

## สนค. ชี้ภูมิภาคเอเชียกลาง โอกาสส่งออกใหม่ พบสินค้าไทยมีศักยภาพเจาะตลาดเพียง

สนค. วิเคราะห์สินค้าไทยที่มีโอกาสในการเจาะตลาดเอเชียกลางด้วย Data Analytics Dashboard บนเว็บไซต์ คิดค้า.com พบ “กลุ่มรถยนต์” และ “ยางยานพาหนะ” เป็นสินค้าดาวเด่น มีโอกาสส่งออกและขยายตลาด “คอมพิวเตอร์” และ “เครื่องปรับอากาศ” เป็นสินค้าศักยภาพ แต่ส่วนแบ่งไทยยังน้อย สามารถเพิ่มได้ อีกส่วน “ไก่” และ “น้ำตาลทราย” เป็นสินค้าที่มีความต้องการสูง ไทยควรเข้าไปเจาะตลาดเพิ่ม

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้วิเคราะห์ตลาดเอเชียกลาง 5 ประเทศ ได้แก่ คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน เติร์กเมนิสถาน ทาจิกิสถาน และคีร์กีซสถาน เพื่อหาโอกาสสำหรับการเปิดตลาดใหม่เพิ่มเติมตามนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ โดยเน้นตลาดใหม่มีกำลังซื้อสูง แต่ยังมีมูลค่าการค้ากับไทยไม่มากนัก หากมีการส่งเสริมและผลักดัน จะเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทยที่จะหาโอกาสขยายการค้าในตลาดใหม่ได้เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ พบว่า ภาพรวมตลาดเอเชียกลางมีขนาดเศรษฐกิจและจำนวนประชากรใกล้เคียงกับประเทศไทย โดยคาซัคสถาน เป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียกลาง มีรายได้ต่อหัว 11,244 ดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่าไทย 1.6 เท่า อุซเบกิสถาน เป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในภูมิภาค คิดเป็นร้อยละ 45 ของประชากรทั้งหมด (เอเชียกลางมีประชากรรวม 78.5 ล้านคน) สำหรับด้านการค้าระหว่างประเทศ แหล่งนำเข้าสำคัญของภูมิภาคเอเชียกลาง 3 ลำดับแรก คือ รัสเซีย จีน และตุรกี โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าลำดับที่ 26 คิดเป็นร้อยละ 0.3 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด

โดยในปัจจุบัน ไทยส่งออกไปยังเอเชียกลางได้จำกัด แต่สินค้าไทยยังมีโอกาสเข้าถึงตลาดเอเชียกลางได้อีก จากข้อมูลการส่งออกของไทยไปยังภูมิภาคเอเชียกลางใน 7 เดือนของปี 2566 (ม.ค.-ก.ค.) มีมูลค่ารวม 141.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 176 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.09 ของมูลค่าส่งออกทั้งหมดของไทย แต่ถ้าหักสินค้าอากาศยานไปแล้ว ซึ่ง สนค. มองเป็นปัจจัยชั่วคราว การส่งออกของไทยไปยังภูมิภาคเอเชียกลางยังคงขยายตัวถึงร้อยละ 55 โดยประเทศส่งออกหลักของไทย ได้แก่ คาซัคสถาน และอุซเบกิสถาน โดยมีสินค้าส่งออกหลักของไทย เช่น รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางยานพาหนะ และอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

นายพูนพงษ์กล่าวว่า ในระยะข้างหน้า สนค. มองว่าไทยมีสินค้าศักยภาพหลายรายการที่มีโอกาสเจาะตลาดในภูมิภาคเอเชียกลางได้เพิ่มเติม โดยวิเคราะห์สินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกเพิ่มเติมแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าดาวเด่น เป็นสินค้าส่งออกหลักของไทยในภูมิภาคเอเชียกลางที่มีแนวโน้มเติบโตดี สะท้อนว่าตลาดยังมีความต้องการสูง โดย 7 เดือนของปี 2566 (ม.ค.-ก.ค.) ไทยส่งออก “รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ” สัดส่วนร้อยละ 38.5 ของสินค้าส่งออกไทยไปเอเชียกลางทั้งหมด ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 70.8 และส่งออก “ยางยานพาหนะ” สัดส่วนร้อยละ 6.5 ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 48.6 โดยในปี 2565 ไทยครองส่วนแบ่งตลาด “รถยนต์ อุปกรณ์และ

ส่วนประกอบ” ในตลาดเอเชียกลางอยู่ที่ร้อยละ 2.5 ส่วน “ยางยานพาหนะ” ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.3 ซึ่งยังมีโอกาสขยายการส่งออกและขยายส่วนแบ่งตลาดได้อีก

สินค้าศัภภาพ เป็นสินค้าที่ไทยมีศัภภาพ แต่มีส่วนแบ่งของไทยในตลาดเอเชียกลางต่ำกว่าส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลก ได้แก่ “คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ” ซึ่งไทยครองส่วนแบ่งในตลาดเอเชียกลางอยู่ที่ร้อยละ 0.6 เปรียบเทียบกับส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกที่ร้อยละ 4.3 ขณะที่การส่งออกในช่วง 7 เดือนของปี 2566 (ม.ค-ก.ค.) ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 4,986.5 และ “เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ” ซึ่งไทยครองส่วนแบ่งในตลาดเอเชียกลางอยู่ที่ร้อยละ 1.3 เปรียบเทียบกับส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกที่ร้อยละ 12.8 ขณะที่การส่งออกในช่วง 7 เดือนของปี 2566 (ม.ค-ก.ค.) ขยายตัวร้อยละ 31.9

สินค้าแนะนำส่งเสริม เป็นสินค้าที่ตลาดมีความต้องการสูง แต่ภูมิภาคเอเชียกลางยังนำเข้าจากไทยค่อนข้างน้อย หรือมูลค่าการนำเข้าจากไทยมีไม่ต่อเนื่อง จึงเป็นสินค้าไทยที่แนะนำให้เข้าไปเปิดตลาดใหม่ ได้แก่ “ไก่” และ “น้ำตาลทราย”

ทั้งนี้ ตลาดที่มีศัภภาพและควรให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ คาซัคสถานและอุซเบกิสถาน เนื่องจากคาซัคสถานเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และอุซเบกิสถานมีประชากรจำนวนมาก แต่การส่งออกสินค้าเกษตรหรืออาหารในภูมิภาคเอเชียกลางควรศึกษามาตรฐานฮาลาลเพิ่มเติมก่อนเข้าสู่ตลาด เนื่องจากภูมิภาคนี้มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก การผลิตสินค้าจึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ให้คงไว้ซึ่งคุณค่าอาหารถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และไม่มีสิ่งปนเปื้อน เช่น สุกร และสุนัข นอกจากนี้ โลจิสติกส์ ฮาลาล (Halal Logistics) อาจเป็นอีกเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ โดยหลักปฏิบัติสำคัญ ๆ เช่น การขนส่งในตู้สินค้าเดียวกัน หากมีทั้งผลิตภัณฑ์ฮาลาลและไม่ฮาลาล จะต้องแยกหรือใช้ภาชนะบรรจุอีกชั้นหนึ่ง เพื่อป้องกันการสัมผัสระหว่างสินค้า ไม่ให้เกิดการปนเปื้อนกับสิ่งต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติ และต้องมีฉลากบ่งชี้ไปกับตัวสินค้าและเอกสารกำกับ การขนส่งสินค้าฮาลาลทุกครั้ง

นอกจากนั้น เนื่องจากภูมิภาคเอเชียกลางมีข้อจำกัดที่ไม่มีทางออกทะเลเปิด ทำให้การส่งออกไปยังภูมิภาคนี้ต้องใช้การขนส่งในหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะทางเรือ ทางถนน และทางอากาศ ขณะที่การขนส่งทางรางระยะไกลมีข้อจำกัดด้านพิธีการศุลกากรและต้องเปลี่ยนถ่ายขบวนหลายครั้ง ดังนั้นผู้ประกอบการไทยควรศึกษารูปแบบการขนส่งให้เหมาะสมกับชนิด ขนาด และปริมาณสินค้า

“ตลาดเอเชียกลางเป็นหนึ่งในตลาดที่น่าจับตามอง เพราะเป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อ แต่ไทยยังมีการค้ากับประเทศเหล่านี้ค่อนข้างน้อย นั่นแปลว่าไทยมีโอกาสเข้าสู่ตลาดนี้ได้อีกมาก นอกจากนี้ ไทยมีสินค้าที่มีศัภภาพหลายรายการที่มีโอกาสเข้าไปเจาะตลาดเอเชียกลางเพิ่มเติม ดังนั้น การวิเคราะห์โอกาสทางการค้านี้จะช่วยให้ผู้ส่งออกไทยมองเห็นศัภภาพและโอกาสของตลาดใหม่ในภูมิภาคเอเชียกลางได้ชัดเจนขึ้น” นายพูนพงษ์กล่าว

สนค. ได้พัฒนาเว็บไซต์ “คิดค่า.com” เพื่อเป็นศูนย์รวมข้อมูลเศรษฐกิจการค้าเชิงลึกที่สำคัญของประเทศ ประกอบด้วยข้อมูลเชิงลึกรายสินค้าและธุรกิจบริการสำคัญ รวมทั้งมิติการค้าทั้งระหว่างประเทศและ

ภายในประเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือไว้ใช้งานวิเคราะห์ติดตามสถานการณ์การค้าได้อย่างเจาะลึก และทันต่อสถานการณ์การค้าในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยใช้แนวคิด Big Data Analytics วิเคราะห์และประมวลผลหลายมิติ หลากมุมมอง โดย “คิดค้า.com” มี Data Analytics Dashboard เผยแพร่แล้วรวม 4 หัวข้อ ได้แก่ ข้อมูลเชิงลึกด้านสินค้าเกษตร (Agriculture Dashboard) ข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจระดับจังหวัด (Province Dashboard) ข้อมูลเชิงลึกด้านการค้าระหว่างประเทศ (Global Demand Dashboard) และข้อมูลเชิงลึกด้านธุรกิจบริการ (Services Dashboard) โดยผู้ที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม และสนใจข้อมูลแนวโน้มสินค้าไทยในตลาดอื่น ๆ สามารถเข้าไปดูได้ที่ เว็บไซต์ คิดค้า.com หรือเพจเฟซบุ๊กสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

---

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

13 กันยายน 2566