

มูลค่าการส่งออก 23,483 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว **↑16.2%** (YoY) (หักทองคำ **↑** 13.2%) ในรูปเงินบาทมูลค่า 770,819 ล้านบาท ขยายตัว **↑28.2%** ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 โดยการส่งออกไปประเทศคู่ค้าสำคัญขยายตัวทั้งหมด โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและกลุ่ม ASEAN5

สินค้าส่งออกหลัก

(%YoY)

	ฮาร์ดดิสก์	33,870 ลบ. (+28.8%)
	รถยนต์นั่ง	27,177 ลบ. (+4.7%)
	ส่วนประกอบยานยนต์	25,335 ลบ. (+10.2%)
	ทองคำ	24,013 ลบ. (+7.1เท้า)
	วงจรรวมอิเล็กทรอนิกส์	23,740 ลบ. (+33.4%)

สินค้าส่งออก เพิ่มขึ้น/ลดลง สูงสุด

(%YoY)

ทองคำ	+ 21,059 ลบ. (+7.1เท้า)
น้ำตาล	+ 7,599 ลบ. (+1.8 เท้า)
ฮาร์ดดิสก์	+ 7,574 ลบ. (+28.8%)
ถุงมือยาง	- 5,739 ลบ. (-56.0%)
ลำโพงบลูทูธไร้สาย	- 4,025 ลบ. (-78.9%)
สุกรมี่ชีวิต	- 1,029 ลบ. (ปีนี้มีส่งออก)

สินค้าส่งออกที่น่าสนใจ



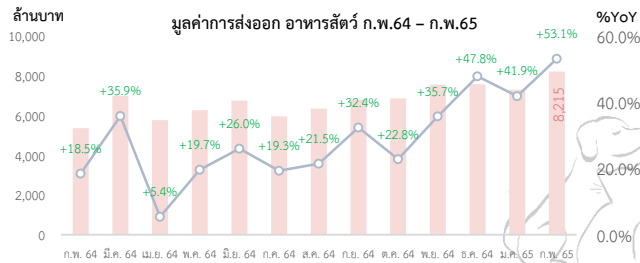
ปลากระป๋อง

ส่งออกขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ที่ร้อยละ 27.4 ขณะที่ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 โดยมีตลาดหลัก คือ สหรัฐอเมริกา (ขยายตัวสูงสุดและขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 12 เดือน) รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และอียิปต์ สำหรับตลาดที่มีมูลค่าขยายตัวต่อเนื่องตลอดปี ปม.65 ได้แก่ ออสเตรเลีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และนิวซีแลนด์

ลำโพงบลูทูธไร้สาย หดตัวร้อยละ 78.9 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ตามปริมาณส่งออกที่ลดลง หดตัวสูงสุดที่จีน 3,601 ล้านบาท รองลงมาเป็นฮ่องกง และเวียดนาม หดตัว 260 และ 255 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนหนึ่งจากมาตรการ zero-covid ที่เข้มงวด ทำให้การส่งออกผลไม้ไทยไปจีนทางบกติดขัดเกือบทุกด่านฯ บริเวณพรมแดนจีน-ลาว และจีน-เวียดนาม โดย ก.พ.64 ส่งออกผ่าน ด่านฯ เชียงของ และ ด่านฯ นครพนม เป็นหลัก ขณะที่ ก.พ. 65 ส่งออกผ่านด่านฯ เชียงของ เพียง 335 ล้านบาท ลดลง 1,014 ล้านบาท หรือร้อยละ 75.2 และ ด่านฯ นครพนม 60 ล้านบาท ลดลง 2,039 ล้านบาท หรือร้อยละ 97.1



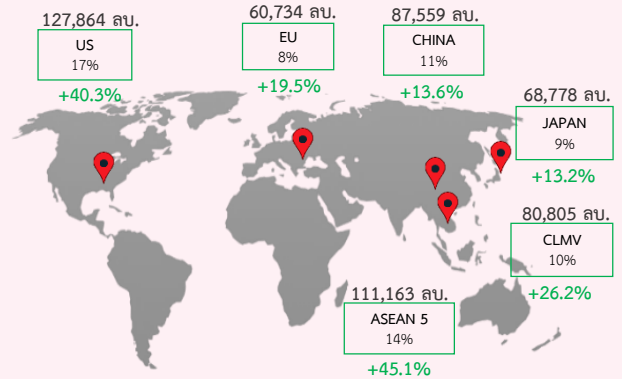
อาหารสัตว์



ปี พ.ศ. 2564 ไทยส่งออกอาหารสัตว์เป็นอันดับ 4 ของโลก¹ (ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 10.8) รองจากเยอรมนี สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ก.พ.65 ไทยส่งออกอาหารสัตว์สูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่มูลค่า 8,215 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2,850 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 53.1 (YoY) ขยายตัวสูงสุดที่ สหรัฐอเมริกา (+86.9%) อิตาลี (+1.5เท้า) และอินเดีย (+71.9%) ทั้งนี้ ปัจจัยสนับสนุน² ที่ทำให้การส่งออกอาหารสัตว์เติบโตสูง ได้แก่ 1) การแพร่ระบาดของ Covid-19 ทำให้ความต้องการสัตว์เลี้ยงภายในบ้านเพิ่มขึ้น เนื่องจากคนส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น 2) การพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ทำให้มีทางเลือกอาหารสัตว์ที่หลากหลาย ปัจจัยดังกล่าวทำให้อุปสงค์ของอาหารสัตว์ทั่วโลกเพิ่มขึ้น

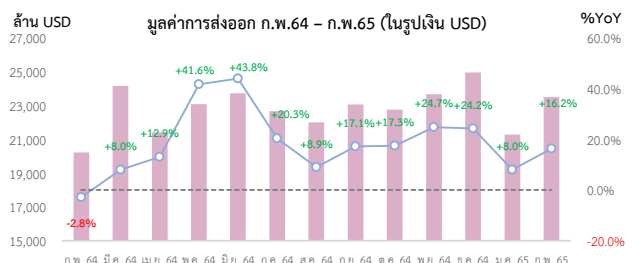
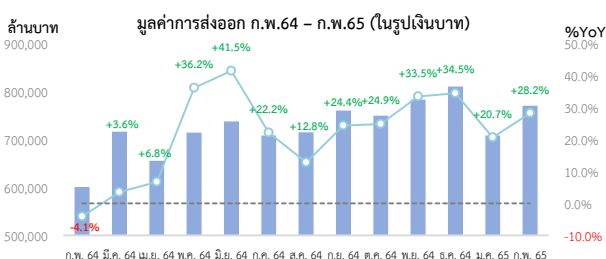
ประเทศ/กลุ่มประเทศคู่ค้าหลัก

- ตลาดหลักขยายตัวทั้งหมด โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ขยายตัวสูงต่อเนื่อง (ฮาร์ดดิสก์ และเครื่องปรับอากาศขยายตัวสูง รวมถึงโทรศัพท์) จีน (ฮาร์ดดิสก์ พลาสติก รวมถึงยางธรรมชาติ ซึ่งขยายตัวสูงต่อเนื่อง) และสหภาพยุโรป (วงจรรวม อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องปรับอากาศ และยางรถยนต์ ส่วนสินค้าส่งออกหดตัวสูงได้แก่ ฮาร์ดดิสก์ ถุงมือยาง และอะลูมิเนียม)
- กลุ่มประเทศอาเซียน มีเพียงบรูไนที่หดตัวจากปีก่อน ทั้งนี้ การส่งออกขยายตัวสูงที่ สิงคโปร์ (จากทองคำและน้ำมันสำเร็จรูป) อินโดนีเซีย (จากน้ำตาล และสินค้าในกลุ่มยานยนต์) มาเลเซีย (จากน้ำมันดิบ ปีที่แล้วไม่มีการส่งออก) และ เมียนมาร์ (จากน้ำมันสำเร็จรูป)



แสดงสัดส่วนการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญต่อการส่งออกกรรม และอัตราการขยายตัว (%YoY)

ข้อสังเกต: มูลค่าการส่งออก ก.พ. 65 พ้นตัวจากเดือนก่อน กลับมาใกล้เคียงกับช่วงต้นปีงบประมาณ 2565



สถานการณ์ส่งออกในเดือนกุมภาพันธ์ 2565 กลับมาฟื้นตัวใกล้เคียงกับช่วงต้นปีงบประมาณ 2565 หลังจากเดือนก่อนขยายตัวในอัตราชะลอตัว ทั้งนี้ สินค้าสำคัญที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อน ได้แก่ ทองคำ สินค้าในกลุ่มยานยนต์ และเชื้อเพลิง