

ส่งออกไทยขยายตัว 7 เดือนต่อเนื่อง เดือน ม.ค. ขยายตัว 13.6%

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) โฆษกกระทรวงพาณิชย์ แถลง การส่งออกของไทยในเดือนมกราคม 2568 มีมูลค่า 25,277.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (862,367 ล้านบาท) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ที่ร้อยละ 13.6 หากหักสินค้าเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน ทองคำ และยุทธปัจจัย ขยายตัวที่ร้อยละ 11.4 โดยได้รับแรงหนุนจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง อัตราเงินเฟ้อที่ปรับตัวกลับสู่กรอบเป้าหมาย และการขยายตัวของกิจกรรมภาคการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ที่ประเมินว่า เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวได้ถึงร้อยละ 3.3 สะท้อนถึงความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นทั้งในภาคการผลิตและผู้บริโภค นอกจากนี้ การส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญอย่างสหรัฐฯ และจีนขยายตัวในระดับสูง ส่งผลดีต่อการส่งออกสินค้าทุนและวัตถุดิบของไทย ท่ามกลางความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ที่อาจสร้างแรงกดดันต่อการค้าโลก

มูลค่าการค้ารวม

มูลค่าการค้าในรูปเงินดอลลาร์สหรัฐ เดือนมกราคม 2568 การส่งออก มีมูลค่า 25,277.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 13.6 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน **การนำเข้า** มีมูลค่า 27,157.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7.9 **ดุลการค้า ขาดดุล** 1,880.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าการค้าในรูปเงินบาท เดือนมกราคม 2568 การส่งออก มีมูลค่า 862,367 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 11.8 เทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน **การนำเข้า** มีมูลค่า 938,112 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 6.3 **ดุลการค้า ขาดดุล** 75,746 ล้านบาท

การส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 0.1 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน โดยสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร ขยายตัวร้อยละ 3.0 ในขณะที่สินค้าเกษตร หดตัวร้อยละ 2.2 โดยมีสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ **ยางพารา** ขยายตัวร้อยละ 45.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 15 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ มาเลเซีย และเกาหลีใต้) **ไก่สด แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 12.3 ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน (ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร จีน เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์) **อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 11.8 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย อียิปต์ และซาอุดีอาระเบีย) **อาหารสัตว์เลี้ยง** ขยายตัวร้อยละ 13.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ออสเตรเลีย เยอรมนี เวียดนาม และไต้หวัน) **ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ** ขยายตัวร้อยละ 19.5 ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน (ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ เมียนมา ออสเตรเลีย และลาว) **ผลไม้กระป๋องและแปรรูป** ขยายตัวร้อยละ 13.4 ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี รัสเซีย และมาเลเซีย)

ขณะที่**สินค้าสำคัญที่หดตัว** อาทิ **ข้าว** หดตัวร้อยละ 32.4 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดแคนาดา มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เยอรมนี และจีน แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ อิรัก แอฟริกาใต้ เซเนกัล และญี่ปุ่น) **ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง** หดตัวร้อยละ 11.0 กลับมาหดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดจีน มาเลเซีย สหรัฐฯ เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ แต่ขยายตัวในตลาดเวียดนาม ฮองกง อินโดนีเซีย เมียนมา และอินเดีย) **ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง** หดตัวร้อยละ 7.9 กลับมาหดตัวหลังจากขยายตัวในเดือนก่อนหน้า (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ไต้หวัน มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ แต่ขยายตัวในตลาดจีน สหรัฐฯ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และเนเธอร์แลนด์) **เครื่องดื่ม** หดตัวร้อยละ 16.0 กลับมาหดตัวในรอบ 3 เดือน (หดตัวในตลาดกัมพูชา เมียนมา เวียดนาม มาเลเซีย และจีน แต่ขยายตัวในตลาดลาว ฮองกง ออสเตรเลีย สหรัฐฯ และเนเธอร์แลนด์) **ผักกระป๋อง และแปรรูป** หดตัวร้อยละ 13.3 กลับมาหดตัวในรอบ 4 เดือน (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น สหรัฐฯ เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และไต้หวัน แต่ขยายตัวในตลาดจีน มาเลเซีย ลาว ฮองกง และเมียนมา)

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ขยายตัวร้อยละ 17.0 (YoY) ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน โดยมีสินค้าสำคัญที่ขยายตัว อาทิ **เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 45.0 ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น) **อัญมณีและเครื่องประดับ (ไม่รวมทองคำ)** ขยายตัวร้อยละ 148.8 ขยายตัว

ต่อเนื่อง 3 เดือน (ขยายตัวในตลาดอินเดีย สหรัฐฯ อิตาลี กาตาร์ และสหราชอาณาจักร) **ผลิตภัณฑ์ยาง** ขยายตัวร้อยละ 19.9 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และอินเดีย) **เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 28.1 ขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย อินเดีย และเบลเยียม) **เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ** ขยายตัวร้อยละ 33.2 ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน (ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม อินเดีย อิตาลี และตุรกี)

ขณะที่สินค้าสำคัญที่หดตัว อาทิ **รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 16.5 หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน (หดตัวในตลาดออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย แต่ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เวียดนาม สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อาร์เจนตินา และบราซิล) **เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์** หดตัวร้อยละ 18.6 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวในตลาดอินเดีย ฟิลิปปินส์ เมียนมา เกาหลีใต้ และเวียดนาม) **เครื่องโทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ** หดตัวร้อยละ 16.8 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ เมียนมา จีน และฮ่องกง แต่ขยายตัวในตลาดสิงคโปร์ เม็กซิโก ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเช็กและไอร์แลนด์) **เครื่องสำอาง สบู่และผลิตภัณฑ์รักษาผิว** หดตัวร้อยละ 18.3 หดตัวต่อเนื่อง 3 เดือน (หดตัวในตลาดญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ จีน มาเลเซีย และออสเตรเลีย แต่ขยายตัวในตลาดเมียนมา กัมพูชา เวียดนาม ฮ่องกง และสหรัฐฯ) **อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์และไดโอด** หดตัวร้อยละ 38.2 หดตัวต่อเนื่อง 11 เดือน (หดตัวในตลาดสหรัฐฯ ฮ่องกง จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน แต่ขยายตัวในตลาดญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เม็กซิโก และสหราชอาณาจักร)

ตลาดส่งออกสำคัญ

การส่งออกไปตลาดสำคัญส่วนใหญ่ขยายตัว สอดคล้องกับสัญญาณการฟื้นตัวของภาคการผลิตโลก ประกอบกับตามความต้องการนำเข้าที่เร่งตัวขึ้น ท่ามกลางความกังวลต่อความเสี่ยงของนโยบายกีดกันทางการค้า โดยเฉพาะในตลาดสหรัฐฯ และจีน ทั้งนี้ ภาพรวมการส่งออกไปยังกลุ่มตลาดต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ (1) **ตลาดหลัก ขยายตัวร้อยละ 11.2** โดยขยายตัวทุกตลาด ได้แก่ สหรัฐฯ ร้อยละ 22.4 จีน ร้อยละ 13.2 ญี่ปุ่น ร้อยละ 1.9 สหภาพยุโรป (27) ร้อยละ 13.8 อาเซียน (5) ร้อยละ 4.8 และ CLMV ร้อยละ 5.2 (2) **ตลาดรอง ขยายตัวร้อยละ 10.3** โดยขยายตัวในตลาดเอเชียใต้ ร้อยละ 111.5 แอฟริกา ร้อยละ 13.9 ลาตินอเมริกา ร้อยละ 21.6 และสหราชอาณาจักร ร้อยละ 9.8 แต่หดตัวในตลาดทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 26.9 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 2.1 และรัสเซียและกลุ่ม CIS ร้อยละ 5.7 (3) **ตลาดอื่น ๆ ขยายตัวร้อยละ 472.8**

ตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 22.4 (ขยายตัวต่อเนื่อง 16 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ **สินค้าสำคัญที่หดตัว** เช่น อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์

ตลาดจีน ขยายตัวร้อยละ 13.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** เช่น ผลิตภัณฑ์ยาง ยางพารา และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ **สินค้าสำคัญที่หดตัว** เช่น ผลไม้สด แซ่เย็น แซ่แข็งและแห้ง แผงวงจรไฟฟ้า และไม้และผลิตภัณฑ์ไม้

ตลาดญี่ปุ่น ขยายตัวร้อยละ 1.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** เช่น เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ยางพารา และไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง **สินค้าสำคัญที่หดตัว** เช่น เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว แผงวงจรไฟฟ้า และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

ตลาดสหภาพยุโรป(27) ขยายตัวร้อยละ 13.8 (ขยายตัวต่อเนื่อง 8 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ **สินค้าสำคัญที่หดตัว** เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และส่วนประกอบ

ตลาดอาเซียน (5) ขยายตัวร้อยละ 4.8 (กลับมาขยายตัวในรอบ 3 เดือน) **สินค้าสำคัญที่ขยายตัว** เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ อากาศยาน ยานอวกาศ และส่วนประกอบ และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ **สินค้าสำคัญที่หดตัว** เช่น เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ น้ำมันสำเร็จรูป และน้ำตาลทราย

ตลาด CLMV ขยายตัวร้อยละ 5.2 (ขยายตัวต่อเนื่อง 13 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องตีพิมพ์ และทองแดงและของทำด้วยทองแดง

ตลาดเอเชียใต้ ขยายตัวร้อยละ 111.5 (ขยายตัวต่อเนื่อง 4 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น ทองแดงและของทำด้วยทองแดง เคมีภัณฑ์ และกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ

ตลาดทวีปออสเตรเลีย หดตัวร้อยละ 26.9 (หดตัวต่อเนื่อง 2 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ น้ำมันสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ยาง

ตลาดตะวันออกกลาง หดตัวร้อยละ 2.1 (ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน) สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางพารา และข้าว สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และไม้และผลิตภัณฑ์ไม้

ตลาดแอฟริกา ขยายตัวร้อยละ 13.9 (ขยายตัวต่อเนื่อง 3 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น ข้าว เครื่องยนต์สันดาปภายใน และรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ตลาดลาตินอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 21.6 (ขยายตัวต่อเนื่อง 10 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ และเครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์พลาสติก

ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศ CIS กลับมาหดตัวร้อยละ 5.7 สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล และอัญมณีและเครื่องประดับ สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่น ๆ และอากาศยานยานอวกาศ และส่วนประกอบ

ตลาดสหราชอาณาจักร ขยายตัวร้อยละ 9.8 (ขยายตัวต่อเนื่อง 7 เดือน) สินค้าสำคัญที่ขยายตัว เช่น ไม้แปรรูป เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ และอัญมณีและเครื่องประดับ สินค้าสำคัญที่หดตัว เช่น เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว และรถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ

แนวโน้มการส่งออกในระยะถัดไป

แนวโน้มการส่งออกในปี 2568 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่าจะมีอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 2-3 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ แนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเติบโตตามการขยายตัวของภาคการผลิต สถานการณ์ความขัดแย้งในยูเครน และตะวันออกกลางที่เริ่มคลี่คลาย ดัชนีราคาอาหารโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นซึ่งสะท้อนความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารที่เพิ่มขึ้น รวมถึงโอกาสการส่งออกไปยังสหรัฐฯ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการทดแทนสินค้านำเข้าจากจีน อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยท้าทายที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด อาทิ สถานการณ์การค้าโลกที่ยังคงตึงเครียด ความเสี่ยงของการเกิดวิกฤตเงินเฟ้อรอบใหม่ในสหรัฐฯ ผลกระทบจากมาตรการจำกัดการส่งออกน้ำมันของรัสเซียที่อาจส่งผลกระทบต่อราคาพลังงานและค่าระวางเรือ ตลอดจนผลกระทบจากมาตรการทางการค้าต่าง ๆ เช่น การปรับขึ้นภาษีศุลกากรของสหรัฐฯ และการทะลักเข้ามาของสินค้าจีน ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจำเป็นต้องรักษาสมดุลทางการค้า กระจายความเสี่ยงด้านตลาด และกำหนดมาตรการที่เหมาะสมเพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดจากสถานการณ์ที่ท้าทาย



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

25 กุมภาพันธ์ 2568