

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนสิงหาคม 2565

การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2565 มีมูลค่า 23,632.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (861,169 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 7.5 ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 18 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 10.1 การส่งออกในเดือนสิงหาคมขยายตัวได้ดีจากสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร โดยเฉพาะกลุ่มอาหารแปรรูปที่มีความต้องการสูง เช่น อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป และอาหารสัตว์เลี้ยง ขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวสูงอีกครั้งหลังชะลอตัวในเดือนก่อน จากการส่งออกรถยนต์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าหลายรายการที่กลับมาขยายตัว ภายใต้ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจโลก อาทิ ภาวะเงินเฟ้อทำให้กำลังซื้อทั่วโลกชะลอตัว ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวของจีนจากวิกฤตด้านอสังหาริมทรัพย์ และปัญหาการขาดแคลนพลังงานในสหภาพยุโรป เป็นต้น ทั้งนี้ การส่งออกไทย 8 เดือนแรก ขยายตัวได้ที่ร้อยละ 11.0 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 8.5

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนสิงหาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 23,632.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7.5 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 27,848.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.3 **ดุลการค้า ขาดดุล 4,215.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ** ขณะที่ภาพรวม 8 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม - สิงหาคม) การส่งออก มีมูลค่า 196,446.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 11.0 การนำเข้า มีมูลค่า 210,578.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 21.4 **ดุลการค้า ขาดดุล 14,131.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ**

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนสิงหาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 861,169 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 20.4 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 1,026,654 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 35.5 **ดุลการค้า ขาดดุล 165,485 ล้านบาท** ภาพรวม 8 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม - สิงหาคม) การส่งออก มีมูลค่า 6,635,446 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 21.9 การนำเข้า มีมูลค่า 7,218,870 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 33.4 **ดุลการค้า ขาดดุล 583,424 ล้านบาท**

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 4.6 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 21 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ข้าว ขยายตัวร้อยละ 15.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดอิรัก สหรัฐฯ แคนาดา มาเลเซีย และเนเธอร์แลนด์) น้ำตาลทราย ขยายตัวร้อยละ 173.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย มาเลเซีย กัมพูชา ลาว และไต้หวัน) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 18.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย แคนาดา และซาอุดีอาระเบีย) ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และไก่แปรรูป ขยายตัวร้อยละ 125.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน เนเธอร์แลนด์ และเกาหลีใต้) อาหารสัตว์เลี้ยง ขยายตัวร้อยละ 25.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 36 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์) **ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ** ขยายตัวร้อยละ 9.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน กัมพูชา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย) **ผลไม้กระป๋องและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 14.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน รัสเซีย ออสเตรเลีย แคนาดา และไต้หวัน) **เครื่องดื่ม** ขยายตัวร้อยละ 14.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดเวียดนาม กัมพูชา จีน ลาว และมาเลเซีย) **ไอศกรีม** ขยายตัวร้อยละ 71.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 27 เดือน (ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย สหรัฐฯ เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย และเวียดนาม) **สินค้าสำคัญที่หดตัว** ได้แก่ ยางพารา หดตัวร้อยละ 2.8 กลับมาหดตัวในรอบ 4 เดือน (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และบราซิล แต่ขยายตัวในตลาดเกาหลีใต้ อินเดีย สเปน เยอรมนี และสโลวีเนีย) **ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง** หดตัวร้อยละ 63.8 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย มาเลเซีย

สหรัฐฯ และฮ่องกง แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แคนาดา ฟิลิปปินส์ อินเดีย และไต้หวัน) ทั้งนี้ 8 เดือนแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 15.2 (YoY)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 9.2 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 18 เดือน โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี อาทิ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 22.5 กลับมาขยายตัวในรอบ 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเวียดนาม) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 31.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 18 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อินเดีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร และเบลเยียม) **แผงวงจรไฟฟ้า** ขยายตัวร้อยละ 25.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 21 เดือน (ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ สหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น และไต้หวัน) **เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 15.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 19 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย อินเดีย และเวียดนาม) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 61.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เวียดนาม และสิงคโปร์) **เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 32.8 ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เมียนมา กัมพูชา และแคนาดา) **หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 53.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เม็กซิโก ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์) **แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า** ขยายตัวร้อยละ 29.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และสโลวาเกีย) **ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว** อาทิ **สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน** หดตัวร้อยละ 11.4 หดตัวในรอบ 19 เดือน (หดตัวในตลาดจีน กัมพูชา อินเดีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวในตลาดเวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ลาว และเมียนมา) **ผลิตภัณฑ์ยาง** หดตัวร้อยละ 0.2 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย และเยอรมนี แต่ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม และอินเดีย) ทั้งนี้ 8 เดือนแรกของปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 9.0 (YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญยังคงมีความไม่แน่นอน ท่ามกลางความเสี่ยงที่กดดันภาวะเศรษฐกิจการค้าโลก อาทิ ภาวะเงินเฟ้อที่สูงขึ้น การใช้นโยบายการเงินแบบตึงตัวในหลายประเทศ สถานการณ์ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ ตลอดจนมาตรการควบคุมไวรัสโควิด-19 ที่เข้มงวดในจีน ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่ออุปสงค์จากประเทศคู่ค้า ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) **ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 8.3** โดยขยายตัวต่อเนื่องในตลาดสหรัฐฯ ร้อยละ 16.3 เอเชีย (5) ร้อยละ 5.8 CLMV ร้อยละ 41.1 และสหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 19.0 ญี่ปุ่นกลับมาขยายตัวร้อยละ 6.6 ขณะที่จีน หดตัวร้อยละ 20.1 (2) **ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 6.9** ขยายตัวในตลาดทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 19.0 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 38.4 และลาตินอเมริกา ร้อยละ 27.4 ขณะที่เอเชียใต้ ทวีปแอฟริกา และรัสเซียและกลุ่ม CIS หดตัวร้อยละ 2.1 ร้อยละ 10.1 และร้อยละ 21.6 ตามลำดับ (3) **ตลาดอื่น ๆ หดตัวร้อยละ 40.3** อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ หดตัวร้อยละ 40.1

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 16.3 (ขยายตัวต่อเนื่อง 27 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ และหม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565 ขยายตัวร้อยละ 17.8

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 20.1 (หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) **สินค้าสำคัญที่หดตัว** ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง เม็ดพลาสติก และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ไม้แปรรูป แช่เย็น แช่แข็ง และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565 หดตัวร้อยละ 5.0

ตลาดญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 6.6 (กลับมาขยายตัวในรอบ 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไก่แปรรูป น้ำมันสำเร็จรูป ไก่สด แซ่เหียน แซ่แข็ง รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 1.2

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 5.8 (ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำตาลทราย รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 21.8

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 41.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 12 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณี และเครื่องประดับ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ไชมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 14.8

ตลาดสหภาพยุโรป (27) ขยายตัวร้อยละ 19.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ ไก่แปรรูป และแผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 7.5

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ 2.1 (หดตัวในรอบ 19 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก และเครื่องยนต์สันดาปภายในฯ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม และอุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 28.6

ตลาดทวีปออสเตรเลีย ขยายตัวร้อยละ 19.0 (ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 1.9

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 38.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ข้าว เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 24.2

ตลาดทวีปแอฟริกา หดตัวร้อยละ 10.1 (หดตัวในรอบ 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ข้าว เครื่องยนต์สันดาปภายในฯ ผลิตภัณฑ์ยาง และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำตาลทราย เคมีภัณฑ์ และไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 3.0

ตลาดลาตินอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 27.4 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องยนต์สันดาปภายในฯ เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ และหม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 9.4

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 21.6 (หดตัวต่อเนื่อง 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และเม็ดพลาสติก เป็นต้น **ขณะที่ 8 เดือนแรกของปี 2565** หดตัวร้อยละ 33.5

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุกและลึก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวก การส่งออก โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา อาทิ (1) การเพิ่มจำนวนกิจกรรมส่งเสริมการค้า ร่วมกับภาคเอกชน จากแผนเดิมที่กำหนดไว้ 185 กิจกรรม ในปี 2565 เพิ่มขึ้นอีก 345 กิจกรรม แบ่งเป็นแผนเชิงรุก 231 กิจกรรม และแผนเชิงลึก 114 กิจกรรม เพื่อผลักดันการส่งออกครึ่งปีหลังให้ขยายตัวเกินกว่าเป้าหมาย ที่กระทรวงพาณิชย์ตั้งไว้ (2) การเจาะตลาดรูปแบบใหม่ที่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยมีเป้าหมาย เจาะตลาด 36 ประเทศ 105 เมือง เช่น การเจาะตลาดสินค้าไก่ วัสดุก่อสร้าง บริการการก่อสร้าง และสินค้า เฟอร์นิเจอร์ในตลาดซาอุดีอาระเบีย และการเจาะตลาดสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงในกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป

เป็นต้น (3) การสนับสนุนนโยบายขยายความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชน (Enhancing The Dots) ในการส่งเสริมการส่งออก การค้าชายแดน และการบริโภคภายในประเทศ โดยร่วมมือกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และกลุ่มผู้ประกอบการ MOC Biz Club เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคทางการค้าให้ภาคเอกชน เช่น การแก้ปัญหาตู้คอนเทนเนอร์ และการส่งสินค้าผลไม้ไปยังจีน รวมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมทางการค้า อาทิ การจัดงานแสดงสินค้า และการจับคู่ธุรกิจ เป็นต้น

แนวโน้มการส่งออกกระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า ยังคงมีสัญญาณบวกที่ช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยในปีนี้อย่างสามารถบรรลุตามเป้าหมาย โดยเฉพาะความต้องการสินค้าอาหารที่คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นในช่วงที่เหลือของปี ตามราคาอาหารทั่วโลกที่ยังทรงตัวในระดับสูง ขณะที่นโยบายของสหรัฐฯ ที่จำกัดการเข้าถึงสินค้าเทคโนโลยีของจีน อาจทำให้มีอุปทานชิปประมวลผลส่วนเกินจากผู้ผลิตเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาคการผลิตอุตสาหกรรมของไทย เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ การปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบายในประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้เงินบาทอ่อนค่าเมื่อเทียบกับเงินสกุลหลัก และยังเป็นปัจจัยบวกที่ทำให้ไทยสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเงินเฟ้อในหลายประเทศ การขาดแคลนพลังงานในทวีปยุโรป และวิกฤตอสังหาริมทรัพย์ในจีน อาจเป็นปัจจัยกดดันที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าชะลอตัว ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดต่อไป



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
26 กันยายน 2565