



# จับสัญญาณธุรกิจ

กันยายน 2563



## Highlight

- ความเคลื่อนไหวของสินค้าส่งออกสำคัญของไทยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2563 และแนวโน้มในระยะข้างหน้า
- เศรษฐกิจและการค้าโลกในปัจจุบันที่มีความซับซ้อนขึ้น ทำให้ปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับประเทศ/กลุ่มประเทศหนึ่งๆ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือเป็นโอกาสของประเทศหนึ่งได้ ไม่ว่าจะเป็นสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ-จีน การโต้สวน AD ยางล้อซึ่งสหรัฐฯ จะประกาศผลในเดือนพฤศจิกายนนี้ และการตัดสินใจ EBA ที่ EU ให้แก่กัมพูชา ซึ่งนับเป็นประเด็นที่ธุรกิจไทยต้องจับสัญญาณเพื่อเตรียมรับมือ

## ความเคลื่อนไหวของสินค้าส่งออกสำคัญในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2563 และแนวโน้มในระยะข้างหน้า

หากพิจารณาการส่งออกของไทยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2563 ซึ่งหดตัวร้อยละ 7.7 (y-o-y) พบว่าการส่งออกในไตรมาส 1 ขยายตัวได้เพียงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.9 (y-o-y) โดยสินค้าส่งออกราวครึ่งหนึ่งมีมูลค่าหดตัวลงจากช่วงเดียวกันของปี 2562 หลังจากนั้นเมื่อการระบาดของ COVID-19 ทวีความรุนแรงขึ้นในไตรมาส 2 การส่งออกของไทยก็ได้รับผลกระทบอย่างมากจากมาตรการ Lockdown ของตลาดส่งออก ทำให้มูลค่าส่งออกในไตรมาส 2 ลดลงถึงร้อยละ 17.5 (y-o-y) และมีสินค้าถึง 2 ใน 3 ที่มีมูลค่าส่งออกหดตัวลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 สำหรับในไตรมาส 3 ฝ่าวิวิจัยธุรกิจมองแนวโน้มการส่งออกของไทย ดังนี้

สินค้าส่งออก	Q1	Q2	Q3	แนวโน้มในระยะข้างหน้า
- อัญมณีอย่าง				- ปัจจุบันผู้ผลิตอัญมณีหลายบริษัทได้รับคำสั่งซื้อล่วงหน้าจนถึงปลายปีหรือปีหน้า
- เฟอร์นิเจอร์ไม้				- ได้อานิสงส์จากการที่สหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากจีน แต่ในระยะข้างหน้าเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่หดตัวอาจทำให้ความต้องการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ลดลง และกระทบต่อแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย
- อาหารสัตว์เลี้ยง				- ผู้บริโภคบางส่วนหาสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยงแก่เหงาเพิ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงกักตัว COVID-19 ส่งผลให้มีความต้องการอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสสำหรับไทยซึ่งเป็นผู้ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงอันดับต้นๆ ของโลก
- อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป				- หลายประเทศคลายมาตรการ Lockdown ทำให้ความต้องการซื้ออาหารกระป๋องเพื่อสำรองในช่วงกักตัวลดลง แต่มูลค่าส่งออกยังมีโอกาสขยายตัวได้เล็กน้อย เนื่องจากปลาทูน่ากระป๋องเป็นสินค้าราคาไม่แพง เหมาะกับช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว
- ผัก-ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง				- การส่งออกทุเรียน ซึ่งเป็น Product Champion ที่ส่งออกไปจำนวนมากในช่วงครึ่งปีแรก จะชะลอลงในครึ่งปีหลัง อย่างไรก็ตาม ปริมาณลำไยในช่วงครึ่งปีหลังที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11 (y-o-y) อาจพ่วงให้มูลค่าส่งออกโดยรวมของสินค้าหมวดนี้ลดลงไม่มากนัก
- ผัก-ผลไม้กระป๋องและแปรรูป				- ปัจจัยบวกของการส่งออกลดลง ทั้งการคลายมาตรการ Lockdown และปริมาณผลผลิตสับปะรด (ซึ่งเป็นสินค้าหลักในหมวดนี้) ในช่วงครึ่งปีหลัง คาดว่าจะออกสู่ตลาดลดลงราวร้อยละ 6 (y-o-y)

- หมายเหตุ :
- หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสนั้นของปี 2563 ขยายตัวตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562
  - หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสนั้นของปี 2563 ขยายตัวต่ำกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562
  - หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสนั้นของปี 2563 หดตัวไม่ถึงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562
  - หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสนั้นของปี 2563 หดตัวตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562

สินค้าส่งออก	Q1	Q2	Q3	แนวโน้มในระยะข้างหน้า
- แป้งมันสำปะหลังแปรรูป				- มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นที่การส่งออกจะชะลอลงจากปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบหัวมันสด ประกอบกับเศรษฐกิจของตลาดหลักอย่างญี่ปุ่นมีแนวโน้มฟื้นตัวช้า
- ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์				- ยอดจำหน่ายสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ และรถยนต์ ที่คาดว่าจะอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน ยังกดดันการฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม การส่งออก HDD มีแนวโน้มดีตามปริมาณการใช้งานดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นมาก - ทิศทางสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ-จีน อาจกระทบต่อไทยในฐานะหนึ่งใน Supply Chain การผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีน
- ผลิตภัณฑ์พลาสติก				- ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ในรถยนต์ยังมีทิศทางไม่สดใส ตามยอดจำหน่ายรถยนต์โลกที่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติ - จีน ซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรายใหญ่กลับมาเปิดโรงงานอีกครั้ง หลังจากสถานการณ์ COVID-19 ในจีนเริ่มคลี่คลาย จึงมีโอกาสกลับมาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด
- เคมีภัณฑ์				- อัตราการหดตัวเริ่มผ่อนคลายเป็นเพราะหลายอุตสาหกรรมที่ใช้เคมีภัณฑ์เป็นวัตถุดิบเริ่มใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น แต่ยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่
- เหล็กและผลิตภัณฑ์				- ความต้องการใช้เหล็กมีแนวโน้มลดลง ทั้งในอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ ที่กำลังการผลิตยังไม่กลับสู่ระดับปกติ
- ข้าว				- เผชิญการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากคู่แข่งเดิม และจีนที่เปลี่ยนจากผู้นำเข้าเป็นผู้ส่งออกเนื่องจากมีสต็อกข้าวอยู่มาก
- ยางพารา				- หดตัวตามการผลิตยางล้อที่ลดลงเนื่องจากตลาดรถยนต์โลกที่ยังผลิตได้ไม่เต็มที่กำลังอีกทั้งจีนมีแนวโน้มลดการนำเข้าจากไทยและหันไปนำเข้าจาก CLMV แทน
- ชิ้นส่วนยานยนต์				- ไม่สดใสตามยอดจำหน่ายรถยนต์โลกในครึ่งปีหลังที่คาดว่าจะยังอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปี 2562
- ไม้และผลิตภัณฑ์				- ได้รับผลกระทบจากการที่จีนซึ่งเป็นตลาดสำคัญของไทยมีแนวโน้มนำเข้าไม้เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ลดลง เนื่องจากสหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ไม้ จากจีนตั้งแต่ปี 2562
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป				- ได้รับผลกระทบจากการที่การจัดงานแข่งขันกีฬา ซึ่งเป็นปัจจัยกระตุ้นตลาดที่สำคัญ ยังมีทิศทางไม่ชัดเจน ขณะที่ยอดจำหน่ายเสื้อผ้าแบรนด์ชั้นนำลดลงในหลายประเทศ
- อัญมณีและเครื่องประดับแท้ (ไม่รวมทองคำไม่ขึ้นรูป)				- กำลังซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ลดลง อย่างไรก็ตาม คาดว่าจะมีคำสั่งซื้อบางส่วนกลับเข้ามาในช่วงเทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่

- หมายเหตุ :
- หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสของปี 2563 ขยายตัวตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562
  - หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสของปี 2563 ขยายตัวต่ำกว่าร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562
  - หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสของปี 2563 หดตัวไม่ถึงร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562
  - หมายถึง มูลค่าส่งออกในไตรมาสของปี 2563 หดตัวตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562

## Risk Monitoring

### เศรษฐกิจโลกที่ซับซ้อนทำให้ปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับประเทศ/กลุ่มประเทศหนึ่งๆ กระทบต่อเนื่องมายังผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบันเศรษฐกิจและการค้าโลกซับซ้อนและเกี่ยวพันกันมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้น เช่น มาตรการการค้า จะส่งผลกระทบในวงกว้างกว่าที่เคย ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะที่อยู่ในส่วนปลายของ Supply Chain จึงอาจปรับตัวไม่ทัน ทำให้เกิดความสูญเสียต่อธุรกิจ หรือพลาดโอกาสไปอย่างน่าเสียดาย ผู้ประกอบการจึงควรหมั่นติดตามและประเมินปัจจัยต่างๆ

ที่เข้ามากระทบต่อ Supply Chain ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนอยู่เสมอ เพื่อหาแนวทางป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น หรือเตรียมพร้อมที่จะรับโอกาสที่เข้ามาได้อย่างเต็มที่ ตัวอย่าง **ประเด็นทางการค้าระหว่างประเทศที่เกิดขึ้น และผลกระทบต่อกลุ่มผู้ประกอบการไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม** ได้แก่

● **สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ - จีน...ล้มหล่นใส่เฟอร์นิเจอร์ไม้ไทย**

สงครามการค้าที่ยืดเยื้อระหว่างสหรัฐฯ กับจีนส่งผลกระทบต่อส่งออกสินค้าของไทยแตกต่างกัน โดยสินค้าที่ไทยอยู่ใน Supply Chain ของจีนอย่างยางพารา ไม้และผลิตภัณฑ์ และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสินค้ากลุ่มที่ได้รับผลกระทบ **ขณะเดียวกันก็มีบางสินค้าที่ไทยได้อานิสงส์จากการที่สหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้าจากจีน จนทำให้ส่งออกได้เพิ่มขึ้น** โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ไม้ ที่มีมูลค่าส่งออกขยายตัวอย่างโดดเด่น โดยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2563 มูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไปสหรัฐฯ ขยายตัวถึงร้อยละ 94.7 และส่งผลให้มูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้โดยรวมขยายตัวถึง ร้อยละ 21.2 ในช่วงเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณามูลค่านำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหรัฐฯ พบว่า **การที่สหรัฐฯ นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทยเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการที่สหรัฐฯ ลดการนำเข้าจากจีน (ซึ่งเดิมเป็นแหล่งนำเข้าหลักด้วยสัดส่วนถึงเกือบ 1 ใน 3) ลงเกือบร้อยละ 60 และหันมานำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากแหล่งอื่นแทนเป็นหลัก** โดยยังมีประเทศอื่นที่คว้าโอกาสในการส่งออกได้มากกว่าไทย อาทิ เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย สังเกตได้จากส่วนแบ่งตลาดของประเทศเหล่านี้ที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยจึงไม่ควรนิ่งนอนใจว่าไทยได้รับผลดีจากสงครามการค้าซึ่งไม่มีที่ท่าว่าจะจบลงง่ายๆ จนละเลยการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ เพราะนอกจากจีนที่ครองตลาดมานานแล้ว ประเทศผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้อื่นๆ โดยเฉพาะเวียดนาม ก็อาจพัฒนาจนกลายเป็นคู่แข่งที่แข็งแกร่ง และแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากไทยไปในระยะถัดไป

การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหรัฐฯ

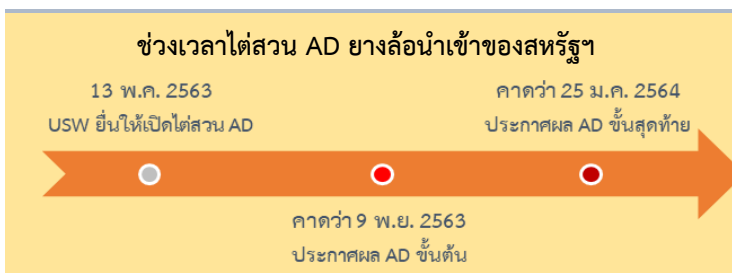
แหล่งนำเข้า	มูลค่านำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)			ส่วนแบ่งตลาด (%)	
	6M62	6M63	%Δ	6M62	6M63
นำเข้าทั้งหมด	7,038,469	5,856,476	-16.8	100	100
เวียดนาม	2,040,641	2,176,629	6.7	29.0	37.2
จีน	2,130,676	880,935	-58.7	30.3	15.0
แคนาดา	619,060	526,638	-14.9	8.8	9.0
มาเลเซีย	423,884	528,407	24.7	6.0	9.0
เม็กซิโก	294,978	289,092	-2.0	4.2	4.9
อินโดนีเซีย	337,438	367,304	8.9	4.8	6.3
อิตาลี	265,811	202,787	-23.7	3.8	3.5
บราซิล	93,216	91,977	-1.3	1.3	1.6
ไทย	57,555	87,071	51.3	0.8	1.5

ที่มา : <https://www.trademap.org/>

● **สหรัฐฯ ยังคงติดตามยื่นฟ้อง AD บริษัทยางล้อจีน...กระทบผู้ส่งออกยางล้อไทย**

หลังจากสหภาพแรงงานเหล็กสหรัฐฯ (USW) ได้รับชัยชนะในการยื่นฟ้องบริษัทผลิตยางล้อจีนในข้อหาทุ่มตลาด (Anti-Dumping: AD) และอุดหนุนสินค้า (Countervailing Duty : CVD) ยางล้อในปี 2558 ล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคม 2563 USW ยื่นฟ้องในนามของสมาชิกผู้ใช้แรงงานของโรงงานผลิตยางล้อในสหรัฐฯ 5 ราย คือ Good Year, Cooper Tire, Michelin, Sumitomo และ Yokohama ให้เปิดการไต่สวน AD สำหรับสินค้ายางล้อรถยนต์ส่วนบุคคลและยางล้อรถบรรทุกขนาดเล็ก (Light Truck) ที่นำเข้าจากไทย เกาหลีใต้ ไต้หวัน และเวียดนาม ทั้งนี้ คาดว่าสหรัฐฯ (มีส่วนแบ่งเกือบครึ่งหนึ่งของการส่งออกยางล้อของไทย) จะประกาศผลการไต่สวน AD ขึ้นต้น ภายในเดือนพฤศจิกายน 2563

ฝ่ายวิจัยธุรกิจประเมินว่ามีความเป็นไปได้สูงที่สหรัฐฯ จะตัดสินว่าทั้ง 4 แหล่งนำเข้าดังกล่าวส่งยางล้อมาพุ่มตลาดสหรัฐฯ และเรียกเก็บ AD ขั้นต้นเป็นการชั่วคราวจากยางล้อที่นำเข้าจากแหล่งผลิตเหล่านี้ รวมถึงไทย โดยยางล้อจากไทยอาจถูกเรียกเก็บ AD ในอัตราสูงกว่าแหล่งอื่น เนื่องจากเนื้อหาในคำฟ้องระบุว่า อัตราการพุ่มตลาดของไทยอยู่ในระดับสูงสุด ที่ร้อยละ 106.36-217.5 ขณะที่แหล่งผลิตที่เหลือมีอัตราการพุ่มตลาดในระดับต่ำกว่า ดังนี้ เกาหลีใต้ ร้อยละ 42.95-195.20 ไต้หวัน ร้อยละ 20.57-116.14 และ เวียดนาม ร้อยละ 5.48-22.30 และคาดว่าผลการไต่สวน AD ขั้นสุดท้ายจะประกาศภายในวันที่ 25 มกราคม 2564



รายชื่อผู้ส่งออกยางล้อจากไทยไปสหรัฐฯ สูงสุด ในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2563



- บจก.แอลแอลไอที (ประเทศไทย)
- บจก.ซูมิโตโม รับเบอร์ (ไทยแลนด์)
- บจก.จงเซ่อ รับเบอร์ (ไทยแลนด์)
- บจก.ดีสโตน คอร์ปอเรชั่น
- บจก.เซนจูรี่ไทร์ (ประเทศไทย)
- บจก.สยามมิชลิน
- บจก.หवाई กรุ๊ป (ประเทศไทย)
- บจก.วีไทร์ แอนด์ รับเบอร์
- บจก.โอทานิ เรเดียล
- บจก.แม็กซิส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย)

สำหรับการฟ้อง AD ในครั้งนี้ หลายฝ่ายเห็นว่า USW พุ่งเป้าไปที่บริษัทยางล้อจีนที่ตั้งอยู่ใน 4 แหล่งนำเข้าดังกล่าวเป็นหลัก เนื่องจากพบว่าบริษัทยางล้อจีนได้ย้ายฐานการผลิตออกจากจีนไปลงทุนในแหล่งผลิตอื่น หลังสหรัฐฯ เรียกเก็บ AD และ CVD ยางล้อเมื่อปี 2558 โดยคาดว่า การเรียกเก็บ AD ในครั้งนี้ บริษัทยางล้อจีนที่ฐานผลิตใน 4 แหล่งนำเข้าจะถูกเรียกเก็บ AD ในอัตราที่สูงกว่าบริษัทอื่นๆ แต่ผู้ผลิตยางล้อรายอื่นในแหล่งผลิตเดียวกันก็ย่อมได้รับผลกระทบไม่มากนักน้อยอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ โดยเฉพาะไทยในฐานะที่สหรัฐฯ ใช้เป็นแหล่งนำเข้ายางล้อสำคัญอันดับ 1 ทั้งนี้ หากสหรัฐฯ เรียกเก็บ AD ยางล้อนำเข้าจากไทยในอัตราใกล้เคียงกับในคำฟ้อง ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่นๆ จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมการส่งออกยางล้อของไทยและผู้ประกอบการยางล้อของไทยที่ส่งออกไปสหรัฐฯ รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยางล้อ ดังนี้

**มูลค่าส่งออกรวมของไทยลดลง** เนื่องจากไทยส่งออกยางล้อไปสหรัฐฯ ราวปีละกว่า 2,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

**ผู้ผลิตยางล้อสัญชาติไทย** ที่ส่งออกไปสหรัฐฯ ซึ่งมีสัดส่วนราวร้อยละ 20 ของมูลค่าส่งออกยางล้อของไทยไปสหรัฐฯ อาทิ ดีสโตน วีไทร์ และโอทานิ อาจถูกเรียกเก็บ AD หากส่งออกไปสหรัฐฯ

**บริษัทผลิตยางล้อจากจีน** อาจย้ายฐานการผลิตออกจากไทยไปยังประเทศใหม่ อาทิ อินโดนีเซีย มาเลเซีย รวมถึงเวียดนาม หากอัตรา AD ที่เวียดนามถูกเรียกเก็บต่ำกว่าไทยมาก

**โรงงานยางพาราแปรรูป** ขั้นต้นขาดทางเลือกในการจำหน่ายในประเทศ และต้องแข่งขันส่งออกยางพาราแปรรูปขั้นต้นแม้ต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างรุนแรง เพราะเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ

● **EU ตัดสิทธิ EBA กัมพูชา ... กระทบผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มไทยที่ย้ายฐานไปกัมพูชา**

ตั้งแต่วันที่ 12 สิงหาคม 2563 EU เริ่มตัดสิทธิ Everything But Arm (EBA) เป็นการชั่วคราวกับสินค้าบางรายการที่นำเข้าจากกัมพูชา ส่งผลให้เครื่องนุ่งห่มที่ถูกตัดสิทธิจะต้องเสียภาษีในอัตราปกติ (MFN Rate) ซึ่งสูงถึงร้อยละ 12 เมื่อส่งออกไป EU

เทียบกับเมียนมาที่ยังได้รับสิทธิ์ EBA จึงเสียภาษีในอัตราร้อยละ 0 และเวียดนาม ซึ่งอัตราภาษีกำลังทยอยปรับลดลงเหลือร้อยละ 0 ตามความตกลงการค้าเสรี EU-เวียดนามที่บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2563 โดยการตัดสินใจ EBA ดังกล่าวนอกจากจะกระทบต่อการส่งออกเครื่องนุ่งห่มของกัมพูชา ยังกระทบต่อผู้ประกอบการไทยที่ตั้งฐานการผลิตเครื่องนุ่งห่มในกัมพูชา โดยเฉพาะผู้ผลิตเพื่อส่งออกไป EU สำหรับในระยะสั้นคาดว่าผู้ประกอบการไทยจะมีการกระจายหรือย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่นมากขึ้น

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มไทยในกัมพูชา



กรณีมี EU เป็นตลาดส่งออกหลัก

- รอความชัดเจนจาก EU ที่อยู่ระหว่างพิจารณาเพิกถอนการตัดสินใจ EBA ในอีก 6 เดือนข้างหน้า
- พิจารณาการย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่น อาทิ เมียนมา และเวียดนาม เพราะนอกจากค่าจ้างแรงงานอยู่ในระดับต่ำ เช่นเดียวกับกัมพูชาแล้ว ยังได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้า

กรณีมีตลาดอื่นเป็นตลาดส่งออกหลัก

- รักษาฐานการผลิตในกัมพูชาต่อไป เนื่องจากยังคงได้รับประโยชน์จากค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ อีกทั้งผู้ส่งออกยังคงได้ประโยชน์จากสิทธิ์ GSP จากตลาดหลัก คือ สหรัฐฯ และ ญี่ปุ่น แต่ต้องระวังการตัดสินใจพิเศษทางการค้าในอนาคต
- พิจารณาการลงทุนในประเทศอื่น อาทิ เมียนมา และเวียดนาม ควบคู่กัน เพื่อกระจายความเสี่ยงหากกัมพูชาถูกประเทศผู้นำเข้าอื่นๆ ตัดสิทธิพิเศษทางการค้า

ส่วนการปรับตัวในระยะยาว ฝ่ายวิจัยธุรกิจเห็นว่าผู้ประกอบการควรหาแนวทางเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ทั้งการลงทุนด้านเทคโนโลยี หรือการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า โดยไม่หวังพึ่งเฉพาะความได้เปรียบจากสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีไม่ว่าจะเป็น EBA หรือ GSP เพียงอย่างเดียว เนื่องจากสิทธิประโยชน์ดังกล่าวเป็นการให้แต่เพียงฝ่ายเดียว ซึ่งผู้ให้อาจเพิกถอนเมื่อใดก็ได้

*Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด*