

มูลค่าการส่งออกเดือนนี้สูงสุดเป็นประวัติการณ์ ทั้งในรูปเงินดอลลาร์และเงินบาท ที่ 28,860 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว **↑19.5%** (YoY) (หักทองคำ **↑9.5%**) และ 922,313 ล้านบาท ขยายตัว **↑28.7%** (หักทองคำ **↑17.9%**) จากทองคำ กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และกลุ่มยานยนต์ โดยการส่งออกไปประเทศคู่ค้าสำคัญขยายตัวทั้งหมด

สินค้าส่งออกหลัก (%YoY)

	ทองคำ	85,323 ลบ.	(+11 เท่า)
	ฮาร์ดดิสก์	55,932 ลบ.	(+68.0%)
	รถยนต์นั่ง	33,017 ลบ.	(+14.1%)
	ส่วนประกอบยานยนต์	26,291 ลบ.	(+2.0%)
	วงจรรวมอิเล็กทรอนิกส์	26,235 ลบ.	(+19.5%)

สินค้าส่งออก เพิ่มขึ้น/ลดลง สูงสุด (%YoY)

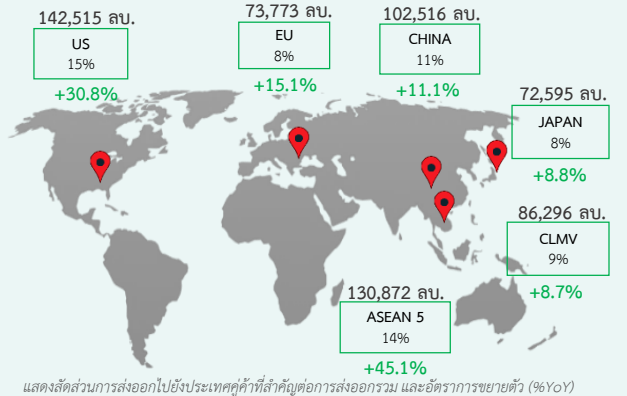
	ทองคำ	+ 78,411 ลบ.	(+11.3 เท่า)
	ฮาร์ดดิสก์	+ 22,633 ลบ.	(+68.0%)
	น้ำตาล	+ 6,347 ลบ.	(+2.3 เท่า)
	รถกระบะ	- 8,575 ลบ.	(-26.6%)
	ถุงมือยาง	- 7,021 ลบ.	(-57.4%)
	เม็ดพลาสติก	- 1,286 ลบ.	(-25.6%)

สินค้าส่งออกที่น่าสนใจ

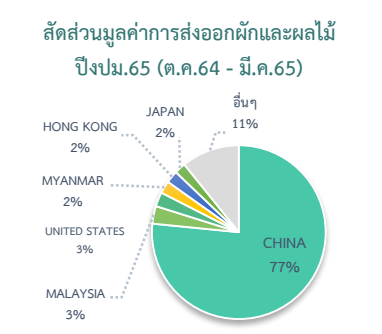
- ฮาร์ดดิสก์** ส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 ที่ร้อยละ 68.0 (YoY) สูงสุดที่ตลาดหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (+1.7 เท่า) จีน (+3.1 เท่า) และฮ่องกง (+13.3%)
- น้ำตาล** ส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 ที่ 2.3 เท่า โดยมีตลาดหลัก คือ อินโดนีเซีย (+11.5 เท่า) รองลงมาได้แก่ กัมพูชา (+14.6%) และมาเลเซีย (+6.0 เท่า)
- รถกระบะ** หดตัวหลังจากขยายตัวในเดือนก่อน โดยออสเตรเลียหดตัวสูงสุด 4 พันลบ. (-29.9%) มีสัดส่วน 40.1% ขณะที่ฟิลิปปินส์ ขยายตัว 1.8 พันลบ. (+2.3 เท่า) มีสัดส่วน 10.9% และมาเลเซียขยายตัว 240 ลบ. (+14.7%) มีสัดส่วน 7.9%
- ถุงมือยาง** หดตัวสูงต่อเนื่อง 7 เดือน สูงสุดที่สหรัฐอเมริกา (-70.3%) อังกฤษ (-86.5%) และจีน (-56.6%) ส่วนหนึ่งจากความรุนแรงของการติดเชื้อ Covid-19 ลดลง และอัตราการฉีดวัคซีนสูงขึ้น นอกจากนี้ ผลกระทบจากปัจจัยด้านคุณภาพ และความนิยมยางสังเคราะห์มากกว่ายางธรรมชาติซึ่งก่อให้เกิดอาการแพ้¹ รวมถึงการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น (สมาคมผู้ผลิตถุงมือยางมาเลเซียคาดว่า ในปี พ.ศ. 2565 จีนจะมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น จาก 10% เป็น 20% และเป็นอันดับสองรองจากมาเลเซีย ขณะที่ไทยอยู่ที่ 10%²)

ประเทศ/กลุ่มประเทศคู่ค้าหลัก

- ตลาดหลักขยายตัวทั้งหมด โดยเฉพาะสหรัฐฯ** มูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และขยายตัวสูงต่อเนื่อง (ฮาร์ดดิสก์และโทรศัพท์ขยายตัวสูง รวมถึงยางรถยนต์) จีน (ฮาร์ดดิสก์ เม็ดพลาสติก และมันสำปะหลัง) และสหภาพยุโรป (เครื่องบินโดยสาร ปีก่อนไม่มีการส่งออก เครื่องเพชรพลอย และอุปกรณ์ควบคุมไฟฟ้าของรถยนต์)
- กลุ่มประเทศอาเซียน** ขยายตัวสูงที่ สิงคโปร์ (ทองคำและแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์) อินโดนีเซีย (น้ำตาล) ฟิลิปปินส์ (รถกระบะและรถยนต์นั่ง) เมียนมาร์ (น้ำมันสำเร็จรูป) และมาเลเซีย (น้ำมันดิบ ปีก่อนไม่มีการส่งออก) มีเพียงบรูไน และลาวที่หดตัว

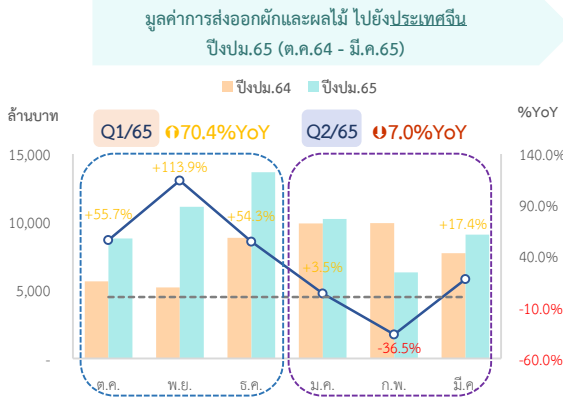
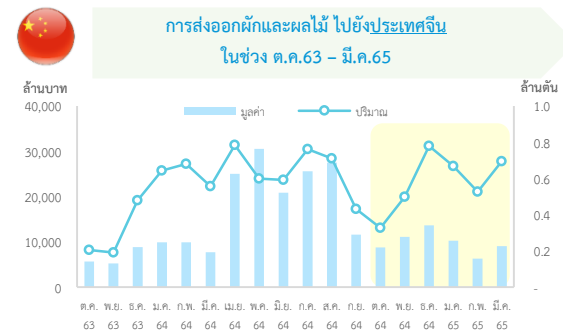


ประเด็นที่น่าสนใจ : สถานการณ์การส่งออกสินค้าเกษตรประเภท ผักและผลไม้ (ประเภทพืชผัก 07 และ 08)



6 เดือนแรกปีงบประมาณ.65 มูลค่าส่งออกผักและผลไม้อยู่ที่ 7.7 หมื่นลบ. ขยายตัว 18.9%YoY โดยมีตลาดหลัก คือ จีน (สัดส่วน 77%) รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา เมียนมาร์ ฮ่องกง และญี่ปุ่น ตามลำดับ

ผักและผลไม้ส่วนใหญ่ที่ส่งออกไปยังจีน ได้แก่ พุรีเยนสด มันสำปะหลัง และมะพร้าวอ่อน ซึ่งขยายตัวทั้งหมด ยกเว้นลำไยสดที่หดตัว



การส่งออกผักและผลไม้ไปจีนช่วง 6 เดือนแรกปีงบประมาณ.65 (ต.ค.64-มี.ค.65) มีมูลค่า 5.9 หมื่นลบ. ขยายตัว 25.3%YoY ในทิศทางเดียวกับปริมาณที่ 26.8% โดยผ่านทางเรือ (สัดส่วน 80%) ทางบก (สัดส่วน 17% ด่านฯ หลัก ได้แก่ นครพนม และเชียงของ) และอากาศยาน (สัดส่วน 3%)

ไตรมาสแรกปีงบประมาณ.65 มูลค่าส่งออกไปจีน 3.4 หมื่นลบ. ขยายตัวสูง 70.4%YoY (ปีก่อน 2.0 หมื่นลบ.) แต่จากนโยบาย Zero-Covid-19 ที่เข้มงวดของจีนส่งผลให้มูลค่าส่งออกชะลอตัวในเดือน ม.ค. 65 และหดตัวสูงในเดือน ก.พ. 65 โดยเฉพาะที่ด่านฯ นครพนม และด่านฯ เชียงของ ส่งผลให้มูลค่าส่งออกไตรมาสที่สองหดตัว 7.0%

อย่างไรก็ตาม **มี.ค.65** มูลค่าส่งออกอยู่ที่ 9 พันลบ. กลับมาขยายตัว 17.4%YoY โดยเริ่มมีการส่งออกทางรถไฟเป็นครั้งแรก (ด่านฯ ทองคอก) และการส่งออกทางอากาศมีมูลค่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 788 ลบ. ขยายตัว 17.0 เท่า (ทั้งปีงบประมาณ.63 และ ปีงบประมาณ.64 มูลค่าส่งออก 326 ลบ. และ 559 ลบ. ตามลำดับ) ส่วนใหญ่เป็น พุรีเยนสด (สัดส่วน 80%) และผลไม้สดอื่นๆ สำหรับสัดส่วนการส่งออกทางเรืออยู่ที่ 77% ทางบก 14% และทางอากาศ 9%