



ฟื้นคืนความสัมพันธ์กับซาอุดีอาระเบีย ... เดินทางจัดทำ FTA เร่งสร้างแต้มต่อก่อนคู่แข่ง

ฉบับส่งสื่อมวลชน
CURRENT ISSUE

ปีที่ 28 ฉบับที่ 3305

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2565

▶ ประเด็นสำคัญ

- การฟื้นความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับซาอุดีอาระเบียเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีช่วยขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะ 3 ปีข้างหน้าเร่งตัวอีก 1,000 ล้านบาท อย่างไรก็ตามในปีนี้อุปสงค์ของเศรษฐกิจของซาอุดีอาระเบียที่มาจากราคาน้ำมันและกำลังซื้อจะเป็นแรงส่งสำคัญให้การส่งออกของไทยไปซาอุดีอาระเบียในปี 2565 นี้มีโอกาสฟื้นกลับไปสู่ระดับก่อนโควิด-19 และมูลค่าใกล้เคียง 1,900 ล้านดอลลาร์ฯ ขยายตัวร้อยละ 15 โดยสินค้าที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญประกอบด้วยรถยนต์นั่ง รถกระบะ ชิ้นส่วนยานยนต์ อาหารฮาลาล (อาหารทะเลแปรรูป ข้าว อาหารแปรรูป) แผ่นไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์ยาง ท่อยาง เครื่องใช้ไฟฟ้า (โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ)
- ในปัจจุบันซาอุดีอาระเบียนำเข้าสินค้าไทยมากที่สุดในอาเซียน โดยสินค้าไทยสามารถตอบโจทยได้หลากหลายแม้จะยังมีไม่มากนัก แต่ไทยคงต้องเผชิญการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดซาอุดีอาระเบีย เช่นเดียวกับการส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ โดยอินโดนีเซียเป็นคู่แข่งที่ไทยต้องเฝ้าระวังอย่างมากมีสินค้าทับซ้อนกับไทยทั้งรถยนต์นั่ง แผ่นไม้ อาหารทะเลแปรรูป ตู้เย็น ขณะที่ต้องเฝ้าระวังสินค้าข้าว เครื่องซักผ้าจากเวียดนาม

การฟื้นความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับซาอุดีอาระเบียครั้งแรกในรอบ 30 ปี ทำให้หลังจากนี้คงจะเห็นการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างกันในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันในปี 2564 ที่ผ่านมา ไทยมีมูลค่าการค้ากับซาอุดีอาระเบียรวมเพียง 7,301 ล้านดอลลาร์ฯ ส่วนใหญ่ไทยพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันและเคมีภัณฑ์สูงถึง 5,662 ล้านดอลลาร์ฯ แต่การส่งออกสินค้าที่สร้างรายได้กลับมีเพียง 1,638 ล้านดอลลาร์ฯ คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.6 ของการส่งออกทั้งหมดของไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การกระชับความสัมพันธ์ในครั้งนี้สร้างโอกาสใหม่ให้แก่สินค้าและธุรกิจไทยในระยะต่อไป ขณะเดียวกันก็มีประเด็นด้านการแข่งขันที่ไทยกำลังถูกไล่ตามมาจากคู่แข่งเวียดนามและอินโดนีเซียในตลาดซาอุดีอาระเบียอย่างน่าจับตา

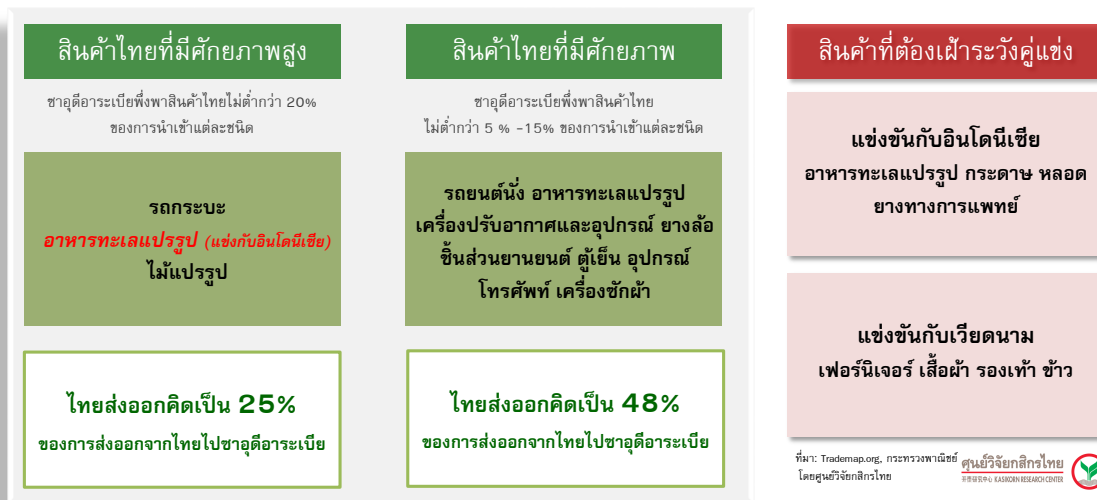
- **สินค้าไทยตอบโจทยความต้องการของซาอุดีอาระเบียได้โดดเด่นที่สุดในอาเซียน** ซาอุดีอาระเบียเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกน้ำมันเป็นหลัก แม้จะร่ำรวยแต่ก็มีข้อจำกัดด้านการผลิต จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจำนวนมากถึงปีละ 1.3 แสนล้านดอลลาร์ฯ โดยมีจีนเป็นแหล่งนำเข้าหลักถึงร้อยละ 20 ของการนำเข้าของซาอุดีอาระเบีย ตามมาด้วยสหรัฐฯ (ร้อยละ 10) สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ร้อยละ 7) โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าลำดับที่ 12 ที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้าคิดเป็น

สัดส่วนร้อยละ 1.7 ของการนำเข้าทั้งหมด และไทยมีความโดดเด่นที่สุดในอาเซียนตามมาด้วย อินโดนีเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม ตามลำดับ

- หากเทียบกันแล้วในบรรดาสินค้าสำคัญที่ชาอูตีอาระเบียต้องการนำเข้า 30 ลำดับแรก ที่คิดเป็นร้อยละ 44 ของการนำเข้าทั้งหมดของชาอูตีอาระเบีย ในเวลานี้สินค้าไทยสามารถตอบสนองความต้องการของชาวชาอูตีอาระเบียได้อย่างหลากหลายเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อาทิ รถยนต์นั่ง ชิ้นส่วนสมาร์โฟน เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ HDDs ข้าว โทรศัพท์ ยางล้อรถยนต์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ ชิ้นส่วนรถยนต์ รถกระบะ อาหารแปรรูป อีกทั้งสินค้านำเข้าของไทยยังสามารถทำตลาดได้ค่อนข้างโดดเด่น ยกเว้นสมาร์โฟน ยานยนต์ และยางล้อที่เริ่มมีสัญญาณการแข่งขันมากขึ้น จากคู่แข่งของไทยทั้งอินโดนีเซียและเวียดนาม

ชาอูตีอาระเบียเป็นตลาดอันดับ 2 ของไทยในตะวันออกกลางไทย

ชาอูตีอาระเบียนำเข้าจากไทยเป็นอันดับ 1 ในอาเซียน แต่คู่แข่งอย่างอินโดนีเซียและเวียดนามก็ทำตลาดได้อย่างรวดเร็ว



- ในบรรดาสินค้าที่ชาอูตีอาระเบียต้องการหากไม่รวมสินค้าอุตสาหกรรม นับว่าสินค้าอาหารมีนัยสำคัญต่อไทย **ข้าว** เป็นอาหารที่ชาอูตีอาระเบียต้องการนำเข้ามากที่สุดเป็นอันดับ 1 โดยส่วนใหญ่นำเข้าข้าวบาสุมาติของอินเดียเป็นหลักถึงร้อยละ 78 ทำให้ข้าวไทยตอบโต้เพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 1.7) รวมถึงเวียดนามเอง (ร้อยละ 1.5) ก็ยากจะแข่งขัน **อาหารทะเลกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง ผลไม้แห้งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการทำตลาดได้ค่อนข้างสูง โดยครองตลาดได้ร้อยละ 54 ร้อยละ 36 และร้อยละ 25 ตามลำดับ จึงมีโอกาสที่จะพัฒนาต่อยอดขยายตลาดได้อีกใน**

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีคุณภาพเชื่อถือได้ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงถึงความถึงความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

อนาคต สำหรับสินค้าอื่นๆ ที่ซาอุดีอาระเบียต้องการบริโภคและเป็นโอกาสในอนาคตหากไทยทำได้ ได้แก่ ข้าว เนื้อ สัตว์ปีก นม อาหารแปรรูป ซีส ขนมอบัง ข้าวโพด บาร์เลย์ น้ำตาล ผลไม้ กาแฟ

- **สินค้าจากคู่แข่งอินโดนีเซียหลายรายการเริ่มแข่งขันกับไทยในช่วงที่ผ่านมา** อาทิ รถยนต์นั่งผลิตภัณฑ์ยาง (ซาอุดีอาระเบียพึ่งการนำเข้าจากอินโดนีเซียร้อยละ 4.8 และร้อยละ 3.8 ตามลำดับ) โดยเฉพาะอาหารทะเลแปรรูปซาอุดีอาระเบียนำเข้าจากอินโดนีเซียถึงร้อยละ 30 รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ ซึ่งสินค้าอินโดนีเซียเป็นประเทศมุสลิมมีความน่าเชื่อถือในด้านการผลิตสินค้าอาหารที่ยึดหลักปฏิบัติตามหลักชาริอะห์จึงมีความได้เปรียบที่ท้าทายการผลิตสินค้าอาหารของไทยในการทำตลาดซาอุดีอาระเบีย สำหรับเวียดนามในเวลานี้มีสินค้าต่างกับไทยโดยส่วนใหญ่ทำตลาดในกลุ่มสมาร์ตโฟน เสื้อผ้า รองเท้าเป็นหลัก แต่อาจต้องเฝ้าระวังสินค้าข้าวที่อาจมาแข่งกับข้าวไทยมากขึ้น
- **การแข่งขันของไทยกับคู่แข่งในขณะนี้ล้วนอยู่ในสถานะเท่าเทียมกันโดยต้องเสียภาษีนำเข้าที่เฉลี่ยร้อยละ 5.6 (MFN rate) ประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้ากับซาอุดีอาระเบียมีจำกัดอย่างมาก** เนื่องจากซาอุดีอาระเบียแม้มีการค้าขายกับทั่วโลกแต่ก็เป็นประเทศที่ค่อนข้างปิด มีการจัดทำความตกลง FTA กับภายในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือเป็นหลัก อาทิ กลุ่มประเทศคณะมนตรีความร่วมมือแห่งอ่าวอาหรับ¹ (Gulf Cooperation Council: GCC) และ Pan-Arab Free Trade Area (PAFTA)² ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงสิงคโปร์ที่นำหน้าประเทศอื่นในโลกด้วยการมีความตกลงกับกลุ่ม GCC ก่อนใคร ระหว่างนี้ก็มีอีกหลายประเทศที่กำลังเจรจาความตกลงอยู่ อาทิ เกาหลีใต้ จีน อังกฤษ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

ทั้งนี้ ซาอุดีอาระเบียเป็นตลาดอันดับ 2 ของไทยในตะวันออกกลางรองจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งในแง่การเป็นตลาดนับว่าน่ามีโอกาสเติบโตได้อีกมากด้วยความที่เป็นตลาดร่ำรวยมีรายได้ต่อหัวสูงที่ราว 20,000 ดอลลาร์ต่อคนต่อปี น้อยกว่า UAE ครึ่งหนึ่ง แต่มีประชากร 30 ล้านคน มากกว่า UAE ถึงกว่า 3 เท่าตัว **อย่างไรก็ดี ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า** ในปี 2565 นี้ด้วยแรงฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและการปรับเพิ่มของราคาพลังงานช่วยสร้างรายได้ กระตุ้นกำลังซื้อในประเทศอันส่งผลโดยรวมให้การส่งออกของไทยไปซาอุดีอาระเบียในปี 2565 กลับมาสู่ภาวะใกล้เคียงปกติก่อนโควิด-19 โดยมีโอกาสเติบโตร้อยละ 15 และมูลค่าการส่งออกราว 1,900 ล้านดอลลาร์ฯ อีกทั้งในระยะต่อไปสัญญาณบวกจากการฟื้นความสัมพันธ์กับไทยน่าจะกระตุ้นให้เกิดการลงทุน การทำธุรกิจและการท่องเที่ยวระหว่างกันนั้นนำไปสู่สินค้าไทยเป็นที่รู้จักทำตลาดได้ตามมา มีความเป็นไปได้ว่าจะทำการส่งออกไทยไปซาอุดีอาระเบียเร่งตัวอีก 1,000 ล้านดอลลาร์ฯ ในเวลา 3 ปี และมูลค่า 2,600

¹ Gulf Cooperation Council (GCC) ประกอบด้วยสมาชิก 6 ประเทศ ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย คูเวต โอมาน UAE กาตาร์ และบาห์เรน

² Pan-Arab Free Trade Area (PAFTA) ประกอบด้วยสมาชิก 17 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย บาห์เรน อียิปต์ อิรัก คูเวต เลบานอน ลิเบีย โมร็อกโก โอมาน ปาเลสไตน์ กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย ซูดาน ซีเรีย ตุรกี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และเยเมน

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (“KResearch”) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ล้ามนดอลลาร์ฯ ขยับขึ้นเป็นคู่ค่าของไทยที่มีขนาดเทียบเคียงกับตลาดอังกฤษ ซึ่งแรงผลักดันสำคัญมาจากสินค้าอาหารฮาลาล (อาหารทะเลแปรรูป ข้าว เครื่องปรุงรส) ยานยนต์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์ไม้ เรือใช้ไฟฟ้า

อย่างไรก็ดี การจะผลักดันการส่งออกของไทยให้เติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพส่วนหนึ่งคงต้องอาศัยแรงผลักดันของภาครัฐ ซึ่งในขณะนี้ด้วยความที่ภูมิภาคตะวันออกกลางค่อนข้างปิด และยังไม่มีการจัดทำ FTA กับต่างชาติมากนัก หากอาศัยจังหวะที่รัฐบาลไทยและซาอุดีอาระเบียเริ่มสานสัมพันธ์ครั้งใหม่ต่อยอดเจรจาจัดทำ FTA ระหว่างกันได้ก่อนชาติอื่นในอาเซียน โดยอาจเจรจาโดยใช้รูปแบบเดียวกับสิงคโปร์ผ่านความตกลง GCC ก็จะช่วยสร้างแต้มต่อให้สินค้าไทยได้มีโอกาสเข้าทำตลาดได้มากขึ้น



Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง คัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ