

ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทย ประจำเดือนมกราคม 2566

การส่งออกของไทยในเดือนมกราคม 2566 มีมูลค่า 20,249.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (700,127 ล้านบาท) หดตัวร้อยละ 4.5 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย หดตัวร้อยละ 3.0 การส่งออกของไทยหดตัวน้อยลงจากเดือนก่อนหน้า และยังอยู่ในระดับที่ดีกว่าหลายประเทศในเอเชีย โดยตลาดส่งออกของไทยหลายตลาดกลับมาขยายตัว ได้แก่ สหภาพยุโรป ลาตินอเมริกา อินเดีย แอฟริกา และอาเซียน (5) ท่ามกลางผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก และความผันผวนของค่าเงินบาท เป็นผลจากความร่วมมือของกระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชนในการผลักดันการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ที่มีส่วนช่วยประคับประคองการส่งออกของไทยภายใต้แรงกดดันของเศรษฐกิจโลก ลดการกระจุกตัวของตลาดส่งออก และจะช่วยเพิ่มการกระจายของสินค้าไทยในอนาคต

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนมกราคม 2566 การส่งออก มีมูลค่า 20,249.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 4.5 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 24,899.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 5.5 **ดุลการค้า ขาดดุล** 4,649.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนมกราคม 2566 การส่งออก มีมูลค่า 700,127 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 0.9 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน การนำเข้า มีมูลค่า 871,430 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.4 **ดุลการค้า ขาดดุล** 171,303 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร หดตัวร้อยละ 2.7 (YoY) หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน แต่ยังมีสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี ได้แก่ ข้าว ขยายตัวร้อยละ 72.3 ขยายตัวในรอบ 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินโดนีเซีย บังกลาเทศ สหรัฐฯ อิรัก และแอฟริกาใต้) **ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์** ขยายตัวร้อยละ 124.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินเดีย เมียนมา เคนยา เวียดนาม และเนเธอร์แลนด์) **ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง** ขยายตัวร้อยละ 50.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และเมียนมา) **ผลไม้สด** ขยายตัวร้อยละ 2.5 โดยขยายตัวจากทุเรียนสด ขยายตัวร้อยละ 53.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหราชอาณาจักร) **มะม่วงสด** ขยายตัวร้อยละ 21.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย เกาหลีใต้ เวียดนาม รัสเซีย และฮ่องกง) **มังคุดสด** ขยายตัวร้อยละ 821.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน อินเดีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) **โกโก้และของปรุงแต่ง** ขยายตัวร้อยละ 102.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 12 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย กัมพูชา และอินเดีย)

ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว อาทิ **ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง** หดตัวร้อยละ 7.6 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สหรัฐฯ และเกาหลีใต้) แต่ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ อินเดีย ออสเตรเลีย เนเธอร์แลนด์ และแอฟริกาใต้) **ยางพารา** หดตัวร้อยละ 37.6 หดตัวต่อเนื่อง 6 เดือน (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสหรัฐฯ) แต่ขยายตัวในตลาดอินเดีย และปากีสถาน) **อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป** หดตัวร้อยละ 4.8 (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ลิเบีย แคนาดา และอียิปต์) แต่ขยายตัวในตลาดออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย แอฟริกาใต้ ซิลิ และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) **น้ำตาลทราย** หดตัวร้อยละ 2.3 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดอินโดนีเซีย จีน ฮ่องกง เมียนมา และเวียดนาม) แต่ขยายตัวในตลาดเกาหลีใต้ กัมพูชา ลาว ญี่ปุ่น และไต้หวัน) **ไก่แปรรูป** หดตัวร้อยละ 2.2 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น สิงคโปร์ แคนาดา ฮ่องกง และเยอรมนี) แต่ขยายตัวในตลาดสหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เกาหลีใต้ ไอร์แลนด์ และฟิลิปปินส์) **อาหารสัตว์เลี้ยง** หดตัวร้อยละ 11.0 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย อิตาลี และออสเตรเลีย) แต่ขยายตัวในตลาดฟิลิปปินส์ เวียดนาม กัมพูชา เยอรมนี และเมียนมา) เป็นต้น

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 5.4 (YoY) หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน แต่ยังมีสินค้าสำคัญที่ขยายตัวดี อาทิ รถยนต์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 9.2 กลับมาขยายตัวอีกครั้ง (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และเวียดนาม) อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด ขยายตัวร้อยละ 72.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม อินเดีย จีน และจอร์แดน) รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 16.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น เบลเยียม สหรัฐฯ จีน และเนเธอร์แลนด์) หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ ขยายตัวร้อยละ 44.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ เม็กซิโก ญี่ปุ่น และอิตาลี) เครื่องใช้สำหรับเดินทาง ขยายตัวร้อยละ 47.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 23 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฝรั่งเศส)

ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ หดตัวร้อยละ 21.2 หดตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เนเธอร์แลนด์ ฮังการี และญี่ปุ่น แต่ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ มาเลเซีย เม็กซิโก อินเดีย และไต้หวัน) ผลิตภัณฑ์ยาง หดตัวร้อยละ 8.2 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ เนเธอร์แลนด์ และซาอุดีอาระเบีย) อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ) หดตัวร้อยละ 3.8 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดฮ่องกง เยอรมนี อินเดีย สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อิตาลี เบลเยียม สหรัฐฯ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น) เม็ดพลาสติก หดตัวร้อยละ 30.0 หดตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (หดตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย แต่ขยายตัวในตลาดอินเดีย ญี่ปุ่น อิตาลี และเยอรมนี) เคมีภัณฑ์ หดตัวร้อยละ 17.6 หดตัวต่อเนื่อง 9 เดือน (หดตัวในตลาดจีน อินเดีย ญี่ปุ่น เวียดนาม และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวในตลาดมาเลเซีย ลาว เกาหลีใต้ อียิปต์ และโอมาน)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปยังตลาดสำคัญในภาพรวมยังคงหดตัวต่อเนื่อง สอดคล้องกับภาวะการชะลอตัวของภาคการผลิตโลก ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) **ตลาดหลัก** หดตัวร้อยละ 5.3 หดตัวในสหรัฐฯ ร้อยละ 4.7 จีน ร้อยละ 11.4 ญี่ปุ่น ร้อยละ 9.2 CLMV ร้อยละ 11.1 ขณะที่อาเซียน (5) และ สหภาพยุโรป (27) กลับมาขยายตัวร้อยละ 2.3 และร้อยละ 2.2 ตามลำดับ (2) **ตลาดรอง** หดตัวร้อยละ 3.1 โดยหดตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 4.3 ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 7.2 รัสเซียและกลุ่ม CIS ร้อยละ 46.4 ขณะที่ขยายตัวในตลาดตะวันออกกลาง ร้อยละ 23.7 ทวีปแอฟริกา ร้อยละ 14.7 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 1.5 และสหราชอาณาจักร ร้อยละ 6.1 (3) **ตลาดอื่น ๆ** ขยายตัวร้อยละ 17.4 อาทิ สวิตเซอร์แลนด์ ขยายตัวร้อยละ 18.6

ตลาดสหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 4.7 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เป็นต้น

ตลาดจีน หดตัวร้อยละ 11.4 (หดตัวต่อเนื่อง 8 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เม็ดพลาสติก และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง และน้ำมันสำเร็จรูป เป็นต้น

ตลาดญี่ปุ่น หดตัวร้อยละ 9.2 (หดตัวต่อเนื่อง 5 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เคมีภัณฑ์ ไก่แปรรูป และทองแดง เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ แผงวงจรไฟฟ้า รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 2.3 (กลับมาขยายตัวในรอบ 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ และข้าว เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก ยางพารา และแผงวงจรไฟฟ้า เป็นต้น

ตลาด CLMV หดตัวร้อยละ 11.1 (หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ และเครื่องดื่ม เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว เป็นต้น

ตลาดสหภาพยุโรป (27) กลับมาขยายตัวร้อยละ 2.2 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และหม้อแปลงไฟฟ้า เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ยางพารา ผลิตภัณฑ์ยาง และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น

ตลาดเอเชียใต้ หดตัวร้อยละ 4.3 (หดตัวต่อเนื่อง 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ ข้าว และอุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด

ตลาดทวีปออสเตรเลีย หดตัวร้อยละ 7.2 (หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ เม็ดพลาสติก และตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และน้ำตาลทราย เป็นต้น

ตลาดตะวันออกกลาง ขยายตัวร้อยละ 23.7 (ขยายตัวต่อเนื่อง 12 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และข้าว เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ยางพารา เม็ดพลาสติก และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น

ตลาดทวีปแอฟริกา ขยายตัวร้อยละ 14.7 (กลับมาขยายตัวในรอบ 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ข้าว และไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป เครื่องยนต์สันดาปภายใน และเม็ดพลาสติก เป็นต้น

ตลาดลาตินอเมริกา กลับมาขยายตัวร้อยละ 1.5 สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ และส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ยางพารา และเม็ดพลาสติก เป็นต้น

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS หดตัวร้อยละ 46.4 (หดตัวต่อเนื่อง 11 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง และเม็ดพลาสติก เป็นต้น สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ และน้ำมันสำเร็จรูป เป็นต้น

ตลาดสหราชอาณาจักร ขยายตัวร้อยละ 6.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ไก่แปรรูป และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น สินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ และอาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

การส่งเสริมการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ และแนวโน้มการส่งออกระยะถัดไป

การส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการเชิงรุกและลึก เพื่อผลักดันและอำนวยความสะดวกการส่งออก โดยการดำเนินงานที่สำคัญในรอบเดือนที่ผ่านมา อาทิ (1) **การปราบปรามการลักลอบนำเข้าน้ำมันปาล์มทางบก** โดยยังสามารถนำเข้าได้ทางเรือ และส่งไปต่างประเทศได้เฉพาะบางด่านเท่านั้น เพื่อลดปัญหาราคาสินค้าปาล์ม น้ำมันภายในประเทศตกต่ำจากการลักลอบนำเข้าอย่างผิดกฎหมาย ทำให้การลักลอบนำเข้าลดลง และราคาปาล์มดีขึ้น (2) **การรื้อฟื้นการเจรจาการค้าเสรี ไทย-สหภาพยุโรป** โดยมีเป้าหมายการลดภาษีระหว่างกันเหลือร้อยละ 0 ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายเห็นพ้องให้เร่งดำเนินการอนุมัติกระบวนการและขั้นตอนการเจรจาให้เร็วที่สุด หลังจากที่มีการเจรจาหยุดชะงักไปตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งจะทำให้ไทยส่งออกสินค้าไปยังสหภาพยุโรป 27 ประเทศ ได้มากขึ้น และมีแต้มต่อมากขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น (3) **การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นสู่ตลาดโลก** มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก กำหนดเป้าหมายผลักดันสินค้าท้องถิ่น ภายใต้แนวทาง Local + (โลคัล พลัส) จำนวน 3 กลุ่มสินค้า ได้แก่ กลุ่ม BCG กลุ่มสินค้าอัตลักษณ์ และกลุ่มสินค้านวัตกรรม โดยจะเข้าไปช่วยเหลือในการให้ความรู้ด้านการผลิต การพัฒนาสินค้า และผลักดันออกสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผู้ผลิตสินค้า และสร้างรายได้เข้าประเทศ

นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ยังมีแผนงานในอนาคตสำหรับการส่งเสริมการส่งออกในปี 2566 จะเดินหน้าจัดกิจกรรมกว่า 450 กิจกรรม โดยมุ่งขยายตลาดเดิม เจาะ 4 ตลาดศักยภาพ ได้แก่ ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ CLMV และ จีน โดยจะจัดกิจกรรมในหลายรูปแบบ ทั้งการจัดงานแสดงสินค้า การจัดคณะผู้แทนการค้า จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ผลักดันค้าขายออนไลน์ และมีแผนเจาะตลาดศักยภาพใหม่ในเอเชียกลาง 5 ประเทศ ได้แก่ คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน เติร์กเมนิสถาน ทาจิกิสถาน และคีร์กีซสถาน ซึ่งมีระดับอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจประมาณร้อยละ 3 - 7 ทำให้ตลาดเหล่านี้อาจกลายเป็นตลาดส่งออกสำคัญที่ช่วยลดการกระจุกตัวของตลาดส่งออกไทยได้มากขึ้นในปี 2566

แนวโน้มการส่งออกในระยะถัดไป กระทรวงพาณิชย์ ประเมินว่า การส่งออกของไทยยังคงได้รับแรงกดดันจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจคู่ค้าสำคัญที่ลดการบริโภคจากต้นทุนค่าครองชีพที่สูง แม้ว่าภาวะเงินเฟ้อจะเริ่มชะลอลงแต่ก็ยังคงอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้บรรยากาศการค้าโลกที่ยังตึงเครียด จากการกีดกันทางการค้า รวมถึงปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความยืดเยื้อและมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น กระทบต่อการส่งออกของไทย อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์ยังคงทำงานอย่างเต็มที่ในการผลักดันการส่งออกสินค้าและสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าของไทยออกไปสู่ตลาดโลก รวมทั้งอำนวยความสะดวกและสร้างโอกาสทางการค้าผ่านความร่วมมือทางการค้าใหม่ ๆ เพื่อให้ไทยเป็นแหล่งดึงดูดการค้าการลงทุนจากต่างชาติมากขึ้น

More Details 	Facebook สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า 	LINE @TPSO.Tradeinsights 
--	---	---

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
2 มีนาคม 2566