

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนพฤษภาคม 2565

การส่งออกของไทยในเดือนพฤษภาคม 2565 มีมูลค่า 25,509.0 ล้านเหรียญสหรัฐ (854,372 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 10.5 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 15 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 11.1 การส่งออกยังคงเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง สะท้อนถึงบทบาทการเป็น “ครัวโลก” ในช่วงเวลาที่ทั่วโลกมีความต้องการสินค้าอาหารเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเติบโตตามภาคการผลิตโลกที่ยังขยายตัวดี สอดคล้องกับดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI) ที่อยู่เหนือระดับ 50 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 23 จากคำสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่เร่งตัว และการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในหลายประเทศ โดยเฉพาะในสหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น สะท้อนถึงอุปสงค์จากประเทศคู่ค้าหลักที่ยังขยายตัว แม้จะได้รับผลกระทบความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อ ปัญหาเงินเฟ้อ และการล็อกดาวน์บางเมืองเศรษฐกิจของจีน ทั้งนี้ การส่งออกไทย 5 เดือนแรกปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 12.9 เมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 8.7

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนพฤษภาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 25,509.0 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 10.5 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 27,383.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 24.2 ดุลการค้าขาดดุล 1,874.2 ล้านเหรียญสหรัฐ ขณะที่ภาพรวมการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม-พฤษภาคม) การส่งออก มีมูลค่า 122,631.8 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 12.9 การนำเข้า มีมูลค่า 127,358.3 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 20.2 ดุลการค้า 5 เดือนแรก ขาดดุล 4,726.6 ล้านเหรียญสหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนพฤษภาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 854,372 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 19.3 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 928,890 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 34.0 ดุลการค้าขาดดุล 74,518 ล้านบาท ภาพรวมการส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม-พฤษภาคม) การส่งออก มีมูลค่า 4,037,962 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 23.2 การนำเข้า มีมูลค่า 4,251,796 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 31.1 ดุลการค้า 5 เดือนแรก ขาดดุล 213,834 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 25.8 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 18 เดือน สินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ขยายตัวร้อยละ 27.6 ขยายตัวในรอบ 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย ใต้หวัน อินโดนีเซีย และสหรัฐอเมริกา) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ขยายตัวร้อยละ 81.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น ใต้หวัน เกาหลีใต้ มาเลเซีย และสหรัฐฯ) ยางพารา ขยายตัวร้อยละ 3.9 ขยายตัวในรอบ 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ตุรกี ฝรั่งเศส และสเปน) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 32.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อียิปต์ และลิเบีย) น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ 171.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และลาว) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ 25.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 33 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น อิตาลี มาเลเซีย ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม) ข้าว ขยายตัวร้อยละ 24.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ แอฟริกาใต้ แคนาดา จีน และเยเมน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง หดตัวร้อยละ 2.8 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดจีน เกาหลีใต้ และลาว แต่ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น มาเลเซีย ฮองกง กัมพูชา เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ และสหราชอาณาจักร) สิ่งปฐรงรอาหาร หดตัวร้อยละ 2.4 หดตัวในรอบ 9 เดือน (หดตัวในตลาดฟิลิปปินส์ สหราชอาณาจักร และเยอรมนี แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และกัมพูชา) ทั้งนี้ 5 เดือนแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 15.5 (YoY)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 4.2 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวได้แก่ สินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ขยายตัวร้อยละ 23.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดเวียดนาม สิงคโปร์ กัมพูชา มาเลเซีย และอินเดีย) ผลิตภัณฑ์ยาง ขยายตัวร้อยละ 10.0 ขยายตัวในรอบ 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และฝรั่งเศส) แผงวงจรไฟฟ้า ขยายตัวร้อยละ 6.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 18 เดือน (ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ สหรัฐฯ ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 24.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย อินเดีย และสิงคโปร์) อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) ขยายตัวร้อยละ 69.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อินเดีย ฮองกง เยอรมนี และกาตาร์) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ ขยายตัวร้อยละ 27.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 18 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย อินเดีย และฟิลิปปินส์) เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 141.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ฮองกง จีน และไต้หวัน) ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 3.1 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย เวียดนาม ญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สหรัฐฯ มาเลเซีย แอฟริกาใต้ ซาอุดีอาระเบีย และเม็กซิโก) เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ หดตัวร้อยละ 20.8 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮองกง จีน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เม็กซิโก และเยอรมนี แต่ขยายตัวในตลาดเนเธอร์แลนด์ ไอร์แลนด์ และอินเดีย) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 3.0 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดเวียดนาม ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ไต้หวัน อินเดีย สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา) ทั้งนี้ 5 เดือนแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 11.3 (YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญส่วนใหญ่ปรับตัวขึ้น สะท้อนถึงอุปสงค์จากประเทศคู่ค้าที่ยังขยายตัวได้ แม้จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความขัดแย้งของรัสเซีย-ยูเครนที่ยังคงยืดเยื้อ และการใช้มาตรการควบคุมไวรัสโควิด-19 ที่เข้มงวดในจีน ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 12.3 โดยขยายตัวต่อเนื่องในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 29.2 เอเชีย (5) ร้อยละ 8.3 CLMV ร้อยละ 13.1 ขณะที่ตลาด จีน ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป (27) กลับมาขยายตัวร้อยละ 3.8 ร้อยละ 6.2 และ 12.8 ตามลำดับ (2) ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 8.9 ขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 55.7 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 37.9 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 10.2 และลาตินอเมริกา ร้อยละ 22.5 ขณะที่ทวีปออสเตรเลีย และรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 11.9 และ 56.9 ตามลำดับ และ (3) ตลาดอื่น ๆ หดตัวร้อยละ 59.1 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ หดตัวร้อยละ 70.0

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 29.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 24 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 22.5

ตลาดจีน กลับมาขยายตัวร้อยละ 3.8 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องยนต์สันดาปภายในฯ เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 1.6

ตลาดญี่ปุ่น กลับมาขยายตัวร้อยละ 6.2 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และทองแดงและของทำด้วยทองแดง เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 1.9

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 8.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย เคมีภัณฑ์ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 22.7

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 13.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 9 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องดื่ม ทองแดงและของทำด้วยทองแดง และผ้าฝ้าย เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 7.9

ตลาดสหภาพยุโรป (27) กลับมาขยายตัวร้อยละ 12.8 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางพารา และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 5.8

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 55.7 (ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมัน และน้ำมันจากพืชและสัตว์ อัญมณีและเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 33.2

ตลาดทวีปออสเตรเลีย หดตัวร้อยละ 11.9 (หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เม็ดพลาสติก และเครื่องยนต์สันดาปภายในฯ **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 4.8

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 37.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 21.0

ตลาดทวีปแอฟริกา ขยายตัวร้อยละ 10.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว น้ำตาลทราย และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 3.8

ตลาดลาตินอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 22.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 7.8

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 56.9 (หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น **ขณะที่ 5 เดือนแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 31.5

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวกการส่งออกของผู้ประกอบการไทย โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา ได้แก่ **การบริหารจัดการส่งออกผลไม้** โดยกระจายการขนส่งผลไม้ไปจีนทางเรือและทางอากาศเพิ่มขึ้น เพื่อลดอุปสรรคจากมาตรการโควิด-19 เป็นศูนย์ของจีน และความแออัดของด่านทางบก โดยร่วมมือกับสายเดินเรือและสายการบิน เพื่อขนส่งขึ้นท่าสำคัญของจีน **การจัดงาน THAIFEX-ANUGA ASIA 2022** ถือเป็นงานแสดงและจำหน่ายสินค้าอาหารระดับโลก ดึงดูดผู้นำเข้ารายใหญ่และผู้ที่มีกำลังซื้อสูงเข้ามาเจรจาจับคู่ธุรกิจ และสั่งซื้อสินค้าภายในงาน โดยในปีนี้นั้นเน้นอาหารที่ตอบโจทย์การบริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ผลักดันให้ใช้แนวคิด BCG Model มาพัฒนาอาหารส่งออก และนำหลักการ Soft Power มาช่วยประชาสัมพันธ์และสร้างความต้องการบริโภคอาหารไทยให้กับผู้คนทั่วโลก **การสร้างโอกาสทางการค้าผ่านกรอบความร่วมมือเอเปก (APEC)** กระทรวงพาณิชย์เป็นเจ้าภาพการประชุมรัฐมนตรีการค้าเอเปก (Ministers Responsible for Trade Meeting: MRT) โดยผลการประชุมเป็นไปตามเป้าหมายในการผลักดันความร่วมมือทางการค้าที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ได้แก่ การผลักดันจัดทำ FTAAP (Free Trade Area of the Asia-Pacific) หากสำเร็จจะเป็น FTA ที่ใหญ่ที่สุดในโลก การสนับสนุน BCG model ให้เป็นวิสัยทัศน์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกลุ่มเอเปก การอำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตด้วยระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

แนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ประเมินว่า การส่งออกไทยยังขยายตัวได้ดี และเชื่อมั่นว่า ตัวเลขการส่งออกในไตรมาส 2 จะขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่ง โดยมีปัจจัยบวกจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ทรงตัว ความต้องการอาหารจากทั่วโลกที่สูงขึ้น พร้อมปัจจัยหนุนด้านราคาสินค้าเกษตร ขณะเดียวกัน ภาคบริการท่องเที่ยวของหลายประเทศเริ่มฟื้นตัว และการมีปริมาณเรือขนส่งและตู้คอนเทนเนอร์ใหม่ ล้วนส่งผลดีต่อการส่งออกไทย อย่างไรก็ตาม การส่งออกอาจได้รับแรงกดดันบ้างจากสถานการณ์เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่เผชิญกับความเสี่ยงจากภาวะเงินเฟ้อที่เป็นผลสืบเนื่องจากความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครน ทำให้กำลังซื้อผู้บริโภคชะลอตัวลง



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
1 กรกฎาคม 2565