

ก้าวสู่พรมแดนใหม่ทางการค้า ... ก้าวต่อไปของผู้ส่งออกไทย

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

การค้าระหว่างประเทศกำลังเคลื่อนตัวด้วยความเร็วที่ไม่รอใคร จากมาตรการกีดกันทางการค้าของมหาอำนาจ ความเปราะบางทางภูมิรัฐศาสตร์ ความผันผวนของการเงินโลก ไปจนถึงเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ปัจจัยเหล่านี้กำลังจัดระเบียบโครงสร้างการค้าโลกใหม่ และกระทบต่อการส่งออกของไทยอย่างมีอาจหลีกเลี่ยง เมื่อ “ตลาดเดิม” ถูกบีบด้วยการแข่งขันและข้อจำกัดที่มากขึ้น การมองหาตลาดใหม่จึงไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่คือ “ความจำเป็นเชิงยุทธศาสตร์” ของผู้ส่งออกไทย ประกอบกับการส่งเสริมของภาครัฐผ่านความพยายามเปิดเส้นทางค้าและขยายความร่วมมือกับตลาดใหม่ๆ **บทความนี้จะอยากชวนผู้อ่านร่วมกันสำรวจ “ตลาดใหม่ที่กำลังเติบโต” ซึ่งอาจเป็นเวทีแห่งโอกาสรอบใหม่ของผู้ประกอบการไทยในโลกที่ไม่เคยหยุดหมุน**

อาเซียน แม้อาจไม่ใช่ตลาดใหม่มากนัก แต่มีหลายประเทศที่ความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ที่เศรษฐกิจขยายตัวสูง โดย IMF คาดว่าอัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศปี 2569-2573 จะขยายตัวเฉลี่ยปีละ 5% และ 6.1% ตามลำดับ ปัจจุบันการส่งออกของไทยไปอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์มีสัดส่วน 3.5% และ 2.8% ของมูลค่าส่งออกรวมตามลำดับ หากวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของทั้งสองประเทศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมทั้งขั้นต้นและขั้นกลาง เช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักร เหล็ก ทองแดง เป็นต้น เพื่อรองรับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและเชื่อมโยงในลักษณะ Regional Supply Chain ในอาเซียน นอกจากนี้ ด้วยภูมิประเทศที่เป็นเกาะทำให้ท่าเรือสำคัญมีหลายแห่งกระจายตามเกาะสำคัญ โดยอินโดนีเซีย ได้แก่ ท่าเรือ Tanjung Priok (จาการ์ตา) Tanjung Perak (สุราบายา) Belawan (เมดาน) ฟิลิปปินส์ ได้แก่ ท่าเรือ Manila (มะนิลา) Cebu (เซบู) Batangas (คาลาบาซอน)

เอเชียใต้ นับเป็นตลาดที่มีความโดดเด่นด้านขนาดอย่างมาก โดยหลายประเทศมีจำนวนประชากรมากกว่า 100 ล้านคน โดยเฉพาะอินเดียที่ปัจจุบันมีประชากรมากที่สุดในโลกที่ 1,455 ล้านคน เมื่อประกอบกับแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงกว่า 6% ต่อปี ทำให้อินเดียเป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีศักยภาพโดดเด่น ปัจจุบันไทยมีสัดส่วนการส่งออกไปอินเดีย 3.9% โดยสินค้านำเข้าสำคัญของเอเชียใต้ส่วนใหญ่เป็นสินค้ากลุ่มพลังงาน เช่น น้ำมันและก๊าซธรรมชาติ สินค้าอุตสาหกรรม โดยเฉพาะส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ รองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัล รวมถึงกลุ่มวัตถุดิบด้านสิ่งทอ ซึ่งเอเชียใต้เป็นหนึ่งในฐานการผลิตเครื่องแต่งกายอันดับต้นๆ ของโลก รวมถึงสินค้าไลฟ์สไตล์ที่เจาะกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองที่กำลังโต โดยเฉพาะอินเดีย เช่น มุมไบ เจนไน เบงกอลูรู ไฮเดอราบัด ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่าอินเดียมีพื้นที่ใหญ่ระดับอนุทวีป มีความหลากหลายของวัฒนธรรมและเชื้อชาติ การเจาะตลาดไม่สามารถหว่านแหไปทุกพื้นที่ แต่ต้องใช้กลยุทธ์เลือกพื้นที่เป้าหมายให้เหมาะสมกับสินค้า เช่นเดียวกับท่าเรือสำคัญก็กระจายออกไปในหลายเมือง เช่น ท่าเรือ Jawaharlal Nehru (มุมไบ) Chennai (เจนไน) Mundra (มุนดรา)

ตะวันออกกลาง เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงเป็นอันดับต้นๆ ของโลก เช่น กาตาร์ราว 72,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อคนต่อปี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) 49,000 ดอลลาร์สหรัฐ ซาอุดีอาระเบีย 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ สินค้านำเข้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าขั้นปลาย เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อาหาร โดยมักเป็นสินค้าที่คุณภาพสูงระดับพรีเมียม รวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมก็เริ่มมีสัญญาณนำเข้าเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจจากการพึ่งพาน้ำมันไปสู่ Non-oil Economy สำหรับท่าเรือสำคัญของแต่ละประเทศ ได้แก่ UAE มีท่าเรือ Jebel Ali (ดูไบ) Khalifa (อาบูดาบี) ขณะที่ซาอุดีอาระเบียมีท่าเรือ Jeddah (เจดดาห์) และกาตาร์มีท่าเรือ Hamad (โดฮา) เป็นต้น

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเพียงตัวอย่างของพรมแดนใหม่ทางการค้า ยังมีภูมิภาคอื่นๆ ที่น่าสนใจอีก ไม่ว่าจะเป็นเอเชียกลาง แอฟริกา หรืออเมริกาใต้ ซึ่งล้วนกำลังเติบโตและมีความต้องการเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม “โอกาสใหม่” ย่อมมาพร้อม “โจทย์ใหม่” ผู้ประกอบการไทยต้องปรับกลยุทธ์ไปสู่ “การสร้างตลาดระยะยาว” เริ่มต้นจากการทำการบ้านอย่างเป็นระบบ เช่น ศึกษาภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจของตลาดเป้าหมาย ทำความเข้าใจกฎระเบียบการค้า ภาษี และมาตรฐานสินค้า ประเมินเส้นทางโลจิสติกส์และต้นทุนขนส่ง ตลอดจนใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์และพันธมิตรท้องถิ่นเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การเข้าสู่ตลาดใหม่ไม่ใช่เพียงการ “ขยายตลาด” แต่คือการ “ขยายมุมมอง” ที่จะทำให้ผู้ประกอบการไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืนในโลกการค้ายุคใหม่ โลกที่ความได้เปรียบไม่ได้อยู่ที่ต้นทุนต่ำหรือค่าแรงถูกอีกต่อไป แต่อยู่ที่ข้อมูล ความเข้าใจตลาด และความสามารถในการปรับตัว การเริ่มต้นอย่างมีกลยุทธ์และเป้าหมายที่ชัดเจนย่อมนำไปสู่เส้นชัยแห่งความสำเร็จ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดย EXIM BANK จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด