

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนกันยายน 2565

การส่งออกของไทยในเดือนกันยายน 2565 มีมูลค่า 24,919.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (888,371 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 7.8 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 19 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 9.0 การส่งออกในเดือนกันยายนยังขยายตัวได้ดีจากสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหลัก สะท้อนจากดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิต (PMI) ของไทย เดือนกันยายน อยู่ที่ระดับ 55.7 สูงสุดเป็นประวัติการณ์ กิจกรรมการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและคำสั่งซื้อใหม่ของสินค้าส่งออกของไทยฟื้นตัวได้ดี โดยเฉพาะการส่งออกรถยนต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายตัวต่อเนื่อง จากอุปทานชิปประมวลผลกลับเข้าสู่ภูมิภาค ทำให้มีการเร่งผลิตเพื่อชดเชยการขาดแคลนในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ การอ่อนค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินสกุลหลักของโลก และดัชนีค่าระวางเรือระหว่างประเทศ (Shanghai Containerized Freight Index : SCFI) ในเส้นทางเอเชียที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การส่งออกของไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ทั้งนี้ การส่งออกไทย 9 เดือนแรก ขยายตัวที่ร้อยละ 10.6 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 8.6

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนกันยายน 2565 การส่งออก มีมูลค่า 24,919.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7.8 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 25,772.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 15.6 ดุลการค้า ขาดดุล 853.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ภาพรวม 9 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม - กันยายน) การส่งออก มีมูลค่า 221,366.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 10.6 การนำเข้า มีมูลค่า 236,351.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 20.7 ดุลการค้า ขาดดุล 14,984.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนกันยายน 2565 การส่งออก มีมูลค่า 888,371 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 16.4 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 929,732 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 24.7 ดุลการค้า ขาดดุล 41,361 ล้านบาท ภาพรวม 9 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม - กันยายน) การส่งออก มีมูลค่า 7,523,817 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 21.3 การนำเข้า มีมูลค่า 8,148,602 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 32.3 ดุลการค้า ขาดดุล 624,785 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 1.8 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 22 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และไก่แปรรูป ขยายตัวร้อยละ 82.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน เนเธอร์แลนด์ และเกาหลีใต้) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 19.8 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และแคนาดา) ข้าว ขยายตัวร้อยละ 2.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดอิรัก เบนิน แองโกลา แคนเมอรูน และแคนาดา) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ 13.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 37 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และเวียดนาม) น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ 16.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน (ขยายตัวในตลาดลาว กัมพูชา สิงคโปร์ จีน และมาเลเซีย) ผลไม้แช่แข็ง และผลไม้แห้ง ขยายตัวร้อยละ 31.5 (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ แคนาดา และญี่ปุ่น) ไอศกรีม ขยายตัวร้อยละ 43.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 28 เดือน (ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม สหรัฐฯ และฟิลิปปินส์) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ยางพารา หดตัวร้อยละ 7.7 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย อินเดีย บราซิล และสเปน แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ตุรกี และแคนาดา) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หดตัวร้อยละ 5.6 (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย มาเลเซีย สหรัฐฯ ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์) ทั้งนี้ 9 เดือนแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 13.7 (YoY)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 9.4 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ขยายตัวร้อยละ 18.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ และไอร์แลนด์) รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 8.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย) อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 89.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ สหรัฐฯ ฮองกง อินเดีย และเยอรมนี) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 115.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เนเธอร์แลนด์ เมียนมา และไอร์แลนด์) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 23.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส อินเดีย และสิงคโปร์) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 49.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และเบลเยียม) เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ขยายตัวร้อยละ 77.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ สวิตเซอร์แลนด์ จีน ญี่ปุ่น และสิงคโปร์) ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว อาทิ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน หดตัวร้อยละ 10.4 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน อินเดีย ญี่ปุ่น กัมพูชา และมาเลเซีย แต่ขยายตัวในตลาดเวียดนาม สิงคโปร์ เมียนมา ลาว และแอฟริกาใต้) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ หดตัวร้อยละ 14.0 (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เวียดนาม จีน และเมียนมา แต่ขยายตัวในตลาดอินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย และไต้หวัน) ทั้งนี้ 9 เดือนแรก ของปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 9.0 (YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกยังขยายตัวต่อเนื่องในหลายตลาดสำคัญ แต่เริ่มมีสัญญาณชะลอตัวลง ท่ามกลางความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลก และความเสี่ยงเศรษฐกิจถดถอยของประเทศคู่ค้าสำคัญ ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 10.6 โดยขยายตัวต่อเนื่องในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 26.2 เอเชีย (5) ร้อยละ 9.0 CLMV ร้อยละ 26.3 และสหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 18.0 ขณะที่จีนและญี่ปุ่นหดตัวร้อยละ 13.2 และร้อยละ 1.7 ตามลำดับ (2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 2.9 ขยายตัวในตลาดทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 15.5 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 47.5 และลาตินอเมริกา ร้อยละ 6.3 ขณะที่เอเชียใต้ ทวีปแอฟริกา และรัสเซียและกลุ่ม CIS หดตัวร้อยละ 11.5 ร้อยละ 11.7 และร้อยละ 24.5 ตามลำดับ (3) ตลาดอื่น ๆ หดตัวร้อยละ 40.3 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ หดตัวร้อยละ 4.5

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 26.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 28 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทราฟฟิกเตอร์ และไดโอด เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ และหม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 9 เดือนแรก ของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 18.8

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 13.2 (หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง เป็นต้น ขณะที่ 9 เดือนแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 5.9

ตลาดญี่ปุ่น กลับมาหดตัวร้อยละ 1.7 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไก่แปรรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ และไก่สดแช่เย็น แช่แข็ง เป็นต้น ขณะที่ 9 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 0.9

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 9.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณี และเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า และเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 9 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 20.3

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 26.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ และเครื่องดื่ม เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 16.0

ตลาดสหภาพยุโรป (27) ขยายตัวร้อยละ 18.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 8.7

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ 11.5 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เม็ดพลาสติก และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 22.8

ตลาดทวีปออสเตรเลีย ขยายตัวร้อยละ 15.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 3.4

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 47.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 26.6

ตลาดทวีปแอฟริกา หดตัวร้อยละ 11.7 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาปภายในฯ และไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ น้ำตาลทราย ข้าว และไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 1.0

ตลาดลาตินอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 6.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาปภายในฯ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 9.0

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 24.5 (หดตัวต่อเนื่อง 7 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และผลไม้กระป๋องและแปรรูป เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และน้ำมันสำเร็จรูป เป็นต้น ขณะที่ **9 เดือนแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 32.5

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก ในรอบเดือนที่ผ่านมากระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินงานที่สำคัญ อาทิ (1) ขยายช่องทางการตลาดอีคอมเมิร์ซ โดยร่วมมือกับ Shopee ผลักดันผู้ประกอบการรายย่อยของไทยให้ก้าวสู่การค้าออนไลน์ไปยังต่างประเทศได้อย่างสะดวกมากขึ้น ผ่านโปรแกรม “Shopee International Platform” (SIP) โดยนำร่องตลาดส่งออกหลัก 3 ประเทศ ของภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ (2) ขยายความร่วมมือทางการค้ากับสิงคโปร์ จากผลการประชุมกรอบความร่วมมือเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและสิงคโปร์ ครั้งที่ 6 สิงคโปร์พิจารณาจะขึ้นทะเบียนพาร์มไซท์ไก่อ และไขนกกกระทาออร์แกนิกให้แก่ไทย และยินดีเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่ประเทศไทยจะจัดขึ้น รวมทั้งจะหารือการทำธุรกรรมทางธุรกิจผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น และ (3) ผลักดันความร่วมมือการค้าไทย-เกาหลีใต้ ผ่านการทำ Mini-FTA ไทย-คยองกี ซึ่งถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าเชิงรุกกับเขตเศรษฐกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุดในเกาหลีใต้ โดยที่ไทยจะมีโอกาสขยายฐานการส่งออกสินค้า อาทิ น้ำตาลทราย ไก่แปรรูป ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เคมีภัณฑ์ ไม้และชิ้นส่วน ยางพารา และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น

แนวโน้มการส่งออกกระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า ยังคงมีสัญญาณบวกที่ช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยในปีนี้ให้สามารถบรรลุตามเป้าหมาย ทั้งปัญหาการขาดแคลนอุปทานที่เริ่มคลี่คลาย และปัจจัยสนับสนุนจากการอ่อนค่าของเงินบาท ทำให้การส่งออกไทยยังขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังมีความเสี่ยงของการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า อันเกิดจากสถานการณ์เงินเฟ้อ และการเร่งขึ้นอัตราดอกเบี้ย ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ยังต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดต่อไป



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
26 ตุลาคม 2565