



# เปิดหน้าต่างบานใหม่ของการส่งออกไทย ในยามเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

---

14 กุมภาพันธ์ 2023

# เปิดหน้าต่างบานใหม่ของการส่งออกไทยในยามเศรษฐกิจโลก ชะลอตัว

## KEY SUMMARY

### การส่งออกสินค้าไทยหดตัวต่อเนื่อง ตามทิศทางเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

การส่งออกสินค้าที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเริ่มหดตัวตามอุปสงค์โลกที่ชะลอตัว ในระยะต่อไป การส่งออกไทยดูไม่สดใสนัก สะท้อนจากดัชนี Global Manufacturing PMI ในเดือนมกราคมที่ยังหดตัว กอปรกับ ยอดคำสั่งซื้อใหม่และยอดคำสั่งซื้อจากต่างประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ การส่งออกไทยจะเผชิญแรงกดดันเพิ่มเติมจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ทางการค้าโลก เช่น การเริ่มใช้ภาษี Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) และกฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป รวมถึงการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของอินเดียที่จะส่งผลกระทบต่อสินค้าส่งออกไทยหลายชนิด โดย SCB EIC คาดว่าการส่งออกสินค้าไทยจะขยายตัวได้เพียง 1.2% ในปี 2023 (ตัวเลขในระบบดุลการชำระเงิน)

### ท่ามกลางวิกฤตยังมีโอกาสสำหรับการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดตะวันออกกลาง CLMV และลาตินอเมริกา

ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวชะลอตัวเป็น 1.7% ความเสี่ยงภูมิรัฐศาสตร์โลก และการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ทางการค้าโลกที่กำลังเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบต่อส่งออกไทย ภาคเอกชนและภาครัฐจึงจำเป็นต้องหาตลาดส่งออกใหม่ SCB EIC ประเมินว่า มีตลาดสามแห่งที่มีศักยภาพน่าจับตา ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลางที่อาจได้รับอานิสงส์จากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย ตลาด CLMV ที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มเติบโตดีและได้รับการผลักดันจากหน่วยงานภาครัฐ และตลาดลาตินอเมริกาที่เป็นตลาดส่งออกเป้าหมายใหม่ในเชิงนโยบายของไทย

### ตลาดตะวันออกกลาง

SCB EIC ประเมินการส่งออกจากไทยไปตลาดตะวันออกกลางอาจขยายตัวได้มากถึง 7-10% ในปี 2023 เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง โดยเฉพาะหากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบียดำเนินต่อไปด้วยดี อีกทั้ง เศรษฐกิจกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัวดีกว่าเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะสินค้าเครื่องปรับอากาศ ข้าว ยานยนต์ ทำให้ตลาดตะวันออกกลางจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทย และมีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง

### ตลาด CLMV

SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไป CLMV จะขยายตัวได้ในช่วง 6-8% ในปี 2023 โดยมีแนวโน้มที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะปานกลางตามเศรษฐกิจ CLMV ที่จะเติบโตได้สูงกว่าเศรษฐกิจโลก อีกทั้ง ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงจากตำแหน่งทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงตลาดนี้ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐต่อเนื่อง

## ตลาดลาตินอเมริกา

SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไปลาตินอเมริกาอาจขยายตัวได้ในช่วง 1.5-3.5% ในปี 2023 เนื่องจากยังเป็นตลาดส่งออกขนาดเล็กทำให้ยังมีช่องว่างในการเติบโต รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐที่เริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ ยานยนต์ และยางนอกอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาที่ประเทศไทยยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ แม้ตลาดลาตินอเมริกาอาจยังไม่ได้เติบโตสูงจนเป็นตลาดสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนภาคการส่งออกของไทยได้ในระยะสั้น เมื่อเทียบกับแนวโน้มการส่งออกของไทยปีนี้ที่ SCB EIC คาดว่าจะขยายตัว 1.2% แต่หากได้รับการสนับสนุนอาจเป็นโอกาสใหม่ของการส่งออกไทยได้ในระยะปานกลาง

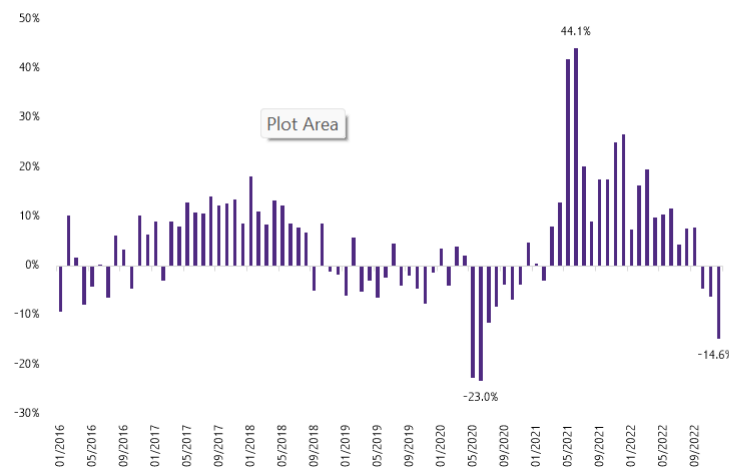
## 1. การส่งออกสินค้าของไทยในระยะต่อไป

การส่งออกสินค้าของไทยเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจสำคัญในช่วงปี 2021 และครึ่งแรกของปี 2022 โดยขยายตัวถึง 17.4% ในปี 2021 และ 12.6% ในครึ่งปีแรกของปี 2022 (ตัวเลขในระบบศุลกากร) จากอุปสงค์สินค้าส่งออกไทยที่มีมากขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศผู้นำเข้าหลักทั่วโลก อีกทั้ง สถานการณ์การระบาดที่มีความรุนแรงลดลงและการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคในไทยทำให้การผลิตสินค้าภายในประเทศดำเนินไปได้อย่างปกติ อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยเริ่มชะลอตัวลงในครึ่งหลังของปี 2022 และหดตัวลงเป็นครั้งแรกในรอบ 20 เดือนตั้งแต่เดือนตุลาคม 2022 และหดตัวมากถึง -14.6% ในเดือนธันวาคม เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีทิศทางชะลอลงมาก โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น ยุโรปและสหรัฐฯ (รูปที่ 1)

### รูปที่ 1 : มูลค่าการส่งออกไทยชะลอลงในครึ่งหลังของปี 2022 ตามทิศทางเศรษฐกิจโลกที่ชะลอมาก

มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทย

หน่วย: %YOY, ระบบศุลกากร



ที่มา : วิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ และธนาคารโลก

หมายเหตุ : \*คาดการณ์ ณ เดือนมกราคม 2023

คาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจโลกโดยธนาคารโลก\*

หน่วย : %

| Region        | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------|------|------|------|
| World         | 2.9  | 1.7  | 2.7  |
| Advanced E.   | 2.5  | 0.5  | 1.6  |
| United States | 1.9  | 0.5  | 1.6  |
| Euro Area     | 3.3  | 0    | 1.6  |
| Japan         | 1.2  | 1    | 0.7  |
| China         | 2.7  | 4.3  | 5    |
| India         | 6.9  | 6.6  | 6.1  |
| Thailand      | 3.4  | 3.6  | 3.7  |

**แนวโน้มการส่งออกสินค้าของไทยในระยะถัดไปไม่ค่อยสดใส** โดยอุปสงค์ในตลาดโลกยังคงซบเซาสะท้อนจาก (1) ตัวเลขคาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกปี 2023 ต่ำลงมาก โดยธนาคารโลกคาดว่าจะขยายตัวได้เพียง 1.7% ในปี 2023 ซะลดตัวจาก 2.9% ในปี 2022 (2) ดัชนี Global Manufacturing PMI ยังอยู่ในระดับต่ำที่ 49.1 ในเดือนมกราคม 2023 ลดจากระดับสูงสุดหลังวิกฤติโควิดที่ 56.0 ในเดือนพฤษภาคม 2021 นอกจากนี้องค์ประกอบของดัชนี ได้แก่ ยอดคำสั่งซื้อใหม่ ยอดคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ และระดับงานคงค้างยังคงหดตัว บ่งชี้ถึงความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมที่ไม่สดใสในระยะข้างหน้า

(3) ข้อมูลเร็วการส่งออกของเกาหลีใต้แย่งต่อเนื่อง ข้อมูล 20 วันแรกของเดือนมกราคม 2023 หดตัว -2.7% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ซึ่งเป็นสัญญาณเร็วสะท้อนสถานการณ์ด้านการค้าโลกในเดือนมกราคม และ (4) การส่งออกและนำเข้าของจีนหดตัวแรงเช่นกัน โดยเริ่มหดตัวตั้งแต่เดือนเมษายน 2022 และหดตัวมากถึง -20.8% ในเดือนธันวาคม ทั้งนี้การยกเลิกมาตรการ Zero-COVID ของจีน อาจมีส่วนช่วยให้แนวโน้มความต้องการสินค้าจากจีนเพิ่มสูงขึ้น แต่การฟื้นตัวจะเป็นไปแบบค่อยเป็นค่อยไปเนื่องจากความไม่แน่นอนยังมีอยู่สูง อีกทั้ง เศรษฐกิจและอุปสงค์ในจีนยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ข้อมูลข้างต้นนี้สะท้อนให้เห็นอุปสงค์ของตลาดโลกที่ลดลงและสะท้อนให้เห็นอุปสงค์สินค้าส่งออกไทยที่จะลดลงเช่นเดียวกัน (รูปที่ 2)

นอกจากนี้ ภาคการส่งออกไทยอาจเผชิญแรงกดดันเพิ่มเติมจากการเปลี่ยนแปลงด้านกฎเกณฑ์ทางการค้าโลก เช่น การจัดเก็บภาษี Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) และกฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป รวมถึงภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของอินเดีย ([อ่านเพิ่มเติมได้ที่บทความ Flash : ส่งออกไทยหดตัวแรงส่งท้ายปีเลว แต่ทั้งปียังโตได้ 5.5% ส่งออกในระยะต่อไปอาจได้อานิสงส์จากจีนเปิดประเทศ](#)) อีกทั้ง ภาคการส่งออกสินค้าของไทยยังต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนจากปัญหาทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะสงครามการค้าและเทคโนโลยีระหว่างสหรัฐฯ และจีน สงครามในยูเครน และความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยุโรป ก่อให้เกิดแนวโน้มการสวนกระแสโลกภิวัตน์ (Deglobalization) และการแบ่งขั้วทางเศรษฐกิจ (Decoupling) ที่จะส่งผลต่อการค้า การลงทุน และเศรษฐกิจของโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกสินค้าของไทยจะขยายตัวได้เพียง 1.2% ในปี 2023<sup>1</sup>

---

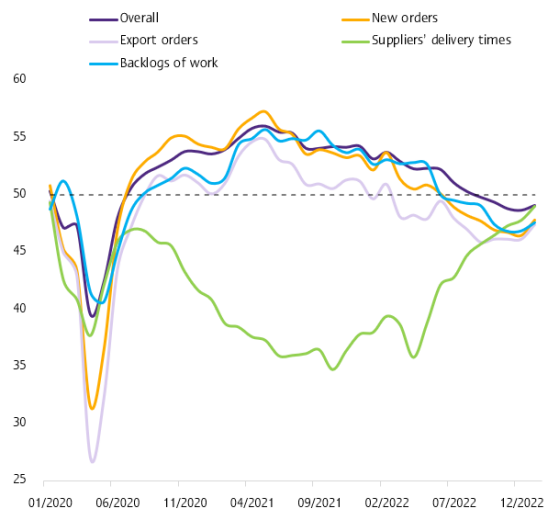
<sup>1</sup> กระทรวงการคลังคาดการณ์ไว้ที่ 0.4% (ตัวเลขในระบบดุลการชำระเงิน) ขณะที่กระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าการส่งออกของไทยในปี 2023 ไว้ที่ 1-2% (ตัวเลขในระบบศุลกากร)



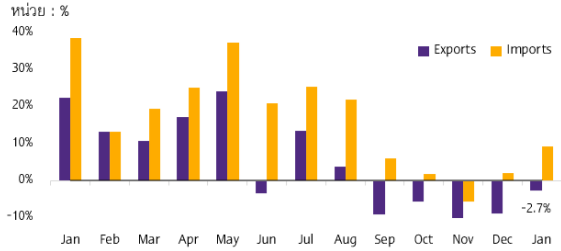
## รูปที่ 2 : เครื่องซิปสแกนในตลาดโลกยังชบเซา แนวโน้มการส่งออกสินค้าไทยไม่สดใสนัก

ดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการผลิตโลก (Global Manufacturing PMI)

หน่วย: ดัชนี > 50 หมายความว่าสถานการณ์ดีขึ้น ปรับฤดูกาล



ข้อมูลเร็วมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าของเกาหลีใต้ (20 วันแรกของเดือน)



มูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าของจีน ปี 2022



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของศุลกากรจีนและเกาหลีใต้, JP Morgan และ CEIC

จากปัจจัยรุมเร้าการส่งออกไทยที่กล่าวมา ภาคเอกชนและภาครัฐไทยจึงจำเป็นต้องร่วมมือกันหาตลาดส่งออกใหม่ โดย SCB EIC ประเมินว่า มีตลาดสามแห่งที่มีศักยภาพและเป็นโอกาสสำหรับไทย ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลางที่อาจได้รับอานิสงส์จากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย ตลาด CLMV ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมีแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่ดี และตลาดลาตินอเมริกาที่เป็นตลาดส่งออกใหม่ในเชิงนโยบายของไทย<sup>2</sup>

## 2. ศักยภาพของตลาดตะวันออกกลาง

**ข้อมูลพื้นฐาน :** ภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นจุดเชื่อมระหว่างทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ประกอบด้วย 15 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน ซาอุดีอาระเบีย อิรัก อิหร่าน จอร์แดน คูเวต เลบานอน โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย ซีเรีย ตุรกี และเยเมน โดยประเทศเศรษฐกิจหลักในกลุ่มได้แก่ อิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีขนาดเศรษฐกิจรวม 1.1% 0.8% และ 0.4% ของโลก ตามลำดับ ซึ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการส่งออกเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน

**ข้อมูลด้านการค้า :** ตลาดตะวันออกกลางเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย มูลค่าการส่งออกไทยไปตลาดตะวันออกกลางอยู่ที่ 10,930.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022 (คิดเป็น 3.8% ของการส่งออกสินค้าของไทยทั้งหมด) แม้การส่งออกไทยไปตะวันออกกลางในช่วง 10 ปีที่ผ่านมามีความสำคัญลดลง โดยขยายตัวเฉลี่ยเพียง 1.2% ต่อปี ต่ำกว่าการส่งออกไทยโดยรวมที่เติบโตเฉลี่ย 2.3% ต่อปี แต่ในช่วงที่ผ่านมาตลาดตะวันออกกลางเริ่มมีความสำคัญมากขึ้น โดย (1) ในปี 2021 การส่งออกไทยไปตลาดตะวันออกกลางขยายตัว 22.2% สูงกว่าการส่งออกรวมของไทยที่ขยายตัว 17.4% (2) ในปี 2022 การส่งออกไทยไปตลาดนี้ขยายตัวแข็งแกร่งต่อเนื่อง 22.8% ขณะที่การส่งออกรวมของไทย

<sup>2</sup> ตามแถลงการณ์ของกระทรวงพาณิชย์

ขยายตัวเพียง 5.5% และ (3) เดือนธันวาคม 2022 การส่งออกไทยไปตลาดนี้เป็นเพียงตลาดเดียวที่ยังขยายตัวได้ 4.7% ขณะที่การส่งออกไทยในภาพรวมหดตัว -14.6% สะท้อนว่า**แม้ตลาดตะวันออกกลางจะมีความสำคัญน้อยลงในรอบทศวรรษ แต่เริ่มมีสัญญาณที่ดีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา** ส่วนหนึ่งเป็นผลจากอุปทานอาหารโลกที่ลดลงจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน ทำให้ความต้องการนำเข้าสินค้าจากแหล่งนำเข้าอื่นเพิ่มมากขึ้นรวมถึงจากไทย อีกทั้งราคาน้ำมันในตลาดโลกหลังวิกฤติโควิดอยู่ในระดับที่สูง ส่งผลให้เศรษฐกิจตะวันออกกลางฟื้นตัวจากวิกฤติโควิดได้ดี

**การส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดตะวันออกกลางในปี 2022 ที่สำคัญ** ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (3,503.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 32.1% ของการส่งออกไทยไปตะวันออกกลางทั้งหมด) ข้าว (881.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 8.1%) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ (588.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.4%) ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ (537.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.9%) และอัญมณีและเครื่องประดับ (523.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.9%) โดยมีสหรัฐอเมริกาและเยอรมนีและซาอุดีอาระเบียเป็นตลาดสำคัญในกลุ่ม แม้มูลค่าการส่งออกไปซาอุดีอาระเบียเคยลดลงอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดที่มีความสำคัญรองลงมาและขยายตัวได้ดีในช่วงหลัง ได้แก่ อิรัก อิสราเอล และตุรกี

**ปัจจัยสนับสนุนในระยะข้างหน้า : การฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับซาอุดีอาระเบีย การสนับสนุนของกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการรุกตลาดใหม่** เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญในตลาดนี้ โดยความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบียถดถอยลงตั้งแต่ 1989-1990 อย่างไรก็ดี ในช่วงเดือนมกราคม 2022 ไทยและซาอุดีอาระเบียได้เห็นพ้องที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ด้านการค้า โดยเฉพาะการเพิ่มความมั่นคงด้านอาหาร ซึ่งไทยมีทรัพยากรและศักยภาพในการผลิตอาหาร โดยผลจากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ด้านการค้าครั้งนี้ไทยจึงสามารถส่งออกไก่ไปซาอุดีอาระเบียได้ครั้งแรกในรอบ 18 ปี ภาครัฐทั้งสองประเทศได้จัดกิจกรรมสนับสนุนการค้าระหว่างกัน โดยเฉพาะสินค้าอาหารฮาลาล สินค้าวัสดุก่อสร้าง ปิโตรเคมี เครื่องปรับอากาศ และยานยนต์ รวมถึงการจัดให้นักลงทุนซาอุดีอาระเบียเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมหน่วยงานด้านฮาลาลและเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออกของไทย (EEC) และการจัดประชาสัมพันธ์สินค้าไทยในซาอุดีอาระเบีย

นอกจากนี้ เศรษฐกิจตะวันออกกลางคาดว่าจะขยายตัวได้ดีกว่าเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเติบโต 1.7% ในปี 2023 ส่งผลให้จะมีการนำเข้าสินค้าจากไทยและประเทศอื่นเพิ่มขึ้นโดยเปรียบเทียบ ทั้งนี้เศรษฐกิจซาอุดีอาระเบียมีแนวโน้มขยายตัวได้ถึง 3.7% ในปี 2023 จากการคาดการณ์ของธนาคารโลก และ 2.6% จากการคาดการณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) โดยการคาดการณ์ของ IMF ใช้ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์มากกว่า ในขณะที่เศรษฐกิจตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัว 2.2% ในปี 2023 แม้จะมีแนวโน้มชะลอลงจากปี 2022 แต่ก็ยังขยายตัวได้ดีกว่าเศรษฐกิจโลกที่ 1.7% อีกทั้ง การส่งออกสินค้าไทยไปตะวันออกกลางมีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากปัญหา Decoupling น้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ<sup>3</sup>

SCB EIC ประเมินว่า สินค้าที่เป็นโอกาสของไทยในตลาดตะวันออกกลาง ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ ข้าว ยางนอกชนิดอัดลม เครื่องพิมพ์ ยานยนต์ขนส่งบุคคล ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ อัญมณีและเครื่องประดับ และโทรศัพท์และอุปกรณ์สื่อสาร เนื่องจากเป็นสินค้าที่ตลาดตะวันออกกลางนำเข้าจำนวนมาก ในขณะที่ไทยผลิตได้มากแต่ยังมีส่วนแบ่งทางตลาดในตะวันออกกลางน้อย นอกจากนี้ ยังมีไฟเบอร์บอร์ดที่ทำด้วยไม้ยางธรรมชาติ และเครื่องแต่งกายเป็นสินค้าสำคัญที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดในตลาดตะวันออกกลางสูงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ตลาดยังมีขนาดเล็กกว่าสินค้าส่งออกอื่น ๆ อย่างไรก็ดี ปลายกระป๋องหรือแปรรูปและยานยนต์ขนส่งของเป็น

<sup>3</sup> กระทรวงพาณิชย์และกรมการร่วมภาครัฐและเอกชนด้านการพาณิชย์ (กรอ.พาณิชย์) ตั้งเป้าการส่งออกตลาดตะวันออกกลางไว้ที่ 20% ในปี 2023 โดยมุ่งเน้นตลาดซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และกาตาร์ ในสินค้ากลุ่มอาหาร ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องปรับอากาศ และวัสดุก่อสร้าง

สินค้าส่งออกที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดนี้สูง แต่มีแนวโน้มปรับลดลง จึงควรต้องหาแนวทางรักษาไว้ โดยเฉพาะยานยนต์ขนส่งของที่มีมูลค่าส่งออกไปยังตลาดนี้สูงมาก (รูปที่ 4)

**ปัจจัยกดดันในระยะข้างหน้า :** แม้การค้าระหว่างไทยและหลายประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางจะมีทิศทางที่ดี แต่เสถียรภาพภายในภูมิภาคนับความเสี่ยงสำคัญที่ต้องจับตา ได้แก่ **เสถียรภาพด้านภูมิรัฐศาสตร์และการเมือง** เช่น ความขัดแย้งระหว่างอิหร่านและซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นสองอำนาจสำคัญในภูมิภาค ความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลและปาเลสไตน์ สงครามกลางเมืองในซีเรียและเยเมน การลดความสัมพันธ์ทางการทูตของประเทศในภูมิภาคกับกาตาร์ และการคว่ำบาตรอิหร่านของสหรัฐฯ รวมถึง**เสถียรภาพเศรษฐกิจการเงิน** โดยบาทเรณมีฐานะการคลังที่เปราะบางจากสัดส่วนหนี้สาธารณะและการขาดดุลการคลังสูง ไชปรัลมีเงินสำรองระหว่างประเทศต่ำมากอยู่ที่ 0.2 เท่าของมูลค่าการนำเข้าต่อเดือน ธุรกิจเผชิญวิกฤติอัตราเงินเฟ้อสูงและมีเงินสำรองระหว่างประเทศน้อยเช่นเดียวกัน ในขณะที่อิหร่านเผชิญปัญหาการขาดแคลนน้ำและไฟฟ้า สถานการณ์เหล่านี้มีโอกาสรุนแรงเป็นวงกว้างในระยะข้างหน้าอยู่บ้างและอาจเป็นปัจจัยกดดันการส่งออกไทยไปยังภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ หลายประเทศในกลุ่มยังพึ่งพาทรัพยากรน้ำมันในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ หากราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับลดลงมากอีกครั้งจะทำให้ประเทศเหล่านี้มีรายได้ส่งออกน้อยลง<sup>4</sup>

### รูปที่ 3 : โอกาสส่งออกไทยไปตลาดตะวันออกกลาง

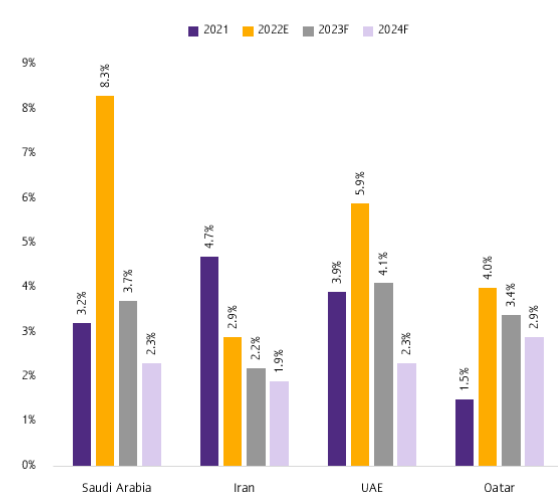
สินค้าส่งออกสำคัญของไทยในตลาดตะวันออกกลาง

หน่วย : % การส่งออกทั้งหมดของไทยไปตะวันออกกลางในปี 2022, ระบบศุลกากร

| ลำดับที่ | สินค้า                                      | สัดส่วนการส่งออกไปตะวันออกกลางทั้งหมด |
|----------|---|---------------------------------------|
| 1        | รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ                 | 32.1%                                 |
| 2        | ข้าว  | 8.1%                                  |
| 3        | เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ               | 5.4%                                  |
| 4        | ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้                          | 4.9%                                  |
| 5        | อัญมณีและเครื่องประดับ                      | 4.8%                                  |
| 6        | อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป                   | 4%                                    |
| 7        | ผลิตภัณฑ์ยาง                                | 4%                                    |
| 8        | เครื่องโทรสาร โทรศัพท์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ | 2.5%                                  |
| 9        | เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล  | 2.4%                                  |
| 10       | เคมีภัณฑ์                                   | 2.3%                                  |

คาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจสำคัญในกลุ่มตะวันออกกลางโดยธนาคารโลก

หน่วย : %

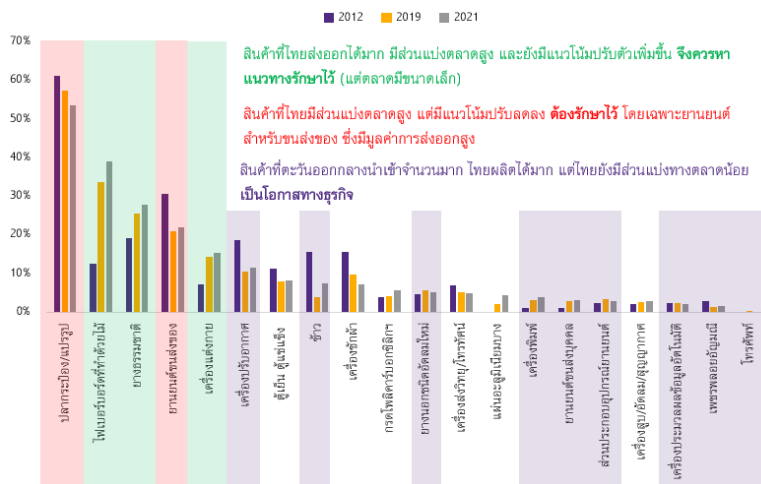


ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ และธนาคารโลก

<sup>4</sup> อ่านประเด็นเสถียรภาพการเงินเพิ่มเติมได้ที่บทความ “วิกฤตหนี้ของเศรษฐกิจเกิดใหม่น่ากังวลแค่ไหน กระทบเสถียรภาพการเงินโลกและไทยอย่างไร” [https://www.sceic.com/th/detail/product/emdes\\_281222](https://www.sceic.com/th/detail/product/emdes_281222)

## รูปที่ 4 : สินค้าไทยที่เป็นโอกาสในตลาดตะวันออกกลาง

สินค้านำเข้าของตลาดตะวันออกกลางที่มีมูลค่าสูงสุด 20 อันดับแรกในปี 2021 (เรียงลำดับตามสัดส่วนการนำเข้าจากไทย)  
หน่วย: % การนำเข้าจากไทยเทียบกับการนำเข้าทั้งหมดของตลาดตะวันออกกลาง



มูลค่านำเข้าสินค้าไทยในตลาดตะวันออกกลางที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงในปี 2021

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี

| ลำดับที่ | สินค้า                   | มูลค่า |
|----------|--------------------------|--------|
| 1        | ปลากระป๋อง/แปรรูป        | 907    |
| 2        | โพเบอร์บอร์ดที่ทำด้วยไม้ | 1,442  |
| 3        | ยางธรรมชาติ              | 753    |
| 4        | ยานยนต์ขนส่งของ          | 7,745  |
| 5        | เครื่องแต่งกาย           | 1,003  |
| 6        | เครื่องปรับอากาศ         | 5,384  |
| 7        | ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง       | 3,519  |
| 8        | ข้าว                     | 4,637  |
| 9        | เครื่องซักผ้า            | 1,176  |
| 10       | กรดโพลีคาร์บอเนต         | 2,966  |

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ International Trade Center

**คาดการณ์การส่งออกจากไทยไปตะวันออกกลาง :** ในภาพรวมการส่งออกไปยังตะวันออกกลางได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะขาดูดีอาระเบีย อีกทั้ง เศรษฐกิจในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัวดีกว่าเศรษฐกิจโลก โดย SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไปตะวันออกกลางอาจขยายตัวได้มากถึง 7-10% ในปี 2023 หากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย รวมถึงการสนับสนุนจากรัฐดำเนินต่อไปด้วยดี เทียบกับการขยายตัวของ การส่งออกทั้งหมดของไทยในปี 2023 ที่คาดว่าจะขยายตัวได้เพียง 1.2% โดยตลาดตะวันออกกลางจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยในปีนี้ได้ดีและมีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง

### 3. ศักยภาพของตลาด CLMV

**ข้อมูลพื้นฐาน :** ภูมิภาค CLMV เป็นกลุ่มประเทศอาเซียนในเขตภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) ที่มีเส้นทางคมนาคมติดต่อกัน ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม โดยภูมิภาค CLMV นับว่าเป็นประเทศเพื่อนบ้านของไทย โดยเฉพาะกัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมามีอาณาเขตติดกับไทยโดยตรง นอกจากนี้ สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนามยังมีอาณาเขตติดกับจีน ซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของไทย

**ข้อมูลด้านการค้า :** การส่งออกไทยไป CLMV มีมูลค่า 31,147 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2022 คิดเป็น 10.9% ของการส่งออกสินค้าไทยทั้งหมด แบ่งเป็นการส่งออกไปเวียดนาม 13,235.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ตลาดส่งออกไทยลำดับที่ 4 คิดเป็น 4.6% ของการส่งออกไทยทั้งหมด) กัมพูชา 8,675.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลำดับที่ 11 และคิดเป็น 3%) เมียนมา 4,696.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลำดับที่ 17 และคิดเป็น 1.6%) และสปป.ลาว 4,540 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลำดับที่ 18 และคิดเป็น 1.6%) สะท้อนให้เห็นว่าตลาด CLMV เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญมากของไทย เป็นรองเพียงตลาดสหรัฐฯ จีน และอาเซียน 5 (5 ประเทศอาเซียนนอกจาก CLMV) เท่านั้น



อัตราการเติบโตของการส่งออกจากไทยไป CLMV ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาขยายตัวสูงเฉลี่ย 5.1% ต่อปี ในขณะที่การส่งออกทั้งหมดของไทยขยายตัวเฉลี่ย 2.3% ต่อปี **ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาการส่งออกไป CLMV ขยายตัวแข็งแกร่ง 14.5% ในปี 2021** (ส่วนหนึ่งเป็นผลของปัจจัยฐานต่ำจากวิกฤติโควิดในปี 2020) **และ 11.5% ในปี 2022 สะท้อนแนวโน้มที่ดีของการส่งออกไทยไปตลาด CLMV**

หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกรายสินค้าไปตลาด CLMV ในปี 2022 มีสินค้าสำคัญ ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป (5,116.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 16.4% ของการส่งออกจากไทยไป CLMV ทั้งหมด) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (2,696.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 8.7%) อัญมณีและเครื่องประดับ (2,026.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.5%) เคมีภัณฑ์ (1,658.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.3%) เครื่องดื่ม (1,378.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.4%) และเม็ดพลาสติก (1,344.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.3%)

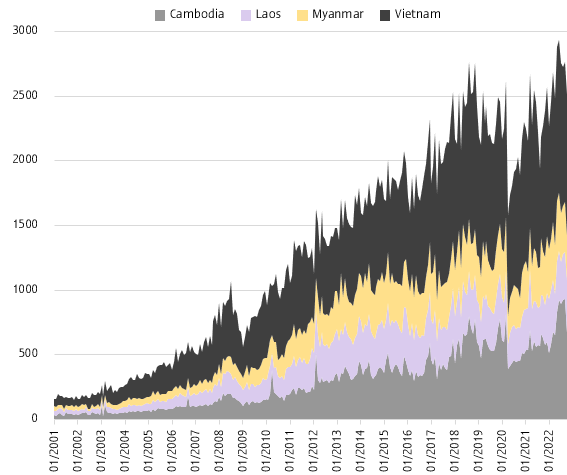
**ปัจจัยสนับสนุนในระยะข้างหน้า :** เศรษฐกิจ CLMV มีแนวโน้มขยายตัวในปี 2023 จากการฟื้นตัวต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยวและอุปสงค์ในประเทศ อีกทั้ง ในระยะกลางยังได้รับอานิสงส์จากนโยบายเศรษฐกิจของภาครัฐ ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ (ยกเว้นเมียนมา) และทรัพยากรธรรมชาติที่ยังมีอยู่มากในภูมิภาค และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจได้ โดยจากตัวเลขคาดการณ์ของธนาคารโลก เศรษฐกิจกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม จะขยายตัว 5.2% 3.8% 3% และ 6.3% ในปี 2023 ตามลำดับ (รูปที่ 5) ([อ่านเพิ่มเติมได้ที่บทความ CLMV Outlook 2023](#)) ส่งผลให้มีแนวโน้มการนำเข้าสินค้าจากไทยและประเทศอื่นเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การส่งออกไป CLMV ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐของไทยมาก เช่น การเร่งรัดการส่งออกผ่านการค้าชายแดน รวมถึงไทยยังมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด CLMV จากความได้เปรียบด้านระยะทาง วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดี และสิทธิประโยชน์ทางภาษีภายในกลุ่ม อีกทั้ง การส่งออกของไทยไป CLMV ยังอาจได้รับอานิสงส์จากการพัฒนาโครงการก่อสร้างทางรถไฟ จีน-สปป.ลาว และการที่เวียดนามได้รับประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตออกจากจีนของบริษัทข้ามชาติเพื่อลดความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์

**ปัจจัยกดดันในระยะข้างหน้า :** แม้ความตึงเครียดทางการเมืองในเมียนมาจะเริ่มปรับลดลงบ้าง แต่เศรษฐกิจเมียนมามีความเสี่ยงจากการคว่ำบาตรของนานาชาติ นอกจากนี้ เสถียรภาพเศรษฐกิจของ สปป.ลาวมีความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อสูงและเงินกีบอ่อนค่ามาก รวมถึงความเปราะบางด้านการคลังและด้านต่างประเทศจากสัดส่วนหนี้รัฐบาลสูงกว่า 80% ของ GDP และขาดดุลการคลังสูง รวมถึงเงินสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับต่ำ

## รูปที่ 5 : โอกาสการส่งออกไทยไปตลาด CLMV

มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไป CLMV

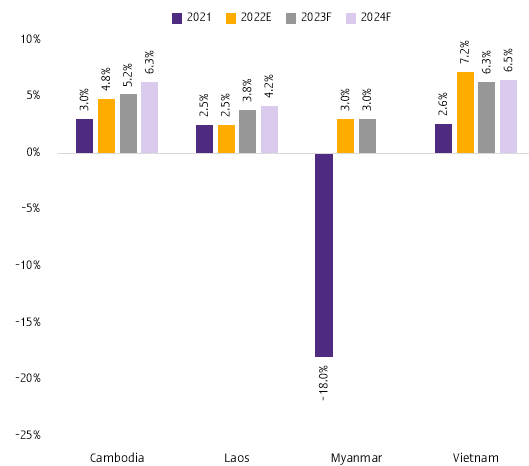
หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ, ระบบตุลการ



ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์, ธนาคารโลก และ CEIC

คาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ CLMV โดยธนาคารโลก

หน่วย : %



**คาดการณ์การส่งออกจากไทยไป CLMV :** การส่งออกของไทยไปตลาด CLMV มีแนวโน้มที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะปานกลางตามเศรษฐกิจของ CLMV ที่มีแนวโน้มขยายตัวได้ดีกว่าเศรษฐกิจโลก อีกทั้ง ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงจากตำแหน่งทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงยังได้รับการส่งเสริมที่จริงจังจากภาครัฐ SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไป CLMV จะขยายตัวได้ในช่วง 6-8% ในปี 2023

## 4. ศักยภาพตลาดลาตินอเมริกา

**ข้อมูลพื้นฐาน :** ลาตินอเมริกาเป็นกลุ่มประเทศในอเมริกากลาง อเมริกาใต้ และบางประเทศหมู่เกาะในทะเลแคริบเบียน ประกอบด้วย 20 ประเทศ ได้แก่ อาร์เจนตินา โบลิเวีย บราซิล ชิลี โคลอมเบีย คอสตาริกา คิวบา สาธารณรัฐโดมินิกัน เอกวาดอร์ เอลซัลวาดอร์ กัวเตมาลา เฮติ ฮอนดูรัส เม็กซิโก นิการากัว ปานามา ปารากวัย เปรู อูรุกวัย และเวเนซุเอลา รวมถึงเขตดินแดนอื่น ๆ รวม 47 เขตเศรษฐกิจ โดยประเทศสำคัญทางเศรษฐกิจในกลุ่ม ได้แก่ บราซิลและเม็กซิโก

**ข้อมูลด้านการค้า :** จากข้อมูลในปี 2021 ของ International Trade Centre (ITC) ประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาและในหมู่เกาะแคริบเบียนนำเข้าสินค้าทั้งหมด 1,239,205 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 5% ของการนำเข้าสินค้าโลก โดยการนำเข้าสินค้าไทยอยู่ที่ 13,162 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 1.1% ของการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของกลุ่มประเทศนี้ ในขณะที่การส่งออกของไทยไปยังลาตินอเมริกาฯ คิดเป็น 3.2% ของการส่งออกสินค้าของไทยทั้งหมด สะท้อนว่า **ตลาดลาตินอเมริกายังเป็นตลาดส่งออกขนาดเล็กของไทย** อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาอัตราการเติบโตของการนำเข้าของกลุ่มจากอาเซียนและไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาขยายตัวเฉลี่ย 6.6% และ 2.5% ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่การนำเข้าของลาตินอเมริกาทั้งหมดขยายตัวเพียง 1.2% ต่อปี แสดงให้เห็นว่า **ลาตินอเมริกาพึ่งพาสินค้าจากอาเซียนและไทยมากขึ้น แม้จะยังมีสัดส่วนไม่มากนัก**

หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกในปี 2022 ไทยส่งออกสินค้าไปประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาคิดเป็นมูลค่า 9,291.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 5.9% จากปีก่อน โดยมีสินค้าสำคัญ ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (3,004.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 32.3% ของการส่งออกจากไทยไปลาตินทั้งหมด) ผลิตภัณฑ์ยาง (596.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.4%) เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ (586.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.3%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล (547.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.9%) และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (531.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.7%) โดยมีเม็กซิโก บราซิล และอาร์เจนตินายังเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ (รูปที่ 6)

**ปัจจัยสนับสนุนในระยะข้างหน้า :** ตลาดลาตินอเมริกายังเป็นตลาดเล็กสำหรับการส่งออกของไทยจึงมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก อีกทั้ง ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐของไทย โดยกระทรวงพาณิชย์กำหนดให้ตลาดลาตินอเมริกาเป็นตลาดเป้าหมายใหม่ของการส่งออกไทย อย่างไรก็ตาม ทิศทางการส่งเสริมจากภาครัฐยังไม่มีรายละเอียดและแนวโน้มที่ชัดเจนมากนักเมื่อเทียบกับการส่งเสริมการส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลาง

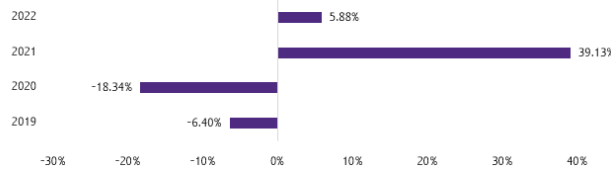
SCB EIC มองสินค้าที่เป็นโอกาสของไทยในตลาดลาตินอเมริกา ได้แก่ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ ยานยนต์สำหรับสำหรับขนส่งของ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องพิมพ์ ยานนอกชนิดอัตโนมัติ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ขนส่งบุคคล และโทรศัพท์และอุปกรณ์การสื่อสาร เนื่องจากเป็นสินค้าที่ภูมิภาคลาตินอเมริกานำเข้าจำนวนมาก ในขณะที่ไทยผลิตได้มากแต่ยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดลาตินอเมริกาน้อย นอกจากนี้ ยางธรรมชาติและเครื่องแต่งกายเป็นสินค้าสำคัญที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงในตลาดนี้และยังมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นแม้ตลาดจะมีขนาดเล็กกว่าสินค้าอื่นโดยเปรียบเทียบก็ตาม (รูปที่ 7)

**ปัจจัยกดดันในระยะข้างหน้า :** ไทยและลาตินอเมริกามีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ห่างกันมากทำให้การขนส่งสินค้ามีต้นทุนสูงกว่าและใช้เวลาขนส่งนานกว่าการขนส่งไปทวีปอื่น ๆ นอกจากนี้ เศรษฐกิจลาตินอเมริกามีแนวโน้มขยายตัวเพียง 1.3% ในปี 2023 (คาดการณ์โดยธนาคารโลก) ต่ำกว่าคาดการณ์เศรษฐกิจโลกจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อต่อสู้กับปัญหาเงินเฟ้อและการอ่อนค่าของสกุลเงินท้องถิ่น รวมถึงภาคการส่งออกที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงมากตามทิศทางเศรษฐกิจและการค้าโลก อีกทั้ง โบลีเวีย และเอกวาดอร์มีความเพียงพอของเงินสำรองระหว่างประเทศต่ำกว่าที่ 0.7 และ 2.3 เท่าของมูลค่าการนำเข้าต่อเดือน นอกจากนี้ หลายประเทศในภูมิภาคมีความเสี่ยงเงินเฟ้อสูง เงินทุนเคลื่อนย้ายไหลออก และความผันผวนของสกุลเงินท้องถิ่น อีกทั้ง ยังมีเหตุความไม่สงบทางการเมืองในหลายพื้นที่ เช่น บราซิล ปัจจัยดังกล่าวจะกดดันการนำเข้าสินค้าจากไทยและประเทศอื่น ๆ ในระยะข้างหน้า

## รูปที่ 6 : โอกาสการส่งออกไทยไปตลาดลาตินอเมริกา

### มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปลาตินอเมริกา

หน่วย: %YOY, ระบบศุลกากร



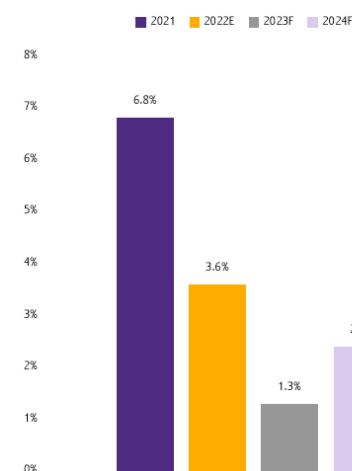
### สินค้าส่งออกสำคัญของไทยในตลาดลาตินอเมริกา

หน่วย: % การส่งออกทั้งหมดของไทยไปตะวันออกกลางในปี 2022, ระบบศุลกากร

| ลำดับที่ | สินค้า                                       | สัดส่วนการส่งออกไปลาตินทั้งหมด |
|----------|--|--------------------------------|
| 1        | รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ                  | 32.3%                          |
| 2        | ผลิตภัณฑ์ยาง                                 | 6.4%                           |
| 3        | เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ | 6.3%                           |
| 4        | เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล   | 5.9%                           |
| 5        | เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ      | 5.7%                           |

### คาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจลาตินอเมริกาโดยธนาคารโลก

หน่วย: %

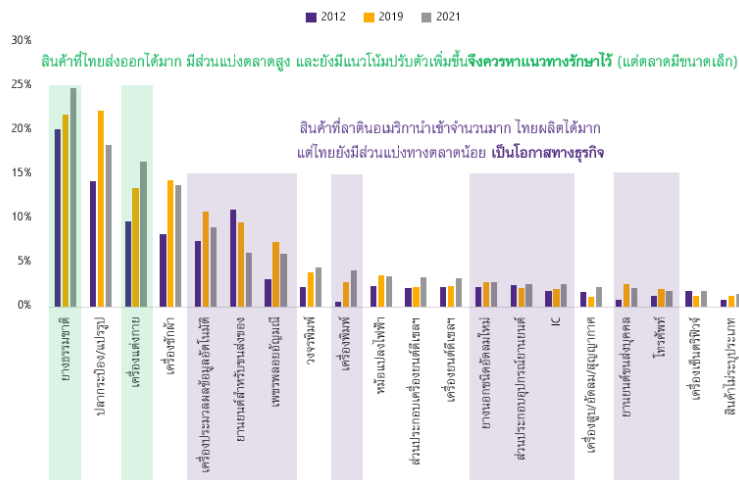


ที่มา: ทรวีเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ และธนาคารโลก

## รูปที่ 7 : สินค้าไทยที่เป็นโอกาสในตลาดลาตินอเมริกา

### สินค้านำเข้าของตลาดลาตินอเมริกาที่มีมูลค่าสูงสุด 20 อันดับแรกในปี 2021 (เรียงลำดับตามสัดส่วนการนำเข้าจากไทย)

หน่วย: % การนำเข้าจากไทยเทียบกับการนำเข้าทั้งหมดของตลาดลาตินอเมริกา



### มูลค่านำเข้าสินค้าไทยในตลาดลาตินอเมริกาที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงในปี 2021

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี

| ลำดับที่ | สินค้า                         | มูลค่า |
|----------|--------------------------------|--------|
| 1        | ยางธรรมชาติ                    | 856    |
| 2        | ปลาทูกระป๋อง/แปรรูป            | 1,150  |
| 3        | เครื่องแต่งกาย                 | 1,553  |
| 4        | เครื่องซักผ้า                  | 1,538  |
| 5        | เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ | 21,993 |
| 6        | ยานยนต์สำหรับขนส่งของ          | 13,772 |
| 7        | เพชรพลอยอัญมณี                 | 1,756  |
| 8        | วงจรมพิมพ์                     | 3,460  |
| 9        | เครื่องพิมพ์                   | 4,007  |
| 10       | หม้อแปลงไฟฟ้า                  | 7,759  |

ที่มา: ทรวีเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ International Trade Center

**คาดการณ์การส่งออกจากไทยไปลาตินอเมริกา :** การสนับสนุนการส่งออกจากไทยไปยังตลาดลาตินอเมริกาของภาครัฐไทยมีอยู่แต่ไม่ชัดเจนเท่าตลาดตะวันออกกลาง แต่เนื่องจากยังเป็นตลาดส่งออกขนาดเล็กทำให้มีโอกาสในการเติบโตอีกมาก ในขณะที่ระยะทางการส่งออกที่ห่างไกลยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไปลาตินอเมริกาจะขยายตัวได้ในช่วง 1.5-3.5% ในปี 2023 จึงอาจยังไม่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนภาคการส่งออกที่สำคัญของไทยได้ในระยะสั้น สำหรับแนวโน้มการส่งออกในระยะปานกลางของตลาดนี้พอจะมีศักยภาพอยู่บ้างแต่ยังมีความไม่แน่นอนสูงจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาค ทิศทางการสนับสนุนจากภาครัฐ และปัญหาระยะทางขนส่ง

## 5. บทสรุป

ท่ามกลางทิศทางเศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง ความเสี่ยงภูมิรัฐศาสตร์โลก และการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ทางการค้าโลก ภาคเอกชนและภาครัฐไทยจำเป็นต้องร่วมมือกันหาตลาดใหม่เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าให้กลับมาเป็นฟันเฟืองสำคัญช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีกชั้นหนึ่ง SCB EIC ประเมินว่า มีตลาดสามแห่งที่มีโอกาสช่วยพยุงการส่งออกของไทยในระยะข้างหน้าและควรให้ความสำคัญมากขึ้น ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลางที่อาจได้รับอานิสงส์จากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย ตลาด CLMV ที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีและไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูง ซึ่งจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยในปี 2023 ได้มากและมีศักยภาพที่สูงในการช่วยขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง และตลาดลาตินอเมริกาที่เริ่มเป็นตลาดส่งออกใหม่ของไทย ซึ่งแม้ไม่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนภาคการส่งออกที่สำคัญของไทยได้ในระยะสั้น แต่แนวโน้มการส่งออกในระยะกลางมีศักยภาพ

### รูปที่ 8 : เปิดหน้าต่างบานใหม่ของตลาดส่งออกไทย

| ตลาดส่งออก        | แนวโน้มในระยะสั้น (ปี 2023) | แนวโน้มในระยะปานกลาง            |
|-------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| ตะวันออกกลาง      | ↑ ขยายตัวได้ดี              | ↑ ขยายตัวได้ดี                  |
| ลาตินอเมริกา      | ↗ ขยายตัวได้                | ↗ ขยายตัวได้ภายใต้ความไม่แน่นอน |
| CLMV              | ↑ ขยายตัวได้ดี              | ↑ ขยายตัวได้ดี                  |
| การส่งออกในภาพรวม | → ขยายตัวได้เล็กน้อย        | ↗ ขยายตัวได้                    |

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC

บทวิเคราะห์โดย... <https://www.sceic.com/th/detail/product/trade-140223>

Disclaimer: The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner. Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct. This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned herein.



## ผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์

**วิชาย กุลาตี** (vishal.gulati@scb.co.th)

นักวิเคราะห์

**ดร.ปุณยวัฒน์ ศรีสิงห์** (poonyawat.sreesing@scb.co.th)

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

## ECONOMIC AND FINANCIAL MARKET RESEARCH

**ดร.สมประวิณ มั่นประเสริฐ**

รองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงาน Economic Intelligence Center (EIC)

และรองผู้จัดการใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มงานกลยุทธ์องค์กร

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

**ดร.ฐิติมา ชูเชิด**

ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจ และตลาดการเงิน

**วชิรวัฒน์ บานชื่น**

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

**ดร.ปุณยวัฒน์ ศรีสิงห์**

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

**จงรัก ก่องกำชัย**

นักวิเคราะห์

**ณิชนันท์ โลกวิบูล**

นักวิเคราะห์

**ปณณ์ พัฒนศิริ**

นักวิเคราะห์

**วิชาย กุลาตี**

นักวิเคราะห์

**ดร.อสมมา เหลี่ยมมุกดา**

นักวิเคราะห์



“Economic and business intelligence for effective decision making”



# ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์



**เจาะลึก**  
สถานการณ์เศรษฐกิจ



**เกาะติด**  
การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผล  
ต่อภาคธุรกิจ



**อัปเดต**  
ประเด็นร้อนที่ไม่ควรพลาด



**Stay connected**

Find us at



**@scbeic** | 

[www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)