

1 TRADE OVERVIEW - ภาพรวมการค้าสินค้าฮาลาลเดือนกรกฎาคม 2569

EXPORT - ส่งออก

+5.53%

711,031

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 673.780 Thousand USD

IMPORT - นำเข้า

+74.20%

826,808

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 474,626 Thousand USD

TRADE BALANCE - ดุลการค้า

-158.13%

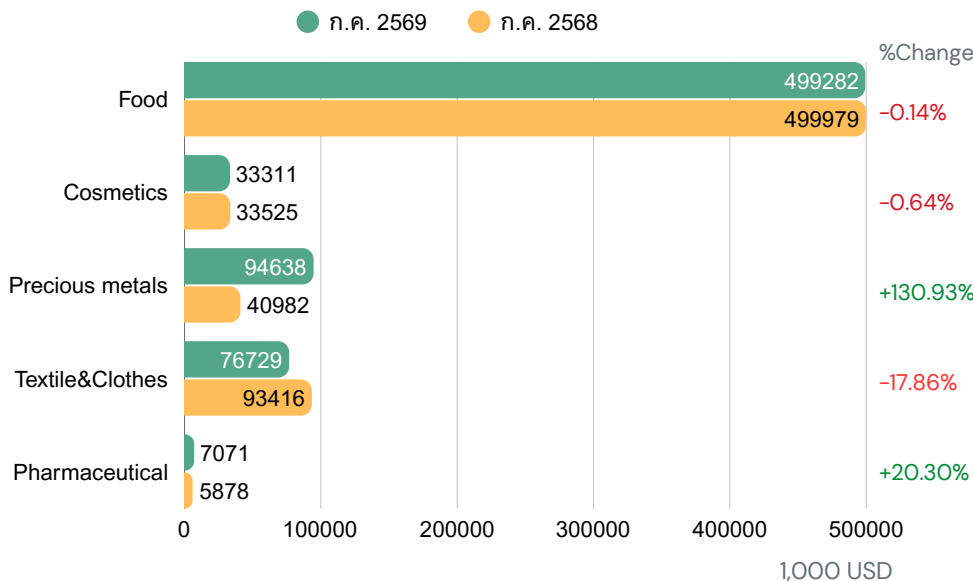
-115,777

Thousand USD

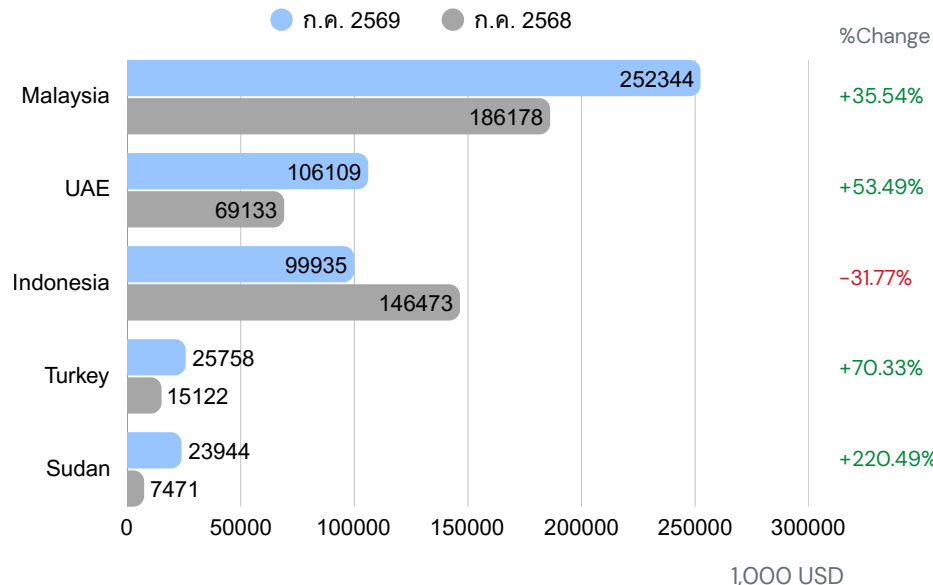
ก.ค. 2568 = 199,154 Thousand USD

2 EXPORT BY SECTOR & TOP MARKETS - ส่งออก กลุ่มสินค้า & ตลาดหลัก

ส่งออกแยกกลุ่มสินค้า

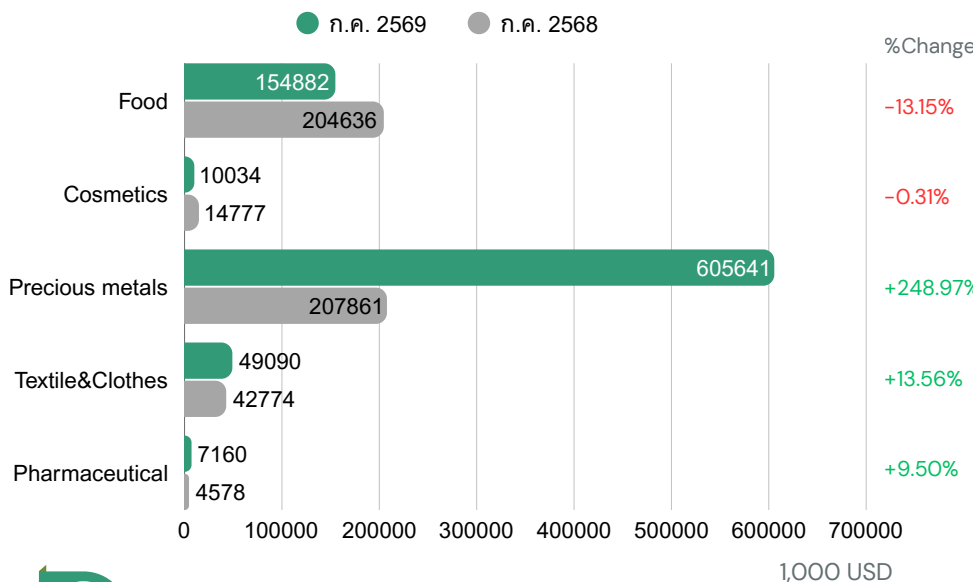


5 ตลาดส่งออกหลักใน OIC

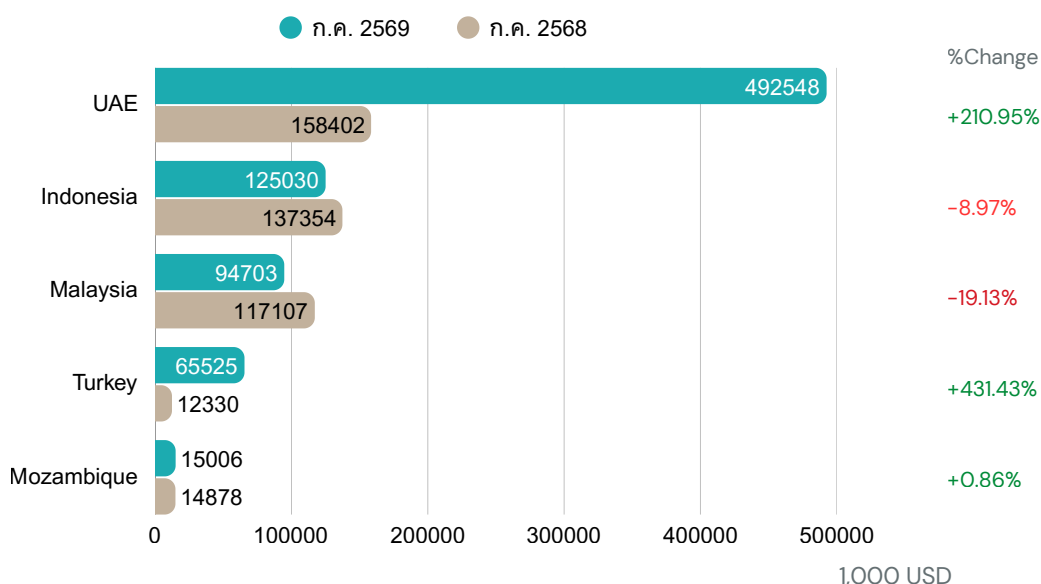


3 IMPORT BY SECTOR & TOP MARKETS - นำเข้า กลุ่มสินค้า & ตลาดหลัก

นำเข้าแยกกลุ่มสินค้า



5 แหล่งนำเข้าสำคัญใน OIC



4 EXECUTIVE SUMMARY

เดือนกรกฎาคม 2569 ไทยมีมูลค่าการส่งออกในกลุ่ม OIC อยู่ที่ 711,031 พัน USD ขยายตัวเพิ่มขึ้น 5.53% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มูลค่าการนำเข้าพุ่งสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดถึง 74.20% มาอยู่ที่ 826,808 พัน USD ส่งผลให้ดุลการค้าของไทยพลิกกลับมาเป็นขาดดุล 115,777 พัน USD หรือลดลง 158.13% จากที่เคยเกินดุลในปีก่อนหน้า สินค้าส่งออกหลักอย่างหมวดอาหารยังคงรักษามูลค่าสูงสุดไว้ได้ที่ 499,282 พัน USD แต่หดตัวลงเล็กน้อย 0.14% กลุ่มโลหะมีค่า (Precious metals) เติบโตโดดเด่นถึง 130.93% รวมทั้งกลุ่มยาโรค ที่โต 20.30% ด้านคู่ค้าสำคัญ มาเลเซียยังคงครองแชมป์ตลาดส่งออกอันดับหนึ่งด้วยมูลค่า 252,344 พันดอลลาร์สหรัฐ (+35.54%) ตามมาด้วยสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) ที่เติบโต 53.49% และซูดานที่ขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญถึง 220.49% ในขณะที่การส่งออกไปอินโดนีเซียชะลอตัวลง 31.77% โครงสร้างการนำเข้า ปัจจัยหลักที่ดันมูลค่านำเข้ารวมให้พุ่งสูงขึ้นมาจากกลุ่มโลหะมีค่าเช่นกัน ซึ่งขยายตัวถึง 248.97% ด้วยมูลค่า 605,641 พัน USD สะท้อนผ่านแหล่งนำเข้าสำคัญอย่าง UAE

แนวโน้ม

- ภาพรวมดุลการค้าเปลี่ยนเป็นขาดดุล มีสาเหตุจากการนำเข้าวัตถุดิบและโลหะมีค่าที่พุ่งสูงถึง 74.20% ส่งผลให้ไทยพึ่งพาการนำเข้าและขาดดุลการค้าในระยะสั้น สะท้อนถึงความผันผวนของราคากองค้าในตลาดโลกและความต้องการสินทรัพย์ปลอดภัย (Safe-haven Asset) ในช่วงความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์

ความเสี่ยง

- ผู้ประกอบการต้องเตรียมพร้อมรับมือกับมาตรฐานระบบโลจิสติกส์ฮาลาล (Halal Supply Chain & Logistics) ซึ่งอินโดนีเซียและกลุ่มประเทศ GCC เริ่มนำมาใช้เป็นเกณฑ์บังคับครอบคลุมการขนส่ง การจัดเก็บ และคลังสินค้า

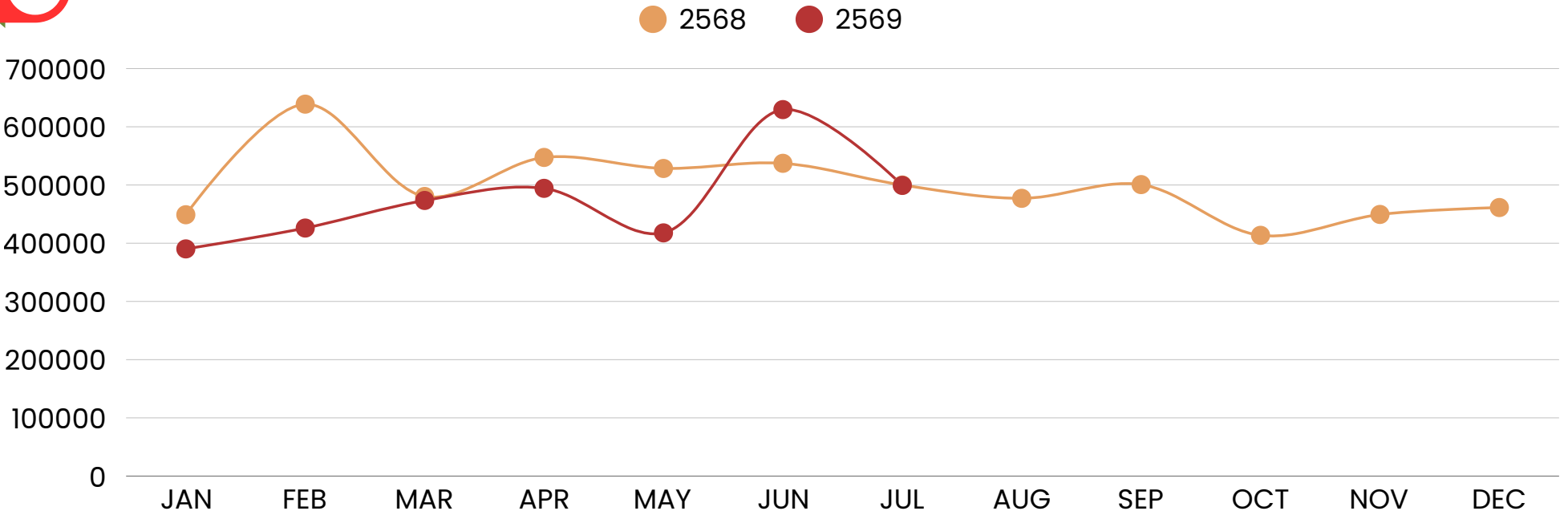
โอกาส

- เร่งขยายการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคพื้นฐานไปยังตลาดที่กำลังเติบโต เช่น ซูดาน เพื่อลดการพึ่งพาตลาดเดิมที่เริ่มเผชิญมาตรการเข้มงวด
- ภาครัฐควรริบสรุปความตกลงยอมรับร่วมกันด้านมาตรฐานฮาลาลกับ BPJPH (อินโดนีเซีย) และ JAKIM (มาเลเซีย) เพื่อลดขั้นตอนและคอขวดในการส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปและอาหาร

1 FOOD TRADE OVERVIEW - ภาพรวมการค้าสินค้าอาหารฮาลาล เดือนกรกฎาคม 2569

FOOD EXPORT	-0.14%	FOOD IMPORT	-24.31%	FOOD TRADE BALANCE	+16.61%
499,282	Thousand USD	154,882	Thousand USD	344,400	Thousand USD
ก.ค. 2568 = 499,979 Thousand USD		ก.ค. 2568 = 204,636 Thousand USD		ก.ค. 2568 = 295,343 Thousand USD	

2 12 MONTHS FOOD EXPORT TREND



3 TOP MARKETS & PRODUCTS

ตลาดส่งออกสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2569

#	ตลาด	1,000 USD	%SHARE	%YoY
1	มาเลเซีย	218,102	43.68	+41.66
2	อินโดนีเซีย	65,097	13.04	-44.36
3	ซูดาน	23,086	4.62	+220.46
4	ตุรกี	21,805	4.37	+304.02
5	UAE	17,905	3.60	-40.52

สินค้าส่งออกสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2569

#	ตลาด	1,000 USD	%SHARE	%YoY
1	ข้าวสาลีแล้ว	88,683	17.76	+51.52
2	น้ำตาลทรายดิบ	61,746	12.37	-12.80
3	กุน่าแปรรูป	57,016	11.42	-14.39
4	น้ำตาลทรายขาว	44,181	8.85	+112.78
5	เนื้อไก่แช่แข็ง	21,406	4.29	-30.74

4 KEY INSIGHTS

เดือนกรกฎาคม 2569 มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารไปประเทศสมาชิกกลุ่ม OIC ทรงตัวที่ 499,282 พัน USD (ลดลงเล็กน้อย 0.14% YoY) เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจโลกและกำลังซื้อในบางประเทศชะลอตัว ขณะที่การนำเข้าลดลงอย่างมีนัยสำคัญเหลือ 154,882 พัน USD (-24.31% YoY) เนื่องจากโรงงานแปรรูปอาหารในไทยปรับลดการสำรองวัตถุดิบนำเข้า และเน้นเร่งระบายวัตถุดิบในคลังสินค้าเดิมที่มีอยู่ เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาและเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินตอบรับกับความไม่แน่นอนของกำลังซื้อผู้บริโภคในตลาดโลก ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุลพุ่งขึ้นเป็น 344,400 พัน USD (+16.61% YoY)

ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย (สัดส่วน 43.68%, +41.66%) ขยายตัวสูงจากอุปสงค์ตามติดพื้นที่ชายแดน อินโดนีเซีย (สัดส่วน 13.04%, -44.36%) หดตัวจากมาตรการปกป้องตลาดและโควตานำเข้า ซูดาน (สัดส่วน 4.62%, +220.46%) และตุรกี (สัดส่วน 4.37%, +304.02%) เติบโตก้าวกระโดดจากความต้องการความมั่นคงทางอาหารและการฟื้นตัวของห่วงโซ่อุปทาน ส่วน UAE (สัดส่วน 3.60%, -40.52%) ลดลงจากการปรับสต็อกสินค้า

สินค้าส่งออกหลัก ได้แก่ ข้าวสาลีแล้ว (สัดส่วน 17.76%, +51.52%) ขยายตัวดีจากความมั่นคงทางอาหารโลก น้ำตาลทรายดิบ (สัดส่วน 12.37%, -12.80%) กุน่าแปรรูป (สัดส่วน 11.42%, -14.39%) น้ำตาลทรายขาว (สัดส่วน 8.85%, +112.78%) และเนื้อไก่แช่แข็ง (สัดส่วน 4.29%, -30.74%) หดตัวจากการแข่งขันด้านราคากับบราซิล

แนวโน้ม

- ความต้องการพืชผลพื้นฐานและอาหารความมั่นคงสูงขึ้น: ข้าวสาลีแล้วและน้ำตาลทรายขาว ขยายตัวโดดเด่น สะท้อนว่าประเทศมุสลิมเร่งสำรองโภคภัณฑ์ขั้นพื้นฐานเพื่อรองรับความเสี่ยงเรอวิฤฤฤและความผันผวนของสภาพภูมิอากาศ (El Niño/La Niña)

ความเสี่ยง

- การแข่งขันด้านราคาในกลุ่มปศุสัตว์และประมง เช่น เนื้อไก่แช่แข็ง และกุน่าแปรรูป เพชฌัญญูความเสี่ยงจากการสูญเสียเปรียบเทียบกับต้นทุนคู่แข่งสำคัญอย่างบราซิลและประเทศในละตินอเมริกา

โอกาส

- ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน (Ready-to-Eat) มูลค่าสูง เพื่อแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นต้นไปสู่อาหารฮาลาลแปรรูปมูลค่าสูงเพื่อเพิ่มอัตรากำไร
- ยกระดับกระบวนการรับรอง Halal Certification: การผนวกมาตรฐานฮาลาลไทยให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล (Mutual Recognition) จะช่วยลดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซียและตะวันออกกลาง

1 TEXTILES & CLOTHES TRADE OVERVIEW - ภาพรวมการค้าสินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้า เดือนกรกฎาคม 2569

TEXTILES EXPORT

-17.90%

76,729

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 93,416 Thousand USD

TEXTILES IMPORT

+14.80%

49,090

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 42,774Thousand USD

TEXTILES TRADE BALANCE

-45.40%

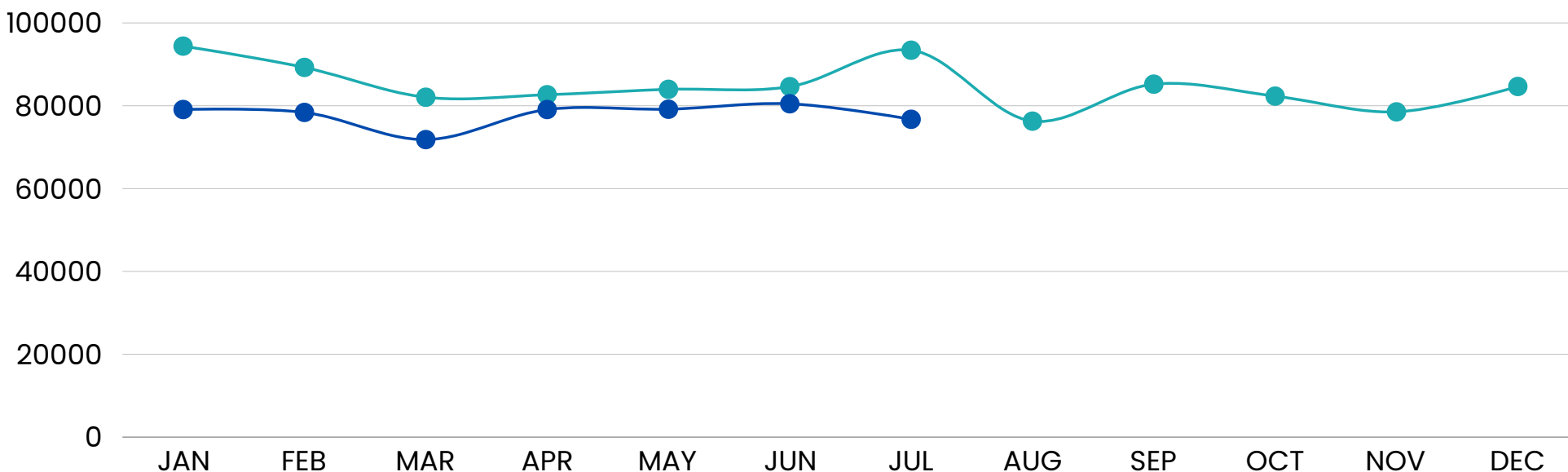
27,639

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 50,642 Thousand USD

2 12 MONTHS TEXTILES & CLOTHES EXPORT TREND

2568 2569



3 TOP MARKETS & PRODUCTS

ตลาดส่งออกสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2569

สินค้าส่งออกสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2569

#	ตลาด	1,000 USD	%SHARE	%YoY
1	อินโดนีเซีย	26,486	35.52	+24.81
2	ปากีสถาน	12,176	15.87	-9.03
3	บังกลาเทศ	9,331	12.16	-43.03
4	มาเลเซีย	6,762	8.81	-11.71
5	UAE	5,510	7.18	-30.60

#	ตลาด	1,000 USD	%SHARE	%YoY
1	เส้นใยสังเคราะห์ ทำจากโพลีเอสเตอร์ - ยิงไม่สาบ	9,536	12.43	+23.08
2	แถบเส้นใยยาวสังเคราะห์ ทำจากอะคริลิกหรือมอดอะคริลิก	4,973	6.48	+18.15
3	เส้นใยประดิษฐ์แบบสั้น ทำจากวิสโคสเรยอน (ยังไม่ผ่านการสาบ หวี หรือแปรรูปเพื่อใช้ปั่นด้าย)	4,891	6.37	-47.80
4	ผ้าไม่ถักไม่ทอ (Non-woven) ทำจากเส้นใยยาวประดิษฐ์ (จะผ่านการชุบ เคลือบ หุ้ม หรืออัดขึ้นหรือไม่ก็ตาม)	3,386	4.41	+33.52
5	ด้ายเส้นใยสังเคราะห์โพลีเอสเตอร์แบบฟู (Textured Yarn)	3,055	3.98	-25.27

4 KEY INSIGHTS

เดือนกรกฎาคม 2569 การค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าของไทยกับกลุ่มประเทศ OICมีมูลค่าส่งออก 76,729 พัน USD หดตัว 17.90% YoY เกิดจากภาวะเงินเฟ้อที่กดดันกำลังซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดโลก การชะลอตัวของโรงงานตัดเย็บปลายน้ำ และการระบายสินค้าคงคลัง ขณะที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 49,090 พัน USD (+14.80% YoY) ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุลลดลงถึง 45.40% เหลือเพียง 27,639 พัน USD สอดคล้องกับเส้นกราฟการส่งออกปี 2569 ที่ปรับตัวต่ำกว่าปี 2568 อย่างต่อเนื่อง ด้านตลาดส่งออก อินโดนีเซียขยายตัวโดดเด่นเป็นอันดับ 1 (+24.81%, สัดส่วน 35.52%) รับอานิสงส์จากกำลังซื้อในประเทศที่แข็งแกร่ง และการขยายตัวของอุตสาหกรรมแฟชั่นฮาลาล (Modest Fashion) ในอาเซียน ในทางกลับกัน ตลาดเอเชียใต้อย่างบังกลาเทศ (-43.03%) และปากีสถาน (-9.03%) หดตัวอย่างมากจากวิกฤตการเงินและการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ทำให้กำลังซื้อวัตถุดิบสิ่งทอเพื่อป้อนโรงงานรับจ้างผลิต (OEM) เสื้อผ้าสำเร็จรูปชะลอตัวลง เช่นเดียวกับมาเลเซีย (-11.71%) และ UAE (-30.60%) ที่ปรับลดการนำเข้าตามสภาวะตลาด

หมวดสินค้าส่งออก กลุ่มเส้นใยสังเคราะห์ต้นทอคุณภาพขยายตัวได้ดี ได้แก่ เส้นใยสังโพลีเอสเตอร์ (+23.08%) และแถบเส้นใยยาวอะคริลิก (+18.15%) ตอบโจทย์ผู้ผลิตในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่วนผ้าไม่ถักไม่ทอ (Non-woven) พุ่งขึ้น (+33.52%) ตามอุปสงค์สิ่งทอเชิงเทคนิคในอุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ ขณะที่เส้นใยวิสโคสเรยอน (-47.80%) และด้ายโพลีเอสเตอร์แบบฟู (-25.27%) หดตัวแรงจากการเปลี่ยนไปใช้เส้นใยทดแทนที่มีราคาถูกกว่า

แนวโน้ม

- การฟื้นตัวของตลาดส่งออกยังเป็นไปอย่างช้าๆ: ทิศทางการส่งออกตลอด 7 เดือนแรกของปี 2569 ยังเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับของปี 2568 ซึ่งอุตสาหกรรมยังต้องเผชิญภาวะชะลอตัวอีกระยะอย่างจำกัด
- การย้ายฐานห่วงโซ่อุปทานสู่ภูมิภาคอาเซียน: ตลาดอินโดนีเซียครองสัดส่วนสูงถึง 35.52% (+24.81%) สะท้อนแนวโน้มการพึ่งพาการค้าภายในภูมิภาค (Regionalization) เพื่อลดความเสี่ยงจากปัญหาค่าขนส่งโลจิสติกส์โลก

ความเสี่ยง

- ความผันผวนของราคาปิโตรเคมี: ต้นทุนการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ผูกติดกับราคาน้ำมันดิบโลก ความผันผวนของราคาพลังงานจึงเป็นความเสี่ยงต่ออัตรากำไรของผู้ประกอบการ
- การหดตัวของบังกลาเทศ (-43.03%) และปากีสถาน (-9.03%) สร้างความเสี่ยงต่อผู้ส่งออกวัตถุดิบขึ้นกลางของไทยจากการชะลอตัวของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าโลก

โอกาส

- ยกระดับสู่สิ่งทอคุณสมบัติพิเศษ (Technical Textiles) ไทยควรปรับโครงสร้างไปสู่อุตสาหกรรมสิ่งทอมูลค่าเพิ่มสูง (High Value-Added)
- พัฒนาเส้นใยยั่งยืน (Green & Recycled Textiles) เร่งวิจัยและพัฒนาเส้นใยโพลีเอสเตอร์รีไซเคิลเพื่อตอบโจทย์เกณฑ์ความยั่งยืน (ESG) ของแบรนด์แฟชั่นชั้นนำ

1 COSMETICS TRADE OVERVIEW - ภาพรวมการค้าสินค้าเครื่องสำอาง เดือนกรกฎาคม 2569

COSMETICS EXPORT

-0.60%

33,311

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 33,525 Thousand USD

COSMETICS IMPORT

-32.10%

10,034

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 14,777 Thousand USD

COSMETIC TRADE BALANCE

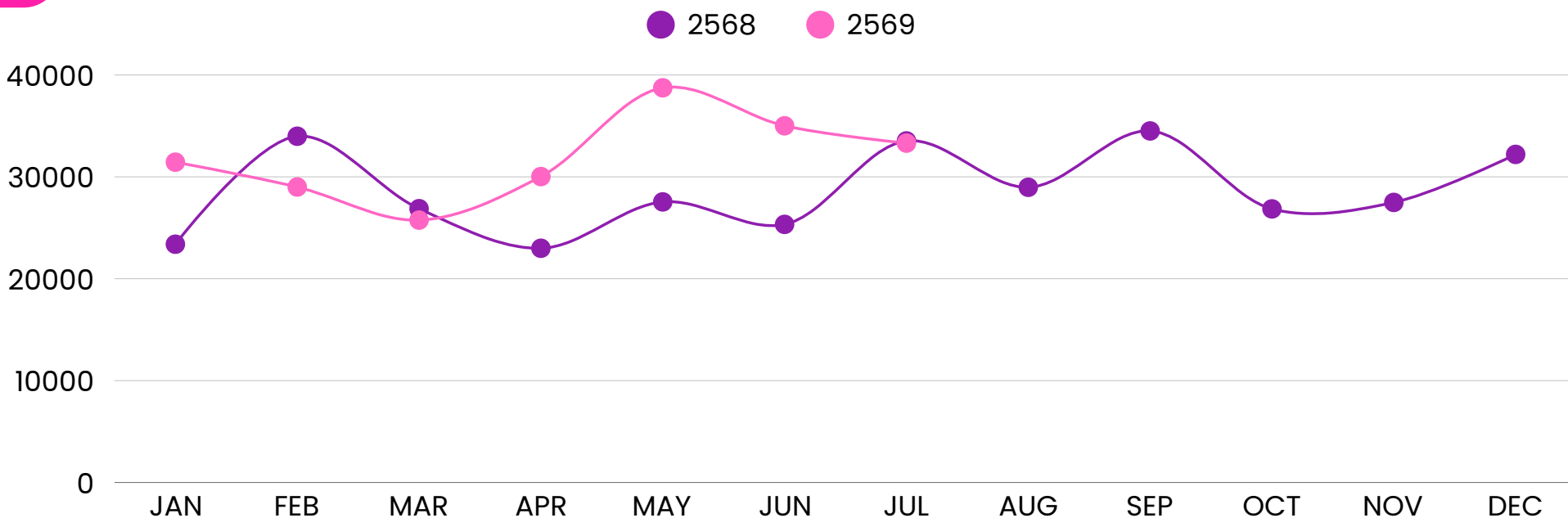
+24.20%

23,277

Thousand USD

ก.ค. 2568 = 18,748 Thousand USD

2 12 MONTHS COSMETICS EXPORT TREND



3 TOP MARKETS & PRODUCTS

ตลาดส่งออกสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2569

#	ตลาด	1,000 USD	%SHARE	%YoY
1	มาเลเซีย	14026	42.11	+0.21
2	UAE	5674	17.03	+6.96
3	อินโดนีเซีย	5648	16.96	+4.83
4	ไนจีเรีย	2197	6.60	+112.27
5	บังกลาเทศ	990	2.97	-3.32

สินค้าส่งออกสำคัญ เดือนกรกฎาคม 2569

#	ตลาด	1,000 USD	%SHARE	%YoY
1	สิ่งปรุงแต่งเพื่อความงาม หรือเพื่อแต่งหน้า และสิ่งปรุงแต่งสำหรับดูแลบำรุงผิว (ไม่รวมยารักษาโรค) - อื่นๆ	7918	23.77	-19.56
2	แชมพูสระผม	4983	14.96	-4.06
3	ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม-อื่นๆ	3281	9.85	+15.73
4	สบู่และสารออกฤทธิ์พื้นผิวอินทรีย์สำหรับใช้ทำความสะอาดร่างกายชนิดเป็นก้อน/รูปทรงต่างๆ	3013	9.05	+56.19
5	สิ่งปรุงแต่งสำหรับทำความสะอาดฟัน	2351	7.06	+83.53

4 KEY INSIGHTS

เดือนกรกฎาคม 2569 การค้าสินค้าเครื่องสำอางไทยกับประเทศสมาชิก OIC มีมูลค่าส่งออก 33,311 พัน USD ชะลอตัวลงเล็กน้อย 0.60% YoY ขณะที่การนำเข้าลดลงอย่างรวดเร็วเหลือ 10,034 พัน USD (-32.10% YoY) ส่งผลให้ดุลการค้าเครื่องสำอางเกินดุลพุ่งขึ้นถึง 23,277 พัน USD (+24.20% YoY) สอดคล้องกับแนวโน้มส่งออกรวมปี 2569 ที่ยังคงรักษาระดับสูงกว่าปี 2568 อย่างต่อเนื่อง ตลาดส่งออกหลัก มาเลเซียยังคงครองอันดับ 1 (+0.21%, สัดส่วน 42.11%) ตามด้วย UAE (+6.96%, สัดส่วน 17.03%) และอินโดนีเซีย (+4.83%, สัดส่วน 16.96%) ซึ่งเติบโตมั่นคงจากกำลังซื้อยุคใหม่ ขณะที่ไนจีเรียขยายตัวก้าวกระโดดถึง 112.27% จากการเติบโตของชนชั้นกลางและกระแส "Thai Beauty" ในแอฟริกา ส่วนทางกับบังกลาเทศที่หดตัว 3.32% จากข้อจำกัดด้านเงินตราต่างประเทศ

ด้านหมวดสินค้า แม้กลุ่มบำรุงผิวและแต่งหน้าชะลอตัว (-19.56%) และแชมพูสระผมลดลง (-4.06%) จากการแข่งขันของแบรนด์ท้องถิ่น แต่สินค้าสุขอนามัยและดูแลส่วนบุคคลกลับขยายตัวโดดเด่น เช่น ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดฟัน (+83.53%) สบู่ชำระร่างกาย (+56.19%) และผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผมอื่นๆ สะท้อนการยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขอนามัยประจำวันมาตรฐานสากล

แนวโน้ม

- ทิศทางการส่งออกภาพรวมปี 2569 ยังมีศักยภาพสูง: เส้นกราฟการส่งออกในหลายเดือนของปี 2569 รักษาระดับเหนือกว่าปี 2568 ได้อย่างต่อเนื่อง
- อุปสงค์สินค้าดูแลสุขอนามัยและสุขอนามัยช่องปากพุ่งสูง สะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมที่ให้ความสำคัญกับสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene)

ความเสี่ยง

- การกระจุกตัวในตลาดมาเลเซีย: การพึ่งพาตลาดมาเลเซียเพียงแห่งเดียวสูงถึง 42.11% สร้างความเสี่ยงต่อภาพรวมการส่งออกหากเกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจหรือการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบการค้าในมาเลเซีย
- บังกลาเทศเผชิญความเสี่ยงจากวิกฤตเงินสำรองและการตั้งตัวของนโยบายนำเข้า

โอกาส

- ตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองสำหรับผู้ชายมุสลิม ขยายตัวอย่างรวดเร็วเกิน 12% ต่อปี จากพฤติกรรมผู้ชายรุ่นใหม่ (Gen Z & Millennials) ที่หันมาใส่ใจการดูแลบุคลิกภาพ เกิดอุปสงค์เฉพาะกลุ่ม เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงหนวดเครา (Beard Care), แชมพูสระผมและเซรั่มลดปัญหาผมร่วงจากการสวมหมวก/กะปิเยาะห์เป็นเวลานาน

1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดและจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิม เดือนกรกฎาคม 2569

นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

-2.48%

2545616

%YoY

คน

นักท่องเที่ยวจาก OIC

-8.48%

549,357

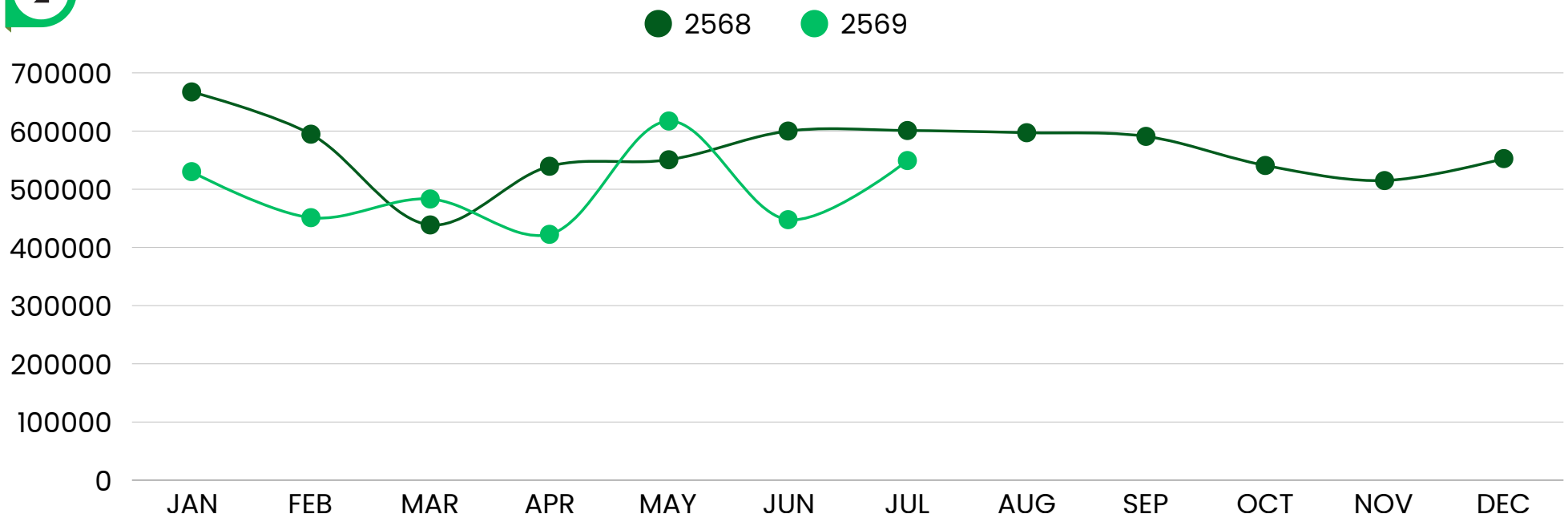
%YoY

คน

สัดส่วนนักท่องเที่ยวจาก OIC เทียบกับทั้งหมด

21.58%

2 จำนวนนักท่องเที่ยวจาก OIC รายเดือน



3 Top 5 ประเทศมุสลิมที่มีนักท่องเที่ยวสูงสุด เดือนกรกฎาคม 2569

	จำนวน (คน)	% เปลี่ยนแปลง (YoY)	สัดส่วน เทียบนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งหมด
มาเลเซีย	307,147	-14.27%	55.91%
UAE	46,540	+22.13%	8.47%
อินโดนีเซีย	45,923	-28.55%	8.36%
ซาอุดีอาระเบีย	37,945	+10.33%	6.91%
โอมาน	21,255	+4.00%	3.87%

4 KEY INSIGHTS

สถิติการท่องเที่ยวของประเทศไทยในเดือนกรกฎาคม 2569 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 2,545,616 คน หดตัวเล็กน้อย 2.48% YoY ขณะที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสมาชิก OIC (มุสลิม) มีจำนวน 549,357 คน ลดลง 8.48% YoY คิดเป็นสัดส่วน 21.58% ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด ภาพรวมแม้สถิติรายเดือนของปี 2569 จะยังคงชะลอตัวต่ำกว่าปีก่อนหน้า แต่เริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวแบบก้าวกระโดดจากเดือนมิถุนายน (447,733 คน) เข้าสู่กรกฎาคม (549,357 คน) ซึ่งได้รับอานิสงส์สำคัญจากการเริ่มเข้าสู่ช่วงฤดูท่องเที่ยวของชาวตะวันออกกลาง (Middle East Summer Holiday) หลังจบช่วงความร้อนจัดในประเทศต้นทาง

โครงสร้างตลาดสำคัญ 5 อันดับแรกสะท้อนการเปลี่ยนแปลงชัดเจน ตลาดระยะใกล้ (Short-haul) ในอาเซียนอย่างมาเลเซีย (307,147 คน, สัดส่วน 55.91%) และอินโดนีเซีย (45,923 คน, สัดส่วน 8.36%) ปรับตัวลดลง 14.27% และ 28.55% ตามลำดับ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยฤดูกาลเปิดเรียนของโรงเรียนในภูมิภาคและการชะลอตัวของเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่วนทางอย่างสิ้นเชิงกับตลาดระยะไกลกำลังซบเซาจากตะวันออกกลาง (GCC) ที่ขยายตัวโดดเด่น ทั้ง UAE (46,540 คน, +22.13%) ซาอุดีอาระเบีย (37,945 คน, +10.33%) และโอมาน (21,255 คน, +4.00%) โดยมีปัจจัยหนุนจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness Tourism) การปิดภาคเรียนฤดูร้อน และการเพิ่มเที่ยวบินตรงเข้าสู่กรุงเทพฯ และภูเก็ต

แนวโน้ม

- การฟื้นตัวของตลาดตะวันออกกลางช่วงฤดูร้อน: ตลาด UAE (+22.13%), ซาอุดีอาระเบีย (+10.33%) และโอมาน (+4.00%) แสดงแนวโน้มการเติบโตตอบรับเทรนด์การหนีความร้อนมาพักผ่อนและรับบริการทางการแพทย์ในไทย

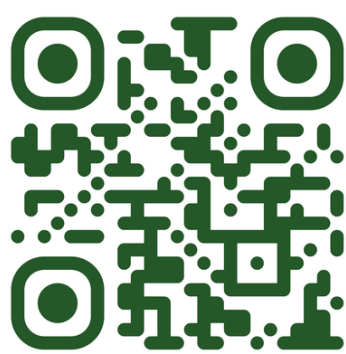
ความเสี่ยง

- การแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศ Non-OIC: สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น เร่งพัฒนาระบบนิเวศฮาลาลและการรับรองมาตรฐาน Halal Certification เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งนักท่องเที่ยวมุสลิมกำลังซบเซา
- สถานการณ์ความไม่สงบในบางภูมิภาคและราคาตั๋วเครื่องบินที่ทรงตัวในระดับสูงอาจกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางระยะยาว

โอกาส

- ยกระดับมาตรฐาน Halal-Friendly Tourism Ecosystem ขยายการรับรองมาตรฐานโรงแรม ร้านอาหาร และสปาฮาลาลในจังหวัดท่องเที่ยวรองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กระจายตัวและเพิ่มระยะเวลาพำนัก (Length of Stay)
- กระตุ้นตลาดอาเซียน จัดโปรโมชันกระตุ้นการท่องเที่ยวข้ามแดนกับมาเลเซียในช่วงวันหยุดยาวเพื่อดึงดูดการเดินทางซ้ำ (Repeat Visitors)

SCAN HERE



ตารางสถิติ
การค้าไทย-กลุ่มประเทศ **OIC**
เดือนกรกฎาคม **2569**



ศูนย์อัจฉริยะอุตสาหกรรมฮาลาล
Halal Intelligence Unit