



คาดการณ์การส่งออกทั้งปี 2562 (ณ 6.ค.62)

- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า: -1.5 ถึง -2%
- สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย: -2.5 ถึง -3%
- คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.): 0 ถึง -2%
- สภาพัฒน์: 0 ถึง -2%

ที่มา : "ฐานเศรษฐกิจ" สวสรวม



# บุกโอลิมปิกญี่ปุ่น เจาะGenZมะกัน ดันส่งออกปี 63 แคนบวก

## สัมภาษณ์ INTERVIEW 5

ศรียุณ จังคยานนท์

**ส**ถาการณ์ส่งออกไทยรายได้หลักของประเทศช่วง 10 เดือนแรกปี 2562 ยังติดลบ 2.4% ขณะที่ภาคส่งออกของไทย ณ ปัจจุบันยังมีปัจจัยเสี่ยงอยู่มาก หลักๆ คือ เงินบาทแข็งค่ากระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน สงครามการค้าสหรัฐฯ-จีนที่ยังยืดเยื้อ และสหรัฐฯ กำลังจ่อขยายวงทำสงครามการค้ากับยุโรป อาร์เจนตินา และบราซิล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และการค้าโลกที่ชะลอตัวอยู่แล้ว มีแนวโน้มชะลอตัวต่อเนื่อง

ผลพวงตามมาโรงงานผลิตเพื่อส่งออกสินค้าของไทย

ต้องลดกำลังผลิต ลดเวลาทำงานลดโอที ลดเงินเดือนพนักงานจากปัจจัยลบที่มีมากกว่าปัจจัยบวก ส่งผลเอกชนปรับคาดการณ์ส่งออกปี 2562 ใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ในแดนลบ อาทิ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย (สรท.) คาดติดลบ 2.5% ถึงลบ 3% คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) คาดขยายตัว 0% ถึงลบ 2% ส่วนสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ลดเป้าส่งออกเป็น 0% ถึงลบ 2% ขณะที่กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ส่งออกจะติดลบ 1.5 - 2% จากเป้าเดิมบวก 3%

**ปลุกอุตสาหกรรมผู้ศึกษา**  
นายสมเด็จ สุสมบูรณ์ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ให้สัมภาษณ์กับ "ฐานเศรษฐกิจ" ว่า ถือเป็นภาระอันหนักอึ้งในการผลักดันการส่งออกของไทยให้กลับมาขยายตัวเป็นบวกในปี

2563 แต่ทั้งนี้จะดำเนินการผลักดันการส่งออกตามนโยบายของนายจุรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ คือให้ทูตพาณิชย์ทั่วโลกทำตัวเป็นเซลส์แมน ในการโปรโมตสินค้าไทยและช่วยหาตลาดให้กับผู้ส่งออกของไทย

"ในปีหน้ากรมจะพยายามกระตุ้นการส่งออกไทยให้กลับมาขยายตัว ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ปาล์ม ผักและผลไม้ รวมไปถึงสินค้าไอทีอุปโภคบริโภค เสื้อผ้า เครื่องประดับ วัสดุ

ก่อสร้าง แอนิเมชันและดิจิทัลคอนเทนต์"

**ชู 4 กลยุทธ์ดันพลิกบวก**  
ทั้งนี้กรมชู 4 กลยุทธ์หลักในการเร่งรัดส่งออกปี 2563 ได้แก่ 1. รักษาและขยายตลาดเดิม เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น อาเซียน และจีน 2. เพิ่มตลาดใหม่ อาทิ เอเชียใต้ (อินเดีย) ลาตินอเมริกา แอฟริกา และตะวันออกกลาง 3. พัฒนาตลาดเก่า เช่น ตลาดข้าวในประเทศ อิรัก การจัดตั้งไทยมาร์ต เพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้าไทยในประเทศบาห์เรน และสู่ตะวันออกกลาง 4. มุ่งเน้นการค้าชายแดนและข้ามแดนมากขึ้น

**ในปีหน้า**  
กรมจะพยายามกระตุ้นการส่งออกไทยให้กลับมาขยายตัวเป็นบวก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ

ในฐานะ Functional Food รวมทั้งการใช้โอกาสจากญี่ปุ่นจะเป็นเจ้าภาพจัดแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2020 และงาน Japan World Expo 2025 ในการเจาะตลาดสินค้าเพิ่มขึ้น

ตลาดสหภาพยุโรป และรัสเซียจะเร่งเจรจาผลักดันขยายตลาดโดยเฉพาะสินค้าเกษตรอย่างผักและผลไม้สด ผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์ ขณะที่ตลาดอินเดียจะเป็นการเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าไทยและเทศกาลสินค้าไทยร่วมกับห้างค้าปลีก โดยให้นำเข้าสินค้า non-food จากไทยมากขึ้น เช่น เวชสำอาง เครื่องสำอางของตกแต่งบ้าน เป็นต้น พร้อมเจาะเมืองรอง ไม่ว่าจะเป็น ปูเน่ บังกอลอร์ สุรัต อินดอร์ไฮเดอราบัด กัลกัตตา และรัฐเจ็ดส้าน้อย ผ่านงานแสดงสินค้า Top Thai Brands และการขยายตลาดออนไลน์

ส่วนตลาดตะวันออกกลางจะเร่งเจรจาพัฒนาตลาดข้าวในอิรัก ลาตินอเมริกาจะเน้นกิจกรรมการนำคณะผู้แทนการค้าไปเจรจาธุรกิจ และจัดคณะผู้นำเข้าเข้ามาเจรจาการค้าไทย มีสินค้าเป้าหมาย เช่น ยางพารา ถั่วมืองู ผลไม้อบแห้ง ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว จีนส่วนยานยนต์ เป็นต้น

"ยอมรับว่าปีหน้ายังเป็นปีที่หนักของภาคการส่งออกไทย แต่จะพยายามผลักดันอย่างเต็มที่เพื่อให้ตัวเลขกลับมาขยายตัวเป็นบวก ส่วนเป้าหมายจะเป็นเท่าใดนั้นคงต้องรอดรม.เศรษฐกิจเป็นคนให้เป้าหมายต่อไป"