

## สาธารณรัฐตุรกี

### 1. ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ : 783,562 ตร.กม. (ประมาณ 1.5 เท่าของไทย)

ประชากร : 84.68 ล้านคน (2021)

ภาษาราชการ : เตอร์กิช

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ : ถ่านหิน แร่เหล็ก ทองแดง โครเมียม พลวง ปอททอง แร่แบรไรท์



### 2. เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

	ปี 2021	ปี 2022F	ปี 2023F
GDP (US\$bn)	817.51	853.49	941.55
GDP Per Capita (US\$)	9,654.09	9,961.07	10,863.04
GDP Growth (%)	11.4	5.0	3.0

**สินค้าส่งออก :** 1. รถยนต์ 2. น้ำมันปิโตรเลียม 3. ส่วนประกอบยานยนต์ 4. เครื่องเพชรพลอย 5. ยานยนต์สำหรับขนส่งของ

**ตลาดส่งออก :** ได้แก่ 1. เยอรมนี (8.6%) 2. สหรัฐอเมริกา (6.5%) 2. สหราชอาณาจักร (6.1%) 3. อิตาลี (5.1%) 4. อิรัก (4.9%) (5.2%) 97. ไทย (0.1%)

**สินค้านำเข้า :** ได้แก่ 1. Unidentified Commodities 2. แร่ทองคำ 3. น้ำมันปิโตรเลียม 4. เศษเหล็ก 5. ส่วนประกอบยานยนต์

**ตลาดนำเข้า :** 1. จีน (11.9%) 2. รัสเซีย (10.7%) 3. เยอรมนี (9.0%) 4. สหรัฐอเมริกา (8.0%) 5. อิตาลี (4.3%) 37. ไทย (0.6%)

### 3. การค้าระหว่างไทย – สาธารณรัฐตุรกี

ประเทศ	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022		ปี 2021	ปี 2022	
		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)		ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%)
สาธารณรัฐตุรกี	1,645.81 (23.09)	1,805.32	9.69	1,353.90 (42.20)	1,421.71	5.01	291.91 (-24.18)	383.61	31.41

### 4. สินค้าส่งออกหลักของไทย – สาธารณรัฐตุรกี

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ธ.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%) ม.ค.-ธ.ค.
- รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	387.03	387.03	412.06	6.47
- ยางพารา	179.64	179.64	177.00	-1.47
- เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	79.03	79.03	118.30	49.70
- เม็ดพลาสติก	83.33	83.33	78.12	-6.25
- ผลิตภัณฑ์ยาง	91.35	91.35	77.61	-15.04
- อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด	36.82	36.82	53.07	44.14
- เส้นใยประดิษฐ์	52.74	52.74	51.63	-2.10
- เคมีภัณฑ์	35.51	35.51	33.63	-5.31
- น้ำตาลทราย	0.01	0.01	27.36	198,155.80
- ทองแดงและของทำด้วยทองแดง	24.14	24.14	27.05	12.04
<b>รวม 10 รายการ</b>	<b>969.61</b>	<b>969.61</b>	<b>1,055.83</b>	<b>8.89</b>
<b>อื่นๆ</b>	<b>384.29</b>	<b>384.29</b>	<b>365.88</b>	<b>-4.79</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>1,353.90</b>	<b>1,353.90</b>	<b>1,421.71</b>	<b>5.01</b>

### 5. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า – สาธารณรัฐตุรกี

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2021	ปี 2021 ม.ค.-ธ.ค.	ปี 2022 ม.ค.-ธ.ค.	+/- (%) ม.ค.-ธ.ค.
- เคมีภัณฑ์	59.98	59.98	90.44	50.79
- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	50.88	50.88	59.05	16.06
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป	19.26	19.26	29.40	52.69
- เครื่องประดับอัญมณี	3.19	3.19	19.02	495.96
- พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	12.03	12.03	14.44	20.10
- สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็งแปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	6.08	6.08	13.18	116.87
- ด้ายและเส้นใย	8.89	8.89	12.16	36.72
- แร่และผลิตภัณฑ์จากแร่	5.44	5.44	9.97	83.24
- ผลิตภัณฑ์โลหะ	13.16	13.16	9.68	-26.46
- เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	15.45	15.45	8.47	-45.18
<b>รวม 10 รายการ</b>	<b>194.36</b>	<b>194.36</b>	<b>265.82</b>	<b>36.77</b>
<b>อื่นๆ</b>	<b>97.55</b>	<b>97.55</b>	<b>117.79</b>	<b>20.74</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>291.91</b>	<b>291.91</b>	<b>383.61</b>	<b>31.41</b>

## 6. สถานการณ์เศรษฐกิจ

คาดการณ์ในปี 2565 เศรษฐกิจของตุรกีขยายตัวร้อยละ 2.7 โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.18 เป็น 853.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงดังกล่าวมีการเติบโตของภาคธุรกิจสำคัญ ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรมการผลิต เติบโตร้อยละ 7.8 ภาคบริการ ร้อยละ 18.1 และภาคการเกษตร ร้อยละ 2.9 ทำให้เศรษฐกิจตุรกีมีอัตราการเติบโตสูงสุดแห่งหนึ่งในกลุ่มประเทศ G20 โดยเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเติบโตเร็วเป็นอันดับสองในกลุ่ม G20 รองจากซาอุดีอาระเบีย สำหรับในส่วนของค่าใช้จ่ายพบว่ามีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 22.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ทั้งนี้การเติบโตของเศรษฐกิจตุรกีเกิดจากการลงทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์ ในช่วงสองปีครึ่งที่ผ่านมาที่ยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการจ้างงานเพิ่มอีก 900,000 คน เมื่อเทียบกับปลายปีที่แล้ว ทำให้อัตราการว่างงานลดลงเหลือร้อยละ 10.3 ตุรกีได้ให้ความสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเน้นเพิ่มการจ้างงานและการสนับสนุนการผลิตและการส่งออก ซึ่งจะดำเนินต่อไปจนถึงสิ้นปี

- ธนาคารกลางตุรกีได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงจากร้อยละ 14 เป็นร้อยละ 13 ขณะที่อัตราเงินเฟ้อประจำปีของตุรกีอยู่ที่ร้อยละ 79.6 ในเดือนกรกฎาคม 65

## 7. โอกาส/อุปสรรค

### โอกาส

1. การเจรจา FTA ระหว่างไทย-ตุรกี หากบรรลุข้อตกลงจะทำให้ภาษีนำเข้าสินค้าลดลง ส่งผลให้ราคาสินค้านำเข้าจากไทยมีราคาถูก
2. ตุรกีเล็งเห็นว่าเอเชียจะเป็นศูนย์กลางด้านการค้าและจะเป็นตลาดสำคัญที่จะมีการเติบโตในอนาคต ดังนั้น ความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนระหว่างตุรกีกับประเทศแถบเอเชียจะเป็นแรงผลักดันให้มีมูลค่าการค้าเพิ่มระหว่างกันมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจะประโยชน์กับไทย
3. การขนส่งระบบรางโดยเส้นทาง Iron Silk Road หรือ Central Corridor เป็นเส้นทางขนส่งที่สำคัญเชื่อมต่อระหว่างเอเชียกับยุโรปและมีการวิ่งผ่านตุรกี ซึ่งจะลดระยะเวลาและลดต้นทุนการขนส่งได้เป็นอย่างมาก จึงถือเป็นโอกาสอันดีในทางเลือกรูปแบบการขนส่งของสินค้าจากไทยไปยังยุโรปโดยผ่านประเทศจีนอีกรูปแบบหนึ่ง

### อุปสรรค

1. ค่าระวางขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้นและการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ที่ใช้ในการขนส่ง
2. ภาษีนำเข้าของตุรกีมีอัตราสูง และการเพิ่มภาษีพิเศษของรัฐบาลตุรกีทำให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าเพิ่มสูงขึ้น
3. ค่าเงินลีราตุรกีอ่อนค่าลงอย่างรุนแรงและมีความผันผวน

## 8. กลยุทธ์/กิจกรรม

### กิจกรรมในปี 2565 – 2566

#### 1. Goodwill Mission

- โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางไปเยือนภูมิภาคตะวันออกกลาง Outgoing Goodwill ตะวันออกกลาง (1 คณะ) (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สพต.2./สคต.ตะวันออกกลาง)
- โครงการคณะผู้แทนระดับสูงเดินทางเยือนไทย Incoming Goodwill แอฟริกาและตะวันออกกลาง (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สพต.2./สคต.ตะวันออกกลาง)

#### 2. Trade Mission

- คณะผู้แทนการค้าสินค้าอาหารฮาลาลเยือนตลาดตะวันออกกลาง (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สกอ./สคต.ตะวันออกกลาง)

#### 3. การจัดกิจกรรม Business Matching

- โครงการ Sourcing Forum from Africa & Middle East (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สพต.2./สคต.ตะวันออกกลาง)

#### 4. การจัดกิจกรรม In Store Promotion

- โครงการจัด In Store Promotion ร่วมกับห้างสรรพสินค้าและร้าน Grocery ไทยในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สพต.2./สคต.ตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ)
- โครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารฮาลาลร่วมกับห้างสรรพสินค้า/ผู้นำเข้าในต่างประเทศ (ต.ค. 65 - ก.ย.66) (สกอ./สคต.ตะวันออกกลาง)

#### 5. การเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยด้วยข้อมูลการค้าตลาดภูมิภาคตะวันออกกลาง ด้วยกิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์

- โครงการการจัดการและเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบการบันทึกเสียงออนไลน์ (Podcast) ภูมิภาคอเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรปและ CIS แอฟริกาและตะวันออกกลาง (สื่อออนไลน์) (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สพต.2./สคต.ตะวันออกกลาง)
- โครงการจัดจ้างดำเนินการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศ ผ่านระบบสื่อสารออนไลน์ ภูมิภาคอเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรปและ CIS แอฟริกาและตะวันออกกลาง (ต.ค. 65 - ก.ย. 66) (สพต.2./สคต.ตะวันออกกลาง)

#### 6. การเชิญผู้นำเข้าเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย

- งานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2023 (22 - 26 มี.ค. 66)
- งานแสดงสินค้า TAPA (Thailand International Auto Parts & Accessories Show) (5 - 8 เม.ย. 66)
- งานแสดงสินค้า THAIFEX-ANUGA ASIA 2023 (23 - 27 พ.ค. 66)
- งานแสดงสินค้า Bangkok Gem & Jewelry Fair (6 - 10 ก.ย. 66)

#### 7. การส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทย

- โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในภูมิภาคตะวันออกกลาง ณ สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์/อิสราเอล/ตุรกี (ต.ค. 65 - ก.ย.66) (สกอ./สกต.ดูไบ / สกต.เทลอาวีฟ / สกต.อังการา)

#### 8. การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าไทย

- โครงการฟื้นฟูการส่งออกในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ (MENA) ณ กาตาร์, อิรัก, บาห์เรน,อิสราเอล, โอมาน, คูเวต,อียิปต์, จอร์แดน, อิหร่าน และซาอุดีอาระเบีย (สพต.2./สกต.ดูไบ/สกต.เจดดาห์/สกต.อังการา/สกต.เทลอาวีฟ/สกต.เตหะราน/สกต.โคโร)

#### 9. สำนักงานและเขตอาณา

สกต. ณ กรุงอังการา จำนวน 8 ประเทศ คือ 1. ตุรกี 2. เลบานอน 3. ซีเรีย 4. เตร์กเมนิสถาน 5. จอร์เจีย 6. อาเซอร์ไบจาน 7. มาซิโดเนีย 8. โคโซโว

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ ๒  
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
ม.ค.๖๖