอบไมโครเวฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 24.1

**ตลาดจีน** ขยายตัวร้อยละ 3.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ทองแดงและผลิตภัณฑ์ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ และเครื่องยนต์สานตาป เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 4.2

**ตลาดญี่ปุ่น** ขยายตัวร้อยละ 1.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ ทองแดงและผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 1.2

**ตลาดอาเซียน (5)** ขยายตัวร้อยละ 34.8 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำตาลทราย รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 26.9

**ตลาด CLMV** ขยายตัวร้อยละ 1.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก น้ำตาลทราย และผ้าฝ้าย เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 5.5

**ตลาดสหภาพยุโรป (27)** ขยายตัวร้อยละ 6.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อากาศยานและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และแผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 5.7

**ตลาดเอเชียใต้** ขยายตัวร้อยละ 36.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เคมีภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 25.8

**ตลาดอินเดีย** ขยายตัวร้อยละ 43.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 33.0

**ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25)** หดตัวร้อยละ 1.3 (หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ แต่มีสินค้าที่ขยายตัวสูง ได้แก่ เครื่องยนต์สานตาป เครื่องจักรกล และเม็ดพลาสติก ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 2.5

**ตลาดตะวันออกกลาง (15)** ขยายตัวร้อยละ 29.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 12 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ข้าว รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ไตรมาสแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 15.3

**ตลาดทวีปแอฟริกา (57)** กลับมาขยายตัวร้อยละ 4.8 **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** ได้แก่ ข้าว ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น **ขณะที่ไตรมาสแรกในปี 2565** หดตัวร้อยละ 1.5

**ตลาดลาตินอเมริกา (47)** ขยายตัวร้อยละ 2.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** ได้แก่ เครื่องยนต์สันดาป โทรทัศน์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ หม้อแปลงไฟฟ้า และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น **ขณะที่ไตรมาสแรกในปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 4.9

**ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS** หดตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 12 เดือน หดตัวร้อยละ 65.9 **สินค้าสำคัญที่หดตัว** ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น **แต่มีสินค้าที่ขยายตัวสูง** ได้แก่ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ และรองเท้าและชิ้นส่วน เป็นต้น **ขณะที่ไตรมาสแรกในปี 2565** หดตัวร้อยละ 11.9

### แนวโน้มและแผนส่งเสริมการส่งออกระยะถัดไป

**แนวโน้มการส่งออกไทย** คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่อง ผลของเหตุการณ์รัสเซีย-ยูเครน รวมถึงมาตรการคว่ำบาตรต่อรัสเซีย ส่งผลต่อการค้าไทยค่อนข้างจำกัด เนื่องจากสัดส่วนการค้าไทยกับรัสเซียและยูเครนค่อนข้างน้อย โดยปัจจัยสนับสนุนของการส่งออกระยะถัดไป ได้แก่ (1) โอกาสในการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไปตลาดโลก ได้มากขึ้นจากความต้องการเพื่อรักษาความมั่นคงทางอาหารของหลายประเทศ รวมถึงการทดแทนสินค้ารัสเซียและยูเครนที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว (2) การใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ความตกลงการค้าเสรีที่มีผลใช้บังคับแล้ว เช่น ความตกลง RCEP ช่วยสนับสนุนการค้าภายในภูมิภาค (3) การฟื้นฟูความสัมพันธ์กับซาอุดีอาระเบีย จะส่งผลต่อการส่งออกไทยมากขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าข้าว ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง ไก่แปรรูป อาหารทะเลแปรรูป รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น (4) ทิศทางของราคาสินค้าอาหารและโภคภัณฑ์ที่กำลังสูงขึ้น จึงคาดว่าผู้นำเข้าจะเร่งการนำเข้าเพื่อลดความเสี่ยงด้านราคาที่สูงขึ้นและผันผวน และ (5) ค่าเงินบาทมีทิศทางอ่อนค่า และอยู่ในระดับที่เอื้อต่อการส่งออก

**แผนส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์** รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์) ได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งผลักดันและอำนวยความสะดวกด้านการส่งออกของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs อย่างเต็มที่ และช่วยแก้ไขอุปสรรคทางการค้าให้แก่ภาคเอกชนโดยทันที ซึ่งแผนงานสำคัญ อาทิ การส่งเสริมการส่งออกผ่านนโยบาย Soft Power ผลักดัน 4 กลุ่มสินค้าสำคัญ ได้แก่ อาหาร ดิจิทัลคอนเทนต์ สุขภาพความงาม และสินค้าสร้างสรรค์อัตลักษณ์ไทย การร่วมมือกับภาคเอกชนจัดทำ **มาตรการเชิงรุกบริหารจัดการส่งออกผลไม้ สำหรับฤดูกาลผลิตปี 2565** โดยเร่งรัดเจรจากับจีน เพื่อขอให้เปิดช่องทางรับสินค้าเพิ่มเติม การประสานความร่วมมือตรวจสอบคุณภาพสินค้าและตรวจคัดกรองเชื้อโควิด-19 การเจรจากับลาวและเวียดนาม เพื่ออำนวยความสะดวกการขนส่งข้ามแดน **การผลักดันและเร่งแก้ไขปัญหาการค้าชายแดน** อาทิ การส่งเสริมการค้าชายแดนของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าชายแดนไทย-เมียนมา รวมถึงยังคงเดินหน้าเจรจากับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อขอให้เปิดด่านการค้าชายแดนระหว่างกันเพิ่มขึ้น หลังปิดทำการชั่วคราวจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์  
26 เมษายน 2565