

Source : กรุงเทพมหานคร

Date : ๒๘ มี.ค. 2554

Page :

3

No :

54128543

prakai_down@yahoo.com

S
t
a
t
e
Box

ไทยส่งออกคอมพิวเตอร์-อุปกรณ์ ไปยังจีนลดลง ๓

ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เผยถึงตัวเลขการส่งออกสินค้าไทยไปยังจีน ว่า ในกลุ่มสินค้าคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบที่เป็นสินค้าส่งออกดาวรุ่งของไทย เมื่อเทียบกับการส่งออกในรายการสินค้าอื่นๆ เริ่มพบว่ามูลค่าส่งออกปรับตัวลดลง โดยในปี 2551 ไทยมีมูลค่าส่งออกสินค้าในกลุ่มดังกล่าวไปยังจีน 4,821.8 ล้านดอลลาร์ ขณะที่ปี 2552 มูลค่าการส่งออกลดลงเหลือ 4,327.3 ล้านดอลลาร์ คิดลด 10.26%

ในปี 2553 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 5,036.7 ล้านดอลลาร์ แต่มูลค่าส่งออกกลับปรับตัวลดลงอีกในเดือนแรก (ม.ค.) ของปี 2554 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2553 โดยพบว่ามูลค่าการส่งออกคิดลด 29.64%

สวนทางกับมูลค่าการนำเข้าของไทยในกลุ่มสินค้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบจากจีน ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะจีนเป็นแหล่งผลิตสินค้าขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนต่ำ

โดยปี 2551 ไทยนำเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบจากจีน คิดเป็นมูลค่า 2,785.7 ล้านดอลลาร์ ขณะที่ในปี 2552 มูลค่าการนำเข้าลดลงมาเล็กน้อย คิดลด 1.03% เมื่อเทียบกับปี 2551 ทว่าการนำเข้ากลับเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2553 ที่มีมูลค่า 3,370.0 ล้านดอลลาร์ ขยายตัว 22.23%

5 อันดับสินค้าที่ส่งออกไปจีน

| สินค้าสำคัญไปจีน | มูลค่า : ล้านดอลลาร์ | | | | ขยายตัว (%) | | |
|--------------------|----------------------|---------|----------|----------|-------------|-------|---------------|
| | 2552 | 2553 | ม.ค.2553 | ม.ค.2554 | 52 | 53 | ม.ค.54เทียบ53 |
| เครื่องคอมพิวเตอร์ | 4,327.3 | 5,036.7 | 507.8 | 357.3 | -10.26 | 16.40 | -29.64 |
| ยางพารา | 1,554.0 | 2,446.3 | 228.9 | 316.8 | -19.79 | 57.41 | 38.38 |
| เม็ดพลาสติก | 1,082.3 | 1,631.5 | 124.8 | 172.7 | 0.66 | 50.75 | 38.44 |
| ผลิตภัณฑ์ยาง | 783.9 | 1,412.0 | 102.2 | 160.1 | 63.22 | 80.12 | 56.58 |
| เคมีภัณฑ์ | 1,359.7 | 1,790.4 | 118.2 | 131.3 | 66.41 | 31.68 | 11.06 |

ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ส่วนในช่วงเดือนแรกของปี 2554 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2553 พบว่าไทยนำเข้าสินค้าประเภทดังกล่าวจากจีน ขยายตัว 13.04%

นอกจากนี้ ยังสังเกตได้ว่ากลุ่มสินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปจีนเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินค้าอาหารและยางพารา เนื่องจากจีนจัดเป็นผู้บริโภครายใหญ่ แต่มีกำลังการผลิตสินค้าเหล่านี้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขณะที่การส่งออกสินค้าคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบของไทยไปยังจีน เริ่มไม่ใช้สินค้าสำคัญอย่างที่ผ่านมา เนื่องจากจีนมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ยกเว้นในกลุ่มสินค้าที่มีเทคโนโลยีสูงในบางรายการในกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบ การปรับเปลี่ยนความต้องการสินค้าของจีน ทำให้สำนักงานส่งเสริมการค้าในจีน ต้องปรับกลยุทธ์การเตรียมสินค้าเป้าหมาย ที่จะแข่งขันได้และมีศักยภาพในตลาดจีน เข้าไปเจาะในแต่ละมณฑลโดยจะต้องทำการตลาดในเชิงลึก เพราะต่างมณฑล รสนิยมและความต้องการสินค้าก็แตกต่างกันในตลาดจีน ที่มีขนาดประชากรมากถึง 1,300 ล้านคน

เช่น สินค้าสปา การศึกษา จะเน้นการเจาะตลาดในปักกิ่ง ส่วนสินค้าสุขภาพสามารถเจาะตลาดในกลุ่มคนมุสลิมในจีน ที่ส่วนใหญ่อยู่ในมณฑลเหิงตู ขณะที่สินค้ากลุ่มธุรกิจบริการ อัญมณี และสิ่งทอ สามารถเจาะตลาดคนจีนในเซี่ยงไฮ้ ที่เริ่มมีชีวิตทันสมัยมากขึ้น ขณะที่สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าสำคัญของไทย ที่เคยถูกส่งออกไปยังจีนทั่วประเทศ แต่ปัจจุบันจะเน้นไปที่มณฑลเซี่ยงไฮ้เป็นหลัก ส่วนสินค้าในอุตสาหกรรม จะไปได้ดีในมณฑลคุนหมิง ทางตอนใต้ของจีน ส่วนสินค้าเกษตร และอาหาร ซึ่งรสนิยมการบริโภคคล้ายกับไทย จึงควรส่งไปที่มณฑลกว่างโจว และซีอาน ส่วนมณฑลหนานหนิง จะเน้นไปที่สินค้าไลฟ์สไตล์