

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนมิถุนายน 2565

การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2565 มีมูลค่า 26,553.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (907,286 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 11.9 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 16 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 10.4 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นแรงหนุนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของการส่งออกในเดือน มิ.ย. สะท้อนความสามารถในการผลิตสินค้าอาหารของไทยป้อนสู่ตลาดโลก และสอดคล้องนโยบาย “เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด” ขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโตตามการขยายตัวของภาคการผลิตโลก สอดคล้องกับดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ที่อยู่เหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 24 สำหรับด้านตลาดส่งออกสำคัญส่วนใหญ่ขยายตัวต่อเนื่องทั้งตลาดหลักอย่างสหรัฐฯ อาเซียน สหภาพยุโรป และตลาดรอง ได้แก่ เอเชียใต้ ทวีปออสเตรเลีย ตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา ทั้งนี้ การส่งออกไทยครั้งแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 12.7 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 9.0

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนมิถุนายน 2565 การส่งออก มีมูลค่า 26,553.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 11.9 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 28,082.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 24.5 **ดุลการค้าขาดดุล** 1,529.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ภาพรวมครั้งแรกของปี 2565 (มกราคม-มิถุนายน) การส่งออก มีมูลค่า 149,184.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 12.7 การนำเข้า มีมูลค่า 155,440.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.0 **ดุลการค้าขาดดุล** 6,255.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนมิถุนายน 2565 การส่งออก มีมูลค่า 907,286 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 22.7 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 971,481 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 36.3 **ดุลการค้าขาดดุล** 64,195 ล้านบาท ภาพรวมครั้งแรกของปี 2565 (มกราคม-มิถุนายน) การส่งออก มีมูลค่า 4,945,248 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 23.1 การนำเข้า มีมูลค่า 5,223,277 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 32.0 **ดุลการค้าขาดดุล** 278,029 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 24.5 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน สินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ขยายตัวร้อยละ 39.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเมียนมา) **ยางพารา** ขยายตัวร้อยละ 16.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ เกาหลีใต้ ตุรกี และอินเดีย) **ข้าว** ขยายตัวร้อยละ 68.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดอิรัก สหรัฐฯ แอฟริกาใต้ เบนิน ฮังการี และเคนย่า) **อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 15.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อียิปต์ แคนาดา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และลิเบีย) **น้ำตาลทราย** ขยายตัวร้อยละ 92.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา เกาหลีใต้ ลาว และญี่ปุ่น) **ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และไก่แปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 20.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน เนเธอร์แลนด์ และเกาหลีใต้) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 13.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 34 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ออสเตรเลีย และฟิลิปปินส์) **สินค้าสำคัญที่หดตัว** ได้แก่ **เครื่องดื่ม** หดตัวร้อยละ 7.6 (หดตัวในตลาดเมียนมา จีน สิงคโปร์ แต่ขยายตัวในตลาดเวียดนาม กัมพูชา ลาว ฟิลิปปินส์ ฮังการี และเกาหลีใต้) **สิ่งปฏุงรสอาหาร** หดตัวร้อยละ 4.4 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ฟิลิปปินส์ และเมียนมา แต่ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย มาเลเซีย กัมพูชา เกาหลีใต้ และรัสเซีย) **เครื่องเทศและสมุนไพร** หดตัวร้อยละ 42.1 หดตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (หดตัวในตลาดเมียนมา ญี่ปุ่น สหรัฐฯ ปากีสถาน และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวในตลาดบังกลาเทศ เวียดนาม จีน อินเดีย และมาเลเซีย) ทั้งนี้ ครั้งแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 17.1 (YoY)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 6.7 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 9.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินเดีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเบลเยียม) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 10.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และอินเดีย) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ ขยายตัวร้อยละ 13.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดนอร์เวย์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 52.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ ฮังการี เมียนมา และไต้หวัน) ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม ขยายตัวร้อยละ 37.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน อินเดีย เวียดนาม และเกาหลีใต้) เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ขยายตัวร้อยละ 33.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 22 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี และจีน) ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 6.0 หดตัวต่อเนื่อง 6 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เวียดนาม สหรัฐฯ และมาเลเซีย แต่ขยายตัวในตลาดฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ซิลิโคน แอฟริกาใต้ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) ผลิตภัณฑ์ยาง หดตัวร้อยละ 4.9 กลับมาหดตัวอีกครั้ง (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมนี และอินเดีย แต่ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เวียดนาม เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 24.4 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ กัมพูชา และบราซิล แต่ขยายตัวในตลาดเบลเยียม สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม และมาเลเซีย) ทั้งนี้ ครึ่งแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 10.5 (YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญส่วนใหญ่ขยายตัวต่อเนื่อง ตามคำสั่งซื้อจากประเทศคู่ค้าที่ยังมีต่อเนื่อง ท่ามกลางปัจจัยกดดันจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงจากผลกระทบของความขัดแย้งในยูเครนที่ยืดเยื้อ และอัตราเงินเฟ้อที่เร่งตัวขึ้น อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปจีนและญี่ปุ่นยังมีความไม่แน่นอน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังซบเซาจากผลกระทบของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เข้มงวด ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 11.9 โดยขยายตัวต่อเนื่องในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 12.1 อาเซียน (5) ร้อยละ 35.6 CLMV ร้อยละ 19.5 สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 5.0 ขณะที่ตลาดจีน และญี่ปุ่น กลับมาหดตัวร้อยละ 2.7 และ 1.0 ตามลำดับ (2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 13.2 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 49.5 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 4.9 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 24.0 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 12.1 และลาตินอเมริกา ร้อยละ 17.2 ขณะที่รัสเซียและกลุ่ม CIS หดตัวร้อยละ 46.8 และ (3) ตลาดอื่น ๆ หดตัวร้อยละ 18.3 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ หดตัวร้อยละ 66.7

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 12.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 25 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศ และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม เป็นต้น ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 20.5

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 2.7 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง ผลิตภัณฑ์ยาง และทองแดงและของทำด้วยทองแดง เป็นต้น ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 0.8

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ 1.0 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ทองแดงและของทำด้วยทองแดง เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และยางพารา เป็นต้น ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 1.4

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 35.6 (ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อากาศยาน และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำตาลทราย และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 24.9

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 19.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำตาลทราย ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ และเม็ดพลาสติก เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 9.9

ตลาดสหภาพยุโรป (27) ขยายตัวต่อเนื่องจากเดือนก่อนร้อยละ 5.0 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ไก่แปรรูป และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 5.7

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 49.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ อัญมณีและเครื่องประดับ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 35.7

ตลาดทวีปออสเตรเลีย กลับมาขยายตัวในรอบ 6 เดือน ที่ร้อยละ 4.9 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อากาศยานและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว และผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 3.2

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 24.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ข้าว รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 21.5

ตลาดทวีปแอฟริกา ขยายตัวร้อยละ 12.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ข้าว ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 5.1

ตลาดลาตินอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 17.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 17 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และหม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 9.4

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 46.8 (หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ครึ่งแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 34.4

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวก การส่งออกของผู้ประกอบการไทย โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา ได้แก่ (1) **การสร้างความร่วมมือทางการค้า เพื่อเพิ่มโอกาสการส่งออกไปตลาดใหม่ ๆ** อาทิ การเปิดการเจรจา FTA ไทย-เอฟต้า การลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจไทย-สหราชอาณาจักร การขยายการจัดทำ Mini-FTA ไทย-ปูซาน เพื่อขยายการส่งออกไปยังเกาหลีใต้ผ่านท่าเรือปูซาน การเจรจากับผู้บริหารศูนย์การค้าของต่างประเทศ เพื่อนำสินค้าไทยไปวางจำหน่ายในศูนย์การค้าของเดนมาร์ก และสหราชอาณาจักร และการจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจกับผู้นำเข้าชาวคูเวตและเบย์ในคราวการเดินทางเยือนไทยของหอการค้ามณฑลยี่หย่า (2) **การเจรจาขยายตลาดส่งออกสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป** อาทิ การส่งออกมังคุดไปยังไต้หวัน การผลักดันกล้วยหอมไทยและผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่ตลาดญี่ปุ่น การปลดล็อกอุปสรรคการส่งออกแป้งข้าวเจ้าไปยังมาเลเซียฝั่งตะวันตก (3) **การผลักดันสินค้าท้องถิ่นไทยสู่ตลาดต่างประเทศ** อาทิ การผลักดันผ้าไทย GI ไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สินค้าแชมเปญของฝรั่งเศส การผลักดันขึ้นทะเบียนสินค้า GI ไทยในตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ กาแฟดอยตุง กาแฟดอยช้าง และ สับปะรดหัวมูน

แนวโน้มการส่งออกกระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ประเมินว่า การส่งออกไทยยังขยายตัวได้ดี โดยคาดว่าจะสามารถบรรลุตามเป้าหมายในการทำงานของกระทรวงพาณิชย์ได้ เนื่องจากการทำงานเชิงรุกในการส่งเสริมตลาดหลัก และตลาดใหม่ ๆ ขณะที่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจช่วยเกื้อหนุนการส่งออก ได้แก่ ความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดโลกเพิ่มขึ้นจากกระแสการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ขณะเดียวกันการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมยังเติบโตตามการขยายตัวของภาคการผลิตโลก สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทรงตัว ปริมาณตู้สินค้าและเรือขนส่งสินค้าที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้า และค่าเงินบาทอ่อนค่า มีส่วนช่วยให้การส่งออกสินค้าไทยสามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งในตลาดโลกได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีความเสี่ยงที่อาจเกิดการชะลอตัวของการบริโภคที่มีสาเหตุมาจากภาวะเงินเฟ้อโลกที่พุ่งสูงขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของผู้บริโภคในต่างประเทศ



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
27 กรกฎาคม 2565