

EIC ประเมินส่งออกฟื้นตัวแข็งแกร่ง ทำให้คาดว่าทั้งปี 2021 มูลค่าส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวในช่วง 6-8% มากกว่าคาดการณ์เดิมที่ 4%

23 กุมภาพันธ์ 2021

Key summary

มูลค่าส่งออกเดือนมกราคม 2021 ขยายตัวเล็กน้อยที่ 0.3%YOY หลังจากขยายตัว 4.7%YOY ในเดือนธันวาคม 2020 แต่หากหักทองคำ การส่งออกในเดือนมกราคมจะขยายตัวเร่งขึ้นเป็น 6.3%YOY

หลายสินค้าส่งออกสำคัญของไทยมีการขยายตัวดีต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง, ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้ง, รถยนต์และส่วนประกอบ, เครื่องใช้ไฟฟ้า, เคมีภัณฑ์และพลาสติก, ผลิตภัณฑ์ยาง, เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ และแผงวงจรไฟฟ้า

การส่งออกที่ฟื้นตัวเร็วกว่าคาดในช่วงหลัง ประกอบกับทิศทางฟื้นตัวของการส่งออกในหลายประเทศทั่วโลก ทำให้มีความเป็นไปได้สูงที่มูลค่าส่งออกทั้งปี 2021 จะขยายตัวได้มากกว่าที่เคยคาดไว้ที่ 4.0% โดยมีแนวโน้มขยายตัวในช่วง 6-8%

Key points

มูลค่าส่งออกเดือนมกราคม 2021 ขยายตัวเล็กน้อยที่ 0.3%YOY หลังจากขยายตัว 4.7%YOY ในเดือนธันวาคม 2020 แต่หากหักทองคำ การส่งออกจะขยายตัวเร่งขึ้นเป็น 6.3%YOY นับเป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 หลังจากภาคการส่งออกได้รับผลกระทบหนักจากมาตรการปิดเมืองทั่วโลกในช่วงไตรมาสที่ 2/2020

ด้านการส่งออกรายสินค้า พบว่าสินค้าส่งออกสำคัญของไทยขยายตัวดีต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าเกษตร และสินค้าอุตสาหกรรม

- การส่งออกสินค้าเกษตรขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ที่ 9.6%YOY หลังจากขยายตัว 10.7%YOY ในเดือนก่อนหน้า โดยสินค้าเกษตรสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (50.5%YOY) สุกรสดแช่เย็นแช่แข็ง (38.5%YOY) และผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้ง (77.9%YOY) อย่างไรก็ตาม การส่งออกข้าวยังหดตัวที่ -15.9%YOY จากราคาข้าวไทยที่ปรับตัวสูงขึ้น และคุณภาพข้าวที่ใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่ง
- การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมโดยรวมขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ที่ 0.9%YOY และหากหักทองคำ การส่งออกอุตสาหกรรมจะขยายตัวสูงขึ้นเป็น 8.4%YOY โดยสินค้าสำคัญที่มีการฟื้นตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ (25.7%YOY) เครื่องใช้ไฟฟ้า (10.4%), เคมีภัณฑ์และพลาสติก (5.7%YOY), ผลิตภัณฑ์ยาง (21.9%YOY) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (9.2%YOY) และแผงวงจรไฟฟ้า (12.6%YOY)
- สินค้าส่งออกที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การอยู่อาศัยและทำงานที่บ้าน และการป้องกันมีการขยายตัวดีต่อเนื่อง ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (5.4%YOY) ผลไม้กระป๋องและแปรรูป (3.1%YOY) สิ่งปรุงรสอาหาร

(3.8%YOY) ตู้เย็น ตู้แช่แข็งและส่วนประกอบ (15.7%YOY) เครื่องซักผ้าและส่วนประกอบ (49.6%YOY) เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน (12.4%YOY) เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ (15.4%YOY) และถุงมือยาง (200.5%YOY)

- อย่างไรก็ดี การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรหดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 ที่ -3.2%YOY หลังจากหดตัว -7.5%YOY ในเดือนก่อนหน้า โดยสินค้าสำคัญที่หดตัว ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (-21.8%YOY) และน้ำตาลทราย (-48.1%YOY) เช่นเดียวกับการส่งออกน้ำมันสำเร็จรูปที่หดตัวที่ -26.0%YOY โดยตลาดหลักที่หดตัว ได้แก่ กัมพูชา (-20.8%YOY) ลิงคโปร์ (-33.1%YOY) และลาว (-24.0%YOY)

รูปที่ 1 : สินค้าส่งออกสำคัญของไทยขยายตัวดีต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าเกษตร และสินค้าอุตสาหกรรม

ส่งออกรายสินค้า

หน่วย: %YOY, (สัดส่วนปี 2020)	2019	2020	2020Q1	2020Q2	2020Q3	2020Q4	Nov-20	Dec-20	Jan-21	YTD
ส่งออกภาพรวม	-2.6%	-6.0%	1.0%	-15.2%	-7.8%	-2.0%	-3.6%	4.7%	0.3%	0.3%
ส่งออกไม่รวมอาวุธและทองคำ (94.2%)	-4.7%	-8.4%	-1.2%	-19.8%	-10.8%	-1.6%	-3.1%	5.0%	6.3%	6.3%
เครื่องใช้ไฟฟ้า(10.2%)	-0.4%	-2.7%	-1.0%	-22.0%	1.6%	10.9%	9.5%	13.2%	10.4%	10.4%
รถยนต์และส่วนประกอบ(9.2%)	-5.6%	-22.2%	-10.4%	-52.7%	-24.8%	-0.5%	10.3%	3.2%	25.7%	25.7%
เกษตร (9.2%)	-6.2%	-3.2%	-8.6%	1.4%	-9.6%	4.8%	6.9%	10.7%	9.6%	9.6%
เคมีภัณฑ์และพลาสติก (8.1%)	-11.8%	-10.7%	-12.4%	-19.4%	-10.3%	-0.3%	-3.7%	9.5%	5.7%	5.7%
คอมพิวเตอร์ (8.1%)	-7.6%	2.3%	8.8%	-6.8%	3.7%	3.8%	-7.4%	15.1%	9.2%	9.2%
อุตสาหกรรมเกษตร (7.8%)	2.9%	-4.0%	4.0%	-3.0%	-4.8%	-11.5%	-12.2%	-7.5%	-3.2%	-3.2%
ผลิตภัณฑ์ยาง (5.3%)	1.9%	7.8%	6.6%	-7.7%	15.7%	15.5%	13.3%	15.7%	21.9%	21.9%
แผงวงจรไฟฟ้า (3.1%)	-8.9%	-5.7%	-6.3%	-5.1%	-9.7%	-1.8%	-8.2%	7.3%	12.6%	12.6%
เครื่องจักรกล (2.8%)	-10.6%	-11.0%	-1.9%	-27.4%	-16.5%	1.9%	1.6%	8.6%	-5.2%	-5.2%
น้ำมันสำเร็จรูป (2.3%)	-21.4%	-26.9%	-4.0%	-42.5%	-33.2%	-27.9%	-19.6%	-16.6%	-26.0%	-26.0%

ส่งออกรายตลาด

หน่วย: %YOY, (สัดส่วนปี 2020)	2019	2020	2020Q1	2020Q2	2020Q3	2020Q4	Nov-20	Dec-20	Jan-21	YTD
สหรัฐฯ (14.4%)	5.0%	12.8%	16.1%	1.1%	17.6%	16.0%	15.4%	15.7%	12.4%	12.4%
อาเซียน 5 (13.5%)	-9.8%	-12.2%	5.3%	-19.7%	-19.0%	-15.0%	-15.0%	0.8%	-11.0%	-11.0%
จีน (12.9%)	-3.8%	2.0%	-0.9%	12.1%	-0.2%	-2.6%	-8.9%	7.2%	9.9%	9.9%
CLMV (10.6%)	-6.3%	-11.1%	2.8%	-26.9%	-9.2%	-12.0%	-13.0%	-6.3%	3.8%	3.8%
ญี่ปุ่น (9.9%)	-1.7%	-6.7%	-6.5%	-13.5%	-12.2%	4.2%	5.4%	14.8%	7.4%	7.4%
EU15 (8%)	-6.6%	-12.7%	-4.0%	-30.7%	-12.6%	-3.7%	-8.5%	-2.4%	-5.4%	-5.4%
ฮ่องกง(4.9%)	-6.5%	-3.6%	12.3%	-8.6%	-13.9%	-2.0%	-13.9%	10.0%	23.4%	23.4%
ออสเตรเลีย (4.3%)	-5.1%	-3.9%	-2.3%	-15.9%	-8.9%	14.8%	24.3%	15.3%	30.0%	30.0%
ตะวันออกกลาง (3.2%)	-1.6%	-13.0%	3.7%	-22.0%	-24.3%	-10.1%	-12.1%	0.1%	13.1%	13.1%
อินเดีย (2.4%)	-3.8%	-25.2%	-11.4%	-67.2%	-21.6%	9.0%	-1.3%	14.5%	-11.5%	-11.5%

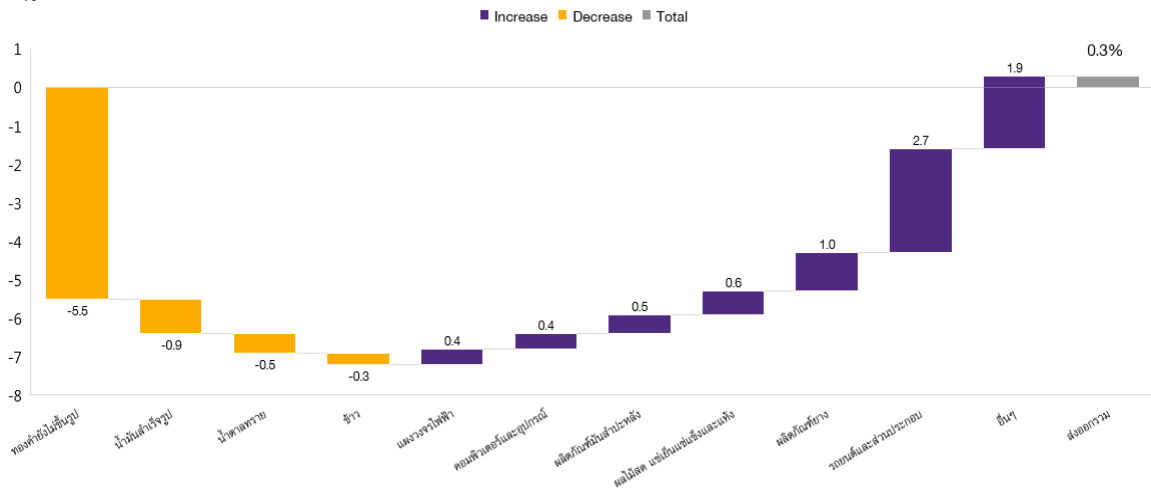
หมายเหตุ : *การส่งออกไปสหรัฐฯ ไม่รวมการส่งกลับอาวุธในปี 2019 และ 2020

ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 2 : สินค้าสำคัญที่เป็นปัจจัยบวกและลบต่อการส่งออกในเดือนมกราคม 2021

แหล่งที่มาของการขยายตัว (Contribution to Growth) ของมูลค่าการส่งออกเดือน ม.ค. 2021

หน่วย : percentage point
%



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์

ด้านการส่งออกรายตลาด ส่งออกไปสหรัฐฯ ยังขยายตัวดี ส่งออกไปจีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และ CLMV มีสัญญาณฟื้นตัว อย่างไรก็ดี การส่งออกไปสหภาพยุโรป 15 ยังหดตัวต่อเนื่อง และส่งออกไปอาเซียน 5 พลิกกลับไปหดตัวอีกครั้ง

- การส่งออกไปตลาดสหรัฐฯ ขยายตัวชะลอลงเล็กน้อยที่ 12.4%YOY หลังจากขยายตัว 15.7%YOY ในเดือนก่อนหน้า โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ได้แก่ อุปกรณ์กึ่งตัวนำ ทรานซิสเตอร์ และไดโอด (6.7%YOY) ผลิตภัณฑ์ยาง (27.4%YOY) และรถยนต์และส่วนประกอบ (34.2%YOY)
- การส่งออกไปจีนกลับมาขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ที่ 9.9%YOY หลังจากขยายตัว 7.2%YOY ในเดือนก่อนหน้า โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว อาทิ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (33.9%YOY) ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง (148.3%YOY) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (107.5%YOY) และเคมีภัณฑ์ (13.0%YOY)
- การส่งออกไปตลาด CLMV พลิกกลับมาขยายตัวที่ 3.8%YOY หลังจากหดตัวติดต่อกัน 9 เดือน โดยการส่งออกไปเวียดนามขยายตัวถึง 20.1%YOY ทั้งนี้สินค้าสำคัญที่ขยายตัวในตลาด CLMV ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ (6.2%YOY) เม็ดพลาสติก (40.5%YOY) และน้ำตาลทราย (42.4%YOY) เป็นต้น
- การส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ที่ 7.4%YOY หลังจากขยายตัว 14.8%YOY ในเดือนก่อนหน้า โดยสินค้าสำคัญที่ขยายตัว ประกอบด้วย รถยนต์และส่วนประกอบ (77.8%YOY) เคมีภัณฑ์ (80.8%YOY) และเครื่องจักรกลและส่วนประกอบ (5.4%YOY)
- การส่งออกไปออสเตรเลียขยายตัวเร่งขึ้นที่ 30.0%YOY หลังจากขยายตัว 15.3%YOY ในเดือนก่อนหน้า สินค้าหลักที่ขยายตัว ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบ (48.7%YOY) อัญมณีและเครื่องประดับ (88.8%YOY) และเครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ (12.8%YOY)
- การส่งออกไปตลาดตะวันออกกลางขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ที่ 13.1%YOY สินค้าสำคัญที่ขยายตัว อาทิ รถยนต์และส่วนประกอบ (50.9%YOY) ผลิตภัณฑ์ยาง (41.4%YOY) และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (14.9%YOY)
- อย่างไรก็ดี การส่งออกไปสหภาพยุโรป 15 หดตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 ที่ -5.4%YOY หลังจากหดตัว -2.4%YOY ในเดือนก่อนหน้า สินค้าสำคัญที่หดตัว อาทิ รถยนต์และส่วนประกอบ (-0.5%YOY) อัญมณีและเครื่องประดับ (-45.6%YOY) และแผงวงจรไฟฟ้า (-11.5%YOY)
- การส่งออกไปตลาดอาเซียน 5 พลิกกลับมาหดตัวที่ -11.0%YOY หลังจากขยายตัว 0.8%YOY ในเดือนก่อนหน้า สินค้าสำคัญที่หดตัว ประกอบด้วย น้ำมันสำเร็จรูป (-41.5%YOY) และเคมีภัณฑ์ (-8.4%YOY)

ด้านมูลค่านำเข้าในเดือนมกราคม 2021 พลิกกลับมาหดตัวที่ -5.2%YOY หลังจากขยายตัว 3.6%YOY ในเดือนธันวาคม 2020 โดยการนำเข้าสินค้าในเกือบทุกหมวดกลับมาหดตัว ได้แก่ สินค้าทุน (-10.6%YOY) สินค้าอุปโภคบริโภค (-2.8%YOY) ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง (-6.9%YOY) และสินค้าเชื้อเพลิง (-30.1%YOY) ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยฐานสูงในปีก่อนหน้าที่โรงกลั่นน้ำมันกลับมาเปิดทำการอีกครั้ง อย่างไรก็ดี การนำเข้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปขยายตัวที่ 10.0%YOY แต่หากหักทองคำ การนำเข้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูปจะหดตัวเล็กน้อยที่ -1.3%YOY ทั้งนี้ดุลการค้าในเดือนมกราคมขาดดุลที่ 202.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

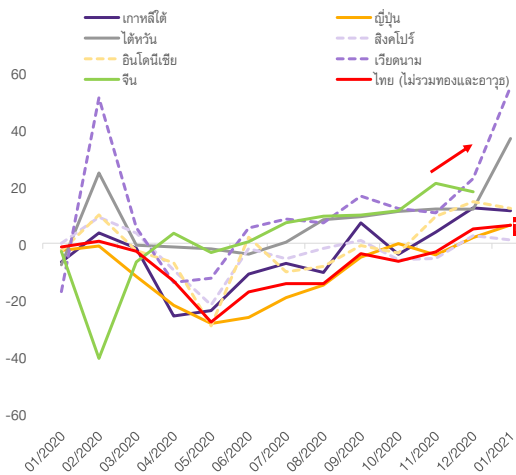
Implication

การส่งออกในช่วงหลังมีการฟื้นตัวที่แข็งแกร่ง นับเป็นการฟื้นตัวที่ดีกว่าคาด ทำให้มีความเป็นไปได้สูงที่มูลค่าส่งออกทั้งปี 2021 จะขยายตัวได้ในช่วง 6-8% มากกว่าที่เคยคาดไว้ที่ 4.0% โดยจากกราฟทางด้านขวาล่างของรูปที่ 3 จะเห็นได้ว่า มูลค่าการส่งออกในช่วง 2 เดือนท้าย (ธ.ค. 20 - ม.ค. 21) ทั้งในแบบที่รวมทองคำและไม่รวมทองคำ ได้กลับมาเทียบเท่ามูลค่าการส่งออกในช่วงก่อนได้รับผลกระทบจาก COVID-19 แล้ว โดยเฉพาะการส่งออกไม่รวมทองคำที่มูลค่าในเดือนมกราคมได้กลับมาสูงกว่าช่วงก่อน COVID-19 แล้ว ซึ่งนับเป็นการฟื้นตัวที่เร็วกว่าที่เคยคาดไว้ เช่นเดียวกับทิศทางการส่งออกของหลายประเทศสำคัญทั่วโลก (รูปที่ 3 ซ้าย) ที่มีการขยายตัวต่อเนื่องในช่วงหลัง สะท้อนว่าทิศทางการค้าโลกได้เริ่มฟื้นตัวอย่างชัดเจนแล้ว นอกจากนี้ หากพิจารณา Manufacturing PMI ของโลกและของหลายประเทศ รวมถึง Global Manufacturing PMI : New export orders (รูปที่ 3 ขวบน) ก็พบว่ายังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยอาจจะชะลอลงบ้างในช่วงเดือนมกราคมที่น่าจะได้รับผลกระทบจากการกลับมาระบาดของระลอกของ COVID-19 แต่ดัชนีส่วนใหญ่ของหลายประเทศก็ยังยืนอยู่เหนือระดับ 50 ซึ่งสะท้อนมุมมองที่ดีต่อการส่งออกในระยะสั้น ขณะที่ในระยะถัดไป คาดว่าการส่งออกของไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่องตามทิศทางเศรษฐกิจโลกที่จะปรับตัวดีขึ้นจากการฉีดวัคซีนอย่างแพร่หลายจนหลายประเทศได้ภาวะภูมิคุ้มกันหมู่ (herd immunity) โดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปีนี้

รูปที่ 3 : การส่งออกในช่วงหลังมีการฟื้นตัวที่ดีกว่าคาด ขณะที่ข้อมูล PMI ของหลายประเทศยังอยู่เหนือระดับ 50 สะท้อนมุมมองที่ดีต่อการส่งออกโลกในระยะสั้น

มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยและประเทศส่งออกสำคัญ

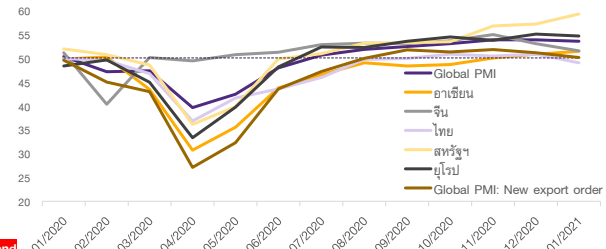
หน่วย : %YOY



ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิต (Manufacturing PMI) รายประเทศ

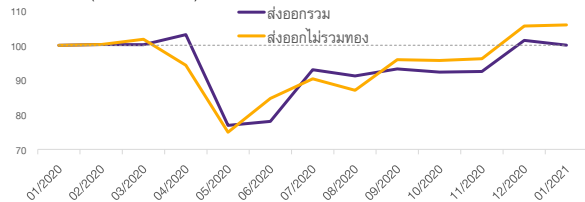
และ Global Manufacturing PMI: New export order

หน่วย : ดัชนี, มากกว่า 50 สะท้อนว่าภาคการผลิตขยายตัว



มูลค่าการส่งออกไทยแบบปรับฤดูกาล

หน่วย : ดัชนี (1 ม.ค. 2020 = 100)



หมายเหตุ : การขยายตัวของมูลค่าส่งออกในเดือนมกราคม ส่วนหนึ่งเป็นผลจากผลของปัจจัยฐานต่ำในปีก่อนที่ตรุษจีนอยู่ในช่วงเดือนมกราคม
ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์และ CEIC

อย่างไรก็ดี การฟื้นตัวของการส่งออกไทยในปีนี้ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงที่ต้องจับตา ซึ่งความเสี่ยงหลักต่อการส่งออกประกอบด้วย 1) **ปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์** และอัตราค่าระวางเรือที่ยังสูงต่อเนื่อง ซึ่งล่าสุดคาดว่า จะกดดันการส่งออกไทยอย่างน้อยในช่วงครึ่งแรกของปี 2021 2) **ปัญหาการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ยังไม่สามารถควบคุมได้** รวมถึงความไม่สงบทางการเมืองในเมียนมาที่อาจส่งผลกระทบต่อปิดด่านค้าชายแดนและอุปสงค์สินค้าจากเมียนมา โดยจากข้อมูลล่าสุดในเดือนมกราคม 2021 ด่านค้าชายแดนไทย-เมียนมา เปิดอยู่เพียง 3 ด่านจาก

21 ด้าน และ 3) ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าเร็วกว่าคู่ค้าและคู่แข่ง ซึ่งจะกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและผลกำไรของผู้ส่งออก

บทวิเคราะห์จาก... <https://www.scbeic.com/th/detail/product/7406>

ผู้เขียนบทวิเคราะห์ : ดร. กำพล อติเรกสมบัติ (kampon.adireksombat@scb.co.th)

ผู้อำนวยการอาวุโส และหัวหน้าฝ่ายวิจัยด้านเศรษฐกิจและตลาดการเงิน

พนันดร อรุณีนิรมาน (panundorn.aruneeniramarn@scb.co.th)

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

พิมพ์ชนก โฮว (phimchanok.hou@scb.co.th)

นักวิเคราะห์

Economic Intelligence Center (EIC)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

EIC Online: www.scbeic.com



Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.