

สนค. แนะนำธุรกิจเจาะตลาดส่งออกศักยภาพใหม่ ๆ เพิ่มเติมจากตลาดเดิม

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์เปิดเผยว่า สนค. ได้วิเคราะห์ตลาดส่งออกศักยภาพใหม่ ๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ภาคธุรกิจได้สร้างโอกาสในการเพิ่มมูลค่าการส่งออก เนื่องจากตลาดส่งออกของไทยในปัจจุบันค่อนข้างกระจุกตัวอยู่ไม่กี่ประเทศ จากข้อมูลการส่งออกในปี 2566 พบว่า ร้อยละ 70 ของการส่งออกรวม เป็นการส่งออกไปยังอาเซียน (9) (สัดส่วน 23.5%) สหรัฐฯ (สัดส่วน 17.2%) จีน (สัดส่วน 12.0%) ญี่ปุ่น (สัดส่วน 8.7%) และสหภาพยุโรป (สัดส่วน 7.7%) ทำให้การส่งออกไทยอ่อนไหวหากประเทศเหล่านี้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการค้าหรือลดการนำเข้าจากไทยลง ประกอบกับทิศทางการค้าโลกที่มีความไม่แน่นอนสูงจากปัจจัยที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นจากการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงขึ้น ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ที่กระทบต่อการส่งออกของไทย

เพื่อส่งเสริมให้ภาคการค้าระหว่างประเทศเติบโตอย่างยั่งยืน สนค. จึงได้เสนอแนวทางการขยายตลาดส่งออกเชิงรุกใหม่ ๆ โดยพิจารณาจากความสามารถในการนำเข้าของประเทศคู่ค้าที่อยู่ในระดับสูง-ปานกลาง แต่ไทยยังมีความสัมพันธ์ทางการค้าค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับศักยภาพการนำเข้าของประเทศคู่ค้า โดยวิเคราะห์จากดัชนีชี้วัดศักยภาพการนำเข้า (Import Potential Index: IPI) ที่วัดจากตัวแปรทางเศรษฐกิจและการค้า 34 ตัวชี้วัด ใน 6 มิติ ได้แก่ 1) เศรษฐกิจมหภาค 2) การค้ากับต่างประเทศ 3) ต้นทุนการค้าระหว่างประเทศ 4) โครงสร้างพื้นฐานทางการค้า 5) เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และ 6) แนวโน้มเศรษฐกิจในอนาคต ร่วมกับดัชนีชี้วัดความสอดคล้องทางการค้ากับไทย ประกอบด้วย ดัชนีความสอดคล้องทางการค้า (Trade Complementarity Index: TCI) และดัชนีความสัมพันธ์ทางการค้า (Trade Combination Degree: TCD) เพื่อคัดกรองประเทศศักยภาพใหม่ ๆ และวางกลยุทธ์ขยายตลาดส่งออกตามระดับศักยภาพการนำเข้าและความสอดคล้องของสินค้าระหว่างไทยกับคู่ค้า

ข้อเสนอกลุ่มตลาดศักยภาพใหม่ ๆ ที่ควรผลักดัน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มประเทศคู่ค้ามีศักยภาพการนำเข้าสูง และไทยส่งออกไปในสัดส่วนที่สูง แต่ยังน้อยกว่าศักยภาพการนำเข้าของประเทศคู่ค้า

ตลาดในกลุ่มนี้ ได้แก่ **สวีเดน** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ ทองคำที่ยังไม่ได้ขึ้นรูป ส่วนประกอบนาฬิกา พลอย เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้ ผักสดหรือแช่เย็น สับประรดแปรรูป และผลไม้แห้ง) **สหราชอาณาจักร** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถปิคอัพ รถบัสและรถบรรทุกที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์ภายในอากาศยาน ยานอวกาศ และส่วนประกอบ เครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้ อาหารสุนัขและแมว น้ำตาลทรายขาว และเครื่องแกงสำเร็จรูป) **เกาหลีใต้** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ ยางยานพาหนะ น้ำมันถั่วเหลือง ส่วนประกอบของเครื่องปรับอากาศ ไก่สดแช่เย็น แช่แข็ง ข้าวโพดหวานกระป๋อง น้ำตาลทรายขาว และมะม่วงสด) **สหรัฐอเมริกา** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถยนต์นั่งที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์ภายในเครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ อาหารปรุงแต่ง น้ำตาลทรายขาว และอาหารทะเลกระป๋อง) **ซาอุดีอาระเบีย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถยนต์นั่งที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องยนต์ภายใน รถปิคอัพ เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างและส่วนประกอบ ข้าวโพดหวานกระป๋อง แปรรูป ข้าวเหนียว กุ้งแปรรูป และข้าวหอมมะลิ 100%) **กาตาร์** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ พลาสติก แช่เย็น แช่แข็ง พลอย อาหารปรุงแต่ง อาหารสุนัขและแมว ชিং หล้าฝรั่ง หมิ่น โคม่า ไบเบย์ หอมแขก และเครื่องเทศอื่น ๆ) **อิสราเอล** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ เพชร ส่วนประกอบของเครื่องโทรสารและโทรศัพท์ เติลิน ปลาแปรรูป ข้าวขาว 5-10% ข้าวหอมมะลิ 100% และข้าวโพดหวานกระป๋อง) **แคนาดา** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องรับโทรศัพท์และอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และส่วนประกอบ ซอสพริก ข้าวหอมมะลิ 100% ข้าวขาว 100% และข้าวเหนียว) **เม็กซิโก** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ ส่วนประกอบเครื่องโทรสารและโทรศัพท์ รถยนต์นั่งประเภทยานยนต์ไฟฟ้ามีทั้งเครื่องยนต์สันดาปภายในและมอเตอร์ไฟฟ้าสำหรับขับเคลื่อน เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ข้าวขาว 100% สับประรดกระป๋องและแปรรูป และผลไม้แปรรูป) **ชิลี** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ ทุ่นกระป๋อง เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ บอยเลอร์ เมล็ด ผลและสเปอร์ ชนิดที่ใช้เพาะปลูก กุ้งกระป๋อง อาหารสุนัขและแมว และข้าวขาว 100%) และ **รัสเซีย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ อากาศยาน ยางยานพาหนะ เครื่องประดับแท้ทำด้วยทอง ข้าวขาว 5-10% อาหารสุนัขและแมว วิสกี้ และโกโก้และของปรุงแต่ง)

แนวทางในการส่งเสริมและผลักดันการส่งออกที่สำคัญ คือ ขยายความร่วมมือและเปิดเสรีการค้าระหว่างกันมากขึ้น ตลอดจนปรับปรุงพัฒนาคุณภาพ และรักษามาตรฐานสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด รวมทั้งหาช่องทางการค้าใหม่ ๆ เพื่อให้ไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับศักยภาพการนำเข้าของลูกค้า

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประเทศคู่ค้ามีศักยภาพการนำเข้าสูง แต่ระดับมูลค่าส่งออกของไทยไปประเทศนั้น ๆ ยังอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย

ตลาดในกลุ่มนี้ ได้แก่ **นอร์เวย์** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถปิคอัพฯ โครงก่อสร้างทำด้วยเหล็ก แผงสวิทช์และแผงควบคุมกระแสไฟฟ้า ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ซอสพริก และข้าวหอมมะลิ 100%) **อาเซอร์ไบจาน** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ยางยานพาหนะ รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องสันดาปภายใน ผลไม้แปรรูป ข้าวโพดหวานกระป๋อง ซอสพริก และสับปะรดกระป๋อง) และ **คาซัคสถาน** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถปิคอัพฯ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องประดับที่ทำด้วยทอง สิ่งปรุงแต่งที่ใช้กับหน้าและบำรุงผิว โกโก้และของปรุงแต่ง และอาหารสุนัขและแมว)

แนวทางส่งเสริมและผลักดันการส่งออกที่สำคัญ คือ การขยายความร่วมมือและเปิดเสรีการค้าระหว่างกันมากขึ้น และเร่งศึกษาตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการค้า

กลุ่มที่ 3 ประเทศคู่ค้าที่มีศักยภาพการนำเข้าปานกลาง แต่ความต้องการซื้อตรงกับความต้องการขายอยู่ในระดับสูง

ตลาดในกลุ่มนี้ ได้แก่ **โมร็อกโก** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถยนต์นั่งประเภทยานยนต์ไฟฟ้าฯ ด้ายเส้นใยประดิษฐ์ เทปแม่เหล็กและจานแม่เหล็กสำหรับคอมพิวเตอร์ อาหารสุนัขและแมว อาหารปรุงแต่ง และน้ำสับปะรด) **เซอร์เบีย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถปิคอัพฯ เหล็กและเหล็กกล้า ทุ่นกระป๋อง ปลาแปรรูป และสับปะรดกระป๋อง) **โคลัมเบีย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ เครื่องซักผ้าและเครื่องซักแห้งและส่วนประกอบ ไม้อัดอาหารสุนัขและแมว สตาร์ชทำจากมันสำปะหลัง และผลไม้กระป๋อง) **บาหลีเรน** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถยนต์นั่งที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องสันดาปภายใน ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า หลอดหรือท่อและอุปกรณ์ติดตั้งของหลอดหรือท่อทองแดง อาหารสุนัขและแมว และข้าวหนึ่ง) **ยูเครน** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถปิคอัพฯ รถยนต์นั่งที่ขับเคลื่อนด้วยเครื่องสันดาปภายใน ทุ่นกระป๋อง สับปะรดกระป๋อง กุ้งแปรรูป และปลาหมึกสดแช่เย็นแช่แข็ง) **อูรุกวัย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ ถังและกระสอบพลาสติก รถปิคอัพฯ เม็ดพลาสติก สับปะรดแปรรูป และข้าวโพดหวานกระป๋อง) **อาร์เมเนีย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ เครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างและส่วนประกอบ เพชร เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ข้าวขาว 100% ข้าวหนึ่ง ไข่มุก และซอสพริก) **กานา** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ โพรพิลีน โพลีเอทิลีน ข้าวขาว 100% ปลาข้าวหอมมะลิ และสตาร์ชทำจากมันสำปะหลัง) และ **โบลิเวีย** (สินค้าส่งออกศักยภาพ ได้แก่ รถปิคอัพฯ ทุ่นกระป๋อง ยางยานพาหนะ และข้าวโพดสำหรับทำพันธุ์)

แนวทางส่งเสริมและผลักดันการส่งออกที่สำคัญ คือ ศึกษาตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้ไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดกลุ่มนี้ให้ได้มากขึ้นในอนาคต

นายพูนพงษ์ กล่าวเพิ่มเติมว่า แม้ว่าตลาดเหล่านี้จะมีสัดส่วนไม่มากในปัจจุบัน แต่ความสอดคล้องของทางการค้าสินค้ากับไทยที่สูงจะทำให้สามารถสร้างโอกาสในการขยายส่วนแบ่งการตลาดในประเทศที่กล่าวมาข้างต้นได้มากขึ้น โดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์ จะสนับสนุนการอำนวยความสะดวกทางการค้า ขยายความร่วมมือและความสัมพันธ์ทางการค้า เปิดเสรีการค้าระหว่างกันมากขึ้น ตลอดจนศึกษาภาวะเปรียบเทียบในการนำเข้าและแนวโน้มความต้องการสินค้าของตลาดเหล่านี้ เพื่อช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ได้อย่างแข็งแกร่ง ซึ่งคาดว่าจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าไทยให้ขยายตัวมากขึ้นในอนาคตข้างหน้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
11 เมษายน 2567