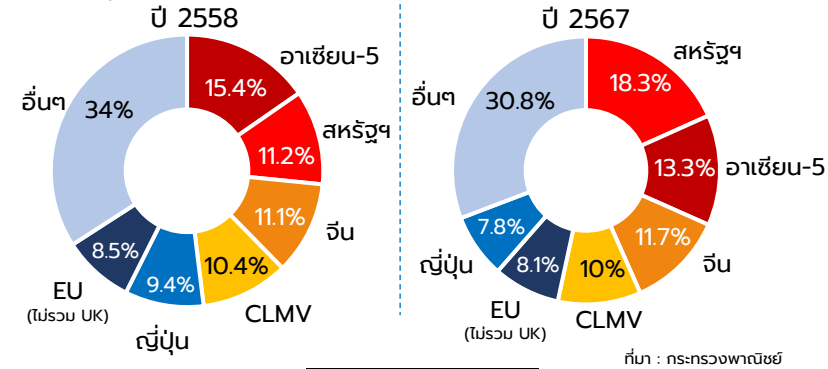
วิเคราะห์ตลาดส่งออกของไทย ...

ถึงเวลาขยายตลาดใหม่ ลดการกระจุกตัว

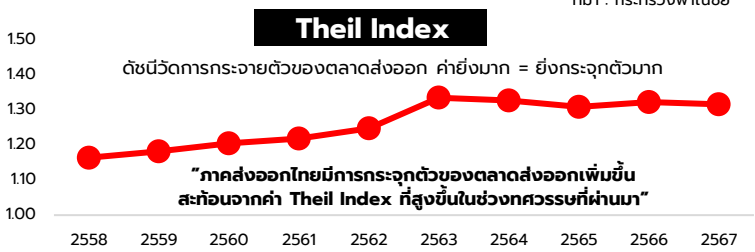
โครงสร้างตลาดส่งออกของไทยแทบไม่เปลี่ยน การส่งออกไปตลาดใหม่ๆ ยังน้อย

โครงสร้างตลาดส่งออกของไทย

(หน่วย : % ต่อมูลค่าส่งออกรวม)



ที่มา : กระทรวงพาณิชย์



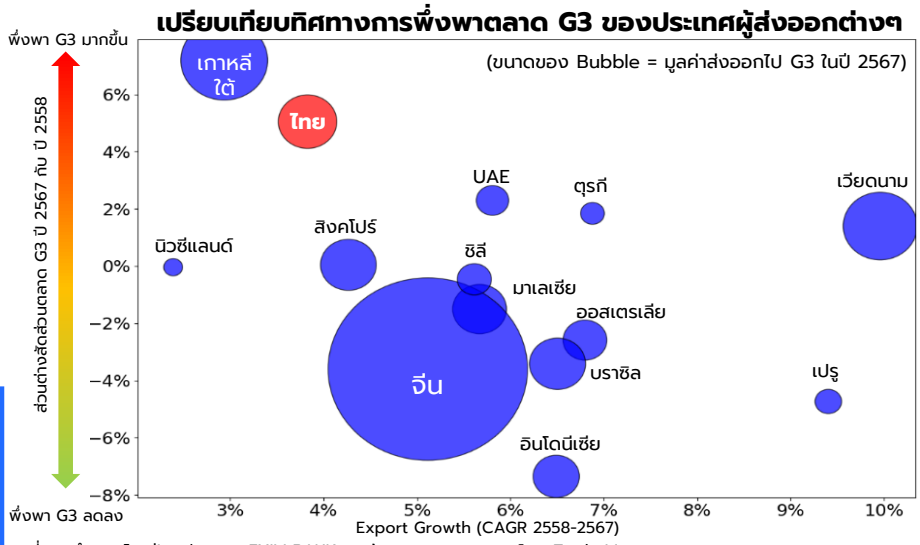
หมายเหตุ : คำนวณเฉพาะ Top50 ตลาดส่งออก ครอบคลุม 97% ของมูลค่าส่งออกรวม

ที่มา : คำนวณโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ EXIM BANK จากข้อมูลกระทรวงพาณิชย์

- **กว่าทศวรรษที่ผ่านมา โครงสร้างตลาดส่งออกของไทยแทบไม่เปลี่ยน** โดยพึ่งพาตลาดหลักเป็นสำคัญ โดยเฉพาะ G3 (สหรัฐฯ EU ญี่ปุ่น) และจีน มีสัดส่วนรวมกันเกือบ 60% ของมูลค่าส่งออกรวมของประเทศ
- **การพึ่งพาตลาดหลักในสัดส่วนสูงทำให้ไทยเผชิญความเสี่ยง**หากตลาดหลักประสบปัญหา อีกทั้งตลาดหลักมีแนวโน้มเผชิญความท้าทายมากขึ้น ทั้งจากนโยบายปกป้องการค้า โดยเฉพาะมาตรการทางภาษี รวมถึงมาตรการที่มิใช่ภาษี (สิ่งแวดล้อม แรงงาน อื่นๆ)
- **ไทยควรขยายการส่งออกไปตลาดใหม่ๆ มากขึ้น** ไม่เพียงเพื่อคว้าโอกาสจากการเติบโตของกลุ่มตลาดเศรษฐกิจเกิดใหม่ แต่ยังช่วยกระจายความเสี่ยงในการพึ่งพาตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป

ไทยพึ่งพาตลาด G3 มากขึ้น สวนทางกับหลายประเทศผู้ส่งออก

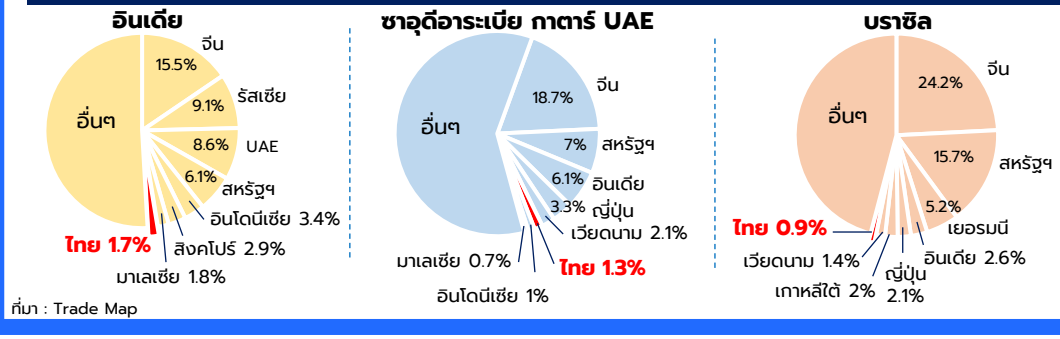
เปรียบเทียบทิศทางการพึ่งพาตลาด G3 ของประเทศผู้ส่งออกต่างๆ



ที่มา : คำนวณโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ EXIM BANK จากข้อมูลกระทรวงพาณิชย์และ Trade Map

- ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา หลายประเทศผู้ส่งออก เช่น จีน บราซิล ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ลดการพึ่งพาตลาด G3 ลง และหันไปขยายตลาดส่งออกสู่กลุ่มเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่เติบโตร้อนแรง ซึ่งอาจมีส่วนช่วยให้การส่งออกของประเทศเหล่านี้เติบโตได้ดีต่อเนื่อง
- ในทางกลับกัน ไทยกลับมีทิศทางพึ่งพาตลาด G3 มากขึ้น ท่ามกลางการส่งออกที่เติบโตต่ำ

ไทยยังมี Export Exposure น้อยในตลาดใหม่มาแรง



ที่มา : Trade Map

- ไทยยังมีส่วนแบ่งน้อยในตลาดที่เศรษฐกิจเติบโตดี หรือตลาดกำลังซื้อสูงหรือตลาดใหม่ขนาดใหญ่ เมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกในอาเซียน

Icon made by Flaticon

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

EXIM THAILAND