

มูลค่าการส่งออก 19,707 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ▲ 0.4% (YoY) (หักทองคำ ▲ 6.3%) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ขณะที่ในรูปเงินบาท ▼ 0.1% ส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบจากราคาทองคำในตลาดโลกหดตัว **หากไม่รวมทองคำ จะขยายตัว 5.8%** ซึ่งในเดือนนี้สินค้าสำคัญกลุ่ม Supply Chain ยังมีสัญญาณฟื้นตัวได้ดี โดยได้รับอานิสงส์จากความต้องการซื้อเพิ่มขึ้น และเศรษฐกิจคู่ค้าหลักที่ทยอยปรับตัวดีขึ้นจากจุดต่ำสุดในปีก่อน

สินค้าส่งออกที่มีมูลค่า เพิ่มขึ้น/ลดลง สูงสุด (YoY)

รถกระบะขนส่ง	+	6,743 ลบ.	(37.3%)
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	+	6,297 ลบ.	(28.5%)
ถุงมือยาง	+	6,133 ลบ.	(2.0 เท่า)
ทองคำ	-	32,574 ลบ.	(90.3%)
น้ำมันสำเร็จรูป	-	4,739 ลบ.	(27.0%)
น้ำตาล	-	2,745 ลบ.	(48.3%)

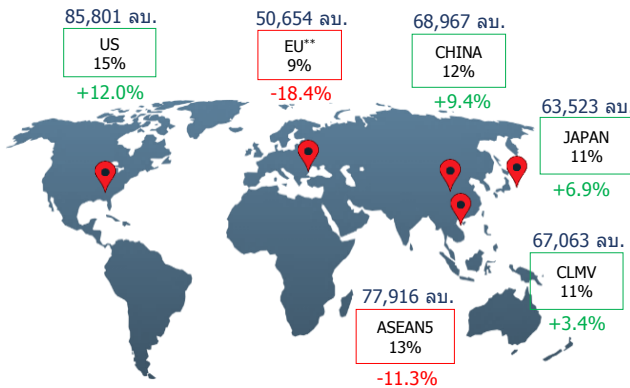
TOP 5

สินค้าส่งออกหลักที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด (YoY)

รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	28,398 ลบ.	(28.5%)
หน่วยเก็บข้อมูล/ฮาร์ดดิสก์	26,819 ลบ.	(-6.3%)
รถกระบะขนส่ง	24,832 ลบ.	(37.3%)
ส่วนประกอบยานยนต์	21,381 ลบ.	(11.8%)
วงจรรวมอิเล็กทรอนิกส์	18,504 ลบ.	(12.2%)

EXPORT

- ตลาดส่งออกที่สำคัญ -



แสดงสัดส่วนการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่อการส่งออกรวม และอัตราการขยายตัว (%YoY)

**หมายเหตุ: กลุ่ม EU ไม่รวมมูลค่าการค้า UK ตั้งแต่เดือน ก.พ. 63

- ตลาดส่งออกหลักขยายตัวต่อเนื่อง ได้แก่ **สหรัฐฯ** (จากถุงมือยาง โทรศัพท์และอุปกรณ์โทรศัพท์ และส่วนประกอบยานยนต์) **จีน** (จากลำไยสด ทุเรียนสด มันสำปะหลัง และรถยนต์นั่งส่วนบุคคล) และ **ญี่ปุ่น** (จากรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ก๊าซธรรมชาติ และตัวเร่งปฏิกิริยาอะตาไมล์)
- CLMV** ขยายตัวจากการส่งออกไปเวียดนาม (กัมพูชา ลาว และพม่า ยังหดตัว) ซึ่งเป็นคู่ค้าหลัก โดยได้รับอิทธิพลจากการส่งออกสุกรมี่ชีวิต (เนื่องจากโรคระบาด ASF)
- ASEAN5** กลับมาหดตัวจากทองคำ (ที่สิงคโปร์) กลุ่มเชื้อเพลิงโดยเฉพาะน้ำมันสำเร็จรูปและน้ำมันดิบ (ที่มาเลเซีย) และน้ำตาล (ที่อินโดนีเซีย) ขณะที่ **EU** ยังหดตัว

ประเด็นที่น่าสนใจ

สถานการณ์ส่งออกสินค้าไทยกลุ่ม Supply Chain กับคู่ค้าหลัก หลังเผชิญวิกฤติสงครามการค้า และ COVID-19 มาตั้งแต่ปลายปี 62 พบว่า ภาพรวมปีนี้แนวโน้มฟื้นตัวดี โดยเฉพาะสินค้ามูลค่าสูงอย่างกลุ่มยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์

ยานยนต์และส่วนประกอบ



ภาพรวมส่งออกยานยนต์ไทย 4 เดือนแรกของปี งบ. 64 ยังขยายตัว ทั้งนี้ได้รับแรงหนุนจาก

- ความต้องการซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นในตลาดหลักทั้ง **ออสเตรเลีย** และ **ญี่ปุ่น** ทำให้ยอดส่งออกสินค้าหลักได้แก่ **รถยนต์นั่งส่วนบุคคล** และ **รถกระบะขนส่ง** ขยายตัว
- การปิดโรงงานของ Nissan ที่อินโดนีเซียเมื่อกลางปี 63 และใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพียงแห่งเดียวในอาเซียน กระตุ้นยอดส่งออกรถยนต์ไทย โดยเฉพาะการส่งออกรถยนต์นั่งไปญี่ปุ่นขยายตัวต่อเนื่องเป็นเท่าตัวตั้งแต่ ก.ค.63 จาก Nissan Kicks E-Power
- ส่วนประกอบยานยนต์** ขยายตัวตั้งแต่ ก.ย.63 และ 2 เดือนที่ผ่านมาส่งออกลบกลับมาอยู่ในระดับเดียวกับก่อนวิกฤติ ซึ่งตลาดหลักมาเลเซีย **สหรัฐฯ** และ **ญี่ปุ่น** ขยายตัว ขณะที่ **ยางรถยนต์** ขยายตัว 3.9% ในเดือนนี้
- ปัจจัยอื่นที่น่าสนใจ** คือ ในปี 64 Great Wall Motors ผู้ผลิตรถยนต์สัญชาติจีน (อันดับ 1 ในจีน) จัดตั้งให้ไทยเป็นฐานการผลิตขนาดใหญ่ของภูมิภาค รวมถึงมีแผนย้ายฐานการผลิตชิ้นส่วนแบตเตอรี่ไฟฟ้า และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับรถยนต์ไฟฟ้ามายังไทยในอนาคต นับว่าเป็นโอกาสที่จะผลักดันยอดส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยได้
- ความท้าทายในปี** นี้คือ ฟิลิปปินส์ ประกาศใช้มาตรการ **Safeguard** ขึ้นอากรสินค้ารถยนต์ มีผล 20 ม.ค.-8 ส.ค.64 (ปีก่อนไทยส่งออกรถยนต์นั่ง และรถกระบะขนส่งไปยังฟิลิปปินส์ เป็นตลาดหลักอันดับ 2) เช่นเดียวกับ **สหรัฐฯ** (ตลาดหลักสัดส่วน 50%) **ตัดสิทธิ GSP ยางรถยนต์ไทย** ตั้งแต่ 30 ธ.ค. 63 ทำให้ต้นทุนสินค้าเหล่านี้มีแนวโน้มสูงขึ้นในประเทศปลายทาง ซึ่งกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและนักลงทุนในประเทศนั้นได้

อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน



การขยายตัวของสินค้าสะท้อนเศรษฐกิจของคู่ค้าสำคัญที่ทยอยปรับตัวดีขึ้น ทั้งในแง่ของการบริโภคที่ขยายตัว และการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการเพิ่มการผลิต

- ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์** สินค้าหลักหลายชนิดขยายตัวดีขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะที่ตลาดหลัก ได้แก่ **อุปกรณ์โทรศัพท์** (ส่วนใหญ่เป็นแผงวงจรไฟฟ้าเพื่อการสื่อสารและอุปกรณ์รับส่งสัญญาณ ส่งไปสหรัฐฯ) **วงจรรวมอิเล็กทรอนิกส์** (ฮ่องกง และสิงคโปร์) **ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์** (ส่วนใหญ่เป็นแผงวงจรพิมพ์ส่งไปจีน) และ **ไดโอด/ทรานซิสเตอร์** โดยเฉพาะที่เป็นส่วนประกอบโซลาเซลล์ขยายตัวต่อเนื่องที่สหรัฐฯ และเวียดนาม
- ขณะที่ **ฮาร์ดดิสก์** ยังไม่มีสัญญาณการฟื้นตัวที่ชัดเจนนัก เนื่องจากเดือนนี้กลับมาหดตัวอีกครั้ง โดยหดตัวสูงสุดที่ตลาดหลัก **สหรัฐฯ** (ต่อเนื่อง 4 เดือน)
- สินค้าอุปโภคที่ส่งออกขยายตัวสูง ได้แก่ **เครื่องพิมพ์** และ **เครื่องซักผ้า** ขยายตัวต่อเนื่อง 6 และ 8 เดือน ตามลำดับ โดยเครื่องพิมพ์สูงสุดที่สหรัฐฯ (ยี่ห้อ Hewlett Packard) และเนเธอร์แลนด์ (ยี่ห้อ Canon และ Ricoh) ขณะที่เดือนนี้ไทยส่งออกเครื่องซักผ้าไปสหรัฐฯ สูงกว่า 6.2 เท่า (ยี่ห้อ Samsung และ LG)

