

## การส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ครึ่งหลังปี 2559 พลิกกลับมาเป็นบวก 1.6% ... ดันทั้งปีขยายตัว 0.2%

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2760

วันที่ 9 สิงหาคม 2559

### ▶ ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ด้วยเศรษฐกิจและกำลังซื้อของสหรัฐฯ ที่ฟื้นตัวต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยหลักที่หนุนให้การส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ในช่วงครึ่งปีหลังเติบโตสูงขึ้นราวร้อยละ 1.6 (YoY) ผลักดันให้ตลอดปี 2559 ขยายตัวร้อยละ 0.2 โดยมีกรอบประมาณการที่หดตัวร้อยละ 1 ถึงขยายตัวร้อยละ 1 เทียบกับปี 2558 ที่ขยายตัวร้อยละ 0.7 และเสริมให้สหรัฐฯ เป็นตลาดหลักอันดับ 1 ของไทยติดต่อกันเป็นปีที่สอง ทั้งทางจีนและญี่ปุ่นมากขึ้น
- สินค้า 4 กลุ่มที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 ได้แก่ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยางที่มีมูลค่าเพิ่มสูงสามารถทำตลาดในสหรัฐฯ ได้ดี 2) สินค้าเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ ยังคงสร้างรายได้ให้แก่ไทยตามการบริโภคของสหรัฐฯ แต่ต้องเตรียมปรับตัวเพราะคู่แข่งก็มีกำลังการผลิตเร่งตัวขึ้นเช่นกัน 3) สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมที่ได้สิทธิ GSP ยังมีแต้มต่อในการทำตลาดได้อีก 1 ปี และ 4) สินค้าอาหารทะเลมีปัจจัยบวก 2 ทางทั้งจากการผลิตของไทยที่ฟื้นตัวและจากการปรับสถานะของประเทศไทยในรายงานการค้ามนุษย์ (TIP Report) เป็น Tier 2 (Watch List) ซึ่งช่วยให้ภาพลักษณ์สินค้าไทยได้รับการยอมรับมากขึ้น

เศรษฐกิจทั่วโลกในปีนี้มีเพียงสหรัฐฯ ที่ฉายภาพแข็งแกร่งอย่างต่อเนื่องโดยล่าสุด GDP ไตรมาส 2/2559 (รายงานครั้งแรก) เติบโตร้อยละ 1.2 (QoQ, SAAR) แม้ว่าจะน้อยกว่าที่ตลาดคาดแต่ก็ขยับขึ้นจากไตรมาสแรกที่ขยายตัวร้อยละ 0.8 (QoQ, SAAR) โดยมีภาคการบริโภคเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของประเทศ ซึ่งการเติบโตดังกล่าวมีผลกลับมาถึงการส่งออกสินค้าของไทยไปสหรัฐฯ ในไตรมาส 2/2559 ให้เติบโตร้อยละ 0.6 (YoY) จากที่หดตัวร้อยละ 3.2 (YoY) ในไตรมาส 1/2559

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สินค้าไทย 4 กลุ่มที่ตอบใจทยตลาดสหรัฐฯ โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 45 ของการส่งออกทั้งหมดของไทยที่ไปสหรัฐฯ จะเป็นแกนนำผลักดันการส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ให้มีแนวโน้มเติบโตในช่วงที่เหลือของปี 2559 มีดังนี้

■ กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและมีศักยภาพสูงในการทำตลาดสหรัฐฯ สะท้อนการผลิตของไทยที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางที่ไทยเป็นหนึ่งในแหล่งนำเข้าหลักของสหรัฐฯ อาทิ กลุ่มยางล้อ (รถยนต์นั่ง รถบรรทุก เครื่องบิน) สินค้าไทยอยู่ในลำดับที่ 5 เป็นรองเพียงสินค้าจีน แคนาดา เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น สำหรับผลิตภัณฑ์ยางเพื่อการขนานมัยหรือแก๊สซัพพลาย นับว่าสินค้าจากไทยเป็นที่ยอมรับสามารถครอง

ส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22 ของการนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้ของสหรัฐฯ โดยเป็นรองเพียงมาเลเซีย (ที่มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ร้อยละ 57) ซึ่งสินค้าที่ไทยมีศักยภาพและเป็นที่ต้องการ ได้แก่ ถุงยางอนามัย ถุงมือทางการแพทย์ หลอดสำหรับฉีดยา ถังน้ำร้อน จุกนม และจุกยาง เป็นต้น

▪ **กลุ่มสินค้าส่งออกหลักและมีน้ำหนักต่อทิศทางการค้าของไทย** ได้แก่ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ อุปกรณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางโทรศัพท์ แผงวงจรไฟฟ้า อุปกรณ์กึ่งตัวนำทรานซิสเตอร์และไดโอด ที่คาดว่าจะยังรักษาการขยายตัวในปีนี้ได้ อย่างไรก็ตาม คงต้องยอมรับว่าสินค้ากลุ่มนี้ไทยทยอยสูญเสียความสามารถทางการแข่งขันให้กับคู่แข่งโดยเฉพาะเวียดนาม เนื่องจากการโยกย้ายฐานการผลิตของบริษัทแม่ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องเร่งปรับตัวไปสู่การผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการในอนาคต อาทิ อิเล็กทรอนิกส์ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ทางการแพทย์ หรือส่วนประกอบอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart Devices) ต่างๆ

▪ **กลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมไทยที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป หรือ GSP (Generalized System of Preferences) จนถึงสิ้นปี 2560** ก็มีส่วนเข้ามาช่วยลดภาระภาษีในการเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ อีกทั้งยังใช้เป็นแต้มต่อแข่งขันกับสินค้าเวียดนามได้อีกด้วย (เวียดนามยังไม่ได้รับสิทธิแต่เป็นหนึ่งในสมาชิก TPP ที่มีสหรัฐฯ เป็นแกนนำ) แต่ผู้ประกอบการก็ต้องเตรียมแผนรับมือกับกรณีที่ถูกตัดสิทธิ GSP ในอนาคต โดยสินค้าสำคัญที่ได้สิทธิ ได้แก่ อาหารปรุงแต่ง เครื่องปรับอากาศ ถังมือยาง ชุดสายไฟรถยนต์ สุขภัณฑ์เซรามิก กุญแจรถยนต์ และสินค้าเกษตรอื่นๆ อาทิ น้ำมันมะพร้าว ดอกกล้วยไม้สด ทุเรียนสด มะขามตากแห้ง ข้าวโพดปรุงแต่ง ผลไม้/ถั่วแช่อิ่ม และมะละกอแปรรูป เป็นต้น

▪ **กลุ่มสินค้าที่เติบโตตามการฟื้นตัวในภาคการผลิตของไทย และอานิสงส์จากที่สหรัฐฯปรับสถานะของประเทศไทยในรายงานการค้ามนุษย์ (TIP Report) เป็น Tier 2 (Watch List) จากระดับ Tier 3** ซึ่งช่วยให้ภาพลักษณ์สินค้าไทยได้รับการยอมรับมากขึ้น ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง/แปรรูป กุ้งสด/แช่เย็นแช่แข็ง ซึ่งสินค้ากลุ่มนี้ได้ผ่านวิกฤตปัญหาผลผลิตตกต่ำมาแล้ว แต่ก็ไม่สามารถนิ่งนอนใจได้ เพราะในช่วงที่ผ่านมาคู่แข่งของไทยก็เข้ามามีบทบาทในตลาดสหรัฐฯ แทนที่สินค้าไทยด้วยเช่นกัน อาทิ อินเดียน เอควาดอร์ และเวียดนาม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์การส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ปี 2559			สินค้าขับเคลื่อนการส่งออกไปสหรัฐฯ
การส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ปี 2559	การขยายตัว %YoY	กรอบประมาณการ	
ครั้งแรกของปี	-1.3		➔ สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม: ยางล้อรถยนต์/รถบรรทุก/เครื่องปั้น ดึงมือทางการแพทย์
คาดการณ์ครึ่งหลังปี 2559	1.6	-0.7 ถึง 3.2	➔ สินค้าส่งออกหลักยังเติบโต แต่ต้องเร่งปรับตัว: ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ อุปกรณ์โทรศัพท์ แผงวงจรไฟฟ้า ทรานซิสเตอร์/ไดโอด
ทั้งปี 2559	0.2	-1 ถึง 1	➔ สินค้าที่ได้สิทธิ GSP: อาหารปรุงแต่ง เครื่องปรับอากาศ ถังมือยาง ชุดสายไฟรถยนต์ สุขภัณฑ์เซรามิก กุญแจรถยนต์ และสินค้าเกษตร
<b>สินค้าอ่อนแรง:</b> จากการย้ายฐานการผลิต <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์/ส่วนประกอบ</li> <li>- เครื่องปั้นดินเผา</li> </ul>			➔ สินค้าที่เติบโตตามการผลิตและอานิสงส์ที่ไทยได้ยกสถานะเป็น Tier 2 (Watch List): อาหารทะเลกระป๋อง/แปรรูป กุ้งสด/แช่เย็นแช่แข็ง

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย  
THAI ECONOMIC RESEARCH CENTER

ขณะที่สินค้าบางรายการของไทยที่ลดลงตามการย้ายฐานการผลิต จุดรั้งการส่งออกไปสหรัฐฯ เติบโตเชิงซ้ำ อาทิ โทรทัศน์และส่วนประกอบ เครื่องนุ่งห่ม แต่ในภาพรวมแล้ว ด้วยแรงขับเคลื่อนจากสินค้าแกนหลักอื่นๆ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 มีโอกาสเติบโตเร่งขึ้นเป็นร้อยละ 1.6 (YoY) จากพื้นฐานความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ทำให้ทั้งปี 2559 มูลค่าการส่งออกน่าจะแตะ 24,100 ล้านดอลลาร์ฯ ขยายตัวที่ร้อยละ 0.2 มีกรอบประมาณการที่หดตัวร้อยละ 1 ถึงขยายตัวร้อยละ 1 มีมูลค่าระหว่าง 23,800 – 24,300 ล้านดอลลาร์ฯ เทียบกับปี 2558 ที่ขยายตัวร้อยละ 0.7 อีกทั้งหนุนให้สหรัฐฯ คงครองแชมป์ตลาดอันดับ 1 ของไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ทิ้งห่างตลาดจีนและญี่ปุ่นมากขึ้นอีก

สำหรับแนวโน้มการส่งออกของไทยไปสหรัฐฯ ในปี 2560 น่าจะขยายตัวได้ต่อเนื่องจากปีนี้ ตามภาพเศรษฐกิจสหรัฐฯ ที่กระเตื้องขึ้นเป็นลำดับ และอานิสงส์จากการที่ได้ยังได้รับสิทธิ GSP จากสหรัฐฯ อีก 1 ปี อย่างไรก็ตาม ยังต้องติดตามนโยบายของประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐฯ ที่จะเข้ารับตำแหน่งอย่างเป็นทางการในเดือนมกราคม 2560 โดยเฉพาะในประเด็นมาตรการที่มีใช้ภาษีและนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศอื่นๆ อาทิ กรอบการค้าเสรีต่างๆ และประเด็นด้านค่าเงิน ซึ่งผู้ประกอบการไทยควรเตรียมการวางแผนรับมือ



#### Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ