

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนเมษายน 2565

การส่งออกของไทยในเดือนเมษายน 2565 มีมูลค่า 23,521.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (782,146 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 9.9 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 6.9 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ท่ามกลางปัจจัยกดดันจากการสู้รบในยูเครนและมาตรการคว่ำบาตรต่อรัสเซียที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานการผลิต รวมถึงผลักดันเงินเพื่อเพิ่มขึ้นในหลายประเทศ นอกจากนี้ ภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนจากมาตรการล็อกดาวน์ในหลายเมือง ส่งผลกระทบต่อภาพรวมเศรษฐกิจทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยสนับสนุนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ที่อยู่เหนือระดับ 50 โดยเฉพาะสหรัฐฯ ยุโรป อินเดีย เกาหลีใต้ และอาเซียน รวมทั้งมีความต้องการสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเพิ่มขึ้น จึงทำให้การส่งออกไทยยังขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหาร ทั้งนี้ การส่งออกไทย 4 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 13.7 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 8.2 ซึ่งให้เห็นว่า การส่งออกยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจไทย

สินค้าส่งออกที่ขยายตัวดี ได้แก่ 1) สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นตามราคาพลังงานโลก เช่น น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ยางยานพาหนะ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 2) สินค้าเกษตรและอาหารที่เป็นสินค้าจำเป็นในภาวะสงคราม และตลาดต่างประเทศต้องการสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาลทราย ไก่แปรรูป อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป น้ำมันปาล์ม น้ำมันถั่วเหลือง สิ่งปรุงรสอาหาร เป็นต้น 3) สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และสินค้าคงทน ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการจ้างงาน เช่น เตาอบไมโครเวฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ของเครื่องทำความเย็น เป็นต้น และ 4) สินค้าทางการแพทย์ อาทิ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์เภสัชภัณฑ์ เป็นต้น

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนเมษายน 2565 การส่งออก มีมูลค่า 23,521.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 9.9 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 25,429.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.5 ดุลการค้าขาดดุล 1,908.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ภาพรวมการส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม-เมษายน) การส่งออก มีมูลค่า 97,122.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.7 การนำเข้า มีมูลค่า 99,975.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 19.2 ดุลการค้า 4 เดือนแรก ขาดดุล 2,852.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนเมษายน 2565 การส่งออก มีมูลค่า 782,146 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 19.3 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 856,253 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 31.7 ดุลการค้าขาดดุล 74,107 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออก 4 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม-เมษายน) การส่งออก มีมูลค่า 3,183,591 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 24.3 การนำเข้า มีมูลค่า 3,322,907 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 30.3 ดุลการค้า 4 เดือนแรก ขาดดุล 139,316 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 10.8 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน สินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขยายตัวร้อยละ 49.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ไต้หวัน และสหรัฐฯ) ข้าว ขยายตัวร้อยละ 44.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อีรัก สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จีน เซเนกัล และโมซัมบิก) ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ขยายตัวร้อยละ 126.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 23 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินเดีย มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม ญี่ปุ่น และกัมพูชา) น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ 87.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 9 เดือน (ขยายตัว

ในตลาดอินโดนีเซีย กัมพูชา ลาว เมียนมา และสิงคโปร์) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 24.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 32 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐอเมริกา อิตาลี ออสเตรเลีย มาเลเซีย และเวียดนาม) **สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง** หดตัวร้อยละ 12.4 หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ฮองกง ไต้หวัน เวียดนาม และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย สหรัฐฯ เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย และสหรัฐอเมริกา) **ยางพารา** หดตัวร้อยละ 8.6 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดเกาหลีใต้ สหรัฐฯ ตุรกี บราซิล อินเดีย อิตาลี และสโลวีเนีย) **เครื่องดื่ม** หดตัวร้อยละ 14.5 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดเมียนมา เวียดนาม จีน และฟิลิปปินส์ แต่ขยายตัวในตลาดกัมพูชา ลาว อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และ สหรัฐฯ) **ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง** หดตัวร้อยละ 12.7 หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ฮองกง เกาหลีใต้ ลาว และ เมียนมา แต่ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น มาเลเซีย กัมพูชา เนเธอร์แลนด์ และโอมาน) **นมและผลิตภัณฑ์นม** หดตัวร้อยละ 25.7 กลับมาหดตัวในรอบ 8 เดือน (หดตัวในตลาดกัมพูชา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เมียนมา และเวียดนาม แต่ขยายตัวในตลาดฮองกง ลาว ไต้หวัน ญี่ปุ่น และมาเลเซีย)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 8.3 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ **สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน** ขยายตัวร้อยละ 19.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน เวียดนาม อินเดีย กัมพูชา สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น ลาว และเมียนมา) **แผงวงจรไฟฟ้า** ขยายตัวร้อยละ 15.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน (ขยายตัวในตลาดฮองกง สิงคโปร์ สหรัฐฯ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และไต้หวัน) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 48.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อินเดีย สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมนี และสหราชอาณาจักร) **เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์** ขยายตัวร้อยละ 25.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และเวียดนาม) **ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม** ขยายตัวร้อยละ 53.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย เวียดนาม และจีน) **ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 10.9 หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และสหรัฐฯ แต่ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย เม็กซิโก อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกาและอเมริกาใต้ และซาอุดีอาระเบีย) **เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์** หดตัวร้อยละ 30.7 กลับมาหดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ฮองกง เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดเม็กซิโก เวียดนาม และสหราชอาณาจักร) **ผลิตภัณฑ์ยาง** หดตัวร้อยละ 5.2 หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เวียดนาม และเกาหลีใต้ แต่ขยายตัวในตลาดจีน ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ เม็กซิโก สหรัฐอเมริกาและอเมริกาใต้ และฝรั่งเศส) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 8.1 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ไต้หวัน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และอินเดีย แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม สหรัฐอเมริกาและอเมริกาใต้ ฟิลิปปินส์ และเบลเยียม) **อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด** หดตัวร้อยละ 8.6 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม ฮองกง ญี่ปุ่น และจีน แต่ขยายตัวในตลาดไต้หวัน ตุรกี สิงคโปร์ และแคนาดา)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญส่วนใหญ่ชะลอตัวลง ท่ามกลางปัจจัยกดดันจากสถานการณ์รัสเซีย-ยูเครน ขณะที่การส่งออกไปตลาดจีนหดตัว เนื่องจากผลกระทบจากการใช้มาตรการล็อกดาวน์ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ 1) **ตลาดหลัก** ขยายตัวร้อยละ 7.6 โดยขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 13.6 อาเซียน (5) ร้อยละ 26.9 CLMV ร้อยละ 9.3 ขณะที่ตลาด จีน ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป (27) หดตัวร้อยละ 7.2 ร้อยละ 0.3 และ 0.2 ตามลำดับ 2) **ตลาดรอง** ขยายตัวร้อยละ 12.4 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 33.9 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 25.4 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 14.9 และลาตินอเมริกา ร้อยละ 2.0 ขณะที่ทวีปออสเตรเลีย และรัสเซียและกลุ่ม

ประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 4.5 และ 65.2 ตามลำดับ และ (3) ตลาดอื่น ๆ ขยายตัวร้อยละ 172.2 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ ขยายตัวร้อยละ 392.2

ตลาดสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.6 (ขยายตัวต่อเนื่อง 23 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เตอบอไมโครเวฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ให้ความร้อน เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 21.5

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 7.2 (กลับมาหดตัวในรอบ 17 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ยางพารา ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าที่สำคัญขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์ยาง และเม็ดพลาสติก เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 0.9

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ 0.3 (กลับมาหดตัวในรอบ 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 0.9

ตลาดอาเซียน(5) ขยายตัวร้อยละ 26.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 12 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 26.9

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 9.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 6.4

ตลาดสหภาพยุโรป (27) หดตัวร้อยละ 0.2 (กลับมาหดตัวในรอบ 15 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 4.3

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 33.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมัน และน้ำมันจากพืชและสัตว์ เคมีภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 27.9

ตลาดทวีปออสเตรเลีย หดตัวร้อยละ 4.5 (หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องยนต์สันดาปภายใน และเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 2.9

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 25.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ข้าว อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 17.7

ตลาดทวีปแอฟริกา ขยายตัวร้อยละ 14.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำตาลทราย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และข้าว เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 2.3

ตลาดลาตินอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 2.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องยนต์สันดาปภายใน เป็นต้น **ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 4.2

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 65.2 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ เป็นต้น ขณะที่ 4 เดือนแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 25.5

แนวโน้มและแผนส่งเสริมการส่งออกระยะถัดไป

แนวโน้มการส่งออกไทย การส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากประเทศคู่ค้าต้องการรักษาความมั่นคงทางอาหาร สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีจากสินค้าชั้นกลาง เช่น เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน (เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ น้ำมันสำเร็จรูป ก๊าซปิโตรเลียมเหลว ก๊าซธรรมชาติ) นอกจากนี้ สินค้าไลฟ์สไตล์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันจะได้รับอานิสงส์จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด อย่างไรก็ตาม สินค้าส่งออกไทยอาจยังได้รับผลกระทบจากการขาดแคลนวัตถุดิบพื้นฐานที่ใช้ผลิตเซมิคอนดักเตอร์อยู่บ้างในช่วงครึ่งแรกของปี สำหรับตลาดส่งออก คาดว่าบางตลาดจะมีแนวโน้มขยายตัวได้ท่ามกลางสถานการณ์รัสเซีย-ยูเครน เช่น การส่งออกไปตลาดอาเซียนมีทิศทางดีขึ้น หลังเริ่มทยอยเปิดประเทศ และผ่อนคลายมาตรการควบคุมให้ดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจได้ปกติ นอกจากนี้ การส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลางมีแนวโน้มดีต่อเนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภาคพลังงาน ซึ่งส่งผลดีต่อกำลังซื้อ ขณะเดียวกันการส่งออกไทยได้รับประโยชน์จากทิศทางเงินบาทอ่อนค่าที่เอื้อต่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศคู่ค้าหลัก ซึ่งอาจเป็นปัจจัยบั่นทอนการส่งออกในระยะถัดไป

แผนส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวกด้านการส่งออกของผู้ประกอบการไทย ได้แก่ 1) ปลดล็อกอุปสรรคการส่งออกสินค้าผลไม้ไปจีน ส่งเสริมให้เปลี่ยนไปขนส่งสินค้าทางเรือมากขึ้น เพื่อลดความแออัดของด่านพรมแดนทางบก ขณะเดียวกันกระทรวงฯ มอบหมายให้ทูตพาณิชย์เร่งเจรจาขอกู้เงินให้อำนวยความสะดวกการขนส่งทางบกให้เป็นไปอย่างคล่องตัว 2) ฟื้นฟูตลาดซาอุดีอาระเบีย นำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน SAUDI FOOD EXPO พร้อมสร้างการเจรจาจับคู่ธุรกิจ อีกทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในซาอุดีอาระเบีย เช่น ข้าว อาหารฮาลาล ผลไม้ 3) ส่งเสริมการค้าที่มีกระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงบริบททางการค้าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า โดยเฉพาะการค้ากับสหภาพยุโรป 4) เร่งรัดการเจรจาจัดทำ FTA และ Mini-FTA เพื่อเพิ่มโอกาสและขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการไทย และกระชับความสัมพันธ์กับคู่ค้าทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
27 พฤษภาคม 2565