

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนกรกฎาคม 2565

การส่งออกของไทยในเดือนกรกฎาคม 2565 มีมูลค่า 23,629.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (829,029 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 4.3 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 17 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 4.1 โดยยังคงขยายตัวจากการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นหลัก ซึ่งได้รับปัจจัยบวกจากราคาสินค้าเกษตรและอาหารที่สูงขึ้นตามปริมาณผลผลิตโลกที่ยังได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัย อาทิ การส่งออกธัญพืชได้อย่างจำกัดของยูเครนในช่วงเวลาที่ผ่านมา มาตรการจำกัดการส่งออกของต่างประเทศ จึงทำให้ไทยได้รับประโยชน์ในฐานะเป็นแหล่งนำเข้าสำคัญ ขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมขยายตัวเพียงเล็กน้อย เนื่องจากภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกับเซมิคอนดักเตอร์เริ่มได้รับผลกระทบมากขึ้น และผลจากมาตรการล็อกดาวน์เมืองอุตสาหกรรมสำคัญของจีน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการผลิตและการส่งมอบ อย่างไรก็ตาม ยังมีบางกลุ่มสินค้าที่ การส่งออกขยายตัวดี โดยเฉพาะสินค้าที่ได้ประโยชน์จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาด อาทิ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น สำหรับด้านตลาดส่งออกเริ่มเห็นสัญญาณเติบโตในอัตราชะลอตัว เนื่องจากคู่ค้ามีแรงกดดันจากภาวะเงินเฟ้อที่สูง ทั้งนี้ การส่งออกไทย 7 เดือนแรก ขยายตัว ร้อยละ 11.5 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 8.3

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนกรกฎาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 23,629.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 4.3 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 27,289.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว ร้อยละ 23.9 ดุลการค้า ขาดดุล 3,660.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ภาพรวม 7 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม - กรกฎาคม) การส่งออก มีมูลค่า 172,814.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 11.5 การนำเข้า มีมูลค่า 182,730.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.4 ดุลการค้า ขาดดุล 9,916.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนกรกฎาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 829,029 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 17.0 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 968,940 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 38.7 ดุลการค้า ขาดดุล 139,911 ล้านบาท ภาพรวม 7 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม - กรกฎาคม) การส่งออก มีมูลค่า 5,774,277 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 22.2 การนำเข้า มีมูลค่า 6,192,216 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 33.0 ดุลการค้า ขาดดุล 417,939 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 14.6 (YoY) ขยายตัว ต่อเนื่อง 20 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 12.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดีย) น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ 258.8 ขยายตัว ต่อเนื่อง 12 เดือน (ขยายตัวในตลาดเกาหลีใต้ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และกัมพูชา) ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และไก่แปรรูป ขยายตัวร้อยละ 35.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน เนเธอร์แลนด์ และเกาหลีใต้) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 16.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย แคนาดา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และซาอุดีอาระเบีย) ข้าว ขยายตัวร้อยละ 21.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน (ขยายตัวในตลาดอิรัก โมซัมบิก ฟิลิปปินส์ เซเนกัล และญี่ปุ่น) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ 25.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 35 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ มาเลเซีย ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ และ อิตาลี) ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 17.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และออสเตรเลีย) ไอศกรีม ขยายตัวร้อยละ 34.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 26 เดือน (ขยายตัวในตลาด มาเลเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ผลไม้สด หดตัวร้อยละ 32.6 หดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ฮองกง เวียดนาม เมียนมา และสหรัฐฯ แต่ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และอินเดีย) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หดตัวร้อยละ 10.1 หดตัวในรอบ 5 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น และไต้หวัน แต่ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย สหรัฐฯ เกาหลีใต้ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์)

สิ่งปรุรงรอาหาร หดตัวร้อยละ 5.4 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และ เนเธอร์แลนด์ แต่ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย มาเลเซีย กัมพูชา เมียนมา และสหราชอาณาจักร) ทั้งนี้ 7 เดือนแรก ของปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 16.7 (YoY)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 0.1 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี อาทิ อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 19.1 ขยายตัว ต่อเนื่อง 17 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย เยอรมนี และสหราชอาณาจักร) เครื่องปรับอากาศและ ส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 25.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์ ไต้หวัน และอินเดีย) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 34.6 ขยายตัว ต่อเนื่อง 9 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เมียนมา และมาเลเซีย) เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว ขยายตัวร้อยละ 13.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (ขยายตัวในตลาด ฟิลิปปินส์ จีน ออสเตรเลีย เวียดนาม และเมียนมา) ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม ขยายตัวร้อยละ 21.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 20 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินเดีย เวียดนาม จีน เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย) เครื่องนุ่งห่ม ขยายตัวร้อยละ 10.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เยอรมนี ออสเตรเลีย และเนเธอร์แลนด์) ขณะที่สินค้า สำคัญที่หดตัว อาทิ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 2.9 หดตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (หดตัว ในตลาดเวียดนาม และเม็กซิโก แต่ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ สหรัฐฯ และมาเลเซีย) เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ หดตัวร้อยละ 21.3 (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง เนเธอร์แลนด์ จีน และ สิงคโปร์ แต่ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น อินเดีย ไอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และฮังการี) ผลิตภัณฑ์ยาง หดตัวร้อยละ 4.4 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมนี และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เวียดนาม เกาหลีใต้ และอินเดีย) ทั้งนี้ 7 เดือนแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 9.0 (YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปประเทศคู่ค้าสำคัญส่วนใหญ่ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจการค้าโลก ที่มีแรงกดดันจากภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้นต่อเนื่องในหลายประเทศ และความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ความขัดแย้ง รัสเซีย-ยูเครนที่ยืดเยื้อ ขณะที่การส่งออกไปจีนและญี่ปุ่นหดตัวตามภาคการผลิตและการบริโภคในประเทศ ที่ชะลอลงจากผลกระทบของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เข้มงวด ทั้งนี้ ภาพรวม การส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 4.2 โดยขยายตัวต่อเนื่องในตลาด สหรัฐฯ ร้อยละ 4.7 เอเชีย (5) ร้อยละ 21.3 CLMV ร้อยละ 24.2 สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 8.1 ขณะที่ตลาดจีน และญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ 20.6 และ 4.7 ตามลำดับ (2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 7.4 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 21.1 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 20.0 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 27.4 และทวีปแอฟริกา ร้อยละ 4.3 ขณะที่ ลาตินอเมริกา และ รัสเซียและกลุ่ม CIS หดตัวร้อยละ 6.7 และร้อยละ 39.7 ตามลำดับ (3) ตลาดอื่น ๆ หดตัว ร้อยละ 58.3 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ หดตัวร้อยละ 64.4

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 4.7 (ขยายตัวต่อเนื่อง 26 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ หม้อแปลงไฟฟ้าและ ส่วนประกอบ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 18.1

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 20.6 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ไม้สัด แช่เย็น แช่แข็ง และทองแดงและของทำด้วยทองแดง เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 2.6**

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ 4.7 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ทองแดงและของทำด้วยทองแดง เคมีภัณฑ์ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 0.5**

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 21.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป อากาศยานและส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และน้ำตาลทราย เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 24.4**

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 24.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณี และเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย และไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 11.8**

ตลาดสหภาพยุโรป (27) ขยายตัวร้อยละ 8.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ไม้แปรรูป เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ และ เคมีภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 6.0**

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 21.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 18 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม และยางพารา เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 33.6**

ตลาดทวีปออสเตรเลีย ขยายตัวร้อยละ 20.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อากาศยานและส่วนประกอบ และอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 0.2**

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 27.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ น้ำตาลทราย ข้าว เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 22.3**

ตลาดทวีปแอฟริกา ขยายตัวร้อยละ 4.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม และผ้าฝ้าย เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 5.0**

ตลาดลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ 6.7 (กลับมาหดตัวในรอบ 18 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าที่สำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องยนต์สันดาปภายในฯ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 6.9**

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 39.7 (หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เป็นต้น **ขณะที่ 7 เดือนแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 35.2**

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุกและลึก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวก การส่งออกของผู้ประกอบการไทย โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา อาทิ (1) **การจัดกิจกรรม ส่งเสริมการค้าภายใต้ความร่วมมือมินิเอฟทีเอ** เช่น การเจรจาจับคู่ธุรกิจกลุ่มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ภายใต้มินิเอฟทีเอ ไทย-โคฟู นอกจากนี้ ยังได้มีการลงนามมินิเอฟทีเอ ไทย-ปูซาน ระหว่างกระทรวงพาณิชย์ไทย กับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจปูซาน ประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งคาดว่าจะช่วยขยายการส่งออกไปยังเกาหลีใต้เพิ่มขึ้น (2) **การจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าไทย-ซาอุดีอาระเบีย** ในวาระโอกาสผู้แทนหอการค้ามณฑลริยาตเยือนไทย โดยได้มีการจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ การลงนาม MoU ระหว่างภาคเอกชนไทยกับซาอุดีอาระเบีย ทั้งนี้ ซาอุดีอาระเบีย ถือเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อและรายได้สูงที่ไทยต้องการรื้อฟื้น (3) **การเดินทางไปเจรจากับผู้บริหารศูนย์การค้า ในยุโรป** เพื่อสร้างโอกาสให้ไทยมีพื้นที่วางจำหน่ายสินค้าในศูนย์การค้าของเดนมาร์ก และสหราชอาณาจักร (4) **การผลักดันสินค้าท้องถิ่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ** โดยเฉพาะสินค้า GI ที่มีเอกลักษณ์ตามแต่ละท้องถิ่น และ (5) **การลงพื้นที่พบผู้ประกอบการและเกษตรกร** เพื่อสนับสนุนให้ใช้ประโยชน์จาก FTA ในการขยายตลาดสู่ต่างประเทศ

แนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า การส่งออกไทยจะยังเติบโตต่อเนื่อง ท่ามกลางปัจจัยเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง โดยไทยมีการกระจายความเสี่ยงการส่งออกไปในหลาย ตลาดมากขึ้น นอกจากนี้ สินค้าเกษตรและอาหารที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออก ยังมีความต้องการสูงขึ้น อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ยังมีปัจจัยบวกจากเงินบาทอ่อนค่าที่สนับสนุนให้ผู้ส่งออกไทยมีความสามารถทางการ แข่งขัน และมีรายได้ในรูปของเงินบาทเพิ่มขึ้น ค่าระวางเรือที่มีแนวโน้มลดลง การขนส่งสินค้าเริ่มมีสัญญาณที่ดี จากปริมาณตู้สินค้าที่เข้ามายังไทย และจำนวนเที่ยวเรือที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งราคาพลังงานโลกมีแนวโน้มลดลง ล้วนส่งผลให้ต้นทุนของผู้ส่งออกลดลง อย่างไรก็ตาม การส่งออกยังมีปัจจัยเสี่ยงจากภาวะเงินเฟ้อ และผลจาก การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายในประเทศคู่ค้า ซึ่งอาจทำให้กำลังซื้อและปริมาณสินค้าเพื่อการบริโภคชะลอตัว อีกทั้งความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์ในอนาคตที่อาจกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตของโลกและไทย ซึ่งจำเป็นต้อง ติดตามอย่างใกล้ชิด



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
26 สิงหาคม 2565