



สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
ELECTRICAL AND ELECTRONICS INSTITUTE

รายงานอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

HALF YEAR REVIEW 2026

January - June 2026



จัดทำโดย

ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

(ELECTRICAL AND ELECTRONICS INTELLIGENCE UNIT: EIU)

แผนกบริหารจัดการข้อมูลอุตสาหกรรม

ฝ่ายยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

EDITORIAL / บทนำ

เมื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมมีหลายทิศทาง

ครึ่งแรกของปี 2026 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีมูลค่าการส่งออก 68,957 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 79,021 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนขนาดของกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่การผลิตโลกอย่างใกล้ชิด แม้ภาพรวมการค้าจะขยายตัวในไตรมาสที่สอง แต่เมื่อพิจารณาลึกลงไปในแต่ละกลุ่มสินค้า กลับพบความแตกต่างทั้งด้านโครงสร้างการผลิต การพึ่งพาชิ้นส่วนจากต่างประเทศ และบทบาทในการสร้างรายได้จากการส่งออก

เครื่องใช้ไฟฟ้ายังคงเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าส่งออกสูงกว่าการนำเข้า ขณะที่อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังมีมูลค่าการค้าทั้งสองด้านใกล้เคียงกัน ส่วนอิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มหลักที่ขับเคลื่อนมูลค่าการค้าของไทย โดยมีความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศในระดับสูง ความแตกต่างเหล่านี้สะท้อนว่าการประเมินอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมองให้ลึกกว่ามูลค่าการค้ารวม และพิจารณาบทบาทของสินค้าแต่ละประเภทควบคู่กัน

รายงานฉบับนี้จึงพาผู้อ่านสำรวจตั้งแต่โครงสร้างการค้าและสินค้าสำคัญ ตำแหน่งการแข่งขันของไทยในตลาดโลก ความสัมพันธ์กับประเทศคู่ค้าหลัก ตลอดจนทิศทางการลงทุนและโอกาสจากการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยมุ่งสะท้อนทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญ เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไปสู่การวางแผนการผลิต การตลาด และการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในช่วงครึ่งปีหลัง

เนื้อหาในฉบับ

ภาพรวมมูลค่าและโครงสร้างการค้า	3-5
เครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าส่งออกสำคัญ	6-7
อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังและตลาดส่งออก	8-9
อิเล็กทรอนิกส์และตำแหน่งไทยในตลาดโลก	10-11
ตลาดส่งออกและโอกาสรายประเทศ	12-20
สินค้านำเข้าและโครงสร้างการค้าสองทิศทาง	21-22
การลงทุน โอกาสดิจิทัล และมุมมองครึ่งปีหลัง	23-25



HALF YEAR REVIEW / บทสรุป

มูลค่าการค้ามีโครงสร้างต่างกัน

อิเล็กทรอนิกส์ขับเคลื่อนมูลค่าการค้า ขณะที่เครื่องใช้ไฟฟ้าและไฟฟ้ากำลังมีฐานตลาดต่างกัน

กลุ่มอุตสาหกรรม	ส่งออก H1 (Mil.USD)	นำเข้า H1 (Mil.USD)	ดุลการค้า (Mil.USD)
เครื่องใช้ไฟฟ้า (ไม่รวมอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง)	11,713	6,058	5,468
อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง	8,789	8,743	234
อิเล็กทรอนิกส์	48,455	64,220	-15,765
รวม	68,957	79,021	-10,064

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยประกอบด้วยกลุ่มสินค้าที่มีบทบาทแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภค อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังที่เชื่อมโยงกับระบบพลังงานและโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่การผลิตเทคโนโลยีโลก ความแตกต่างดังกล่าวสะท้อนผ่านมูลค่าการส่งออกและนำเข้าในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2026 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาโครงสร้างการค้า พบว่า กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า (ไม่รวมอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง) มีมูลค่าส่งออก 11,713 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่ามูลค่านำเข้า 6,058 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังมีมูลค่าส่งออก 8,789 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 8,743 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนให้เห็นว่าทั้งสองกลุ่มมีความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าส่งออกและนำเข้าในรูปแบบที่ต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังที่มีมูลค่าทั้งสองด้านใกล้เคียงกัน ส่วน กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ มีขนาดการค้าสูงที่สุด ด้วยมูลค่าส่งออก 48,455 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 64,220 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนบทบาทของการนำเข้าชิ้นส่วนและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในระบบการค้าและห่วงโซ่อุปทาน แม้ข้อมูลมูลค่าการค้าเพียงอย่างเดียวจะยังไม่สามารถระบุได้ว่าสินค้านำเข้าทั้งหมดถูกนำไปใช้เพื่อการผลิตหรือการบริโภคภายในประเทศในสัดส่วนเท่าใด

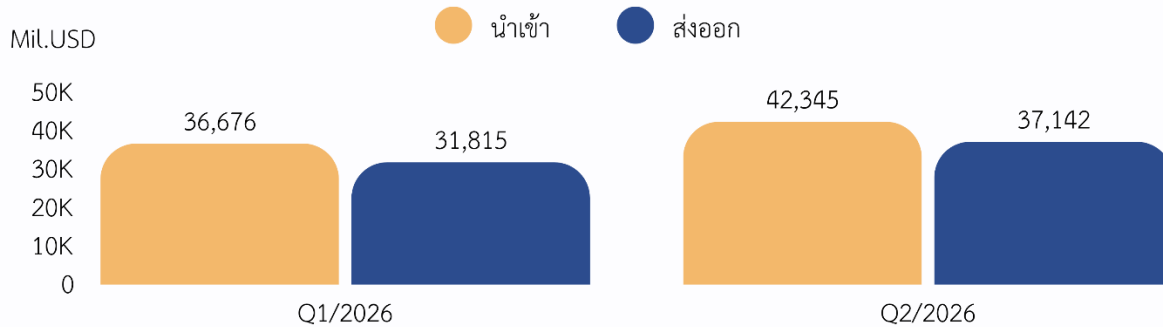
ในภาพรวม อุตสาหกรรมทั้งสามกลุ่มมีมูลค่าส่งออกรวม 68,957 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้ารวม 79,021 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสินค้าอิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญต่อขนาดการค้ารวมของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของมูลค่าส่งออกและนำเข้าไม่อาจใช้ตัดสินความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมแต่ละกลุ่มได้โดยตรง เนื่องจากสินค้าแต่ละประเภทมีโครงสร้างการผลิต การพึ่งพาวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากต่างประเทศ รวมถึงตลาดปลายทางที่แตกต่างกัน

โครงสร้างการค้าเหล่านี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการทำความเข้าใจอุตสาหกรรมไทย ก่อนพิจารณาว่าในช่วงหกเดือนแรกของปี 2026 การส่งออกและนำเข้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และกลุ่มสินค้าใดมีบทบาทขับเคลื่อนการขยายตัวของมูลค่าการค้ารวม

VALUE / มูลค่าภาพรวม

การค้าหกเดือนมีขนาดใหญ่ขึ้น

มูลค่าส่งออก 68,957 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 79,021 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



การค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีมูลค่ารวม 147,978 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็นการส่งออก 68,957 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้า 79,021 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมูลค่าการค้าขยายตัวต่อเนื่องจากไตรมาสแรกสู่ไตรมาสที่สอง สะท้อนถึงกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศที่มีขนาดใหญ่ขึ้นทั้งในด้านการจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศและการนำเข้าสินค้าเพื่อรองรับความต้องการภายในประเทศและภาคการผลิต

เมื่อพิจารณารายไตรมาส พบว่า มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 31,815 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสแรก เป็น 37,142 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสที่สอง หรือขยายตัวร้อยละ 16.7 ขณะที่มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 36,676 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 42,345 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวร้อยละ 15.5 แสดงให้เห็นว่าทั้งการส่งออกและนำเข้าต่างมีทิศทางเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของมูลค่าการค้าทั้งสองด้านยังไม่สามารถสะท้อนถึงการเติบโตของการผลิตภายในประเทศได้ทั้งหมด เนื่องจากสินค้าแต่ละกลุ่มมีระดับการพึ่งพาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน และสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศแตกต่างกัน

แม้มูลค่าการค้าโดยรวมจะเพิ่มขึ้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างการส่งออกและนำเข้าของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด ความแตกต่างดังกล่าวจึงนำไปสู่การพิจารณาโครงสร้างดุลการค้า ซึ่งช่วยสะท้อนบทบาทของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง และอิเล็กทรอนิกส์ของไทยในห่วงโซ่อุปทานโลกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

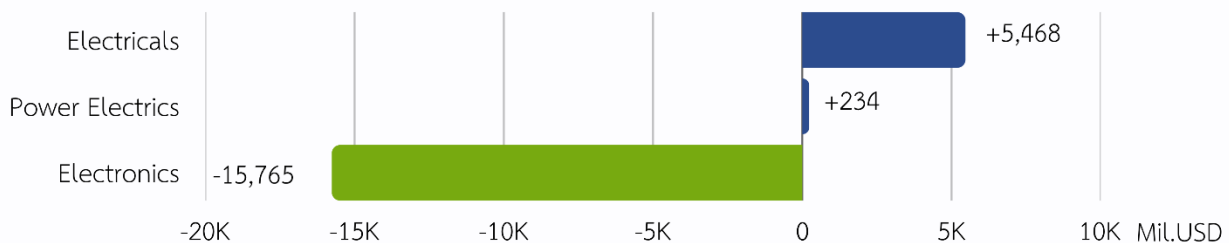
IMPORT MARKETS / แหล่งนำเข้า

ดุลการค้าต่างกันตามบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน

กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์มีการนำเข้าสูง เครื่องใช้ไฟฟ้าเกินดุล และไฟฟ้ากำลังเกือบสมดุล

อุตสาหกรรม	สัดส่วนส่งออก	สัดส่วนนำเข้า	นำเข้าต่อส่งออก
เครื่องใช้ไฟฟ้า	16.99%	7.67%	51.72%
ไฟฟ้ากำลัง	12.75%	11.06%	99.47%
อิเล็กทรอนิกส์	70.26%	81.27%	132.54%

ดุลการค้าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ข้อมูลครึ่งปี 2026



แม้มูลค่าการค้าของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยจะขยายตัวในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 แต่เมื่อพิจารณาโครงสร้างการส่งออกและนำเข้า พบว่าแต่ละกลุ่มสินค้ามีลักษณะการค้าที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดย กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า (ไม่รวมอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง) มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 16.99 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด ขณะที่สัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 7.67 สะท้อนถึงบทบาทของไทยในการผลิตสินค้าเพื่อส่งออก ส่วน กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง มีสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 12.75 และนำเข้าร้อยละ 11.06 ซึ่งอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน แสดงถึงการมีบทบาททั้งด้านการผลิตเพื่อจำหน่ายต่างประเทศและการนำเข้าสินค้าเพื่อรองรับความต้องการในประเทศ

ในทางกลับกัน กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ มีบทบาทสูงที่สุดในโครงสร้างการค้า โดยครองสัดส่วนการส่งออกถึงร้อยละ 70.26 และการนำเข้าร้อยละ 81.27 ของมูลค่าการค้าแต่ละด้าน ขณะที่มูลค่าการนำเข้าคิดเป็นร้อยละ 132.54 ของมูลค่าการส่งออก สะท้อนความเชื่อมโยงอย่างมากกับห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมทั้งการนำเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับกระบวนการผลิต ตลอดจนสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม มูลค่าการนำเข้าที่สูงกว่าการส่งออกไม่ได้สะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงโดยตรง เนื่องจากยังต้องพิจารณาโครงสร้างสินค้า มูลค่าเพิ่มในการผลิต และการใช้สินค้านำเข้าในกิจกรรมทางเศรษฐกิจประกอบกัน

ความแตกต่างของดุลการค้าจึงเป็นภาพสะท้อนรูปแบบการผลิตและความเชื่อมโยงกับตลาดโลก มากกว่าจะใช้ตัดสินความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมจากตัวเลขเพียงด้านเดียว โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงกว่าการนำเข้าอย่างต่อเนื่องในภาพรวมครึ่งปี ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะนำไปสู่การพิจารณาศักยภาพการผลิตและการส่งออกของไทยในส่วนถัดไป

Electricals / เครื่องใช้ไฟฟ้า

เครื่องใช้ไฟฟ้ายังคงเป็นสินค้าที่มีตัวเลขทางการค้าเกินดุล

*ไม่รวมอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง ส่งออกครึ่งปีประมาณ 11,713 ล้านดอลลาร์



ตัวชี้วัดมูลค่า	Q1 2026	%YoY	Q2 2026	%YoY	H1 2026	%YoY
ส่งออก (Mil.USD)	6,108	7.21	5,605	5.26	11,713	6.26
นำเข้า (Mil.USD)	3,095	16.92	3,150	19.44	6,245	18.18
ดุลการค้า (Mil.USD)	3,013	-1.18	2,455	-1.75	5,468	-1.44

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

เมื่อพิจารณาลึกลงไปในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า (ไม่รวมอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง) พบว่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 ไทยมีมูลค่าการส่งออก 11,713 ล้านดอลลาร์ ขยายตัวร้อยละ 6.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 6,245 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.18 ส่งผลให้ไทยยังคงมีมูลค่าการส่งออก สูงกว่าการนำเข้าอยู่ที่ 5,468 ล้านดอลลาร์ แม้ว่าส่วนต่างดังกล่าวจะลดลงร้อยละ 1.44 จากปีก่อน สะท้อนว่ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้ายังคงมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้จากตลาดต่างประเทศ แต่เริ่มเผชิญความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการค้าที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด

เมื่อพิจารณารายไตรมาส พบว่าการส่งออกในไตรมาสแรกมีมูลค่า 6,108 ล้านดอลลาร์ ขยายตัวร้อยละ 7.21 จากปีก่อน ก่อนปรับลดลงเหลือ 5,605 ล้านดอลลาร์ในไตรมาสที่สอง แม้ยังขยายตัวร้อยละ 5.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 3,095 ล้านดอลลาร์ในไตรมาสแรก เป็น 3,150 ล้านดอลลาร์ในไตรมาสที่สอง โดยขยายตัวจากปีก่อนร้อยละ 16.92 และ 19.44 ตามลำดับ ส่งผลให้ส่วนต่างระหว่างการส่งออกและนำเข้าลดลงจาก 3,013 ล้านดอลลาร์ในไตรมาสแรก เหลือ 2,455 ล้านดอลลาร์ในไตรมาสที่สอง ภาพดังกล่าวสะท้อนว่าการส่งออกยังเติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่แรงขยายตัวของการนำเข้ามีมากกว่า และการส่งออกในไตรมาสที่สองเริ่มชะลอตัวจากไตรมาสก่อนหน้า

อย่างไรก็ตาม ภายใต้ภาพรวมของกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการส่งออกสูงกว่าการนำเข้า สินค้าแต่ละประเภทมีบทบาทต่อรายได้จากต่างประเทศแตกต่างกัน โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกสำคัญของไทย และมีสัดส่วนประมาณหนึ่งในสี่ของมูลค่าการส่งออกในกลุ่มนี้ จึงเป็นสินค้าที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม ทั้งด้านมูลค่าการส่งออก การเปลี่ยนแปลงของตลาด และปัจจัยที่อาจส่งผลต่อทิศทางการค้าในระยะต่อไป

ELECTRICAL PRODUCTS/ สินค้าที่สร้างรายได้

เครื่องปรับอากาศมีสัดส่วนราว 1 ใน 4 ของการส่งออกในกลุ่มนี้

รายละเอียดสินค้าข้อมูล 6 เดือนของปี 2026 ที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 10 อันดับแรก

สินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า	มูลค่าส่งออก (Mil.USD)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%YoY)	สัดส่วนในกลุ่ม
เครื่องปรับอากาศ	3,673	-2.48	31%
กล้องถ่ายบันทึกภาพและส่วนประกอบ	1,569	7.09	13%
ตู้เย็น	955	3.89	8%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับป้องกันวงจรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	730	45.47	6%
ส่วนประกอบเครื่องปรับอากาศ	675	13.26	6%
เครื่องซักผ้า	622	-6.6	6%
ลำโพง ไมโครโฟน เครื่องขยายเสียง หูฟัง และส่วนประกอบ	507	28.88	4%
มอเตอร์ไฟฟ้า	493	4.44	4%
เครื่องคอมพิวเตอร์ของเครื่องทำความเย็น	477	8.15	4%
ส่วนประกอบของเครื่องส่ง/เครื่องรับวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์	334	41.02	3%

เมื่อพิจารณาสินค้าส่งออกสำคัญในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า เครื่องปรับอากาศยังคงเป็นสินค้าหลักที่สร้างรายได้จากตลาดต่างประเทศ โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีมูลค่าส่งออก 3,673 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 31 ของการส่งออกในกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า แม้มูลค่าจะลดลงร้อยละ 2.48 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่สินค้าส่งออกอันดับรองลงมา ได้แก่ กล้องสายบังคับการและส่วนประกอบ มูลค่า 1,569 ล้านดอลลาร์ ขยายตัวร้อยละ 7.09 และตู้เย็น มูลค่า 955 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.89 สะท้อนว่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้ายังมีสินค้าหลายประเภทช่วยสนับสนุนรายได้จากต่างประเทศ

นอกจากนี้ สินค้าบางประเภทยังขยายตัวได้อย่างโดดเด่น โดยเฉพาะเครื่องอุปกรณ์สำหรับป้องกันวงจรไฟฟ้าและส่วนประกอบ ซึ่งเติบโตร้อยละ 45.47 ส่วนประกอบเครื่องปรับอากาศขยายตัวร้อยละ 13.26 และส่วนประกอบเครื่องส่ง เครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 41.02 ขณะที่เครื่องซักผ้าหดตัวร้อยละ 6.60 ภาพดังกล่าวสะท้อนว่า แม้เครื่องปรับอากาศยังเป็นสินค้าหลัก แต่การเติบโตของการส่งออกเริ่มมีแรงสนับสนุนจากสินค้าและชิ้นส่วนประเภทอื่น ซึ่งมีทิศทางแตกต่างกันตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาต่อไปยังกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง จะพบโครงสร้างการค้าที่ต่างออกไป โดยมีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

POWER ELETRICS EQUIPMENT / อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง

ไฟฟ้ากำลังมีส่งออกและนำเข้าใกล้เคียงกัน

ส่งออกครึ่งปี 2026 ประมาณ 8,789 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นำเข้า 8,556 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ตัวชี้วัดมูลค่า	Q1 2026	%YoY	Q2 2026	%YoY	H1 2026	%YoY
ส่งออก (Mil.USD)	4,334	31.89	4,456	26.37	8,789	29.03
นำเข้า (Mil.USD)	3,939	50.31	4,617	50.29	8,556	50.30
ดุลการค้า (Mil.USD)	395	-40.99	-161	176.24	234	-95.84

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

สินค้าในกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังแตกต่างจากกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงกว่าการนำเข้า โดยกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังของไทยมีโครงสร้างการค้าที่ทั้งสองด้านอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีมูลค่าการส่งออก 8,789 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 29.03 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 8,556 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50.30 สะท้อนการขยายตัวของกิจกรรมการค้าทั้งสองด้าน โดยเฉพาะการนำเข้าที่เติบโตในอัตราสูงกว่าการส่งออก ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับความต้องการอุปกรณ์และส่วนประกอบสำหรับการผลิต รวมถึงการลงทุนด้านระบบไฟฟ้าและโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ

เมื่อพิจารณารายไตรมาส พบว่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 4,334 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสแรก เป็น 4,456 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสที่สอง ขณะที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 3,939 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 4,617 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้ส่วนต่างทางการค้าเปลี่ยนจากการส่งออกสูงกว่าการนำเข้า 395 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสแรก มาเป็นการนำเข้าสูงกว่าการส่งออก 161 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสที่สอง ภาพดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าแม้การส่งออกยังเติบโต แต่ความต้องการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ไม่จำเป็นต้องสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง เนื่องจากสินค้าไฟฟ้ากำลังมีบทบาททั้งในภาคการผลิตและการลงทุน สำหรับด้านตลาดต่างประเทศ สหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในตลาดสำคัญที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อให้เห็นว่าความต้องการจากตลาดหลักมีส่วนสนับสนุนการส่งออกอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังของไทยอย่างไร

POWER ELETRICS EQUIPMENT / อุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักที่ไทยส่งออกสินค้ากลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง

มูลค่าส่งออกไปยังสหรัฐฯประมาณ 3,975 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 45.22% ของการส่งออกในกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง

สินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง	มูลค่าส่งออก (Mil.USD)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%YoY)	สัดส่วนในกลุ่ม
เครื่องเปลี่ยนไฟฟ้า	4,249	46.82	48%
แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	2,787	14.81	32%
โซลาร์เซลล์	1,029	-1.38	12%
สายไฟฟ้า ชุดสายไฟ	981	36.87	11%
หม้อสะสมไฟฟ้า	672	142.29	8%
อินเวอร์เตอร์	492	-8.06	6%
ลวดไฟฟ้าสำหรับพัน (ไวน์ดิงวายร์)	351	45.45	4%
เครื่องกำเนิดไฟฟ้า	288	41.47	3%
ฉนวนไฟฟ้า	217	12.36	2%
ตัวเหนี่ยวนำ	166	28.41	2%

การส่งออกอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังของไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ โดยมีมูลค่าส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวประมาณ 3,975 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 45.22 ของการส่งออกในกลุ่มนี้ สะท้อนถึงความสำคัญของตลาดสหรัฐอเมริกาต่อผู้ประกอบการไทย ขณะที่เมื่อพิจารณาผลลัพธ์พบว่า เครื่องเปลี่ยนไฟฟ้าเป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่ง ด้วยมูลค่า 4,249 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 48 ของการส่งออกในกลุ่ม และขยายตัวร้อยละ 46.82 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน รองลงมาคือแผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า มูลค่า 2,787 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.81 และโซลาร์เซลล์มูลค่า 1,029 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งลดลงร้อยละ 1.38

นอกจากนี้ สินค้าที่มีการเติบโตโดดเด่น ได้แก่ หม้อสะสมไฟฟ้า ซึ่งขยายตัวร้อยละ 142.29 สายไฟฟ้าและชุดสายไฟเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.87 และเครื่องกำเนิดไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.47 สะท้อนโอกาสทางการค้าของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับระบบไฟฟ้าและการจัดการพลังงาน อย่างไรก็ตาม สินค้าบางประเภท เช่น อินเวอร์เตอร์หดตัวร้อยละ 8.06 แสดงให้เห็นว่าการขยายตัวไม่ได้เกิดขึ้นอย่างทั่วถึงในทุกผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ การพึ่งพาทลาดสหรัฐอเมริกาในสัดส่วนสูงทำให้ผู้ประกอบการควรติดตามทิศทางความต้องการและมาตรการทางการค้าของตลาดดังกล่าวอย่างใกล้ชิด ขณะที่ภาพรวมการค้าของไทยยังมีอีกหนึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงกว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังอย่างชัดเจน นั่นคือ กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อโครงสร้างการค้าของประเทศและห่วงโซ่อุปทานโลก

อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มหลักของมูลค่าการค้าไทย

ส่งออกครึ่งปีประมาณ 48,455 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นำเข้า 64,220 ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ตัวชี้วัดมูลค่า	Q1 2026	%YoY	Q2 2026	%YoY	H1 2026	%YoY
ส่งออก (Mil.USD)	21,374	50.19	27,081	49.50	48,455	49.80
นำเข้า (Mil.USD)	29,642	89.54	34,578	76.73	64,220	82.45
ดุลการค้า (Mil.USD)	-8,268	-490.96	-7,497	416.81	-15,765	453.21

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

เมื่อพิจารณากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมสำคัญที่เชื่อมโยงไทยเข้ากับห่วงโซ่อุปทานโลก พบว่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 48,455 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 49.80 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของมูลค่าส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 64,220 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 82.45 สะท้อนถึงการขยายตัวของกิจกรรมการค้าทั้งสองด้าน โดยเฉพาะการนำเข้าที่เติบโตเร็วกว่าการส่งออก ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับความต้องการชิ้นส่วน อุปกรณ์ และสินค้าสำหรับรองรับกิจกรรมการผลิตและการลงทุนภายในประเทศ

เมื่อพิจารณารายไตรมาส พบว่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 21,374 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสแรก เป็น 27,081 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสที่สอง ขณะที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นจาก 29,642 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 34,578 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้ส่วนต่างระหว่างมูลค่าการนำเข้าและส่งออกลดลงจาก 8,268 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสแรก เหลือ 7,497 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาสที่สอง แม้การนำเข้ายังคงมีมูลค่าสูงกว่า แต่การส่งออกที่เพิ่มขึ้นเร็วกว่าในช่วงไตรมาสที่สองสะท้อนถึงการขยายตัวของรายได้จากตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ มูลค่าการนำเข้าที่สูงไม่ได้หมายถึงความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงโดยตรง เนื่องจากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีการผลิตที่เชื่อมโยงหลายประเทศ และต้องอาศัยการนำเข้าชิ้นส่วนเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตและส่งออก อย่างไรก็ตาม การเติบโตของมูลค่าการค้าเพียงอย่างเดียวยังไม่สามารถสะท้อนสถานะการแข่งขันของไทยในตลาดโลกได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องพิจารณาส่วนแบ่งการค้าโลกควบคู่กัน เพื่อประเมินทั้งโอกาสในการขยายตลาดและแรงกดดันจากการแข่งขันระหว่างประเทศ

WORLD POSITION / ตำแหน่งไทย

ส่วนแบ่งโลกแสดงทั้งโอกาสและการแข่งขัน

รายละเอียดอันดับและมูลค่าโลกข้อมูลสะสม 6 เดือนของปี 2026

กลุ่มสินค้า	ส่งออกโลก (Mil.USD)	%YoY	ส่งออกไทย (Mil.USD)	%YoY	ส่วนแบ่งไทย (Mil.USD)	อันดับไทย
เครื่องใช้ไฟฟ้า	486,797	-2.06	11,713	6.26	2.74%	9
ไฟฟ้ากำลัง	417,820	10.91	8,789	29.03	1.78%	11
อิเล็กทรอนิกส์	2,603,038	51.31	48,455	49.80	1.82%	11

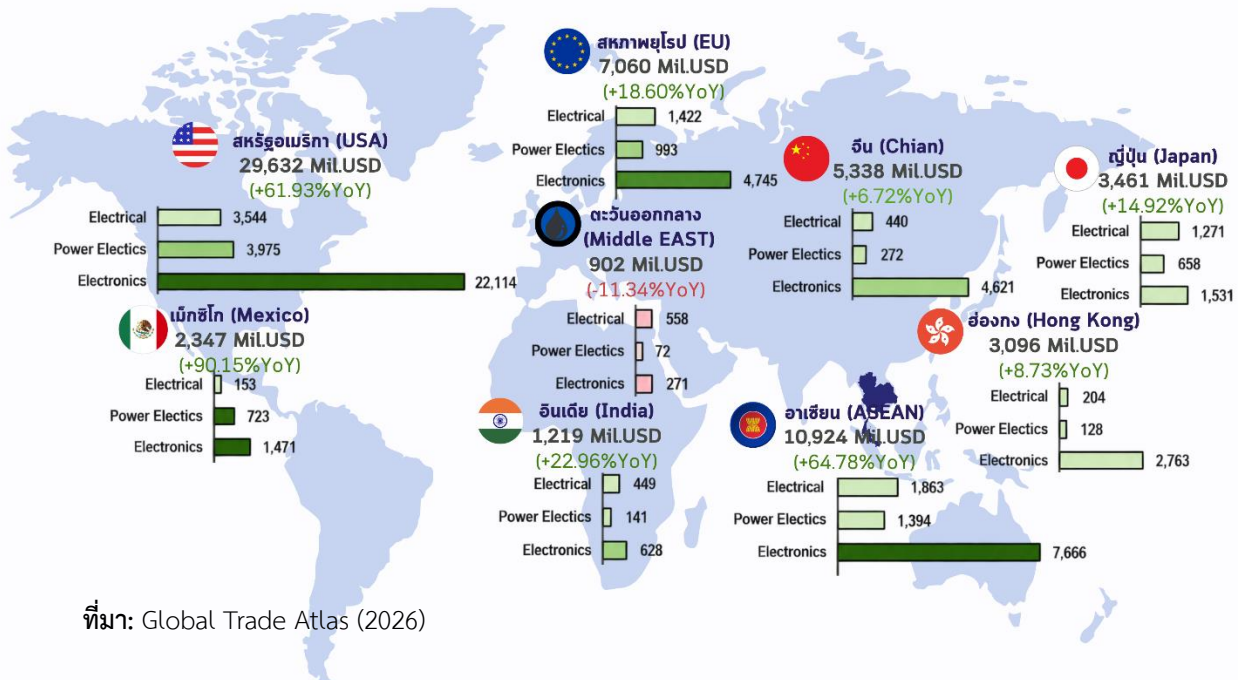
การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 สะท้อนโอกาสในการแข่งขันที่แตกต่างกันเมื่อเทียบกับตลาดโลก โดยกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้ามีมูลค่าส่งออกโลก 486,797 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 2.06 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ไทยส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.26 คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดโลกร้อยละ 2.74 และอยู่ในอันดับที่ 9 ของโลก สะท้อนว่าไทยยังสามารถขยายการส่งออกได้ท่ามกลางตลาดโลกที่หดตัว ส่วนกลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังมีมูลค่าส่งออกโลก 417,820 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 10.91 ขณะที่ไทยเติบโตสูงถึงร้อยละ 29.03 มีส่วนแบ่งตลาดโลกร้อยละ 1.78 และอยู่ในอันดับที่ 11 แสดงถึงโอกาสในการขยายบทบาทของไทยในตลาดสินค้าที่เกี่ยวข้องกับระบบไฟฟ้าและพลังงาน

สำหรับกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีมูลค่าการค้าสูงที่สุดของไทย พบว่าตลาดโลกมีมูลค่าส่งออก 2,603,038 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 51.31 ขณะที่ไทยส่งออก 48,455 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.80 มีส่วนแบ่งตลาดโลกร้อยละ 1.82 และอยู่ในอันดับที่ 11 ของโลก แม้การส่งออกไทยจะเติบโตอย่างมาก แต่อัตราการขยายตัวยังต่ำกว่าตลาดโลกเล็กน้อย สะท้อนถึงการแข่งขันที่เข้มข้นในอุตสาหกรรมที่มีห่วงโซ่การผลิตเชื่อมโยงหลายประเทศ ทั้งนี้ การรักษาและขยายส่วนแบ่งตลาดโลกของไทยไม่เพียงขึ้นอยู่กับการเติบโตของมูลค่าส่งออก แต่ยังเกี่ยวข้องกับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดส่งออกสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย และจะเป็นประเด็นที่พิจารณาในส่วนถัดไป

EXPORT DESTINATIONS/ ตลาดปลายทาง

สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกหลักของอุตสาหกรรม E&E

ประเทศ เขตเศรษฐกิจ และกลุ่มประเทศที่มีข้อมูลส่งออกครั้งปีในแหล่งต้นทาง



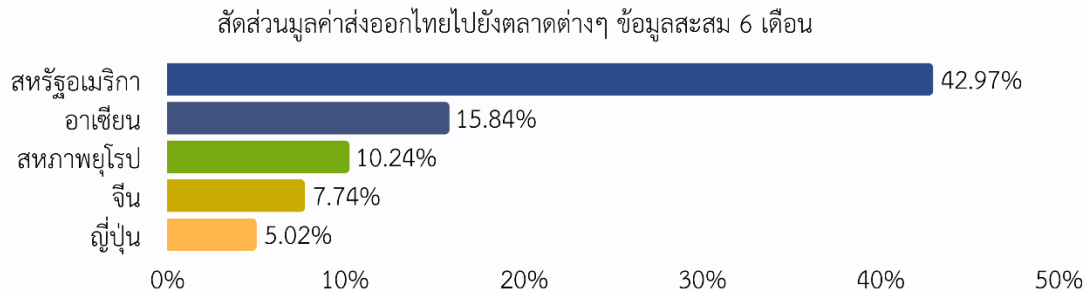
เมื่อพิจารณาตลาดปลายทางของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 พบว่า สหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดส่งออกสำคัญที่สุด ด้วยมูลค่า 29,632 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 61.93 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 43 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมด โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ 22,114 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือเครื่องใช้ไฟฟ้า 3,544 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลัง 3,975 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนว่าตลาดสหรัฐอเมริกามีบทบาทสำคัญต่อการส่งออกของไทยในหลายกลุ่มสินค้า โดยเฉพาะอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่าสูงที่สุด

ขณะเดียวกัน ตลาดเอเชียยังเป็นฐานการค้าที่สำคัญ โดยอาเซียนมีมูลค่าส่งออก 10,924 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 64.78 รองลงมาคือจีน 5,338 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.72 และญี่ปุ่น 3,461 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.92 ขณะที่สหภาพยุโรปมีมูลค่า 7,060 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 18.60 นอกจากนี้ ตลาดที่มีอัตราการเติบโตโดดเด่น ได้แก่ อินเดีย ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.96 และตะวันออกกลางที่ขยายตัวร้อยละ 11.34 สะท้อนให้เห็นว่าการส่งออกของไทยไม่ได้พึ่งพาทลาดใดตลาดหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่มีความเชื่อมโยงกับความต้องการในหลายภูมิภาค อย่างไรก็ตาม การที่สหรัฐอเมริกามีสัดส่วนสูงในโครงสร้างการส่งออก ทำให้ทิศทางเศรษฐกิจ ความต้องการสินค้า และมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้ารายใหญ่มีความสำคัญต่อรายได้ของผู้ประกอบการไทย ซึ่งนำไปสู่การพิจารณาทั้งโอกาสและความเสี่ยงจากการพึ่งพาทลาดหลักในส่วนถัดไป

EXPORT DESTINATIONS/ ตลาดปลายทาง

ตลาดใหญ่สร้างรายได้และกำหนดความเสี่ยง

การส่งออกไทยพึ่งพาทลาดหลักในสัดส่วนสูง ขณะที่การกระจายตลาดมีความสำคัญต่อเสถียรภาพการค้าในระยะยาว



ภายใต้การขยายตัวของการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 โครงสร้างตลาดปลายทางสะท้อนให้เห็นว่า รายได้จากการส่งออกมีการกระจุกตัวอยู่ในประเทศคู่ค้ารายใหญ่ค่อนข้างสูง โดยสหรัฐอเมริการองสัดส่วนร้อยละ 42.97 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด หรือประมาณ 29,632 ล้านบาทสหรัฐ รองลงมาคืออาเซียนร้อยละ 15.84 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 10,924 ล้านบาทสหรัฐ และสหภาพยุโรปร้อยละ 10.24 หรือประมาณ 7,060 ล้านบาทสหรัฐ ขณะที่จีนและญี่ปุ่นมีสัดส่วนร้อยละ 7.74 และ 5.02 ตามลำดับ เมื่อรวมตลาดทั้งห้าแห่ง พบว่ามีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 81.81 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าทิศทางเศรษฐกิจและความต้องการสินค้าของประเทศคู่ค้าหลักมีความสำคัญอย่างมากต่อรายได้ของผู้ประกอบการไทย

การพึ่งพาทลาดสหรัฐอเมริกาในสัดส่วนเกือบครึ่งหนึ่งของการส่งออก นับเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงในเวลาเดียวกัน เนื่องจากตลาดขนาดใหญ่สามารถรองรับคำสั่งซื้อและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่หากเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาส่อตัว ความต้องการสินค้าเปลี่ยนแปลง หรือมีการปรับมาตรการภาษีนำเข้าและกฎระเบียบทางการค้า ก็อาจส่งผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทยได้ในวงกว้าง โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักอยู่ในตลาดเดียว ทั้งนี้ ความเสี่ยงไม่ได้ขึ้นอยู่กับสัดส่วนการส่งออกเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับประเภทสินค้า ความสามารถในการปรับตัวตลาด และความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานระหว่างประเทศด้วย

ในอีกด้านหนึ่ง อาเซียนและสหภาพยุโรปมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันร้อยละ 26.08 ขณะที่จีนและญี่ปุ่นยังเป็นตลาดสำคัญในภูมิภาคเอเชีย สะท้อนว่าไทยมีฐานลูกค้ากระจายอยู่ในหลายภูมิภาค ซึ่งเป็นโอกาสในการลดการพึ่งพาทลาดใดตลาดหนึ่งในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การกระจายตลาดจำเป็นต้องพิจารณาความต้องการสินค้า เจือ้นไขทางการค้า และความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการควบคู่กันไป โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาว่า รายได้จากตลาดสหรัฐอเมริกาส่งผลให้ไทยกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ การทำความเข้าใจโครงสร้างสินค้าส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการประเมินทั้งโอกาสทางการค้าและความเสี่ยงของอุตสาหกรรมไทยในระยะต่อไป

UNITED STATES / สหรัฐอเมริกา

รายได้จากสหรัฐอเมริกาของไทยส่วนใหญ่มาจากสินค้าในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์

ส่งออกครั้งแรก 29,632 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 61.93 จากช่วงเดียวกันปี 2025

สินค้าส่งออกปสหรัฐ	มูลค่า (Mil.USD)	YoY
เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และ อุปกรณ์เครือข่าย	9,481	116.15%
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์	7,695	80.56%
เครื่องคอมพิวเตอร์	2,506	60.99%
เครื่องเปลี่ยนไฟฟ้า	1,026	-1.93%
เครื่องปรับอากาศ	1,020	30.55%
แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	779	32.15%
โซลาร์เซลล์	732	2.88%
กล้องถ่ายภาพบันทึกภาพและส่วนประกอบ	532	-10.19%
ตู้เย็น	483	42.73%
มอนิเตอร์	462	64.27%

เมื่อพิจารณาโครงสร้างสินค้าที่ไทยส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา พบว่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีมูลค่าส่งออกรวม 29,632 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 61.93 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นแหล่งรายได้สำคัญที่สุด โดยเฉพาะเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และอุปกรณ์เครือข่าย มีมูลค่าส่งออก 9,481 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 116.15 รองลงมาคือส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ มูลค่า 7,695 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 80.56 และเครื่องคอมพิวเตอร์ มูลค่า 2,506 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.99 โดยสินค้าทั้งสามรายการรวมกันมีมูลค่า 19,682 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 66.42 ของการส่งออกปสหรัฐอเมริกาทั้งหมด สะท้อนความสำคัญของสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องต่อรายได้จากตลาดดังกล่าว

ขณะเดียวกัน กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังและเครื่องใช้ไฟฟ้ายังคงมีบทบาทสนับสนุน โดยเครื่องเปลี่ยนไฟฟ้ามีมูลค่าส่งออก 1,026 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 1.93 ขณะที่เครื่องปรับอากาศมีมูลค่า 1,020 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.55 แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้าขยายตัวร้อยละ 32.15 และมอนิเตอร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 64.27 อย่างไรก็ตาม กล่องสายบังคับการและส่วนประกอบหดตัวร้อยละ 10.19 แสดงให้เห็นว่าสินค้าแต่ละประเภทมีทิศทางแตกต่างกัน การเติบโตของตลาดสหรัฐอเมริกาจึงสร้างโอกาสทางรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการไทย แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้การส่งออกมีความอ่อนไหวต่อความต้องการสินค้าเทคโนโลยีและนโยบายการค้าของสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ นอกเหนือจากบทบาทของสหรัฐอเมริกาในฐานะตลาดส่งออกหลักแล้ว จีนยังเป็นอีกประเทศที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไทยทั้งในฐานะตลาดรองรับสินค้าและแหล่งนำเข้าชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับการผลิต ซึ่งสะท้อนความเชื่อมโยงทางการค้าระหว่างสองประเทศในอีกมิติหนึ่ง

CHINA / จีน

จีนเป็นทั้งลูกค้าและแหล่งนำเข้าขนาดใหญ่ของไทย

ส่งออกครึ่งปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 5,338 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 28,014 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	นำเข้า (Mil.USD)	%YoY	ส่งออก (Mil.USD)	%YoY
ส่วนประกอบของเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ และอุปกรณ์เครือข่าย	5,596	240.16%	375	1088.22%
วงจรรวม	2,695	50.37%	620	47.50%
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์	1,788	74.39%	2,611	-21.67%
เครื่องโทรศัพท์ และอุปกรณ์	1,673	20.77%	0.52	-97.13%
วงจรมินิพี	1,519	127.79%	339	149.04%
เครื่องคอมพิวเตอร์	1,167	37.60%	45	306.87%
แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	1,088	76.30%	103	14.43%
สายไฟฟ้า ชุดสายไฟ	650	69.69%	7.55	23.37%
หม้อสะสมไฟฟ้า	644	57.23%	8.74	196.27%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ และอุปกรณ์เครือข่าย	628	96.34%	76	112.99%

จีนมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรม E&E ไทย โดยเฉพาะในฐานะแหล่งจัดหาชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับการผลิต ในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 ไทยมีมูลค่านำเข้าจากจีนสูงถึง 28,014 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ส่งออกไปจีน 5,338 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนความเชื่อมโยงทางการค้าที่มีลักษณะแตกต่างจากตลาดสหรัฐอเมริกา โดยการนำเข้าจากจีนมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมการผลิตและความต้องการสินค้าในประเทศ

เมื่อพิจารณารายผลิตภัณฑ์ พบว่า สินค้านำเข้าสำคัญส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และระบบไฟฟ้า โดยเฉพาะส่วนประกอบของเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และอุปกรณ์เครือข่าย มีมูลค่านำเข้า 5,596 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 240.16 รองลงมาคือวงจรรวม 2,695 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.37 และส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ 1,788 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 74.39 ขณะที่ด้านการส่งออก ส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์มีมูลค่าสูงถึง 2,611 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แม้อัตราลดลงร้อยละ 21.67 จากปีก่อน ส่วนวงจรรวมและวงจรมินิพียังขยายตัวร้อยละ 47.50 และ 149.04 ตามลำดับ สะท้อนการค้าขึ้นส่วนระหว่างสองประเทศที่เชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตในระดับภูมิภาค

โครงสร้างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า จีนไม่ได้เป็นเพียงตลาดรองรับสินค้าไทย แต่ยังเป็นแหล่งจัดหาสินค้าชิ้นกลางและอุปกรณ์สำคัญที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม การพึ่งพาสินค้านำเข้าจากจีนจึงสร้างทั้งโอกาสด้านการเข้าถึงชิ้นส่วนและความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนหรือการหยุดชะงักของการจัดหา ขณะเดียวกัน อาเซียนก็มีบทบาทสำคัญในฐานะเครือข่ายฐานการผลิตและแหล่งจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนของไทย ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมในภูมิภาคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

อาเซียนเป็นฐานการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมและเป็นแหล่งวัตถุดิบหลัก

ส่งออกครึ่งปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 10,924 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 28,674 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	นำเข้า (Mil.USD)	%YoY	ส่งออก (Mil.USD)	%YoY
วงจรรวม	19,969	219.91%	1,725	27.13%
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่อง	1,710	66.89%	1,974	148.41%
เทปแม่เหล็กและจานแม่เหล็ก,แผ่น CD	1,224	33.16%	35	-36.81%
เครื่องโทรศัพท์ และอุปกรณ์	604	27.22%	177	33.60%
อุปกรณ์กึ่งตัวนำ(ไม่รวมวงจรรวม)	599	99.11%	76	23.08%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง	417	117.36%	2,486	535.80%
แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	394	67.07%	526	4.71%
เครื่องคอมพิวเตอร์	292	47.22%	269	64.19%
เครื่องพิมพ์ เครื่องทำสำเนา และส่วนประกอบ	278	20.30%	120	53.28%
สายไฟฟ้า ชุดสายไฟ	239	27.53%	146	8.43%

ต่อเนื่องจากความเชื่อมโยงทางการค้าระหว่างไทยกับจีน อาเซียนเป็นอีกหนึ่งเครือข่ายการผลิตสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 ไทยมีมูลค่าส่งออกไปยังอาเซียน 10,924 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่นำเข้าจากอาเซียนสูงถึง 28,674 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนบทบาทของภูมิภาคทั้งในฐานะตลาดรองรับสินค้าแหล่งจัดหาชิ้นส่วน และฐานการผลิตที่เชื่อมโยงกันระหว่างประเทศ

เมื่อพิจารณาด้านการนำเข้า พบว่า วงจรรวมเป็นสินค้าสำคัญที่สุด มีมูลค่า 19,969 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 69.64 ของมูลค่านำเข้าจากอาเซียนทั้งหมด และขยายตัวสูงถึงร้อยละ 219.91 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน รองลงมาคือส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ มูลค่า 1,710 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.89 และเทปแม่เหล็กและจานแม่เหล็ก เช่น CD มูลค่า 1,224 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.16 สะท้อนความสำคัญของอาเซียนในฐานะแหล่งจัดหาสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต

ขณะที่ด้านการส่งออก เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียงเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงที่สุด อยู่ที่ 2,486 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 535.80 รองลงมาคือส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ 1,974 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 148.41 และวงจรรวม 1,725 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.13 แสดงให้เห็นการค้าสินค้าและชิ้นส่วนระหว่างฐานการผลิตในภูมิภาคที่มีมูลค่าสูงและเติบโตอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม การพึ่งพาชิ้นส่วนจากประเทศเพื่อนบ้านยังทำให้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนการจัดหา และความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของการผลิตนอกเหนือจากอาเซียนแล้ว ญี่ปุ่นยังเป็นอีกหนึ่งคู่ค้าสำคัญที่มีโครงสร้างการค้าครอบคลุมชิ้นส่วนและอุปกรณ์หลากหลายประเภท ซึ่งสะท้อนบทบาทของไทยในเครือข่ายการผลิตระดับภูมิภาคที่กว้างขึ้น

ตลาดญี่ปุ่นเน้นชิ้นส่วนและอุปกรณ์หลากหลาย

ส่งออกครึ่งปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 3,461 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นำเข้าคำนวณ 4,291 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สินค้า	นำเข้า (Mil.USD)	%YoY	ส่งออก (Mil.USD)	%YoY
วงจรรวม	1,732	25.71%	363	13.40%
อุปกรณ์กึ่งตัวนำ(ไม่รวมวงจรรวม)	238	23.27%	150	54.04%
ตัวเก็บประจุไฟฟ้า(Capacitor) ,ตัวต้านทาน	230	34.60%	61	72.42%
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์	158	39.00%	115	51.28%
แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	147	15.54%	155	19.80%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับป้องกันวงจรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	124	5.64%	195	111.87%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียงภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ และอุปกรณ์เครือข่าย	120	440.97%	104	100.95%
เครื่องพิมพ์ เครื่องทำสำเนา และส่วนประกอบ	112	-14.22%	240	6.33%
หม้อสะสมไฟฟ้า	112	45.53%	6.37	-17.59%
ตลับลูกปืนเครื่องอิเล็กทรอนิกส์	105	-6.99%	29.87	11.08%

ญี่ปุ่นเป็นอีกหนึ่งคู่ค้าสำคัญของอุตสาหกรรม E&E ไทย โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 ไทยมีมูลค่าส่งออกไปญี่ปุ่น 3,461 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่นำเข้าจากญี่ปุ่น 4,291 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนความสัมพันธ์ทางการค้าที่ครอบคลุมทั้งการจัดหาชิ้นส่วนและอุปกรณ์สำหรับภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนการส่งออกสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของตลาดญี่ปุ่น

เมื่อพิจารณาจากการนำเข้า พบว่า วงจรรวมเป็นสินค้าสำคัญที่สุด กวาร์ร้อยละ 40.36 ของมูลค่านำเข้าจากญี่ปุ่นทั้งหมด และขยายตัวร้อยละ 25.71 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน รองลงมาคืออุปกรณ์กึ่งตัวนำ และตัวเก็บประจุไฟฟ้าหรือตัวต้านทาน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.27 และ 34.60 ตามลำดับ สะท้อนบทบาทของญี่ปุ่นในฐานะแหล่งจัดหาอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสำคัญต่อกระบวนการผลิต ขณะที่การนำเข้าเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 440.97 แม้มีมูลค่าเพียง 120 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ด้านการส่งออก พบว่าสินค้ามีความหลากหลาย โดย วงจรรวมมีมูลค่าสูงสุด 363 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือเครื่องพิมพ์ เครื่องทำสำเนาและส่วนประกอบ 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเครื่องอุปกรณ์สำหรับป้องกันวงจรไฟฟ้าและส่วนประกอบ 195 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งขยายตัวสูงถึงร้อยละ 111.87 ขณะที่อุปกรณ์กึ่งตัวนำและตัวเก็บประจุไฟฟ้าหรือตัวต้านทานเติบโตร้อยละ 54.04 และ 72.42 ตามลำดับ ภาพดังกล่าวสะท้อนความเชื่อมโยงของไทยกับญี่ปุ่นผ่านการค้าสินค้าอุตสาหกรรมหลายประเภท โดยเฉพาะชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไฟฟ้า นอกจากตลาดเอเชียที่มีบทบาทต่อเครือข่ายการผลิตแล้ว สหภาพยุโรปยังเป็นอีกหนึ่งตลาดส่งออกสำคัญของไทย ซึ่งมีโครงสร้างความต้องการสินค้าแตกต่างออกไป และเป็นโอกาสในการกระจายตลาดของผู้ประกอบการไทย

สหภาพยุโรปเป็นตลาดหลักสำหรับการส่งออกอีกหนึ่งตลาดของไทย

ส่งออกครึ่งปีแรกมีมูลค่าเท่ากับ 7,060 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.60

สินค้าส่งออกไปสหภาพยุโรป	มูลค่า (Mil.USD)	YoY
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์	1,530	20.15%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ และอุปกรณ์เครือข่าย	833	81.32%
เครื่องปรับอากาศ	737	13.18%
เครื่องคอมพิวเตอร์	693	17.00%
วงจรรวม	572	15.89%
เครื่องเปลี่ยนไฟฟ้า	474	-3.37%
เครื่องพิมพ์ เครื่องทำสำเนา และส่วนประกอบ	390	-2.13%
แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	258	7.95%
กล้องถ่ายภาพบันทึกภาพและส่วนประกอบ	207	-4.07%
มอนิเตอร์	172	41.08%

นอกเหนือจากตลาดเอเชียที่มีบทบาทสำคัญต่อเครือข่ายการผลิต สหภาพยุโรปยังเป็นอีกหนึ่งตลาดส่งออกสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีมูลค่าส่งออก 7,060 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 18.60 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนความต้องการสินค้าไทยที่ยังขยายตัวในตลาดยุโรป โดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีบทบาทต่อการสร้างรายได้จากต่างประเทศ

เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่ง มีมูลค่า 1,530 ล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 21.67 ของการส่งออกไปสหภาพยุโรปทั้งหมด และขยายตัวร้อยละ 20.15 รองลงมาคือเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และอุปกรณ์เครือข่าย มูลค่า 833 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 81.32 ขณะที่เครื่องปรับอากาศมีมูลค่า 737 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.18 และเครื่องคอมพิวเตอร์มีมูลค่า 693 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 17.00 สะท้อนถึงความหลากหลายของสินค้าที่ไทยสามารถจำหน่ายในตลาดยุโรป ทั้งอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องใช้ไฟฟ้าสำเร็จรูป

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวไม่ได้เกิดขึ้นกับสินค้าทุกประเภท โดยเครื่องเปลี่ยนไฟฟ้ามีมูลค่าส่งออก 474 ล้านเหรียญสหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.37 เครื่องพิมพ์และส่วนประกอบลดลงร้อยละ 2.13 และกล้องถ่ายภาพบันทึกภาพและส่วนประกอบลดลงร้อยละ 4.07 ขณะที่มอนิเตอร์กลับขยายตัวถึงร้อยละ 41.08 ภาพดังกล่าวสะท้อนว่าสหภาพยุโรปเป็นตลาดที่สร้างโอกาสให้กับสินค้าไทยหลายประเภท แต่ยังคงมีความแตกต่างของทิศทางการส่งออกในแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตามความต้องการของตลาดและมาตรฐานสินค้าที่เกี่ยวข้อง นอกจากตลาดยุโรปแล้ว อินเดียและออสเตรเลียยังเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากมีโครงสร้างสินค้าส่งออกสำคัญแตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้เห็นโอกาสในการขยายตลาดของอุตสาหกรรมไทยได้หลากหลายยิ่งขึ้น

INDIA AND AUSTRALIA/ ตลาดรอง

อินเดียและออสเตรเลียมีสินค้าเด่นต่างกัน

อินเดียส่งออก 1,219 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ออสเตรเลีย 799 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศและสินค้าส่งออก (H1)	มูลค่า (Mil.USD)	YoY
อินเดีย / เครื่องปรับอากาศ	139	-18.44%
อินเดีย / เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และอุปกรณ์	128	64.87%
อินเดีย / เครื่องรับวิทยุกระจายเสียง	103	-1.09%
อินเดีย / ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์	76	11.79%
อินเดีย / เครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ของเครื่องทำความเย็น และส่วนประกอบ	71	31.19%
ออสเตรเลีย / เครื่องปรับอากาศ	329	1.37%
ออสเตรเลีย / เครื่องคอมพิวเตอร์	157	51.45%
ออสเตรเลีย / ตู้เย็น	58	-12.16%
ออสเตรเลีย / เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และ	53	66.04%
ออสเตรเลีย / เครื่องซักผ้า	38	6.85%

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

ตลาดอินเดียและออสเตรเลียยังเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อการกระจายรายได้ของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 ไทยส่งออกไปอินเดียมูลค่า 1,219 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และออสเตรเลีย 799 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แม้ทั้งสองตลาดมีขนาดเล็กกว่าตลาดหลัก แต่โครงสร้างสินค้าส่งออกแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่แตกต่างกัน และโอกาสในการขยายตลาดของผู้ประกอบการไทย

สำหรับ ตลาดอินเดีย เครื่องปรับอากาศเป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่ง มูลค่า 139 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แม้ลดลงร้อยละ 18.44 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ มีมูลค่า 128 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 64.87 รองลงมาคือเครื่องรับวิทยุกระจายเสียง 103 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 1.09 ส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ยังขยายตัวร้อยละ 11.79 และ 31.19 ตามลำดับ สะท้อนว่าความต้องการสินค้าในตลาดอินเดียมีทิศทางแตกต่างกันตามประเภทผลิตภัณฑ์ ขณะที่ ตลาดออสเตรเลีย มีเครื่องปรับอากาศเป็นสินค้าส่งออกหลักเช่นกัน ด้วยมูลค่า 329 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 1.37 คิดเป็นประมาณร้อยละ 41 ของมูลค่าส่งออกในตลาดนี้ รองลงมาคือเครื่องคอมพิวเตอร์ 157 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.45 และตู้เย็น 58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 12.16 ขณะที่อุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 66.04 แม้มีมูลค่าเพียง 53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาพดังกล่าวสะท้อนว่า โอกาสทางการค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดของตลาดเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละประเทศ การพิจารณาตลาดรองในระดับผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อการค้นหาโอกาสใหม่และการกระจายความเสี่ยงของผู้ประกอบการไทยในระยะต่อไป

OTHER MARKETS / ตลาดอื่นๆ

ตลาดรองช่วยอ่านโอกาสตามสินค้า

เม็กซิโก ฮองกง แคนาดา และตะวันออกกลางมีบทบาทต่างกัน

ตลาด (H1)	เครื่องใช้ไฟฟ้า (Mil.USD)	YoY	ไฟฟ้ากำลัง (Mil.USD)	YoY	อิเล็กทรอนิกส์ (Mil.USD)	YoY	รวม (Mil.USD)	YoY
เม็กซิโก	153	6.56%	723	77.43%	1,471	111.53%	2,347	90.15%
ฮ่องกง	204	30.74%	128	3.76%	2,764	11.20%	3,096	-8.73%
แคนาดา	154	-2.84%	20	-28.89%	237	24.52%	411	9.04%
ตะวันออก กลาง	558	-13.90%	72	-10.40%	271	-7.33%	902	-11.74%

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

นอกเหนือจากตลาดส่งออกหลักและตลาดอินเดียวกับออสเตรเลียแล้ว ตลาดรองอย่างเม็กซิโก ฮ่องกง แคนาดา และตะวันออกกลาง ยังสะท้อนโอกาสทางการค้าที่แตกต่างกันตามประเภทสินค้าของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 เม็กซิโกเป็นตลาดที่มีมูลค่าส่งออก 2,347 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 90.15 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ที่มีมูลค่า 1,471 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 111.53 และอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังมูลค่า 723 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 77.43 สะท้อนการขยายตัวของ การส่งออกสินค้าทั้งสองกลุ่มไปยังตลาดดังกล่าวอย่างโดดเด่น

ขณะที่ ฮ่องกงมีมูลค่าส่งออกสูงที่สุดในบรรดาตลาดทั้งสี่แห่ง อยู่ที่ 3,096 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์มูลค่า 2,764 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 11.20 สะท้อนบทบาทของฮ่องกงในฐานะตลาดการค้าอิเล็กทรอนิกส์สำคัญของภูมิภาค ส่วนแคนาดามีมูลค่าส่งออก 411 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.04 โดยสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวร้อยละ 24.52 แม้เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังจะหดตัวร้อยละ 2.84 และ 28.89 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการเติบโตของตลาดหนึ่งอาจไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกันในทุกกลุ่มสินค้า

ในทางกลับกัน ตลาดตะวันออกกลางมีมูลค่าส่งออก 902 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 11.74 โดยทั้งสามกลุ่มสินค้าหดตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีมูลค่า 558 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 13.90 อย่างไรก็ตาม ตลาดดังกล่าวยังเป็นแหล่งรายได้สำคัญสำหรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าไทย ภาพรวมของตลาดรองเหล่านี้จึงชี้ให้เห็นว่า การขยายตลาดควรพิจารณาศักยภาพและแนวโน้มของสินค้าแต่ละประเภทควบคู่กัน มากกว่าประเมินจากมูลค่าส่งออกรวมเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ นอกจากการส่งออกที่สะท้อนแหล่งรายได้ของอุตสาหกรรมแล้ว โครงสร้างการนำเข้าก็มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจห่วงโซ่การผลิตของไทย โดยเฉพาะวงจรรวมซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่านำเข้าสูงที่สุด และจะเป็นประเด็นวิเคราะห์ในส่วนถัดไป

IMPORT PRODUCTS / สินค้าที่ไทยซื้อ

วงจรรวมยังคงเป็นสินค้าที่มีการนำเข้าสูงที่สุดของไทย

การนำเข้าสะสม 6 เดือนรวม 42,345 ล้านเหรียญสหรัฐ นำโดยวงจรรวมซึ่งมีมูลค่า 32,750 ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้านำเข้า (H1)	มูลค่า	%YoY	สัดส่วนต่อมูลค่านำเข้ารวม
วงจรรวม	32,034	135.21%	41%
ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์	6,433	10.59%	8%
ส่วนประกอบของเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ และอุปกรณ์เครือข่าย	6,032	224.73%	8%
วงจรพิมพ์	2,791	81.63%	5%
เครื่องโทรศัพท์ และอุปกรณ์	2,621	20.75%	4%
เทปแม่เหล็กและจานแม่เหล็ก,แผ่น CD	2,115	24.99%	3%
แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า	2,111	48.99%	3%
อุปกรณ์กึ่งตัวนำ(ไม่รวมวงจรรวม)	2,038	47.02%	3%
เครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือการรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่นๆ และอุปกรณ์เครือข่าย	1,785	74.57%	3%
เครื่องคอมพิวเตอร์	1,660	38.55%	2%

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

หลังจากพิจารณาตลาดส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมฯ อีกด้านหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้กันคือโครงสร้างการนำเข้า ซึ่งสะท้อนความต้องการสินค้าและชิ้นส่วนที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการผลิตและการใช้ภายในประเทศ โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 วงจรรวมยังคงเป็นสินค้านำเข้าอันดับหนึ่งของไทย ด้วยมูลค่า 32,034 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 135.21 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 41 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด สะท้อนความสำคัญของชิ้นส่วนต่อโครงสร้างการค้าของประเทศ

นอกจากวงจรรวมแล้ว สินค้านำเข้าสำคัญยังประกอบด้วยส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์ มูลค่า 6,433 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.59 และส่วนประกอบของเครื่องอุปกรณ์สำหรับการส่งหรือรับเสียง ภาพ หรือข้อมูลอื่น ๆ และอุปกรณ์เครือข่าย มูลค่า 6,032 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งขยายตัวสูงถึงร้อยละ 224.73 ขณะที่วงจรมีมูลค่านำเข้า 2,791 ล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 81.63 และอุปกรณ์กึ่งตัวนำมีมูลค่า 2,038 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 47.02 แสดงให้เห็นว่าการนำเข้าสินค้าอิเล็กทรอนิกส์หลายประเภทเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ขณะเดียวกัน การนำเข้ายังครอบคลุมเครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์ มูลค่า 2,621 ล้านเหรียญสหรัฐ แผงสวิตช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า 2,111 ล้านเหรียญสหรัฐ และเครื่องคอมพิวเตอร์ 1,660 ล้านเหรียญสหรัฐ สะท้อนว่าความต้องการนำเข้ามีทั้งสินค้าขั้นกลาง อุปกรณ์สำหรับระบบไฟฟ้า และสินค้าสำเร็จรูป ดังนั้น มูลค่านำเข้าที่สูงจึงไม่อาจตีความว่าเป็นการพึ่งพาต่างประเทศในลักษณะเดียวกันทั้งหมด แต่ต้องพิจารณาบทบาทของสินค้าแต่ละประเภทในกระบวนการผลิตและการบริโภคควบคู่กัน ซึ่งนำไปสู่ประเด็นสำคัญว่า ประเทศที่เป็นตลาดรองรับสินค้าส่งออกของไทยอาจไม่ได้มีบทบาทเหมือนกับประเทศที่เป็นแหล่งจัดหาสินค้านำเข้า และความแตกต่างนี้มีผลต่อทั้งโอกาสทางการค้าและความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

BILATERAL TRADE / อานสองทิศทาง

ตลาดขายกับแหล่งซื้อไม่ใช่มทบาทเดียวกัน

ดูรายตลาดช่วยเห็นโครงสร้างการค้า ไม่ใช่การสะท้อนกำไรหรือมูลค่าเพิ่ม

ตลาด H1	ส่งออก	YoY	นำเข้า	YoY	ดุลการค้า	YoY
สหรัฐอเมริกา	29,632	61.93%	2,194	10.26%	27,438	68.23%
อาเซียน	10,924	64.78%	28,674	133.00%	-17,750	-212.67%
สหภาพยุโรป	7,060	18.60%	1,709	27.20%	5,351	16.09%
จีน	5,338	6.72%	28,014	66.35%	-22,676	-91.54%
ญี่ปุ่น	3,461	14.92%	4,290	21.55%	-829	-60.12%
ฮ่องกง	3,096	8.73%	5,340	73.05%	-2,244	-841.30%
เม็กซิโก	2,347	90.15%	143	8.47%	2,204	99.92%
อินเดีย	1,219	22.96%	152	20.05%	1,067	23.39%
ตะวันออกกลาง	902	-11.34%	103	66.49%	799	-16.38%

หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ทางการค้าของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 พบว่าประเทศคู่ค้าหลักมีบทบาทแตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างการเป็นตลาดรองรับสินค้าส่งออกและแหล่งจัดหาสินค้านำเข้า โดยสหรัฐอเมริกายังคงเป็นตลาดสร้างรายได้สำคัญที่สุดของไทย มีมูลค่าส่งออก 29,632 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 61.93 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาเพียง 2,194 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้มูลค่าส่งออกสูงกว่านำเข้า 27,438 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนสหภาพยุโรปมีมูลค่าส่งออก 7,060 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 1,709 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนบทบาทของทั้งสองตลาดในฐานะแหล่งรายได้จากการส่งออกของอุตสาหกรรมไทย

ในทางกลับกัน จีนและอาเซียนมีบทบาทสำคัญในด้านการจัดหาสินค้าและชิ้นส่วนที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทาน โดยไทยนำเข้าจากอาเซียน 28,674 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจากจีน 28,014 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงกว่ามูลค่าส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวที่ 10,924 และ 5,338 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ขณะที่ญี่ปุ่นและฮ่องกงมีมูลค่านำเข้าสูงกว่าการส่งออกเช่นกัน ภาพดังกล่าวสะท้อนความเชื่อมโยงทางการค้าที่แตกต่างกันตามบทบาทของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะการนำเข้าสินค้าชิ้นกลาง อุปกรณ์ และสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งไม่สามารถใช้ส่วนต่างทางการค้าเพียงอย่างเดียวประเมินความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้

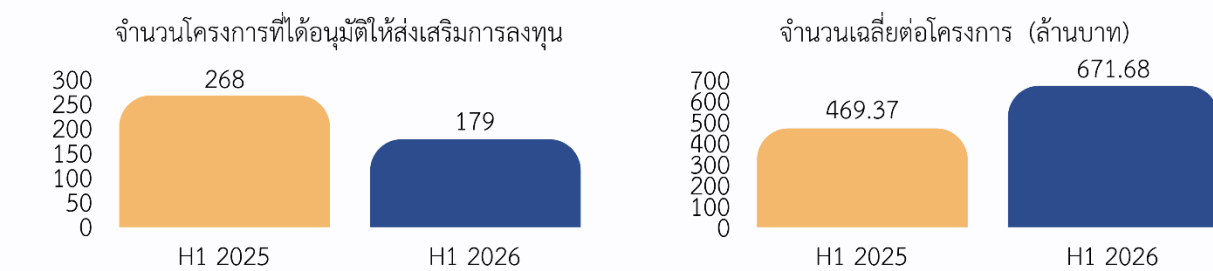
นอกจากนี้ เม็กซิโกและอินเดียยังเป็นตลาดที่ไทยมีมูลค่าส่งออกสูงกว่าการนำเข้า 2,204 และ 1,067 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ สะท้อนความหลากหลายของตลาดรองรับสินค้าไทย ดังนั้น การประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมจึงต้องพิจารณาทั้งตลาดที่สร้างรายได้และแหล่งจัดหาสินค้าที่สนับสนุนกิจกรรมการผลิตควบคู่กัน อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมโยงทางการค้าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของภาพรวมอุตสาหกรรม ขณะที่การลงทุนเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่สะท้อนทิศทางการพัฒนากำลังการผลิตในอนาคต โดยเฉพาะเมื่อจำนวนโครงการและมูลค่าเงินลงทุนอาจเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นประเด็นวิเคราะห์ในส่วนถัดไป

INVESTMENT / การลงทุน

จำนวนโครงการและเงินลงทุนสะท้อนภาพที่แตกต่างกัน

คำขอส่งเสริม E&E ครึ่งปี 2026 มี 179 โครงการ มูลค่า 120,230 ล้านบาท

คำขอส่งเสริม E&E	H1 2025	H1 2026	เปลี่ยนแปลง (%YoY)
โครงการ	268	179	-33.21%
เงินลงทุน ล้านบาท	125,790	120,230	-4.42%
เฉลี่ยต่อโครงการ ล้านบาท	469.37	671.68	43.10%



หมายเหตุ: H1 คือ ข้อมูลครึ่งปีแรก หรือข้อมูลสะสม 6 เดือน

นอกเหนือจากการค้าระหว่างประเทศที่สะท้อนบทบาทของไทยในห่วงโซ่อุปทานโลกแล้ว การลงทุนยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในระยะต่อไป โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 มีการยื่นคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนจำนวน 179 โครงการ ลดลงจาก 268 โครงการในช่วงเดียวกันของปีก่อน หรือหดตัวร้อยละ 33.21 ขณะที่มูลค่าเงินลงทุนรวมอยู่ที่ 120,230 ล้านบาท ลดลงเพียงร้อยละ 4.42 จาก 125,790 ล้านบาท สะท้อนว่าแม้จำนวนโครงการใหม่จะลดลงอย่างชัดเจน แต่มูลค่าการลงทุนโดยรวมยังอยู่ในระดับใกล้เคียงกับปีก่อน

ความแตกต่างดังกล่าวเห็นได้ชัดจาก มูลค่าเงินลงทุนเฉลี่ยต่อโครงการที่เพิ่มขึ้นจาก 469.37 ล้านบาท เป็น 671.68 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 43.10 แสดงให้เห็นว่าโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมในช่วงครึ่งปีแรกมีขนาดเงินลงทุนเฉลี่ยสูงขึ้น แม้จำนวนโครงการลดลง อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของค่าเฉลี่ยไม่ได้หมายความว่าทุกโครงการมีขนาดใหญ่ขึ้น และยังไม่สามารถสรุปได้ว่าการลงทุนจริงในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น เนื่องจากตัวเลขดังกล่าวเป็นมูลค่าตามคำขอรับการส่งเสริม ซึ่งผู้ประกอบการอาจปรับเปลี่ยนแผนการลงทุนหรือไม่ดำเนินโครงการตามที่ยื่นไว้

ดังนั้น การประเมินทิศทางการอุตสาหกรรมจึงควรพิจารณาทั้งจำนวนโครงการ มูลค่าการลงทุน และความคืบหน้าของการดำเนินกิจการควบคู่กัน โดยเฉพาะการลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานที่อาจสร้างความต้องการสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม โอกาสจากการลงทุนจะสร้างประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไทยได้มากน้อยเพียงใด ยังขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศในการเข้าไปเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าให้แก่โครงการเหล่านั้น ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะพิจารณาในส่วนถัดไป

DATA CENTER / ประเด็นพิเศษ

โอกาสจากดิจิทัลต้องเชื่อมถึงผู้ขายจริง

ความต้องการระบบข้อมูลเชื่อมสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ระบบไฟฟ้า และระบบทำความเย็น



การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยเฉพาะศูนย์ข้อมูล (Data Center) กำลังเป็นหนึ่งในโอกาสสำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จากความต้องการประมวลผลข้อมูล บริการคลาวด์ และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เพิ่มขึ้น โดยสำนักงานพลังงานระหว่างประเทศ (IEA) ประเมินว่าการใช้ไฟฟ้าของ Data Center ทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 415 เทราวัตต์ชั่วโมงในปี 2024 และอาจเพิ่มเป็น 945 เทราวัตต์ชั่วโมงภายในปี 2030 สะท้อนความต้องการโครงสร้างพื้นฐานด้านไฟฟ้า ระบบสำรองพลังงาน และระบบระบายความร้อนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของศูนย์ข้อมูล

สำหรับประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) รายงานว่าในปี 2025 มีคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนกิจการ Data Center รวม 36 โครงการ มูลค่ากว่า 728,000 ล้านบาท สะท้อนความสนใจลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศ ซึ่งอาจสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยในหลายกลุ่มสินค้า ตั้งแต่หม้อแปลงไฟฟ้า แผงสวิตช์และระบบควบคุมไฟฟ้า เครื่องสำรองไฟฟ้า สายไฟฟ้า ไปจนถึงระบบทำความเย็น อุปกรณ์เครือข่าย และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม มูลค่าการลงทุนที่ยื่นขอส่งเสริมยังไม่ใช้มูลค่าคำสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศ และไม่ได้หมายความว่าเงินลงทุนทั้งหมดจะหมุนเวียนกลับเข้าสู่อุตสาหกรรมไทยโดยตรง

ดังนั้น โอกาสที่แท้จริงจึงไม่ได้อยู่ที่จำนวนหรือมูลค่าโครงการเพียงอย่างเดียว แต่อยู่ที่ความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการเป็นผู้จัดหาสินค้าให้แก่โครงการเหล่านั้น ทั้งด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์ และบริการหลังการขาย รวมถึงการเข้าถึงผู้พัฒนาโครงการและผู้รับเหมาระบบ รายใหญ่ การติดตามคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นจริงจึงมีความสำคัญต่อการประเมินว่า การลงทุนดิจิทัลจะช่วยสร้างรายได้และเพิ่มมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมไทยได้มากเพียงใด ซึ่งนำไปสู่การวางแผนธุรกิจโดยเชื่อมโยงโอกาสการลงทุนเข้ากับสินค้าและตลาดเป้าหมายในระยะต่อไป

BUSINESS AND POLICY/ มุมมองต่อไป

วางแผนจากรายได้ที่เชื่อมกับสินค้าและตลาด

ประเด็นสำหรับครึ่งปีหลังเป็นกรอบติดตามสถานการณ์ของอุตสาหกรรม

มิติที่ติดตาม	สรุปข้อมูล H1 ที่น่าสนใจ
รายได้จากตลาดหลัก	สหรัฐอเมริกาครองสัดส่วนร้อยละ 42.97 ของมูลค่าส่งออก E&E ไทย
การจัดหาสินค้าและชิ้นส่วน	จีนและอาเซียนมีสัดส่วนรวมร้อยละ 71.74 ของมูลค่านำเข้า E&E ไทย
สินค้าส่งออกสำคัญ	อุปกรณ์เครือข่ายและส่วนประกอบคอมพิวเตอร์รวมกันคิดเป็นร้อยละ 57.96 ของการส่งออก E&E ไทยไปสหรัฐอเมริกา
แนวโน้มการลงทุน	คำขอส่งเสริม 179 โครงการ มูลค่า 120,230 ล้านบาท โดยเงินลงทุนเฉลี่ยต่อโครงการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.10
โอกาสของผู้ผลิตไทย	ติดตามคำสั่งซื้อจริง การจัดซื้อภายในประเทศ และความคืบหน้าของโครงการลงทุน

หมายเหตุ: ข้อมูลการค้าหน่วยล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนข้อมูลการลงทุนหน่วยล้านบาท และเป็นมูลค่าเงินลงทุนตามคำขอรับการส่งเสริม ไม่ใช่มูลค่าลงทุนจริง

ภาพรวมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2026 สะท้อนถึงการขยายตัวของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศ แต่ขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของโครงสร้างการผลิตและบทบาทของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลัก คิดเป็นร้อยละ 42.97 ของมูลค่าส่งออกรวม ขณะที่จีนและอาเซียนเป็นแหล่งนำเข้าสำคัญ มีสัดส่วนรวมร้อยละ 71.74 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด ความเชื่อมโยงดังกล่าวทำให้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยต้องพิจารณาทั้งความต้องการของตลาดปลายทาง ต้นทุนการจัดหาสินค้าและชิ้นส่วน ตลอดจนความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าระหว่างประเทศควบคู่กัน

เมื่อพิจารณาในระดับผลิตภัณฑ์ พบว่าสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอุปกรณ์เครือข่ายและส่วนประกอบคอมพิวเตอร์ ยังคงเป็นแหล่งรายได้สำคัญจากตลาดสหรัฐอเมริกา ขณะที่เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้ากำลังมีโครงสร้างตลาดและทิศทางการเติบโตแตกต่างกัน สะท้อนว่าการวางแผนการผลิตและการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า มากกว่าประเมินจากแนวโน้มอุตสาหกรรมโดยรวมเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ แม้จำนวนโครงการยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนจะลดลง แต่มูลค่าเงินลงทุนเฉลี่ยต่อโครงการกลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.10 ซึ่งอาจสร้างโอกาสให้แก่ผู้ผลิตสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและ Data Center หากผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่กระบวนการจัดซื้อและตอบสนองมาตรฐานของโครงการได้

สำหรับช่วงครึ่งหลังของปี 2026 สิ่งสำคัญจึงไม่ใช่เพียงการติดตามว่ามูลค่าส่งออกหรือเงินลงทุนเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด แต่ต้องพิจารณาว่าการเติบโตดังกล่าวกระจายไปสู่สินค้า ตลาด และผู้ประกอบการในประเทศอย่างไร ทั้งการรักษาฐานลูกค้าเดิม การกระจายตลาดเพื่อลดความเสี่ยง การบริหารแหล่งจัดหาชิ้นส่วน และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของโครงการลงทุนใหม่ การเชื่อมโยงข้อมูลการค้ากับโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจริงจะเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยในระยะต่อไป



CONTACT US

ELECTRICAL AND ELECTRONICS
INTELLIGENCE UNIT (EIU)



ศูนย์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
(Electrical and Electronics Intelligence Unit: EIU)
แผนกบริหารจัดการข้อมูลอุตสาหกรรม



สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
โทร: 0-2280-7272 ต่อ 8241, 8242, 8243, 8244, 8245
โทรสาร: 0-2280-7277



Email: eiu@thaieei.com



Line: @EIU.Thaieei



Website: <https://eiu.thaieei.com>

