



มูลค่าการส่งออก 29,548 ล้านดอลลาร์สหรัฐ **↑ 17.8% (YoY)** (หักทองคำ **↑ 13.8%**) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 ขณะที่มูลค่าส่งออกในรูปเงินบาท 988,362 ล้านบาท ขยายตัว 91,985 ล้านบาท **↑ 10.3%** (หักทองคำ **↑ 6.5%**) ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ทำให้ภาพรวมดุลการค้าไทยเกินดุลติดต่อกันเป็นเดือนที่ 2.1 หมื่นลบ. เกินดุลสูงสุดกับสหรัฐอเมริกา (+47.1 หมื่นลบ.) ทั้งนี้ ทิศทางการส่งออกไทยยังมีแนวโน้มที่ไม่ชัดเจน จากแนวโน้มนโยบายภาษีตอบโต้ (Reciprocal Tariff) ของสหรัฐฯ และความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงขึ้น

สินค้าส่งออกหลัก (%YoY)	
หน่วยบันทึกข้อมูล	76,750 ลบ. + 66.8%
ทองคำ	48,433 ลบ. + 245.8%
โทรศัพท์	41,700 ลบ. + 50.9%

สินค้าส่งออก เพิ่มขึ้น สูงสุด (%YoY)	
ทองคำ	+ 34,426 ลบ. + 245.8%
หน่วยบันทึกข้อมูล	+ 30,747 ลบ. + 66.8%
โทรศัพท์	+ 14,071 ลบ. + 50.9%

สินค้าส่งออก ลดลง สูงสุด (%YoY)	
เครื่องยนต์เบนซิน	- 5,625 ลบ. - 63.4%
ไดโอด	- 4,983 ลบ. - 35.6%
ข้าว	- 4,903 ลบ. - 28.3%

ประเทศ/กลุ่มประเทศคู่ค้าหลัก

USA 21.0% : 207,885 ลบ. [+25.7%YoY]
(ในรูป \$ ขยายตัว 34.3% ต่อเนื่อง 18 เดือน)

ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 15 จาก โทรศัพท์ และ อุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์ ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ (เพิ่มขึ้นประมาณ 1 เท่า) เครื่องปรับอากาศ เครื่องเพชรพลอยและรูปรพรรณ และ พลาสติก (ส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์)

EU 7.6% : 75,137 ลบ. [-2.7%YoY]
(ในรูป \$ ขยายตัว 4.0% ต่อเนื่อง 10 เดือน)

หดตัวครั้งแรกในรอบ 15 เดือน โดยหดตัวสูงสุดที่ อิตาลี (-888 ลบ.) จากหม้อแปลงไฟฟ้า รถจักรยานยนต์ และ เครื่องปรับอากาศ สเปน (-887 ลบ.) จากเครื่องปรับอากาศ ยางธรรมชาติ และ เครื่องคำนวณ/เครื่องบันทึกขนาดกระเป๋า และ ฝรั่งเศส (-665 ลบ.) จากยางธรรมชาติ พอลิเอทิลีน และ เครื่องปรับอากาศ



CLMV 9.8% : 97,224 ลบ. [+3.0%YoY]
(ในรูป \$ กลับมาขยายตัว 10.1% หลังจากหดตัวเมื่อเดือนที่แล้ว)

กลับมาขยายตัวหลังจากหดตัวเมื่อเดือนก่อน โดยขยายตัวสูงสุดที่ กัมพูชา (+2825 ลบ.) จากสินค้าทองคำ และ พลังงานไฟฟ้า เวียดนาม (+765 ลบ.) จากรถยนต์นั่งและโคจรขี่มีซีวีดี ทั้งนี้ สปป.ลาว (-386 ลบ.) หดตัวจากน้ำตาลและพลังงานไฟฟ้า ในขณะที่ เมียนมา (-371ลบ.) หดตัวจากน้ำมันสำเร็จรูปและน้ำตาล

CHINA 11.6% : 114,225 ลบ. [+14.3%YoY]
(ในรูป \$ ขยายตัว 22.2% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6)

ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 จากคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (ส่งออกสูงสุดเป็นประวัติการณ์) ยางสังเคราะห์และยางธรรมชาติ ส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ (สูงสุดในรอบ 39 เดือน) และ น้ำมันสำเร็จรูป

JAPAN 6.9% : 68,444 ลบ. [-5.0%YoY]
(ในรูป \$ กลับมาขยายตัว 1.5% หลังจากหดตัวในเดือนก่อน)

หดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยหดตัวจากรถยนต์นั่ง เนื้อสัตว์แปรรูป เลนส์ทำด้วยแก้ว รถยกและรถดับเพลิง (ปีนี้ไม่ส่งออก) และ เครื่องสำอาง

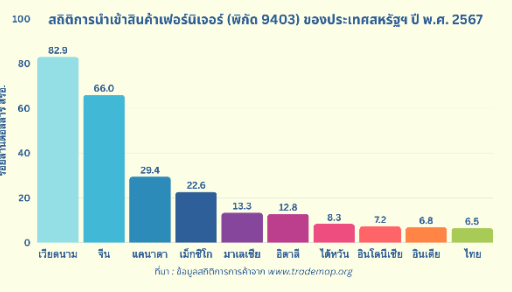
ASEAN 5 11.6% : 114,299 ลบ. [+5.9%YoY]
(ในรูป \$ กลับมาขยายตัว 13.1% หลังจากหดตัวในเดือนก่อน)

กลับมาขยายตัวอีกครั้งหลังจากหดตัวในเดือนก่อน โดยขยายตัวสูงสุดที่ มาเลเซีย (+6,459 ลบ.) จากเครื่องบินโดยสารและเรือ (ทั้งสองรายการปีก่อนไม่มีการส่งออก) ฟิลิปปินส์ (+2,473 ลบ.) จากรถกระบะและรถยนต์นั่ง บรูไน (+1,092 ลบ.) จากเรือสนับสนุนสำรวจผลิตปิโตรเลียมและข้าว (ทั้งสองรายการปีก่อนไม่มีการส่งออก) และอินโดนีเซีย (+71 ลบ.) จากเรือยกและทองคำ (ทั้งสองรายการปีก่อนไม่มีการส่งออก) ทั้งนี้ มีเพียง สิงคโปร์ เท่านั้น ที่หดตัว (-3,758 ลบ.) จากเรือสนับสนุนสำรวจผลิตปิโตรเลียมและเรือยก

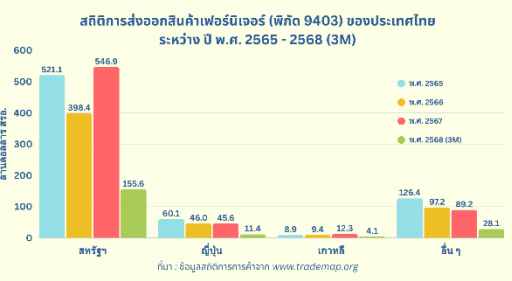
โอกาสเฟอริเจอร์ไทยในสงครามการค้าจีน - สหรัฐฯ

ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อสหรัฐฯ ประกาศจะใช้มาตรการ Reciprocal Tariff กับหลายประเทศทั่วโลก ที่สหรัฐฯ พิจารณาว่า “ทำการค้าไม่เป็นธรรมกับสหรัฐฯ” โดยมีประเทศจีนเป็นเป้าหมายสำคัญ ซึ่งในปี พ.ศ. 2567 จีนมีมูลค่าส่งออกไปยังสหรัฐฯ สูงถึง 524.66 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 14.7 ของการส่งออกทั้งหมดของจีน) ทั้งนี้ การขึ้นภาษีของสหรัฐฯ คาดว่าจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องจักร อุปกรณ์ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ ของเล่น และสิ่งทอ¹

สินค้ากลุ่มเฟอร์นิเจอร์เป็นหนึ่งในสินค้านำเข้าสำคัญของสหรัฐฯ ที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงเป็นลำดับที่ 18 ของการนำเข้ารวม ซึ่งในปี พ.ศ. 2567 มีมูลค่านำเข้าสูงถึง 29.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีเวียดนาม จีน และแคนาดา เป็นคู่ค้าที่มีมูลค่าการค้าสูงสุด 3 ลำดับแรก และมีประเทศไทยเป็นคู่ค้ารายสำคัญลำดับที่ 10 (มูลค่าการค้าราว 6.5 ร้อยล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)² อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของประเทศไทย สหรัฐฯ เป็นตลาดส่งออกสำคัญลำดับที่ 1 ที่มีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 78 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์รวม โดยเป็นสินค้าส่งออกสำคัญลำดับที่ 20 ที่ไทยมีการส่งออกไปยังสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2567 ทั้งนี้ สำหรับช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2568 สินค้าเฟอร์นิเจอร์ขยับขึ้นมาเป็นสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าสูงสุดเป็นลำดับที่ 9 โดยมีมูลค่าส่งออกรวมกว่า 155.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (+47.4%YoY)³



ภาพรวมการส่งออกกลุ่มสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทยไปยังตลาดสหรัฐฯ ปี พ.ศ. 2568 ยังมีทิศทางที่สดใส จากความต้องการบริโภคสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยจากการคาดการณ์ของบริษัทวิจัยตลาด Technavio คาดว่า มูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยของสหรัฐฯ มีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยปีละ 4.4% CAGR (ปี พ.ศ. 2566-2571) ซึ่งจะส่งผลให้ความต้องการซื้อและนำเข้าเฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในสหรัฐฯ เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในผู้ได้รับอานิสงส์จากปัจจัยทางบวกดังกล่าว⁴ อีกทั้งจากการเตรียมประกาศใช้มาตรการ Reciprocal Tariff ของสหรัฐฯ ที่จะมีการประกาศตัวเลขอัตราภาษีอย่างเป็นทางการของแต่ละประเทศในวันที่ 2 เมษายน 2568 ที่อย่างไรก็ดี บรรดาผู้เชี่ยวชาญอย่างจีน แคนาดา และ เม็กซิโก ได้ถูกประกาศขึ้นภาษีนำเข้าเป็นกลุ่มแรกไปก่อนแล้ว (และมีความเป็นไปได้ว่าจะถูกประกาศเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต) หรือกรณีคู่แข่งอันดับ 1 อย่างเวียดนาม ที่มีแนวโน้มจะถูกประกาศตัวเลขที่ชัดเจน แต่จากตัวเลขการเกินดุลการค้าสหรัฐฯ ที่สูงเป็นอันดับที่ 3 ประกอบกับความสัมพันธ์อันดีที่เวียดนามมีต่อจีน คาดการณ์ได้ว่าเวียดนามจะเป็นประเทศที่ถูกสหรัฐฯ



ขึ้นกำแพงภาษีสูงชันกัน ซึ่งอาจเป็น “โอกาส” สำหรับผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทยในการเข้าแทนที่ส่วนแบ่งตลาดของบรรดาประเทศคู่ค้าหลักดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนแบ่งตลาดของจีนที่เป็นเป้าหมายอันดับที่ 1 ของสหรัฐฯ ที่ปัจจุบันเริ่มได้รับผลกระทบแล้ว จากยอดคำสั่งซื้อผู้นำเข้าสหรัฐฯ ที่หยุดชะงักลงหลังจาก ปธน. ทรัมป์ ประกาศขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากจีน⁵

1 สง.สศ. นครแจ้งทู กระทรวงพาณิชย์ ที่มา: <https://www.thansettajki.com>
 2 สถิติข้อมูลการค้าระหว่างประเทศโดย International Trade Center ที่มา: <https://trademap.org>
 3 ข้อมูลแบบจำลองระบบสารสนเทศ กรมศุลกากร
 4 ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS <https://media.settrade.com>
 5 <https://www.cncbc.com>
 6 ธันวาคมนี้ ธีระพงศ์เบญจ