สนค. แนะคว้าโอกาสตลาดส่งออกใหม่สู่กลุ่มประเทศนอร์ดิก

สนค. วิเคราะห์สินค้าไทยที่มีโอกาสในการเจาะตลาดนอร์ดิกด้วย Data Analytics Dashboard บนเว็บไซต์ คิดค้า.com พบว่า “ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า” และ “กลุ่มเครื่องปรับอากาศ” เป็นสินค้าดาวเด่นในตลาดนอร์ดิก “ยางยานพาหนะ” และ “อาหารสุนัขและแมว” เป็นสินค้าศักยภาพ พร้อมแนะให้เปิดตลาด “ไก่” และ “อาหารทะเลกระป๋อง” ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูง แต่ไทยเข้าถึงตลาดได้น้อย

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้วิเคราะห์ตลาดนอร์ดิก ๕ ประเทศ ได้แก่ สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ และไอซ์แลนด์ เพื่อหาโอกาสสำหรับการเปิดตลาดใหม่เพิ่มเติมตามนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ โดยเน้นตลาดใหม่ที่มีกำลังซื้อสูง แต่ยังมีมูลค่าการค้ากับไทยไม่มากนัก จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทยที่จะหาโอกาสขยายการค้าในตลาดใหม่

สนค. พบว่าภาพรวมตลาดนอร์ดิกผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงติดอันดับโลก โดยในปี ๒๕๖๕ **นอร์เวย์** เป็นประเทศที่มีรายได้ต่อหัวสูงที่สุดในกลุ่มประเทศนอร์ดิกอยู่ที่ ๑๐๖,๑๔๙ ดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับ ๓ ของโลก และสูงกว่าไทย ๑๕.๔ เท่า อย่างไรก็ตาม กลุ่มประเทศนอร์ดิกมีจำนวนประชากรน้อยกว่าไทย ๒.๖ เท่า โดย **สวีเดน** เป็นประเทศขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดและมีประชากรมากที่สุดในกลุ่มประเทศ ซึ่งประชากรคิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗ ของประชากรทั้งหมดในกลุ่มประเทศ (นอร์ดิกมีประชากรรวม ๒๗.๘ ล้านคน) สำหรับด้านการค้าระหว่างประเทศ แหล่งนำเข้าสำคัญของกลุ่มประเทศนอร์ดิก ๓ ลำดับแรก คือ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และจีน โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าลำดับที่ ๓๑ คิดเป็นร้อยละ ๐.๔ ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

แม้ว่าปัจจุบันไทยส่งออกไปยังตลาดนอร์ดิกได้ไม่มาก แต่สินค้าไทยยังมีโอกาสเข้าถึงตลาดนอร์ดิกได้อีก จากข้อมูลการส่งออกของไทย ๗ เดือนแรกของปี ๒๕๖๖ (ม.ค-ก.ค.) ไปยังกลุ่มประเทศนอร์ดิกมีมูลค่ารวม ๘๘๖.๙ ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ ๓.๗ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๐.๕ ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของไทย โดยประเทศส่งออกหลัก ได้แก่ สวีเดน นอร์เวย์ และเดนมาร์ก โดยมีสินค้าส่งออกหลัก เช่น ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า เป็นต้น สำหรับในระยะต่อไป สนค. มองว่าไทยมีสินค้าศักยภาพหลายรายการที่มีโอกาสเจาะตลาดในกลุ่มประเทศนอร์ดิกได้เพิ่มเติม โดยสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มเติมแบ่งเป็น ๓ กลุ่ม ได้แก่ สินค้าดาวเด่น สินค้าศักยภาพ และสินค้าแนะส่งเสริม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- <u>**สินค้าดาวเด่น**</u> เป็นสินค้าส่งออกหลักของไทยในกลุ่มประเทศนอร์ดิกที่มีแนวโน้มเติบโตดี สะท้อนว่าตลาดยังมีความต้องการสูง โดยในปี ๒๕๖๕ ประเทศไทยส่งออก **“ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า”** สัดส่วนร้อยละ ๙.๙ ของสินค้าส่งออกไทยไปนอร์ดิกทั้งหมด ขยายตัวร้อยละ ๓๘๑.๒ และส่งออก **“เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ”** สัดส่วนร้อยละ ๑๕.๑ ขยายตัวร้อยละ ๕๔.๐ เทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับ ๗ เดือนแรกของปี ๒๕๖๖ (ม.ค.-ก.ค.) การส่งออกสินค้าดังกล่าวของไทยยังคงเติบโต โดย **“ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า”** สัดส่วนร้อยละ ๑๔.๖ ของสินค้าส่งออกไทยไปนอร์ดิกทั้งหมด ขยายตัวร้อยละ ๐.๘ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และส่งออก **“เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ”** สัดส่วนร้อยละ ๑๑.๘ ขยายตัวร้อยละ ๐.๓ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยในปี ๒๕๖๕ ไทยครองส่วนแบ่งตลาด “ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า” ในตลาดนอร์ดิกอยู่ที่ร้อยละ ๐.๙ และ “เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ” ที่ร้อยละ ๑๕.๙ ซึ่ง สนค. มองว่าสินค้าดังกล่าวยังมีโอกาสขยายการส่งออกและขยายส่วนแบ่งตลาดได้อีก

- <u>**สินค้าศักยภาพ**</u> เป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ แต่มีส่วนแบ่งของไทยในตลาดนอร์ดิกต่ำกว่าส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลก ได้แก่ **“ยางยานพาหนะ”** ซึ่งในปี ๒๕๖๕ ไทยครองส่วนแบ่งในตลาดนอร์ดิกอยู่ที่ร้อยละ ๑.๔ เปรียบเทียบกับส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกที่ร้อยละ ๗.๗ ขณะที่การส่งออกในช่วง ๗ เดือนแรกของปี ๒๕๖๖ (ม.ค-ก.ค.) ขยายตัวสูงถึงร้อยละ ๘.๓ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และ **“อาหารสุนัขและแมว”** ซึ่งไทยครองส่วนแบ่งในตลาดนอร์ดิกอยู่ที่ร้อยละ ๐.๙ เปรียบเทียบกับส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกที่ร้อยละ ๑๑.๙ ขณะที่การส่งออกในช่วง ๗ เดือนแรกของปี ๒๕๖๖ (ม.ค-ก.ค.) ลดลงร้อยละ ๒๓.๖ เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

- <u>**สินค้าแนะส่งเสริม**</u> เป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการ แต่กลุ่มประเทศนอร์ดิกยังนำเข้าจากไทยค่อนข้างน้อย หรือมูลค่าการนำเข้าจากไทยมีไม่ต่อเนื่อง จึงเป็นสินค้าไทยที่แนะนำให้เข้าไปเปิดตลาดใหม่ ได้แก่ **“ไก่”** และ **“อาหารทะเลกระป๋อง”** อย่างไรก็ดี การเข้าสู่ตลาดใหม่ในสินค้าดังกล่าวเป็นเรื่องที่ท้าทายทั้งจากคู่แข่งทางการค้าเดิมที่มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างสูง และมาตรฐานสินค้าในกลุ่มประเทศที่ค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มประเทศอื่น

นอกจากนี้ สนค. มองเห็นแนวโน้มการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นที่ภาครัฐและผู้บริโภคชาวนอร์ดิกกำลังให้ความสำคัญ โดยประเทศในกลุ่มประเทศนอร์ดิกถือเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างสูง มีเป้าหมายร่วมกันในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี ๒๕๙๓ (ค.ศ. ๒๐๕๐) และจากผลการจัดอันดับ “ดัชนีผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม” (Environmental Performance Index: EPI) ในปี ๒๕๖๕ พบว่า ๓ ประเทศในกลุ่มนอร์ดิก ติดอันดับ ๑ ใน ๕ ของโลก ได้แก่ เดนมาร์ก (อันดับ ๑) ฟินแลนด์ (อันดับ ๓) และสวีเดน (อันดับ ๕) สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของประเทศในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น การส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้าดังกล่าวให้ความสำคัญและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น การติดฉลากสิ่งแวดล้อมที่ได้รับรองจากหน่วยงานที่ได้รับความน่าเชื่อถือ เป็นต้น จะมีส่วนสนับสนุนให้สินค้าไทยได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวนอร์ดิกได้ดี

“ตลาดนอร์ดิกเป็นหนึ่งในตลาดที่น่าจับตามอง เพราะเป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงมาก แต่ไทยยังมีการค้ากับประเทศเหล่านี้ค่อนข้างน้อย ดังนั้น ไทยมีโอกาสเข้าสู่ตลาดนี้ได้อีกมาก นอกจากนี้ ไทยมีสินค้าที่มีศักยภาพหลายรายการที่มีโอกาสเข้าไปเจาะตลาดนอร์ดิกเพิ่มเติม ซึ่งการวิเคราะห์โอกาสทางการค้านี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ส่งออกไทยมองเห็นศักยภาพและโอกาสของตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศนอร์ดิกได้ชัดเจนขึ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มประเทศนี้มีเกณฑ์คุณภาพและมาตรฐานสินค้าที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม การส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มประเทศนี้จึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดด้วย” นายพูนพงษ์กล่าว

สนค. ได้พัฒนาเว็บไซต์ “คิดค้า.com” เพื่อเป็นศูนย์รวมข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึกที่สำคัญของประเทศ ประกอบด้วยข้อมูลเชิงลึกรายสินค้าและธุรกิจบริการสำคัญ รวมทั้งมิติการค้าทั้งระหว่างประเทศและภายในประเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ติดตามสถานการณ์การค้าได้อย่างเจาะลึกและทันต่อสถานการณ์การค้าในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยใช้แนวคิด Big Data Analytics วิเคราะห์และประมวลผลหลายมิติ หลากมุมมอง โดย “คิดค้า.com” มี Data Analytics Dashboard เผยแพร่แล้วรวม ๔ หัวข้อ ได้แก่ ข้อมูลเชิงลึกด้านสินค้าเกษตร (Agriculture Dashboard) ข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจระดับจังหวัด (Province Dashboard) ข้อมูลเชิงลึกด้านการค้าระหว่างประเทศ (Global Demand Dashboard) และข้อมูลเชิงลึกด้านธุรกิจบริการ (Services Dashboard)

ผู้ที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม และสนใจข้อมูลแนวโน้มสินค้าไทยในตลาดอื่น ๆ สามารถเข้าไปดูได้ที่เว็บไซต์ คิดค้า.com หรือเพจเฟซบุ๊กสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
๒๕ กันยายน ๒๕๖๖