



**ส่งออก ก.พ. 2025 โตสูงจากทองคำ
อิเล็กทรอนิกส์** และความกังวลสงครามการค้า
มองส่งออก มี.ค. ยังมีแรงส่งต่อเนื่อง

ส่งออก ก.พ. 2025 โตสูงจากทองคำ อิเล็กทรอนิกส์ และความกังวลสงครามการค้า มองส่งออก มี.ค. ยังมีแรงส่งต่อเนื่อง

มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยเดือน ก.พ. 2025 เติบโตสูงถึง 14%YOY อยู่ที่ 26,707.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อเนื่องจาก 13.6% ในเดือนก่อนใกล้เคียงที่คาดไว้ (SCB EIC ประเมินที่ 17.0% และค่ากลาง Reuter Poll 9.7%) โดยภาพรวมการส่งออกไทยช่วง 2 เดือนแรกของปีขยายตัว 13.8%

การส่งออกทองคำและประเด็นพิเศษทองคำยังคงเป็นปัจจัยหนุนการส่งออกที่สำคัญในเดือน ก.พ. 2025 โดยการส่งออกสินค้ากลุ่มโลหะมีค่าและของที่ทำด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ ขยายตัวมากถึง 4,160% ต่อเนื่องจาก 3,418% ซึ่ง SCB EIC ประเมินว่า เกือบทั้งหมดเป็นการส่งออกทองคำในรูปของทองคำผสมแพลทินัมในสัดส่วนน้อยไปยังตลาดอินเดียเพื่อประโยชน์ทางภาษีของผู้นำเข้าอินเดีย¹ ซึ่งเริ่มเกิดขึ้นในเดือน พ.ย. และชัดเจนขึ้นในเดือน ธ.ค. ปี 2024 ที่ขยายตัวมากถึง 524,302% นอกจากนี้ การส่งออกทองคำยังไม่ขึ้นรูปยังขยายตัวสูงมากถึง 26.1% ต่อเนื่องจาก 148.9% ในเดือนก่อน โดยเฉพาะตลาดสวิตเซอร์แลนด์ (339.5%) ตลาดสิงคโปร์ (277.1%)

การส่งออกทองคำ รวมถึงสินค้ากลุ่มโลหะมีค่าและของที่ทำด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเป็นพิเศษอย่างเห็นได้ชัดนี้มีส่วนทำให้มูลค่าการส่งออกของไทยเดือน ก.พ. 2025 ขยายตัวมากถึง 6.1% ทั้งนี้หากพิจารณามูลค่าการส่งออกที่ไม่รวมทองคำและสินค้ากลุ่มโลหะมีค่าและของที่ทำด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ นี้ (เพื่อให้สะท้อนกิจกรรมการส่งออกที่เกิดขึ้นจริง) พบว่าขยายตัวที่ 8.2% (เทียบกับเดือนก่อนที่ 6.2%)

นอกจากปัจจัยทองคำ การส่งออกไทยเดือนนี้ยังคงได้รับแรงส่งจากวัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์ขาขึ้นและการเร่งส่งออกก่อนนโยบายกีดกันการค้าสหรัฐฯ ต่อเนื่องจากเดือนก่อน ประกอบกับการนำเข้าของจีนที่เพิ่มขึ้นหลังเทศกาลตรุษจีนสะท้อนจาก (1) การส่งออกคอมพิวเตอร์ขยายตัวมากถึง 51.3% ต่อเนื่องจาก 45% ในเดือนก่อน โดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ (35.2%) และตลาดจีน (230.3%) (2) การส่งออกไปสหรัฐฯ ขยายตัวมากถึง 18.2% และขยายตัวทั่วถึงหลายกลุ่มสินค้าหลัก โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (35.3%) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ (92.8%) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับสงครามการค้าโดยตรง และ (3) การส่งออกไปจีนขยายตัวมากถึง 22.4% โดยขยายตัวดีในหลายสินค้า โดยเฉพาะสินค้าชั้นกลางที่ไทยส่งออกไปจีนและเกี่ยวเนื่องกับห่วงโซ่อุปทานการผลิตที่อาจได้รับผลกระทบจากสงครามการค้า อาทิ ผลิตภัณฑ์ยาง (41.6%) ยางพารา (69.8%) เคมีภัณฑ์ (50.5%) รวมถึงการส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบไปจีนขยายตัวดี (230.3%)

¹ รัฐบาลอินเดียได้ปรับปรุงอัตราการจัดเก็บภาษีนำเข้าทองคำ เงิน แพลทินัม อัญมณี และเครื่องประดับในช่วงปี 2022 – 2024 ทำให้เกิดช่องว่างทางกฎหมายที่ผู้นำเข้าอินเดียหันมานำเข้าทองคำผสมแพลทินัมจากแทนซาเนีย แอฟริกาใต้ และไทยมากขึ้น ภายใต้เกณฑ์อัตราภาษีนำเข้า 0% ตาม Duty Free Tariff Preference (DFTP) Scheme by India for Least Developed Countries และความตกลงการค้าเสรี อาเซียน – อินเดีย (อ่านเพิ่มเติมได้ในบทวิเคราะห์ SCB EIC Flash : ตัวเลขส่งออก มี.ค. 2025 ขับเคลื่อนจากทองคำ วัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์ขาขึ้น การเร่งส่งออกหวั่นสงครามการค้า)

สินค้าอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวดี ขณะที่สินค้าเกษตร สินค้าแร่ และเชื้อเพลิงหดตัวในเดือน ก.พ.

หากพิจารณารายหมวด พบว่า (1) **สินค้าอุตสาหกรรมขยายตัว 17.2%** เติบโตต่อเนื่องนานเกือบปี โดยอัญมณี และเครื่องประดับหักทอง ทองคำยังไม่ขึ้นรูป เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องปรับอากาศ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เป็นสินค้าหลักที่ขยายตัว ขณะที่เหล็ก รถจักรยานยนต์ และส่วนประกอบ และอุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด เป็นสินค้าหลักที่หดตัว ทั้งนี้หากหักทองคำและสินค้ากลุ่มโลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมจะขยายตัว 10% (2) **สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรขยายตัวสูง 9.9%** เทียบเดือนก่อนที่ 3% โดยน้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และอาหารสัตว์เลี้ยงขยายตัวดี ขณะที่เนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์หดตัว (3) **สินค้าเกษตรหดตัว -1.6%** หดตัวน้อยลงจากเดือนก่อนที่หดตัว -2.2% โดยยางพาราและสินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ เป็นสินค้าที่ขยายตัวดี ขณะที่ผลไม้สด แซ่เหียน แซ่แข็งและแห้ง ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และข้าวหดตัว และ (4) **สินค้าแร่และเชื้อเพลิงกลับมาหดตัวสูง -11.5%** หลังจากขยายตัวเล็กน้อย 0.3% ในเดือนก่อน โดยน้ำมันสำเร็จรูปยังคงหดตัว -3.6% เทียบเดือนก่อนที่หดตัว -4.3% ซึ่งเป็นการหดตัวต่อเนื่องนาน 6 เดือนแล้ว

ตลาดอินเดีย และสวิตเซอร์แลนด์ยังคงขยายตัวดีจากการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ขณะที่การส่งออกไปสหรัฐฯ และจีนได้แรงหนุนจากคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ

หากพิจารณารายตลาดหลัก พบว่า (1) **ตลาดอินเดียขยายตัว 156.8%** สูงกว่าเดือนก่อนที่ขยายตัว 129.8% โดยการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับขยายตัวสูงถึง 2,066% หรือราว 62% ของมูลค่าการส่งออกอินเดียทั้งหมดในเดือนนี้ ซึ่งหากพิจารณาปัจจัยพิเศษ พบว่า ไทยส่งออกสินค้ากลุ่มโลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ ไปอินเดียสูงถึง 1,224.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวต่อเนื่องมากถึง 111,202% (ซึ่งเติบโตสูงมากถึง 524,302% และ 241,819% ในเดือน ธ.ค. 2024 และ ม.ค. 2025 ตามลำดับ) ซึ่งคิดเป็น 96% ของการส่งออกสินค้ากลุ่มโลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ ทั้งหมดของไทยในเดือนนี้ (2) **ตลาดสวิตเซอร์แลนด์ขยายตัวสูง 235.7%** แม้ชะลอลงจาก 852.7% เดือนก่อน ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งขยายตัวสูง 311% คิดเป็น 93% ของมูลค่าส่งออกไทยทั้งหมดไปสวิตเซอร์แลนด์เดือนนี้ โดยการส่งออกทองคำยังไม่ขึ้นรูปมีมูลค่ามากถึง 701 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวมากถึง 339.5% (คิดเป็น 75.1% ของการส่งออกทองคำไม่ขึ้นรูปทั้งหมดของไทยในเดือนนี้)

(3) **ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวดีต่อเนื่อง 18.2% ชะลอลงเล็กน้อยจากเดือนก่อนที่ 22.4%** โดยสินค้าส่งออกอิเล็กทรอนิกส์สำคัญ เช่น เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบยังคงขยายตัวสูงต่อเนื่อง 92.8%, 75.2% และ 35.3% ตามลำดับ ขณะที่หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบหดตัว -13.3% หลังจากขยายตัวสูง 33.7% ในเดือนก่อน นอกจากนี้ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับยังขยายตัวสูงมากถึง 41.1% ขยายตัวติดต่อกันถึง 14 เดือน (4) **ตลาดจีนขยายตัวสูง 22.4% เทียบเดือนก่อนที่ 13.2%** แรงส่งหลักมาจากการส่งออกสินค้ากลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง ยางพารา และเคมีภัณฑ์ ที่ขยายตัวมากถึง 230.3%, 41.6%, 69.8% และ 50.5% ตามลำดับ (ราว 38% ของมูลค่าส่งออกไทยไปจีน) และจีนกลับมานำเข้าไทยสูงขึ้นหลังหมดเทศกาลตรุษจีน

(5) **ตลาดยุโรปเติบโตชะลอลงเหลือ 4.4%** จาก 13.2% เดือนก่อน จำนวนสินค้าส่งออกสำคัญที่ขยายตัวได้ในตลาดนี้เหลือเพียง 7 ใน 15 รายการสำคัญ (เทียบ 10 รายการในเดือนก่อน) โดยเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยางเป็นสินค้าหลักที่หดตัว ขณะที่การส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าหลักที่ขยายตัว (66.2%) และ (6) **ตลาด CLMV กลับมาหดตัว -1.7% ครั้งแรกในรอบ 14**

เดือน (เทียบเดือนก่อนขยายตัว 5.2%) ปัจจัยหลักมาจากการส่งออกไปกัมพูชาหดตัวสูง -40.7% โดยเฉพาะอัญมณีและเครื่องประดับหดตัว -91.9% (ส่งออกทองคำยังไม่ขึ้นรูปหดตัว -92%) น้ำมันสำเร็จรูปหดตัว -22.1% เทียบการขยายตัวสูง 25.3% ในเดือนก่อน (2 สินค้าข้างต้นมีสัดส่วนรวม 26% ของมูลค่าส่งออกไทยไปกัมพูชาทั้งหมดในเดือนนี้) ทั้งนี้การส่งออกไปยังเวียดนาม เมียนมา และ สปป.ลาว ยังคงขยายตัวดี 37.3%, 6.1% และ 4.3% ตามลำดับ

นำเข้าโตต่อเนื่อง 8 เดือน แม้มีปัจจัยฐานสูงจากการนำเข้าทองคำ

มูลค่าการนำเข้าสินค้าไทยเดือน ก.พ. อยู่ที่ 24,718.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวชะลอลงเหลือ 4% (SCB EIC ประเมิน 4.8% เท่ากับค่ากลางของ Reuter Poll) เทียบการนำเข้าเดือนก่อนที่โตราว 7.9% การนำเข้าขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน อย่างไรก็ดี การนำเข้าหักทองคำลดลงครั้งแรกในรอบ 4 เดือนที่ -0.5% สะท้อนว่าช่วงปีก่อนไทยนำเข้าทองคำเพิ่มขึ้นมาก เพื่อส่งออกต่อหรือเพื่อเติมสินค้าคงคลังจากการส่งออกทองคำและทองคำผสมเพิ่มขึ้นมาก แม้การนำเข้าสินค้าทุน ยานพาหนะและอุปกรณ์ขนส่ง และสินค้าเชื้อเพลิงหดตัว -11.8% -8.6% และ -5.7% ตามลำดับ การนำเข้าอาวุธและยุทธปัจจัย สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (รวมทองคำ) สินค้าอุปโภคบริโภคขยายตัว 143.5%, 12.8% และ 10.3% ตามลำดับ **ตัวเลขดุลการค้า (ระบบดุลการ) เกินดุล 1,988.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในเดือน ก.พ. และเกินดุลรวม 108 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2025**

SCB EIC ประเมินแนวโน้มส่งออกไทยขยายตัวดีในช่วงครึ่งปีแรก แต่ทั้งปีจะขยายตัวชะลอลงเหลือ 1.6% พลังจากสงครามการค้ากระทบส่งออกช่วงครึ่งปีหลัง

SCB EIC ประเมินว่า มูลค่าการส่งออกเดือน มี.ค. จะยังขยายตัวได้ดี จากอานิสงส์วัฏจักรสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขาขึ้น แนวโน้มการเร่งสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าก่อนนโยบายกีดกันการค้าของสหรัฐฯ การส่งออกทองคำ รวมถึงทองคำในรูปแบบโลหะอื่นไปยังอินเดียก่อนรัฐบาลอินเดียจะเริ่มปรับปรุงเกณฑ์ช่องว่างการนำเข้าทองคำ นอกจากนี้ ปัจจัยฐานต่ำเดือน มี.ค. 2024 หดตัวสูง -10.5% จะสนับสนุนการส่งออกในเดือน มี.ค. ปีนี้ได้

อย่างไรก็ตาม ทิศทางการส่งออกไทยมีแนวโน้มชะลอลงมากในไตรมาส 2 และจะหดตัวในช่วงครึ่งปีหลัง ผลจากการใช้นโยบายกีดกันการค้า การลงทุน และการอพยพและการเคลื่อนย้ายแรงงาน ที่เกิดขึ้นกับหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะการกีดกันจากสหรัฐฯ ส่งผลให้เศรษฐกิจและบรรยากาศการค้าระหว่างประเทศมีแนวโน้มชะลอตัวลง รวมถึงผล Front load การเร่งผลิตและส่งออกช่วงปลายปีก่อนและต้นปีนี้ จะทยอยหมดลง อานิสงส์วัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์ขาขึ้นเริ่มลดลง นอกจากนี้ ปัจจัยฐานสูงจากช่วงครึ่งหลังของปี 2024 จะกดดันการส่งออกในครึ่งหลังของปี เนื่องจากมูลค่าการส่งออกไทยขยายตัวมากถึง 7.5% และ 10.5% ในไตรมาส 3 และ 4 ของปี 2024 ตามลำดับ เทียบกับครึ่งแรกของปี 2024 ที่ 1.9% (ตัวเลขระบบดุลการ)

ในภาพรวม SCB EIC ประเมินแนวโน้มมูลค่าส่งออกไทยปี 2025 อยู่ที่ 1.6% (ณ มี.ค. 2025) ต่ำลงจากเดิม 2% (ณ พ.ย. 2024) (ข้อมูลระบบดุลการชำระเงิน) และต่ำกว่าเป้าหมายของกระทรวงพาณิชย์และรัฐบาลที่ราว 3-3.5% เนื่องจาก SCB EIC ประเมินว่า ปัจจัยสนับสนุนการส่งออกไทยในไตรมาสแรกส่วนมากเป็นปัจจัยชั่วคราว เช่น การส่งออกทองคำผสมโลหะไปอินเดีย ขณะที่แรงกดดันต่อเศรษฐกิจและการค้าโลกจะเพิ่มขึ้นมากในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเฉพาะไตรมาส 4

รูปที่ 1 : มูลค่าการส่งออกสินค้าไทย รายสินค้าและรายตลาดสำคัญ

มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยรายสินค้า						มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยรายประเทศ					
Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2024)						Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2024)					
รายสินค้า	2024	2024Q4	Jan-25	Feb-25	YTD	รายประเทศ	2024	2024Q4	Jan-25	Feb-25	YTD
รวมทั้งหมด (100%)	5.4%	10.5%	13.6%	14.0%	13.8%	ส่งออกรวม	5.4%	10.4%	13.5%	14.0%	13.8%
ไม่รวมทองคำ (97.1%)	4.5%	8.0%	10.6%	13.6%	12.2%	สหรัฐฯ (18.3%)	13.7%	17.2%	22.4%	18.2%	20.3%
1. เกษตรกรรม (9.6%)	7.5%	7.1%	-2.2%	-1.6%	-1.9%	จีน (11.7%)	3.1%	13.5%	13.2%	22.4%	17.9%
2. อุตสาหกรรมการเกษตร (7.8%)	4.1%	7.3%	3.0%	9.9%	6.7%	อาเซียน5 (13.3%)	-0.8%	1.6%	4.8%	-0.5%	2.2%
3. สินค้าอุตสาหกรรม (79%)	5.9%	13.1%	17.0%	17.2%	17.1%	CLMV (10%)	12.7%	23.3%	5.2%	-1.7%	1.7%
เครื่องใช้ไฟฟ้า (9.8%)	3.0%	15.4%	11.7%	13.2%	12.4%	ญี่ปุ่น (7.8%)	-5.3%	1.2%	1.9%	-3.1%	-0.6%
รถยนต์และส่วนประกอบ (10.3%)	-3.6%	-6.6%	-16.5%	4.5%	-6.2%	สหภาพยุโรป28 (9.5%)	9.1%	19.9%	13.2%	4.4%	8.7%
คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ (8.2%)	38.1%	51.5%	45.0%	51.3%	48.2%	ฮ่องกง (3.6%)	-2.2%	-19.2%	-29.0%	-8.3%	-16.5%
ผลิตภัณฑ์ยาง (4.7%)	7.6%	24.8%	19.9%	16.9%	18.4%	ออสเตรเลีย (4.1%)	0.9%	-11.7%	-27.0%	-7.7%	-17.3%
แผงวงจรไฟฟ้า (2.9%)	-10.5%	1.0%	9.0%	24.8%	16.5%	ตะวันออกกลาง (4%)	3.7%	4.8%	-2.3%	6.7%	2.1%
เครื่องจักรกล (3.4%)	17.3%	31.4%	28.1%	21.5%	24.8%	อินเดีย (3.9%)	16.2%	35.4%	129.8%	156.8%	143.6%
เคมีภัณฑ์และพลาสติก (7.2%)	3.0%	10.5%	5.9%	8.3%	7.1%	รัสเซีย (0.3%)	7.9%	1.6%	-5.3%	31.0%	12.5%
สิ่งทอ (2.1%)	2.7%	6.4%	1.6%	1.7%	1.7%	ยูเครน (0%)	110.4%	20.4%	-34.8%	154.9%	46.2%
4. สินค้าแร่และเชื้อเพลิง (3.6%)	-6.5%	-20.8%	0.3%	-11.5%	-5.3%	ลัตเวียแลนด์ (1.3%)	-1.7%	38.9%	852.7%	235.7%	381.4%
น้ำมันสำเร็จรูป (3.1%)	-9.8%	-23.8%	-4.3%	-3.6%	-4.0%	ลาว (1.6%)	6.1%	3.7%	-0.5%	4.3%	1.9%
						เมียนมา (1.4%)	-5.4%	22.0%	14.7%	6.1%	10.5%

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 2 : มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทย รายสินค้าและรายตลาดสำคัญ

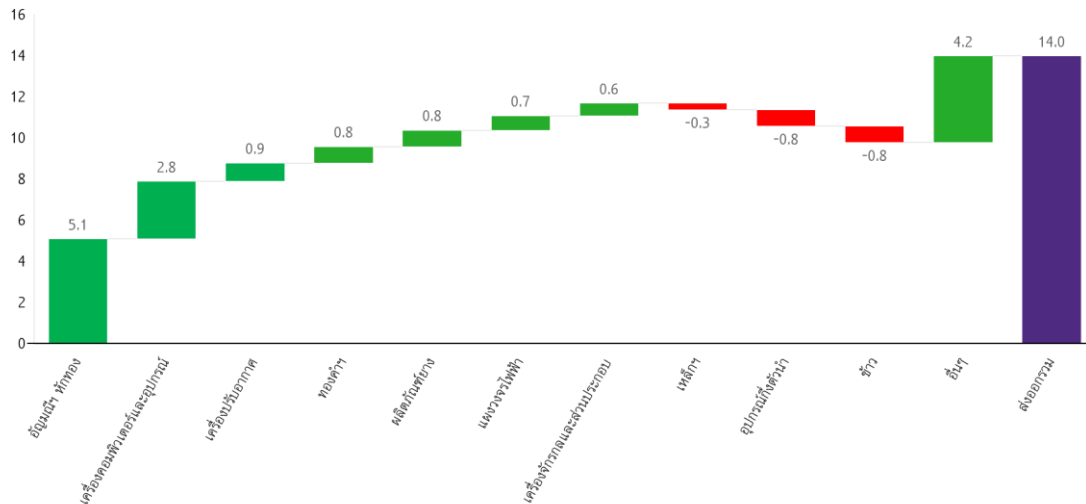
มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยรายสินค้า						มูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยรายประเทศ					
Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2024)						Unit: %YOY (สัดส่วนในปี 2024)					
รายสินค้า	2024	2024Q4	Jan-25	Feb-25	YTD	รายประเทศ	2024	2024Q4	Jan-25	Feb-25	YTD
รวมทั้งหมด (100%)	6.3%	10.2%	7.9%	4.0%	6.0%	นำเข้ารวม	6.3%	10.2%	7.9%	4.0%	6.0%
ไม่รวมทองคำ (95.0%)	3.9%	7.5%	9.6%	-0.5%	4.6%	สหรัฐฯ (6.4%)	1.1%	-2.6%	35.8%	8.0%	20.6%
สินค้าเชื้อเพลิง (16.4%)	-4.1%	-4.1%	-1.0%	-5.7%	-3.3%	จีน (26.3%)	13.8%	21.8%	20.3%	9.3%	15.3%
สินค้าทุน (25.3%)	11.7%	17.4%	17.8%	-11.8%	2.3%	อาเซียน5 (11%)	1.7%	3.6%	15.9%	23.3%	19.4%
สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป (41.6%)	12.3%	15.9%	4.2%	12.8%	8.2%	CLMV (5.4%)	8.9%	14.2%	5.7%	21.7%	13.4%
สินค้าอุปโภคบริโภค (11.5%)	6.5%	12.8%	9.0%	10.3%	9.6%	ญี่ปุ่น (9.4%)	-7.9%	3.3%	0.7%	-7.9%	-3.8%
ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง (3.9%)	-25.2%	-22.9%	1.4%	-8.6%	-3.7%	สหภาพยุโรป28 (7.1%)	-2.6%	3.5%	18.8%	-28.6%	-9.8%
อาวุธ ยุทโธปกรณ์ และสินค้าอื่นๆ (1.4%)	5.2%	14.3%	52.1%	143.5%	96.1%	ฮ่องกง (2%)	136.8%	236.8%	26.4%	504.4%	168.8%
						ออสเตรเลีย (1.8%)	-19.4%	37.3%	-20.5%	-7.4%	-14.4%
						ตะวันออกกลาง (9.3%)	1.9%	10.0%	29.4%	47.7%	37.9%
						อินเดีย (1.9%)	-3.8%	6.9%	3.6%	3.4%	3.5%

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 3 : วัฒนธรรมและเครื่องประดับ (ทองคำผสมแพลทินัม) ทองคำ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นสินค้าส่งออกหลักในเดือน ก.พ. 2525

แหล่งที่มาของการขยายตัว (Contribution to Growth) รายสินค้าของมูลค่าการส่งออกเดือน ก.พ. 2525

หน่วย : percentage point

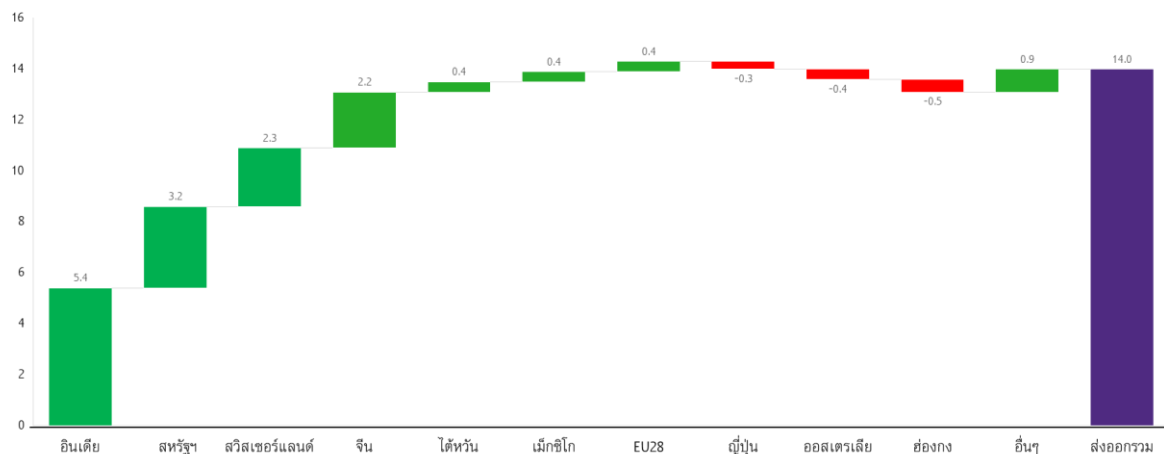


ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 4 : ไทยส่งออกวัฒนธรรมและเครื่องประดับไปอินเดียและสวิตเซอร์แลนด์สูง ขณะที่ตลาดสหรัฐฯ และจีนขยายตัวดีจากส่งออกคอมพิวเตอร์ฯ

แหล่งที่มาของการขยายตัว (Contribution to Growth) รายประเทศของมูลค่าการส่งออกเดือน ก.พ. 2525

หน่วย : percentage point



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 5 : การส่งออกทองคำ (พรมเพกทินัม) ไปอินเดียเดือนนี้เร่งตัวต่อเนื่องเดือนที่ 3

มูลค่าการส่งออกสินค้าโลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่น ๆ ของไทย

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ซ้าย) / % (ขวา)



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

บทวิเคราะห์โดย... <https://www.scbeic.com/th/detail/product/trade-210325>

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

วิษณุ กุลาคี (vishal.gulati@scb.co.th)

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

MACROECONOMICS RESEARCH

ดร. ยรรยง ไทเจริญ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานวิจัยเศรษฐกิจและความยั่งยืน ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (SCB EIC)

ดร. จุติมา ชูเชิด

ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจ และตลาดการเงิน

ดร. ปุณยวัฒน์ ศรีสิงห์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

นนท์ พงษ์ศิริ

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

วิษณุ กุลาคี

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

กุศลีน จารุชาติ

นักเศรษฐศาสตร์

ณัฐพงศ์ ตันติจิรานนท์

นักเศรษฐศาสตร์

ภาวัต แสงสัตย์

นักเศรษฐศาสตร์



ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 6 ข้อ
เพื่อนำไปพัฒนามาบทวิเคราะห์ของ
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ
แบบสอบถาม



“Economic and business
intelligence for effective
decision making”



ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



เจาะลึก
สถานการณ์เศรษฐกิจ



เกาะติด
การเปลี่ยนแปลงที่ส่งพล
ต่อภาคธุรกิจ



อัปเดต
ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



Stay connected

Find us at



@scbeic | 

www.scbeic.com