



## ส่งออกเดือนก.พ.หักทองคำขยายตัว 4.0% .. มองไตรมาสแรก ยังไม่ขยายตัวเป็นบวก

ECONOMIC BRIEF

ปีที่ 27 ฉบับที่ 3918

วันที่ 25 มีนาคม 2564

- แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปี 2564 ที่ส่งสัญญาณการฟื้นตัวดีกว่าที่เคยประเมินจากปัจจัยความคืบหน้าของการกระจายวัคซีนและการขยายตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่ได้แรงหนุนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกจะฟื้นตัวเข้าสู่ระดับก่อนเกิดโควิด-19 ดังนั้นการส่งออกของไทยจึงได้รับอานิสงส์ไปด้วย โดยในเดือนก.พ. เศรษฐกิจโลกเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัวสนับสนุนให้ตัวเลขการส่งออกไทยหลังหักทองคำของไทยในเดือนก.พ.2564 สามารถขยายตัวได้ถึงร้อยละ 4.01 YoY อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมตัวเลขการส่งออกหดตัวลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 2.59 แต่มูลค่าการส่งออกยังสูงกว่าค่าเฉลี่ยการส่งออกเดือนก.พ. 5 ปีย้อนหลัง โดยมีรายละเอียดดังนี้
  - สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรในเดือนก.พ.ยังขยายตัวได้ดีต่อเนื่องอยู่ที่ร้อยละ 6.99 ซึ่งสินค้าที่ขยายตัวได้ดีส่วนใหญ่ยังเป็นสินค้าชนิดเดียวกับในเดือนก่อน โดยเฉพาะยางพาราที่ขยายตัวได้ที่ร้อยละ 22.85 YoY จากที่ขยายตัว 1.53 YoY เป็นผลจากปริมาณน้ำยางพาราที่ออกมาสู่ตลาดน้อย (ทำให้ราคาเพิ่มขึ้น) และความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากการผลิตถุงมือยางและอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เริ่มฟื้นตัว ด้านผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่ขยายตัวได้ร้อยละ 46.59 YoY ได้รับปัจจัยหนุนหลักจากประเทศจีนที่เศรษฐกิจฟื้นตัวดีต่อเนื่อง ขณะที่สินค้าประเภทข้าวหดตัวลดลงอยู่ที่ร้อยละ 4.88 YoY จากที่หดตัวร้อยละ 15.87 YoY
  - สินค้าอุตสาหกรรมในเดือนก.พ.พลิกกลับมาหดตัวที่ร้อยละ 4.02 YoY แม้ว่าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่บ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์ยังสามารถขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง แต่การส่งออกและราคาทองคำที่ลดลง (หดตัวร้อยละ 93.0 YoY) กดดันให้สินค้าอุตสาหกรรมในภาพรวมหดตัวลง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายละเอียดของสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในประเทศคู่ค้า เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ และเม็ดพลาสติก จะเห็นได้ว่าเริ่มกลับมาฟื้นตัวซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อภาคการผลิตของโลก
  - การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เริ่มกลับมาเพิ่มขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย วัคซีนเริ่มมีการแจกจ่ายและมีประสิทธิภาพที่ดี ส่งผลให้อุปสงค์ต่อสินค้าในตลาดส่งออกหลักของไทยขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง นำโดยสหรัฐฯ ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 19.7 YoY และญี่ปุ่นขยายตัวได้ร้อยละ 6.5 YoY นอกจากนี้การส่งออกไปยุโรปยังพลิกกลับมาขยายตัวได้เล็กน้อยที่ร้อยละ 0.2 YoY จากที่หดตัวร้อยละ

ละ 5.4 YoY ในเดือนก่อน อย่างไรก็ตามการส่งออกไปประเทศ CLMV กลับมาหดตัวที่ร้อยละ 4.2 YoY จากสถานการณ์ในพม่า (หดตัวร้อยละ 29.5 YoY) ซึ่งคาดว่าเป็นเพียงปัจจัยชั่วคราว

- การส่งออกไทยในเดือนก.พ. 2564 มีสัญญาณที่ดีขึ้นจากเดือนก่อน ได้รับปัจจัยหนุนหลักจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจต่างประเทศ โดยเฉพาะจีนและสหรัฐฯ เมื่อมองไปในระยะข้างหน้าพบว่า การส่งออกไทยยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่อง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าการส่งออกไทยในปี 2564 มีแนวโน้มขยายตัวได้เพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 4.5 โดยปรับเพิ่มขึ้นจากการประมาณการครั้งก่อนที่ร้อยละ 3.0 อย่างไรก็ตาม ทิศทางการส่งออกของไทยยังคงเผชิญความไม่แน่นอนอีกหลายด้าน ทั้งในเรื่องการระบาดของโควิด-19 ในบางประเทศที่จำนวนผู้ติดเชื้อรายวันยังเพิ่มขึ้น อีกทั้งเริ่มมีการระบาระลอกที่ 3 ในยุโรปทำให้หลายประเทศเริ่มกลับมาใช้มาตรการล็อกดาวน์อีกครั้ง นอกจากนี้ความเสี่ยงในเรื่องของการขาดแคลนตู้สินค้า และค่าระวางเรือที่มีแนวโน้มที่สูงขึ้นยังคงมีอยู่ แม้ว่าจะมีความคืบหน้าในเรื่องการกระจายวัคซีน อีกทั้งยังมีปัจจัยเรื่องเรือขนส่งสินค้าติดขวางในคลองสุเอซ ประเทศอียิปต์ซึ่งเป็นเส้นทางขนส่งทางน้ำที่ใหญ่เป็นระดับโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การขนส่งทางเรือ (เป็นเส้นทางขนส่งของสินค้าน้ำมันร้อยละ 10 ของปริมาณการค้าโลก) โดยยังคงติดตามว่าสถานการณ์จะคลี่คลายลงเมื่อใด อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองการส่งออกในไตรมาส 1/64 อาจจะไม่ขยายตัวเป็นบวกโดยจะเริ่มเห็นการขยายตัวเป็นบวกในไตรมาส 2 เป็นต้นไป

### สถานการณ์สินค้าและตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย

Units: %YoY	YTD %Share	2562	2563	1H-63	ส.ค. 63	ก.ย.63	ต.ค.63	พ.ย.63	ธ.ค.63	ม.ค.64	ก.พ.64	YTD-63
มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	100.0	-2.6	-6.0	-7.0	-7.9	-3.9	-6.7	-3.6	4.7	0.3	-2.6	-1.16
ไม่รวมทองคำ	99.5	-4.0	-8.6	-10.9	-14.3	-3.7	-6.4	-3.1	5.0	6.3	4.0	5.11
ไม่รวมทองคำและสินค้าเกี่ยวกับน้ำมัน	89.7	-2.4	-7.7	-9.9	-14.2	-2.8	-4.9	-2.5	5.5	7.6	2.8	5.11
สินค้าเกษตรอุตสาหกรรมเกษตร	16.1	-2.2	-3.6	-1.9	-13.2	3.1	-8.8	-2.4	2.1	3.7	7.0	5.36
ข้าว	1.3	-25.9	-11.4	-14.1	-15.0	-22.7	-20.1	16.7	-0.1	-15.9	-4.9	-10.74
ยางพารา	2.1	-10.0	-14.9	-7.8	-32.2	-12.2	13.1	32.5	30.0	1.5	22.8	11.99
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1.7	-16.3	2.6	-7.8	15.6	29.5	-12.4	14.0	63.6	50.5	46.6	48.33
น้ำตาลทราย	0.6	1.8	-42.5	-14.3	-64.2	-59.9	-75.0	-74.1	-75.4	-48.1	-35.4	-41.39
สินค้าอุตสาหกรรม	80.6	-1.8	-5.6	-7.4	-6.2	-3.9	-4.7	-2.9	6.7	0.9	-4.0	-1.66
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	12.3	-5.6	-22.2	-31.7	-28.7	-15.3	-12.6	10.3	3.2	25.7	3.6	14.21
เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	8.0	-7.6	2.3	0.8	-3.1	14.6	4.2	-7.4	15.1	9.2	12.7	10.92
เครื่องใช้ไฟฟ้า	11.1	-0.4	-2.7	-11.2	3.4	8.3	10.0	9.5	13.2	10.4	12.3	11.34
อัญมณีและเครื่องประดับ ไม่รวมทองคำ	2.0	6.3	-39.9	-42.2	-55.6	-58.9	-13.3	-28.4	-5.8	-26.0	-28.6	-27.35
ทองคำ	0.5	73.7	75.7	131.0	71.5	-9.2	-27.1	-42.7	-21.7	-90.3	-93.0	-91.73
แผงวงจรไฟฟ้า	3.1	-8.9	-5.7	-5.7	-12.9	-7.0	-4.2	-8.2	7.3	12.6	9.5	11.08
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1.0	-10.6	-11.0	-14.8	-27.1	-6.9	-4.4	1.6	8.6	-5.2	14.6	4.54
เม็ดพลาสติก	3.8	-11.0	-13.1	-18.7	-14.7	-1.4	-5.3	-4.4	8.6	4.1	39.2	20.73
เคมีภัณฑ์	3.2	-17.3	-11.2	-17.3	-6.5	-4.7	-10.1	-4.1	12.2	8.1	14.9	11.47
สินค้าแร่และเชื้อเพลิง	3.3	-19.5	-26.3	-21.4	-26.7	-33.4	-42.7	-27.2	-21.6	-22.1	-9.7	-16.21
น้ำมันสำเร็จรูป	2.7	-21.4	-26.9	-23.3	-25.7	-33.5	-46.4	-19.6	-16.6	-26.0	-5.4	-16.25
ตลาดส่งออกสำคัญของไทย												
สหรัฐอเมริกา	7.2	11.8	9.6	2.5	15.2	19.7	17.0	15.4	15.7	12.4	19.7	16.1
สหภาพยุโรป (28)	4.8	-5.9	-12.1	-16.8	-16.3	-2.0	-0.9	-6.8	-1.6	-6.9	-0.1	-3.5
ญี่ปุ่น	5.3	-1.6	-6.7	-9.3	-16.6	-1.9	-5.3	5.4	14.8	7.4	6.5	7.0
จีน	5.8	-3.8	2.0	5.8	-4.0	6.9	-6.0	-8.9	7.2	9.9	15.7	12.8
อาเซียน (5)	6.5	-9.6	-12.2	-7.0	-16.5	-17.8	-27.2	-15.0	0.8	-11.0	-17.3	-14.2
CLMV	5.6	-6.3	-11.1	-11.6	-9.3	-4.8	-17.0	-13.0	-6.3	3.8	-4.2	-0.3

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, ธนาคารโลก, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย



#### Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ที่ใช้หรือบุคคลใดในความเสี่ยงโดยจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ