

มูลค่าการส่งออก 22,650 ล้านดอลลาร์สหรัฐ **↑ 10.0% (YoY)** (หักทองคำ **↑ 8.5%**) ขยายตัวต่อเนื่อง 6 เดือน สำหรับมูลค่าส่งออก

ในรูปเงินบาท 784,580 ล้านบาท (ต่ำสุดในรอบ 6 เดือน) ขยายตัว 7.3 หมื่นล้านบาท **↑ 10.2%** (หักทองคำ **↑ 8.8%**) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 การส่งออกเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัว โดยการส่งออกไปคู่ค้าหลักขยายตัวทั้งหมดในเดือนนี้ อย่างไรก็ตามมีข้อกังวลเกี่ยวกับการค้าที่ขาดดุลสูงในรอบ 12 เดือน ซึ่งสูงถึง 1.1 แสน ลบ. ขาดดุลโดยเฉพาะกับจีน

สินค้าส่งออกหลัก	(%YoY)
รถยนต์นั่ง	33,665 ลบ. - 7.4%
หน่วยบันทึกข้อมูล	28,667 ลบ. + 62.4%
อุปกรณ์รับส่งสัญญาณ	28,039 ลบ. + 46.1%

สินค้าส่งออก เพิ่มขึ้น สูงสุด	(%YoY)
เหล็กโครงสร้าง	+ 21,006 ลบ. + 19.5 เท่า
หน่วยบันทึกข้อมูล	+ 11,018 ลบ. + 62.4%
ทองคำ	+ 10,737 ลบ. + 1.9 เท่า

สินค้าส่งออก ลดลง สูงสุด	(%YoY)
มันท่าปะหลัง	- 4,069 ลบ. - 74.8%
เรือสนับสนุนงาน รือถอนท่อนขงส่งก๊าซ	- 3,648 ลบ. ปีนี้ไม่ส่งออก
รถกระบะ	- 3,346 ลบ. - 12.3%

## ประเทศ/กลุ่มประเทศคู่ค้าหลัก

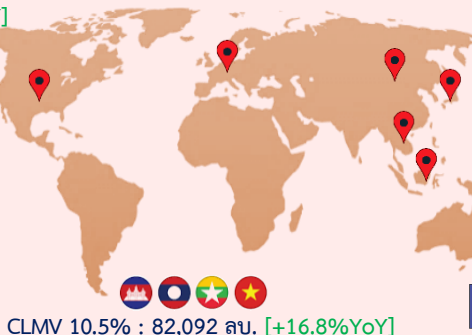
การส่งออกไปประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา กลุ่มอาเซียน 5 กลุ่ม CLMV จีน ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ทั้งในรูปเงินบาทและเงินดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวทั้งหมด

**USA 17.2% : 134,955 ลบ. [+13.9%YoY]**

(ในรูป \$ ขยายตัว 13.7% ต่อเนื่อง 4 เดือน)  
ขยายตัวหลังจากหดตัวในเดือนก่อนจากหน่วยบันทึกข้อมูล อุปกรณ์รับ-ส่งสัญญาณ ยางรถยนต์ กล้องดิจิทัล ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ เพชร ส่วนประกอบยานยนต์ และข้าว

**EU 8.2% : 64,636 ลบ. [+4.7%YoY]**

(ในรูป \$ ขยายตัว 4.5% ครั้งแรกในรอบ 8 เดือน)  
ขยายตัวครั้งแรกในรอบ 8 เดือน โดยเฉพาะการส่งออกไปเยอรมนี (เพิ่มขึ้นกว่า 1.6 พัน ลบ. จากรถกระบะ เครื่องประดับ) เนเธอร์แลนด์ (ขยายตัว 1.0 พัน ลบ. จากอุปกรณ์รับส่ง-สัญญาณ ตัวแปลงกระแสไฟฟ้า) และอิตาลี (ลดลง 536 ลบ. จากรถกระบะ ปลาหมึกแช่แข็ง)



**CLMV 10.5% : 82,092 ลบ. [+16.8%YoY]**

(ในรูป \$ ขยายตัว 16.6% ครั้งแรกในรอบ 15 เดือน)  
ขยายตัวครั้งแรกในรอบ 10 เดือน โดยเฉพาะที่กัมพูชา (+10,180 ลบ.) จากทองคำ สปป.ลาว (+1,955 ลบ.) จากน้ำตาล ทองคำ ขเมที่ เมียนมาร์ หดตัว 15 ลบ. จากรถยนต์นั่ง เครื่องประดับ และเวียดนาม ลดลง 282 ลบ. จากรถยนต์นั่ง และโซลาร์เซลล์

**CHINA 9.9% : 77,417 ลบ. [+2.3%YoY]**

(ในรูป \$ ขยายตัว 2.1% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2)  
ขยายตัวครั้งแรกในรอบ 3 เดือนจากหน่วยบันทึกข้อมูล ไม้ยางพาราแปรรูป ทุเรียนสด รวมถึงโมดูลจอแสดงผล และน้ำมันดิบ ที่ปีก่อนไม่มีส่งออก

**JAPAN 8.5% : 67,054 ลบ. [+1.2%YoY]**

(ในรูป \$ ขยายตัว 1.0% หลังจากหดตัวในเดือนก่อน)  
ขยายตัวครั้งแรกในรอบ 5 เดือนจากผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ส่วนประกอบยานยนต์ กรดทาเรพาทาลิกใช้ทำพลาสติก และกล้องดิจิทัล

**ASEAN 5 16.1% : 126,303 ลบ. [+18.4%YoY]**

(ในรูป \$ ขยายตัว 18.1% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5)  
ขยายตัวต่อเนื่อง 5 เดือน โดยเฉพาะสิ่งประดิษฐ์ขยายตัว 1.6 หมื่น ลบ. จากเหล็กโครงสร้างใช้ในงานอุตสาหกรรมฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้น 2.0 พัน ลบ. จากข้าว อินโดนีเซีย ขยายตัว จากข้าว แป้งมันสำปะหลังมาเลเซียขยายตัวจากแทนทูตเจาะ น้ำมันสำเร็จรูป และบรูไน ส่งออกเพิ่มขึ้น 20 ลบ. จากข้าวเช่นกัน

## Highlights

## สถานการณ์การค้ากับจีน

**ความสำคัญของจีนต่อไทยในแง่ของการค้า** จีนเป็นคู่ค้าอันดับที่ 1 ของไทย ต่อเนื่อง 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ม.57 ถึง ปี พ.ม.66 โดยในปี พ.ม.66 ไทยนำเข้าจากจีนคิดเป็นร้อยละ 24 ของการนำเข้ารวม และส่งออกไปจีนคิดเป็นร้อยละ 12 ของการส่งออกรวม ซึ่งไทยนำเข้ามากกว่าส่งออกไปจีน ทำให้ไทยขาดดุลการค้ากับจีนมาโดยตลอด ขณะที่สำหรับจีน จากข้อมูลศุลกากรจีน ปี 66 พบว่าไทยเป็นคู่ค้าอันดับที่ 14 หากเทียบเฉพาะกับประเทศสมาชิกอาเซียน จะรองจากเวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย<sup>1</sup> หลังจากสงครามการค้า สหรัฐฯ-จีนได้เริ่มต้นขึ้นในปี 61 ทำให้ค่อย ๆ เกิดกระบวนการจัดระเบียบห่วงโซ่อุปทานโลกใหม่ จึงได้พัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้ากับอาเซียนรวมถึงไทย จนกระทั่งปี 63 อาเซียน ได้ขึ้นมาเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของจีนแทนที่สหภาพยุโรป ประกอบกับโครงการ Belt and Road Initiative ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่จีนเริ่มดำเนินการใช้เชื่อมโลกผ่านเส้นทางบกและทางทะเล ทำให้ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและจีนทวีความสำคัญยิ่งขึ้น<sup>2</sup> ทั้งนี้การลงทุนตรงจากต่างชาติในไทย ในปี 66 จีนลงทุนสูงเป็นอันดับ 4 รองจากญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฮ่องกง ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจก่อสร้าง บำรุงรักษา สถานีควบคุมก๊าซธรรมชาติ หลุมขุดเจาะปิโตรเลียม รั้วจำผลิตสินค้า ธุรกิจ e-commerce แพลตฟอร์มซื้อ-ขายสินค้า<sup>3</sup>

**สถานการณ์การค้ากับจีน (โดยเฉพาะการส่งออก)** ในปี พ.ม.62 การส่งออกไปจีนหดตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 4 ปี สูงถึง 7.1% ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความปั่นป่วนจากสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน แต่หลังจากนั้นในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ปี พ.ม.63 - 65 การส่งออกไปจีนขยายตัวได้ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามแม้การส่งออกจะขยายตัว แต่ไทยกลับขาดดุลกับจีนในสัดส่วนที่มากขึ้นเรื่อย ๆ และในปี พ.ม.66 ที่จีนเริ่มเปิดประเทศ ไทยส่งออกไปจีน 1.2 ล้าน ลบ. หดตัว 1.3% ครั้งแรกในรอบ 4 ปี โดยเศรษฐกิจจีนไม่ฟื้นตัวตามคาดหมายจากปัญหาหนี้เสียภาคสังหาริมทรัพย์ที่ลุกลาม รวมถึงขาดปัจจัยหนุนจากการบริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ลดลง ทั้งนี้ไทยขาดดุลกับจีนสูงถึง 1.3 ล้าน ลบ. (ปี พ.ม.65 ขาดดุลกว่า 1.3 ล้าน ลบ. เช่นกัน) ซึ่งสินค้าที่ไทยนำเข้าจากจีนขยายตัวสูง ได้แก่ รถยนต์นั่ง แผ่นซิลิคอนเวเฟอร์ โซลาร์เซลล์ ขณะที่สินค้าไทยส่งออกไปจีนที่ยังขยายตัวได้ดี ได้แก่ ทุเรียนสดและแช่แข็ง น้ำเชื่อม เศษอะลูมิเนียม กระดาษ เนื้อไก่ อย่างไรก็ตามสินค้าหลักที่ไทยส่งออกไปจีนกลับมีทิศทางส่งออกหดตัวสูง ได้แก่ หน่วยบันทึกข้อมูล ยางสังเคราะห์ เม็ดพลาสติก มันท่าปะหลัง ยางธรรมชาติ จะเห็นได้ว่าไทยนำเข้าสินค้ามูลค่าสูง รวมถึงสินค้าประเภททุนจากจีน ขณะที่สินค้าส่งออกไปจีนส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตร สินค้าประมง ซึ่งจีนสามารถหาตลาดทดแทนได้ง่าย ทำให้ไทยขาดดุลการค้ากับจีนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในเดือน ม.ค. 67 ไทยส่งออกไปจีน 7.7 หมื่น ลบ. ขยายตัว 2.3% ครั้งแรกในรอบ 3 เดือน (แต่มูลค่าต่ำสุดในรอบ 12 เดือน) จาก หน่วยบันทึกข้อมูล ไม้ยางพาราแปรรูป ทุเรียนสด รวมถึงโมดูลจอแสดงผล และน้ำมันดิบ ที่ปีก่อนไม่มีส่งออก อย่างไรก็ตาม เดือนนี้ขาดดุลสูงถึง 1.6 แสน ลบ. ซึ่งสูงสุดเป็นประวัติการณ์

- ความท้าทายของการส่งออกไทยไปจีน สำหรับทิศทางการส่งออกไปจีนนับจากนี้ จะเป็นโจทย์ใหญ่สำหรับไทยที่จะต้องคิดหาทางเพิ่มมูลค่าส่งออก เพื่อไม่ให้เสียเปรียบในด้านการแข่งขันทางการค้าจนมีผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทยในภาพรวม เนื่องจากเศรษฐกิจไทยพึ่งพาการค้าขายกับต่างประเทศในระดับสูง ซึ่งมีความท้าทาย ดังนี้
- 1. **การเพิ่มมูลค่าสินค้าส่งออก** ปัจจุบันสินค้าหลักที่ไทยส่งออกไปจีนหดตัวสูง เช่น มันท่าปะหลัง ยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตร ที่จีนนำเข้าเพิ่มขึ้นจากประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น<sup>4</sup> และสามารถทำการปลูกในประเทศได้ ซึ่งแม้สินค้าหลักอื่นจะยังส่งออกขยายตัว (ทุเรียน มังคุด ไม้ยางพารา) แต่ไทยต้องเริ่มปรับตัวสร้างรายได้เปรียบของสินค้าส่งออก โดยสร้างสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มมูลค่าสินค้า (value added) ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่ถูกแทนที่ได้ง่าย ออกสู่ตลาดมากขึ้น
- 2. **ข้อตกลงการค้าเสรี** ทำเพื่อหวังเพิ่มตลาดให้สินค้าไทย ในขณะที่เดียวกันเป็นการเปิดโอกาสให้สินค้าจากจีนและต่างชาติ เข้ามาแข่งขันกับสินค้าในประเทศ อุตสาหกรรมในประเทศต้องปรับตัวขนานใหญ่ ซึ่งรัฐบาลไทยต้องหาข้อได้เปรียบจากความตกลงทางการค้า ทั้งต้องสร้างโอกาส และสนับสนุนผู้ประกอบการให้สินค้าไทยส่งออกได้มากขึ้น