

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนธันวาคม 2565 และทั้งปี 2565

การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2565 มีมูลค่า 21,718.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (776,324 ล้านบาท) หดตัวร้อยละ 14.6 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย หดตัวร้อยละ 12.5 การส่งออกไทยเดือนนี้หดตัวจากฐานที่สูงในปีที่ผ่านมา แต่เมื่อพิจารณาในแง่ของมูลค่าการส่งออกยังทำได้มากกว่าค่าเฉลี่ยห้าปีย้อนหลัง (20,759.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เป็นผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่อ่อนแอ โดยเฉพาะตลาดส่งออกสำคัญของไทย เช่น สหรัฐฯ สหภาพยุโรป จีน และญี่ปุ่น ซึ่งการส่งออกของหลายประเทศในเอเชียต่างได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยหนุนจาก ค่าระวางเรือลดลงอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการตามแผนส่งเสริมการส่งออกเชิงรุกของกระทรวงพาณิชย์ และภาคการท่องเที่ยวทั่วโลกที่ฟื้นตัวส่งผลให้การส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ การส่งออกไทย ทั้งปี 2565 (มกราคม-ธันวาคม) มีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 287,067.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 5.5 และเมื่อหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวร้อยละ 4.7

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนธันวาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 21,718.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 14.6 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 22,752.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 12.0 ดุลการค้า ขาดดุล 1,033.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ภาพรวมทั้งปี 2565 (มกราคม - ธันวาคม) การส่งออก มีมูลค่า 287,067.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 5.5 การนำเข้า มีมูลค่า 303,190.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.6 ดุลการค้า ขาดดุล 16,122.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนธันวาคม 2565 การส่งออก มีมูลค่า 776,324 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 6.1 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 823,082 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 3.3 ดุลการค้า ขาดดุล 46,758 ล้านบาท ขณะที่ภาพรวมทั้งปี 2565 (มกราคม - ธันวาคม) การส่งออก มีมูลค่า 9,944,317 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 16.1 การนำเข้า มีมูลค่า 10,646,953 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 24.9 ดุลการค้า ขาดดุล 702,636 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร หดตัวร้อยละ 11.2 (YoY) หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน แต่ยังมีสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ขยายตัวร้อยละ 21.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน อินโดนีเซีย และเกาหลีใต้) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ขยายตัวร้อยละ 1.5 (ขยายตัวในตลาดซาอุดีอาระเบีย อิสราเอล แคนาดา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และแอฟริกาใต้) ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ขยายตัวร้อยละ 35.5 (ขยายตัวในตลาดอินเดีย เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม เมียนมา และกัมพูชา) ไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง ขยายตัวร้อยละ 22.8 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์) นมและผลิตภัณฑ์นม ขยายตัวร้อยละ 2.7 (ขยายตัวในตลาดฟิลิปปินส์ ฮองกง และลาว) ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ข้าว หดตัวร้อยละ 4.1 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ ฮองกง ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ แต่ขยายตัวในตลาดอิรัก แอฟริกาใต้ ญี่ปุ่น แคนเมอรูน และอินโดนีเซีย) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง หดตัวร้อยละ 12.4 หดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ใต้หวัน สหรัฐฯ อินโดนีเซีย และเวียดนาม แต่ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น มาเลเซีย เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์) ยางพารา หดตัวร้อยละ 47.7 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แต่ขยายตัวในตลาดสโลวีเนีย เยอรมนี เบลเยียม ปากีสถาน และลัตเวีย) ผลไม้กระป๋องและแปรรูป หดตัวร้อยละ 20.5 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เนเธอร์แลนด์ และกัมพูชา แต่ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย มาเลเซีย และเวียดนาม) น้ำตาลทราย หดตัวร้อยละ 45.4

(หดตัวในตลาดอินโดนีเซีย ใต้หวัน จีน ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม แต่ขยายตัวในตลาดกัมพูชา ลาว สิงคโปร์ มาเลเซีย และฮ่องกง) ทั้งนี้ ปี 2565 การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 8.8 (YoY)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 15.7 (YoY) หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน แต่ยังมีสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี อาทิ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 65.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 14 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เม็กซิโก สหราชอาณาจักร และสิงคโปร์) อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด ขยายตัวร้อยละ 83.7 ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม อินเดีย ตุรกี และแคนาดา) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 8.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (ขยายตัวในตลาดเบลเยียม ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม และอิตาลี) เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ขยายตัวร้อยละ 56.6 ขยายตัวต่อเนื่อง 22 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น และฮ่องกง) ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว อาทิ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 17.1 หดตัวในรอบ 5 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และเม็กซิโก แต่ขยายตัวในตลาดเวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย ซาอุดีอาระเบีย และสหราชอาณาจักร) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน หดตัวร้อยละ 25.7 หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน (หดตัวในตลาดจีน เวียดนาม กัมพูชา อินเดีย และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย ลาว อียิปต์ และแอฟริกาใต้) เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ หดตัวร้อยละ 24.3 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮ่องกง จีน เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ ไอร์แลนด์ อินเดีย สาธารณรัฐเช็ก และโปแลนด์) อัญมณี และเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) หดตัวร้อยละ 12.4 หดตัวในรอบ 22 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮ่องกง เยอรมนี อินเดีย และสหราชอาณาจักร แต่ขยายตัวในตลาดฝรั่งเศส อิตาลี ซาอุดีอาระเบีย สวิตเซอร์แลนด์ และเมียนมา) ทั้งนี้ ปี 2565 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 4.4 (YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปยังตลาดสำคัญในภาพรวมยังหดตัวต่อเนื่อง ตามการลดลงของอุปสงค์จากประเทศคู่ค้า ซึ่งสอดคล้องกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจการค้าโลก ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) ตลาดหลัก หดตัวร้อยละ 13.6 หดตัวในทุกตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ ร้อยละ 3.9 จีน ร้อยละ 20.8 ญี่ปุ่น ร้อยละ 13.7 อาเซียน (5) ร้อยละ 24.2 CLMV ร้อยละ 11.8 สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 4.9 (2) ตลาดรอง หดตัวร้อยละ 16.5 โดยหดตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 11.6 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 18.0 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 26.7 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 9.4 รัสเซียและกลุ่ม CIS ร้อยละ 47.7 ขณะที่ตะวันออกกลางและสหราชอาณาจักร ขยายตัวร้อยละ 4.7 และร้อยละ 23.7 ตามลำดับ (3) ตลาดอื่น ๆ หดตัวร้อยละ 29.0 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ หดตัวร้อยละ 10.4

ตลาดสหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 3.9 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 13.4

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 20.8 (หดตัวต่อเนื่อง 7 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางพารา และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องยนต์สันดาปภายใน เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** หดตัวร้อยละ 7.7

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ 13.7 (หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ ไม้แปรรูป และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** หดตัวร้อยละ 1.3

ตลาดอาเซียน (5) หดตัวร้อยละ 24.2 (หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เม็ดพลาสติก และอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันดิบ

เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และแผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 9.5

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ 11.8 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป และอุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 11.5

ตลาดสหภาพยุโรป (27) หดตัวร้อยละ 4.9 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 5.2

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ 11.6 (หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ อัญมณี และเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด ไหม้นและน้ำมันจากพืชและสัตว์ และข้าว เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 11.5

ตลาดทวีปออสเตรเลีย (25) หดตัวร้อยละ 18.0 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 1.7

ตลาดตะวันออกกลาง (15) ขยายตัวร้อยละ 4.7 (ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และยางพารา เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 22.8

ตลาดทวีปแอฟริกา (57) หดตัวร้อยละ 26.7 (หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ข้าว และเครื่องยนต์สันดาปภายใน เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ และผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** หดตัวร้อยละ 5.9

ตลาดลาตินอเมริกา (47) หดตัวร้อยละ 9.4 สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางพารา และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ และเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 5.9

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 47.7 (หดตัวต่อเนื่อง 10 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว และเครื่องใช้สำหรับเดินทาง เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** หดตัวร้อยละ 39.5

ตลาดสหราชอาณาจักร ขยายตัวร้อยละ 23.7 (ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อากาศยาน และส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และไก่แปรรูป เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น ขณะที่ **ทั้งปี 2565** ขยายตัวร้อยละ 15.6

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุกและลึก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวก การส่งออก โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา อาทิ (1) การแก้ไขอุปสรรคการค้าชายแดน กระทรวงพาณิชย์เดินทางเจรจากับประเทศเพื่อนบ้าน และได้ลงพื้นที่ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งในส่วนกลางและ

ส่วนภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในเดือนธันวาคม 2565 มีจุดผ่านแดนฝั่งไทยเปิดทำการแล้วทั้งสิ้น 72 แห่ง จากทั้งหมด 97 แห่ง ขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านเปิดทำการแล้ว 65 แห่ง (2) การผลักดันความสัมพันธ์ทางการค้า โดยเดินทาง จัดทำยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (SECA) กับออสเตรเลีย ใน 8 สาขาสำคัญ เช่น เกษตร ท่องเที่ยว สุขภาพ การศึกษา การค้าดิจิทัล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การลงทุน พลังงานสีเขียว และช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้า เจริญปรับปรุงกฎถิ่นกำเนิดและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง FTA 2 ฉบับสำคัญ ได้แก่ ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (AANZFTA) และความตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ATIGA) ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกทางการค้าให้กับผู้ประกอบการไทย ลดอุปสรรคการใช้สิทธิพิเศษทางภาษี และผ่อนคลายกฎเกณฑ์ให้สอดคล้องกับ ประเด็นการค้าใหม่ ๆ (3) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อวางแผนเจาะตลาดให้ตรงเป้าหมายเพิ่มโอกาสในการค้า และการส่งออก อาทิ ผลักดันสินค้ากลุ่ม BCG ไปยังผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ในแคนาดา ที่ปัจจุบันให้ความสำคัญกับสินค้า ที่มีการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ศึกษาไลฟ์สไตล์ของชาวอเมริกันแต่ละ Gen เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการ ไทยนำไปใช้ในการวางแผนการผลิต ทำการตลาด และส่งออกสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละ Gen อย่างเหมาะสม (4) การเดินทางโครงการประกันรายได้ ผ่านโครงการประกันรายได้ งวดที่ 11 ในเดือนธันวาคม 2565 ช่วยเหลือ เกษตรกรโดยเฉพาะยางพาราที่ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดโลก และปาล์มน้ำมันที่ได้รับผลกระทบ เนื่องจากอินโดนีเซียเร่งรัดการส่งออก และยกเลิกการเก็บภาษีชั่วคราว ทำให้ราคาลดลง ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้ช่วย จ่ายเงินชดเชยให้เกษตรกรมีความมั่นคงทางรายได้มากขึ้น และพร้อมที่จะผลักดันการส่งออกไปยังตลาดอื่นที่มีความ ต้องการต่อไปในอนาคต

แนวโน้มการส่งออกในระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกเป็น ปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทยในปี 2566 โดยเฉพาะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลัก อาทิ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศยูโรโซน ที่ชะลอตัวลงจากกำลังซื้อที่อ่อนแอ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจของตลาด เป้าหมายการส่งออกยังคงเติบโตได้ดี อาทิ เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และ อาเซียน รวมถึงการเปิดประเทศและ ผ่อนคลายมาตรการโควิดเป็นศูนย์ของจีน จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลดีต่อการส่งออกไทย ประกอบกับ ค่าระวางเรือที่มี แนวโน้มกลับสู่ภาวะสมดุล อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ต้องติดตาม อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงตึงเครียด (สหรัฐฯ-จีน-ไต้หวัน หรือรัสเซีย-ยูเครน) สร้างอุปสรรคด้านการค้าและความเสี่ยงต่อปัญหาห่วงโซ่อุปทาน แนวโน้ม การแข็งค่าของเงินบาท และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศคู่ค้ากับความสามารถในการปรับตัวของ ผู้ส่งออกไทยเพื่อรับมือระเบียบการค้าใหม่ ๆ เป็นต้น โดยกระทรวงพาณิชย์ได้ทำงานใกล้ชิดกับภาคเอกชนเตรียม รับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่ผันผวน โดยมีแผนผลักดันการส่งออกใน 3 ตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพ ได้แก่ ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และ CLMV ซึ่งคาดว่าจะทำรายได้เข้าสู่ประเทศชดเชยตลาดหลักที่ชะลอตัว

<p>More Details</p> 	<p>Facebook สำนักงานนโยบายและ ยุทธศาสตร์การค้า</p> 	<p>LINE @TPSO.Tradeinsights</p> 
--	---	--

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
24 มกราคม 2566