



สงครามจุดส่งออกไปตะวันออกกลาง
เดือน มี.ค. หดตัวแรง แม้ภาพรวมส่งออก
ยังโตสูง แต่นำเข้าพุ่งสูงสุดในรอบกว่า 4 ปี

สงครามดุเดือดออกไปตะวันออกกลางเดือน มี.ค. หดตัวแรง แม้ภาพรวมส่งออกยังโตสูง แต่นำเข้าพุ่งสูงสุดในรอบกว่า 4 ปี

ภาพรวมส่งออกไทยเดือน มี.ค. 2026 ยังขยายตัวสูง

มูลค่าส่งออก 35,157.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐเติบโตสูง 18.7% จาก 9.9% ในเดือนก่อน และขยายตัวมากกว่าที่ประเมินไว้ (SCB EIC ประเมิน 11.6% และค่ากลาง Reuters Poll 9.8%) มูลค่าส่งออกที่ปรับฤดูกาลแล้วขยายตัว 4.9% MOM_SA ภาพรวมมูลค่าส่งออกไทยในไตรมาสแรกของปี 2026 ขยายตัวต่อเนื่อง 17.6%

ส่งออกเดือนนี้ได้แรงส่งจากสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ กระแสส่งออกไปสหรัฐฯ ระลอกใหม่ หลังสหรัฐฯ เตรียมตั้งกำแพงภาษีใหม่ตามมาตรา 301

- (1) การส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวสูง 43.8% เช่น เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องส่งวิทยุ โทรเลข โทรศัพท์ โทรทัศน์ วงจรพิมพ์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ขยายตัว 34.2% 166.6% 129.1% 43.8% และ 34.2% ตามลำดับ สินค้ากลุ่มนี้ยังคงได้รับแรงหนุนจากวัฏจักรขาขึ้นของอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงแนวโน้มการลงทุนอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และ Data center ที่ขยายตัวทั่วโลก สะท้อนจากการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ไป 11 ใน 15 คู่ค้าสำคัญยังคงขยายตัวดี ทั้งนี้สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้การส่งออกไทยเดือนนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้น (CTG) 9.2% หรือเกือบครึ่งของการเติบโตส่งออกรวมที่ 18.7%
- (2) การส่งออกไปสหรัฐฯ ขยายตัวสูง 41.9% ต่อเนื่องจาก 40.5% เดือนก่อน โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ยังไม่ถูกสหรัฐฯ เก็บภาษีนำเข้าเพิ่มเติมขยายตัวสูงถึง 64.2% และสินค้ากลุ่มอื่น ๆ (ยกเว้นอิเล็กทรอนิกส์) ขยายตัว 24.8% สะท้อนความต้องการสินค้าไทยในตลาดสหรัฐฯ รวมถึงการเร่งผลิตและส่งออกหลังจากที่ศาลฎีกาตัดสินในวันที่ 20 ก.พ. ว่า รัฐบาลสหรัฐฯ ไม่มีอำนาจขึ้นภาษีนำเข้าโดยใช้ International Emergency Economic Powers Act (IEEPA) ทำให้สหรัฐฯ ลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าไทยจาก 19% เหลือ 10% เป็นอัตราใหม่ที่ประกาศเก็บจากคู่ค้าอื่นเท่ากัน (ประกาศใช้ชั่วคราวถึง 24 ก.ค.) ทั้งนี้รัฐบาลสหรัฐฯ อยู่ระหว่างศึกษาแนวทางตั้งกำแพงภาษีตามมาตรา 301 กับคู่ค้าหลักทั่วโลก (รวมไทย) เพื่อปรับเพิ่มอัตราภาษีให้กลับไปใกล้เคียงอัตราก่อนหน้า การส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ มีส่วนทำให้การส่งออกเดือนนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้น (CTG) 8.8% ของการเติบโตส่งออกรวม 18.7% สำหรับการส่งออกของประเทศในภูมิภาคไปตลาดสหรัฐฯ ในเดือนนี้ขยายตัวดีเช่นกัน เช่น เวียดนาม (28.4%) เกาหลีใต้ (47.3%) และไต้หวัน (124%)
- (3) การส่งออกเครื่องประดับแท้ขยายตัวสูง 187.2% เพิ่มขึ้นมาจาก 34.4% เดือนก่อน แรงหนุนหลักมาจากการส่งออกไปอินเดียที่ขยายตัวสูงถึง 3,155.4% ซึ่งมีสัดส่วนเกือบ 80% ของการส่งออกสินค้าหมวดนี้ทั้งหมดของไทยในเดือนนี้ ทั้งนี้การส่งออกสินค้าเครื่องประดับหมวดนี้ช่วยให้การส่งออกไทยเดือนนี้ขยายตัว (CTG) 3.9% ของการเติบโตส่งออกรวม 18.7%

การส่งออกไปตลาดตะวันออกกลาง (ME 15) หดตัวแรง รับผลกระทบในอิหร่าน

การส่งออกไทยไปตะวันออกกลางหดตัวแรง -57.1% ในเดือน มี.ค. โดยหดตัวใน 3 ตลาดหลักของภูมิภาคนี้ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) (-67.1%), ตุรกี (-20.5%) และซาอุดีอาระเบีย (-55.5%) และส่งออกหดตัวใน 5 สินค้าหลัก ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (-53.5%), อัญมณีและเครื่องประดับ (-67.5%), เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ (-41.4%), ผลิตภัณฑ์ยาง (-55.1%) และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (-47.5%)

นำเข้าเร่งตัวสูงสุดในรอบ 51 เดือน โดยเฉพาะอุปกรณ์ส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคาดว่านำเข้าเพื่อผลิตและส่งออก

มูลค่านำเข้าเดือน มี.ค. อยู่ที่ 38,496.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 35.7% สูงสุดในรอบ 51 เดือน เร่งขึ้นจาก 31.8% ในเดือนก่อนและสูงกว่าประมาณการ (SCB EIC ประเมิน 24.2% และค่ากลาง Reuters Poll 20.3%) ภาพรวมมูลค่านำเข้าไทยในไตรมาสแรกของปี 2026 ขยายตัวต่อเนื่อง 32.4%

สำหรับการนำเข้าส่วนใหญ่ในเดือนนี้ ได้แก่ (รูปที่ 3 และ 4)

- (1) **สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปขยายตัวสูง 64.4% เร่งจาก 53.3%** การนำเข้าหมวดนี้มีส่วนช่วยให้การนำเข้าเดือนนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้น (CTG) 26% มากกว่าครึ่งของการเติบโตนำเข้ารวม 35.7% โดยสินค้าหลักได้แก่ ทองคำ และอุปกรณ์ส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะแผงวงจรไฟฟ้าที่ขยายตัวสูงกว่า 181.6% และ 129.3% ตามลำดับ (CTG: 9.4% และ 13.3%) ทั้งนี้การนำเข้าอุปกรณ์ส่วนประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนหนึ่งมาจากความต้องการนำเข้าสินค้าต้นน้ำและกลางน้ำเพื่อผลิตและส่งออก ไทยจึงต้องนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้จากผู้ผลิตหลัก เช่น จีน และไต้หวัน (15.8% และ 343.7% ตามลำดับ)
- (2) **สินค้าทุนขยายตัว 28.3% ชะลอลงจาก 49.3% ในเดือนก่อน** การนำเข้าหมวดนี้มีส่วนช่วยให้การนำเข้าไทยเดือนนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้น (CTG) 7.7% ของการเติบโตนำเข้ารวม 35.7% โดยสินค้าหลักได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบที่ขยายตัวถึง 82.7% และ 25.3% ตามลำดับ (CTG: 6.7% และ 1.2%) ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ไทยผลิตสินค้าทุนประเภทนี้ได้จำกัด ขณะที่แนวโน้มการลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี เช่น Data center เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความต้องการนำเข้าสินค้าทุน หมวดเครื่องจักรและเทคโนโลยีเพิ่มตาม

ดุลการค้า (ระบบศุลกากร) เดือนนี้ขาดดุลต่อเนื่อง -3,339.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มากกว่าที่ประเมินไว้ (SCB EIC ประเมิน -2,150 และค่ากลาง Reuters Poll -1,120) ไทยขาดดุลการค้าสะสมในไตรมาสแรกของปีนี้ -9,476.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ดุลการค้าไทยมีแนวโน้มแยกลงอีกในระยะข้างหน้า

SCB EIC มองว่ามูลค่าการส่งออกไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ก่อนจะชะลอตัวลงมากหลังเศรษฐกิจโลกได้รับผลกระทบจากสงครามอย่างเต็มที่ โดยการส่งออกมีแนวโน้มได้รับแรงหนุนจากการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สะท้อนจากข้อมูลเร็วการส่งออกของเกาหลีใต้ 20 วันแรกในเดือน เม.ย. ที่ยังขยายตัวดี 49.4% โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เซมิคอนดักเตอร์ที่ขยายตัวสูง 182.5% ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์แถลงว่า สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งสำคัญของห่วงโซ่อุปทานโลก และจะเป็นปัจจัยสำคัญในการหนุนส่งออกไทยในระยะข้างหน้า ขณะที่จะมีแรงกดดันจากการส่งออกไปตะวันออกกลางและเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงจาก

สงคราม โดยกระทรวงพาณิชย์ประเมินว่า มูลค่าส่งออกไทยปี 2026 จะขยายตัวได้ 3% ในกรณีฐาน (กรณีที่ดีที่สุด 8% และกรณีแย่มากที่สุด -3%)

ในทางกลับกัน SCB EIC มองว่า มูลค่านำเข้าไทยจะมีแนวโน้มเร่งตัวสูงต่อเนื่อง โดยเฉพาะการนำเข้าจากจีนและการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นหมวดที่ขยายตัวสูงมาก่อนหน้านี้แล้ว นอกจากนี้ มูลค่าการนำเข้าไทยที่จะเร่งตัวในระยะข้างหน้า คาดว่าจะสะท้อนผลของราคาพลังงานโลกที่ปรับสูงขึ้นมากหลังเกิดสงครามในตะวันออกกลาง ซึ่งไทยเป็นผู้นำเข้าพลังงานสุทธิสูงถึงราว 8% ของ GDP มุมมองดุลการค้าไทยในปีนี้อาจจะมีแนวโน้มแย่ลง

รูปที่ 1 : มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทย รายสินค้าและรายตลาดสำคัญ

มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยรายสินค้า

Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2025)

รายสินค้า	2025	25Q2	25Q3	25Q4	Jan-26	Feb-26	Mar-26	YTD
รวมทั้งหมด (100%)	12.9%	14.9%	11.9%	9.7%	24.4%	9.9%	18.7%	17.6%
ไม่รวมทองคำ (96.2%)	11.9%	12.9%	9.6%	12.0%	19.1%	9.6%	18.4%	15.7%
1. เกษตรกรรม (8.2%)	-4.1%	-1.1%	-4.2%	-10.6%	-1.8%	-3.6%	-10.7%	-5.5%
2. อุตสาหกรรมเกษตร (7.2%)	4.1%	11.9%	-1.2%	3.5%	-1.7%	-7.7%	14.0%	1.6%
3. สินค้าอุตสาหกรรม (82.1%)	17.4%	19.2%	17.3%	13.6%	29.8%	13.3%	21.4%	21.3%
เครื่องใช้ไฟฟ้า (9.6%)	10.8%	14.5%	6.5%	10.7%	16.7%	10.6%	14.3%	13.8%
รถยนต์และส่วนประกอบ (9.3%)	1.2%	-5.1%	5.2%	3.7%	9.8%	6.3%	-3.5%	3.5%
คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (11.8%)	63.0%	78.5%	54.3%	59.2%	68.2%	49.8%	34.2%	47.8%
ผลิตภัณฑ์ยาง (4.6%)	9.7%	24.4%	4.5%	-3.8%	-5.6%	0.6%	5.7%	0.4%
แผงวงจรไฟฟ้า (3.3%)	27.9%	42.2%	31.7%	14.2%	10.9%	6.3%	7.8%	8.3%
เครื่องจักรกล (3.5%)	15.6%	12.2%	20.6%	9.9%	9.7%	28.4%	16.6%	18.0%
เคมีภัณฑ์และพลาสติก (6.5%)	1.1%	3.5%	-2.3%	-3.2%	2.4%	0.2%	4.2%	2.3%
สิ่งทอ (1.8%)	-0.9%	0.6%	-1.5%	-3.8%	-2.3%	-6.2%	0.7%	-2.6%
4. สินค้าแร่และเชื้อเพลิง (2.6%)	-19.7%	-18.0%	-31.5%	-20.7%	9.6%	-8.8%	26.6%	9.8%
น้ำมันสำเร็จรูป (2.2%)	-19.9%	-15.4%	-32.6%	-23.5%	14.9%	-17.8%	24.6%	8.2%

มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยรายประเทศ

Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2025)

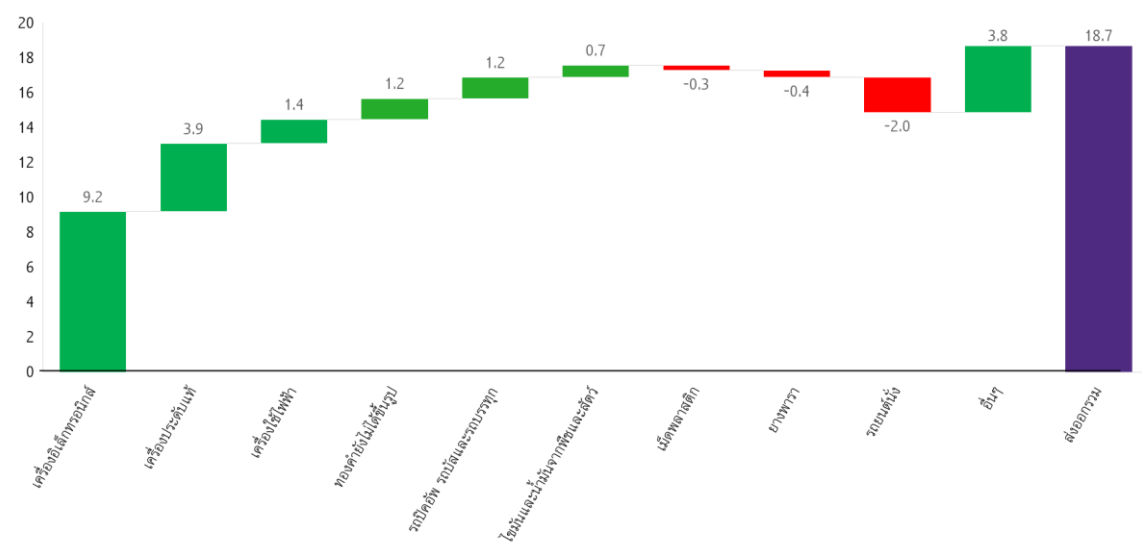
รายประเทศ	2025	25Q2	25Q3	25Q4	Jan-26	Feb-26	Mar-26	YTD
ส่งออกรวม	12.9%	14.9%	11.9%	9.7%	24.4%	9.9%	18.7%	17.6%
สหรัฐฯ (21.3%)	32.0%	33.9%	26.4%	41.5%	43.1%	40.5%	41.9%	41.8%
จีน (11.7%)	12.6%	18.4%	10.8%	1.8%	35.0%	0.4%	-1.1%	9.8%
อาเซียน5 (12.6%)	6.9%	4.5%	9.0%	7.9%	29.8%	17.8%	25.0%	24.3%
CLMV (9%)	0.9%	18.0%	-2.4%	-15.1%	-8.7%	-11.3%	-0.1%	-6.3%
ญี่ปุ่น (6.9%)	1.1%	2.0%	2.5%	0.2%	2.7%	9.7%	9.1%	7.1%
สหภาพยุโรป28 (9%)	8.5%	12.1%	5.4%	9.5%	16.9%	21.5%	20.7%	19.7%
ฮ่องกง (3.3%)	2.9%	15.2%	0.8%	1.7%	18.1%	22.8%	1.3%	13.8%
ออสเตรเลีย (3.5%)	-2.5%	-4.1%	-2.5%	11.3%	109.1%	3.5%	60.5%	54.5%
ตะวันออกกลาง (3.3%)	4.6%	-0.7%	-0.9%	9.8%	16.0%	22.6%	-61.2%	-13.6%
อินเดีย (4.7%)	34.5%	19.7%	14.2%	21.6%	7.6%	-31.0%	140.6%	20.4%
เกาหลีใต้ (1.7%)	-3.4%	1.1%	-8.2%	-6.2%	2.0%	-5.1%	0.3%	-0.9%
ไต้หวัน (1.6%)	11.9%	12.3%	14.6%	0.4%	16.3%	-14.0%	-3.3%	-1.8%
สวีเดน (2.1%)	79.9%	87.9%	117.3%	-55.2%	52.5%	-67.9%	-25.5%	-16.7%
ลาว (1.7%)	19.7%	4.8%	36.2%	40.3%	29.9%	22.2%	75.9%	43.9%
เมียนมา (1.3%)	6.0%	16.8%	8.7%	-6.9%	-5.2%	5.0%	25.9%	8.2%

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 2 : สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นสินค้าส่งออกหลักในเดือน มี.ค. 2026

แหล่งที่มาของการขยายตัว (Contribution to Growth) รายสินค้าของมูลค่าการส่งออกเดือน มี.ค. 2026

หน่วย : percentage point



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 3 : มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทย รายสินค้าและรายตลาดสำคัญ

มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยรายสินค้า

Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2025)

รายสินค้า	2025	25Q2	25Q3	25Q4	Feb-26	Mar-26	YTD
รวมทั้งหมด	12.9%	14.8%	12.6%	17.5%	31.8%	35.7%	32.4%
ไม่รวมทองคำ	11.7%	12.7%	13.9%	15.1%	22.5%	27.7%	25.7%
สินค้าเชื้อเพลิง (16%)	-11.4%	-13.0%	-11.9%	-14.2%	-21.5%	-5.7%	-8.8%
สินค้าทุน (25.4%)	20.9%	35.5%	25.4%	17.3%	49.3%	28.3%	34.6%
สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (41.8%)	17.3%	14.7%	14.3%	31.4%	53.3%	64.4%	56.2%
สินค้าอุปโภคบริโภค (11.5%)	12.2%	13.8%	12.8%	10.0%	10.3%	7.7%	8.6%
ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง (3.9%)	8.4%	11.2%	12.3%	14.4%	19.4%	8.1%	9.6%
อาวุธ ยุทโธปกรณ์ และสินค้าอื่นๆ (1.4%)	32.1%	12.3%	10.0%	35.8%	-44.5%	150.3%	8.3%

มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยรายประเทศ

Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2025)

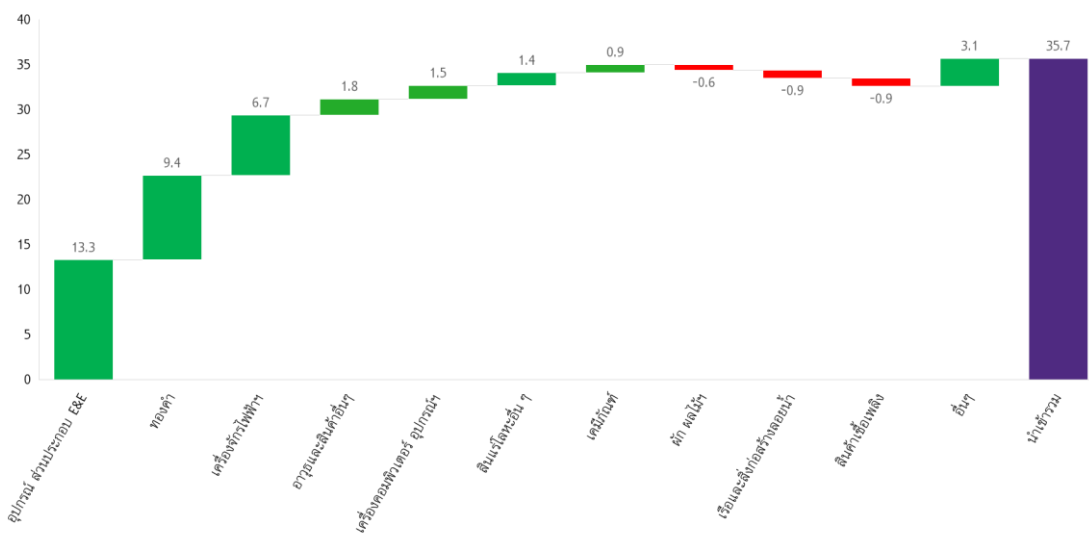
รายประเทศ	2025	25Q2	25Q3	25Q4	Feb-26	Mar-26	YTD
นำเข้ารวม	12.9%	14.8%	12.6%	17.5%	31.8%	35.7%	32.4%
สหรัฐฯ (6.1%)	9.4%	8.2%	-2.8%	24.0%	8.8%	4.8%	11.8%
จีน (31.2%)	33.5%	38.4%	-36.4%	33.4%	59.7%	27.8%	37.0%
อาเซียน5 (10.6%)	9.4%	6.2%	6.9%	9.7%	6.4%	35.8%	19.8%
CLMV (5.4%)	12.6%	13.2%	7.6%	13.7%	-3.6%	-1.8%	0.3%
ญี่ปุ่น (8.6%)	3.2%	9.6%	5.1%	-2.1%	12.3%	10.1%	10.6%
สหภาพยุโรป28 (6.1%)	-3.6%	-4.7%	-1.4%	0.3%	7.4%	13.7%	9.0%
ไต้หวัน (7.4%)	23.3%	40.4%	61.3%	59.9%	102.4%	186.7%	177.6%
ฮ่องกง (1.6%)	-12.3%	-12.8%	-48.6%	-26.3%	36.6%	60.7%	38.7%
ออสเตรเลีย (1.5%)	-2.8%	-15.8%	-15.1%	25.3%	113.8%	11.5%	46.5%
ตะวันออกกลาง (8%)	-0.5%	-14.1%	-8.6%	0.0%	-3.7%	46.1%	20.3%
อินเดีย (1.7%)	5.4%	8.5%	5.8%	4.3%	6.6%	10.6%	9.9%

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 4 : อุปกรณ์และส่วนประกอบของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ทองคำ และเครื่องจักรไฟฟ้า ๗ เป็นสินค้านำเข้าหลักในเดือน มี.ค. 2026

แหล่งที่มาของการขยายตัว (Contribution to Growth) รายสินค้าของมูลค่าการนำเข้าเดือน มี.ค. 2026

หน่วย : percentage point



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

บทวิเคราะห์โดย... <https://www.scbeic.com/th/detail/product/trade-240426>

Disclaimer: This article is made by The Siam Commercial Bank ("SCB") for the purpose of providing information and analysis only. Any information and analysis herein are collected and referred from public sources which may include economic information, marketing information or any reliable information prior to the date of this document. SCB makes no representation or warranty as to the accuracy, completeness and up-to-dateness of such information and SCB has no responsibility to verify or to proceed any action to make such information to be accurate, complete, and up-to-date in any respect. The information contained herein is not intended to provide legal, financial or tax advice or any other advice, and it shall not be relied or referred upon proceeding any transaction. In addition, SCB shall not be liable for any damages arising from the use of information contained herein in any respect

ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์

ภาวัต แสงสัตย์ (pawat.sawaengsat@scb.co.th)

นักเศรษฐศาสตร์

วิษณ กุลาตี (vishal.gulati@scb.co.th)

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

MACROECONOMICS RESEARCH

ดร. ยรรยง ไทยเจริญ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานวิจัยเศรษฐกิจและความยั่งยืน ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC)

ดร.ฐิติมา ชูเชิด

ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้บริหารฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

ดร.ปุลนยวัจน์ ศรีสิงห์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

นนท์ พฤษศิริ

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

วิษณ กุลาตี

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

กุศลีน จารุชาติ

นักเศรษฐศาสตร์

ณัฐพงศ์ ดันดีจิรานนท์

นักเศรษฐศาสตร์

ภักพล ดันดีวิชัย

นักเศรษฐศาสตร์

ภาวัต แสงสัตย์

นักเศรษฐศาสตร์



ท่านพึงพอใจต่อทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 7 ข้อ
เพื่อนำไปพัฒนาบทวิเคราะห์ของ
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ
แบบสอบถาม



“Economic and business intelligence for effective decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก

สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต

ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com