

EXIM BANK ซี ‘เอเชีย’ เป็นตลาดใหม่ที่ยังมั่งคั่งและประตูการค้าเปิดกว้าง

EXIM BANK ซึ่งการเจาะตลาดการค้าใหม่ต้องคำนึงถึงความมั่งคั่ง นโยบายการค้า และระเบียบปฏิบัติทางการค้าของประเทศผู้นำเข้า โดยพบว่าตลาดเอเชียมีศักยภาพสูงสุดและพร้อมรองรับสินค้าวัตถุดิบทั้งสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม และสินค้าอาหาร แต่ตลาดใหม่ไม่สามารถขดเชยการค้าในตลาดเดิมได้ ผู้ส่งออกไทยในตลาดการค้าเดิมจึงต้องเร่งปรับปรุงสินค้าเพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและกำลังซื้อที่ลดลง รวมทั้งสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าส่งออกของไทย

ดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี ประธานกรรมการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK) ดร.อภิชาติ บุญธีรวัชร กรรมการผู้จัดการ EXIM BANK และนางขวัญใจ เตชเสนสกุล รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยธุรกิจ EXIM BANK ร่วมนำเสนอมุมมองต่อภาครัฐและเอกชนผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาของภาคส่งออกไทยและแนวทางแก้ไข ตลอดจนการดำเนินบทบาทของ EXIM BANK เพื่อมิติใหม่ของภาคส่งออกไทย ในงาน EXIM Forum ครั้งที่ 4 หัวข้อ “สู่มิติใหม่แห่งการส่งออกและการแข่งขัน” ณ EXIM BANK สำนักงานใหญ่ เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2552

ในงาน EXIM Forum ครั้งนี้ EXIM BANK ได้เปิดเผยผลการศึกษาว่า ในภาวะวิกฤตการเงินโลกภาครัฐและเอกชนต่างผลักดันให้เกิดการส่งออกไปยังตลาดใหม่ แต่ในความเป็นจริงการเข้าสู่ตลาดใหม่ไม่ใช่เรื่องง่าย ปัจจัยที่ผู้ประกอบการไทยต้องพิจารณาก่อนเริ่มต้นหรือขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ได้แก่ 1) ความมั่งคั่งของประเทศ 2) นโยบายการค้า และ 3) ระเบียบปฏิบัติทางการค้า (Trade Practice) ของประเทศผู้นำเข้า

ความมั่งคั่งนับเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยชี้วัดกำลังซื้อและศักยภาพของตลาดใหม่ได้เป็นอย่างดี หากพิจารณาจากรายได้ประชากรต่อหัว (GDP per Capita) จะพบว่าตลาดใหม่หลายแห่ง อาทิ เกาหลีใต้ ฮองกง ใต้หวัน ซาอุดีอาระเบีย รัสเซีย และลิเบีย มีกำลังซื้อในระดับสูงไม่แพ้ตลาดหลัก ขณะที่บางประเทศ เช่น จีนและอินเดีย มีรายได้ประชากรต่อหัวไม่สูงนักในปัจจุบัน แต่ตัวเลขรายได้ประชากรต่อหัวกำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศแบบก้าวกระโดดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จึงกล่าวได้ว่ากำลังซื้อของตลาดใหม่ยังมีอยู่มากและเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ และนั่นคือโอกาสของผู้ส่งออกไทย

ส่วนนโยบายการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะนโยบายด้านภาษีศุลกากร เป็นปรากฏการณ์แรกที่น่าสังเกตถึงความยากง่ายในการเข้าสู่ตลาด ตลาดใหม่ที่มีนโยบายการค้าระหว่างประเทศเอื้อต่อการส่งออกของไทยค่อนข้างมากได้แก่ กลุ่มประเทศที่ทำ FTA กับไทย อาทิ จีน อินเดีย และประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งมีการลดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าหลายรายการจากไทยเหลือ 0% รวมถึงประเทศอื่นๆ ที่แม้ไม่ได้ทำ FTA กับไทย แต่อัตราภาษีนำเข้าอยู่ในระดับต่ำอยู่แล้ว เช่น ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ใต้หวัน และลิเบีย

ระเบียบปฏิบัติทางการค้าของประเทศคู่ค้า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโอกาสเจาะตลาดใหม่ของผู้ส่งออก เพราะแม้ประเทศต่างๆ จะมีความมั่งคั่งและกำหนดอัตราภาษีนำเข้าในระดับต่ำ แต่พบว่าหลายประเทศได้หิบบกมาตรการที่มีใช้ภาษีศุลกากรหลากหลายรูปแบบมาใช้ อาทิ การตรวจสอบมาตรฐานสินค้าและการจำกัดโควตานำเข้า อย่างไรก็ตาม พบว่ายังมีอีกหลายประเทศ อาทิ จีน ใต้หวัน ตลอดจนประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนพยายามปรับปรุงระเบียบปฏิบัติทางการค้าเหล่านี้ให้ดีขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งเปรียบเสมือนการส่งสัญญาณไฟเขียวให้การส่งออกสินค้าไทยไปตลาดดังกล่าวเป็นไปได้ด้วยความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาจากทั้ง 3 ปัจจัยข้างต้น จะพบว่า **ตลาดเอเชีย** เป็นความหวังในการที่สินค้าไทยจะเข้าไปเจาะตลาด โดยเฉพาะจีน ฮองกง ใต้หวัน รวมทั้งประเทศในอาเซียนอย่างมาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งมีทำเลที่ตั้งไม่ไกลจากประเทศไทยและมีความต้องการนำเข้าสินค้าไทยหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าวัตถุดิบประเภทยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ ตลอดจนสินค้าอาหาร ซึ่งไทยมีศักยภาพสูงเหนือคู่แข่งหลายราย

นอกจากนี้ **ตะวันออกกลาง** เป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่ยังเปิดรับให้ผู้ส่งออกไทยเข้าไปเจาะตลาด โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและซาอุดีอาระเบีย ซึ่งร่ำรวยเป็นอันดับต้นๆ ของโลกและมีความต้องการนำเข้าสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าในหมวดรถยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า (อาทิ เครื่องปรับอากาศ เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เครื่องซักผ้า) รวมทั้งวัสดุก่อสร้างประเภทเหล็ก และสินค้าอาหาร ที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป แม้ว่าภาคอสังหาริมทรัพย์ในภูมิภาคนี้จะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกบ้าง แต่ก็จำกัดอยู่ในวงแคบ เนื่องจากโครงการลงทุนส่วนใหญ่ได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐของแต่ละประเทศ ทำให้เศรษฐกิจของตะวันออกกลางโดยรวมยังเติบโตต่อไปได้

อีกหนึ่งภูมิภาคหนึ่งที่น่าสนใจได้แก่ **แอฟริกา** ซึ่งผู้ประกอบการไทยจำนวนมากอาจมองข้ามเพราะอยู่ไกลและคิดว่ามีข้อจำกัดด้านกำลังซื้อ อย่างไรก็ตาม หลายประเทศในแอฟริกาเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เช่น แอฟริกาใต้ เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าที่สำคัญของภูมิภาค ขณะที่ลิเบีย เป็นประเทศที่ร่ำรวยที่สุดในแอฟริกาเหนือ (รายได้ประชากรต่อหัวสูงราว 2.5 เท่าของไทย) ทั้งยังมีระบบภาษีที่เอื้อต่อการค้าและมีความต้องการนำเข้าสินค้าอีกมาก สินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตและเป็นที่ต้องการอย่างมากในแอฟริกาได้แก่ ข้าว อาหารกระป๋องและแปรรูป รวมถึงวัสดุก่อสร้าง อาทิ เหล็ก เพื่อใช้ในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ ตลอดจนสินค้าที่จัดว่าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน เช่น รถยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า (เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เครื่องซักผ้า)

เนื่องจากโอกาสในตลาดใหม่จะไม่สามารถขุดเซยการส่งออกไปยังตลาดหลักได้ทั้งหมด นอกจากการเจาะตลาดใหม่โดยคำนึงถึงทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว **ผู้ส่งออกไทยควรต้องเร่งปรับรูปแบบการทำธุรกิจในตลาดหลักเดิมด้วย โดยปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Changes)** อาทิ การผลิตสินค้าเพื่อผู้สูงอายุที่มีจำนวน

เพิ่มมากขึ้นในหลายประเทศ การผลิตสินค้าที่ใส่ใจเป็นพิเศษในประเด็นด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และสังคมตามกระแสความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และการผลิตสินค้าที่มีต้นทุนถูกลง เนื่องจากความมั่งคั่งในตลาดหลักที่ลดลงทำให้ผู้บริโภคมองหาสินค้าที่มีราคาถูกลงหรือสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีต่ำแต่ประโยชน์ใช้งานคุ้มค่ามากขึ้น

นอกจากนี้ **ผู้ส่งออกไทยควรต้องหันมาทำธุรกิจด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า** โดยการนำองค์ความรู้ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการตลาดมาผสมผสานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่มีลักษณะพิเศษและแตกต่าง เช่น การพัฒนานวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ การผลิตเฟอร์นิเจอร์จากวัสดุใหม่ๆ ที่เน้นออกแบบให้มีความทันสมัยแต่มีกลิ่นอายความเป็นไทยแฝงอยู่ ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและช่วยประคับประคองภาคส่งออกโดยรวมของไทยให้รอดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกครั้งนี้ไปได้และสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ในการช่วยเหลือให้ผู้ส่งออกไทยสามารถก้าวพ้นวิกฤตในครั้งนี้ไปได้ EXIM BANK พร้อมจะให้การสนับสนุนทั้งทางการเงินและไม่ใช้การเงิน ไม่ว่าจะเป็นการร่วมลงทุนหรือเงินทุนหมุนเวียนสำหรับผู้ส่งออกที่ต้องการเข้าสู่ตลาดใหม่ โดยเฉพาะตลาดที่เพียบพร้อมด้วยความมั่งคั่ง และมีนโยบายการค้าและระเบียบปฏิบัติทางการค้าที่เอื้อต่อการส่งออก นอกจากนี้ EXIM BANK ยังพร้อมเป็นผู้ประสานองค์ความรู้ของหน่วยงานต่างๆ ให้แก่ผู้ส่งออก ทั้งความรู้ด้านการส่งออก ความรู้ด้านนวัตกรรมใหม่ๆ กับองค์กรที่เป็นแหล่งสร้างนวัตกรรม รวมถึงองค์กรอื่นๆ ที่พร้อมสนับสนุนบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งออก (Service Providers) เช่น บริการด้านบัญชี IT การตลาด และการออกแบบ เพื่อเชื่อมต่อความชำนาญด้านการผลิตของผู้ประกอบการเข้ากับการจัดการธุรกิจส่งออกของไทยอย่างเป็นมืออาชีพและยั่งยืนในระยะยาว

8 มิถุนายน 2552

ส่วนประชาสัมพันธ์ สำนักบริหาร