

## เข้าตา เข้าถึง เข้าใจ...กลยุทธ์การรุกตลาดปี 2568 ฝ่าสงครามการค้าระลอกใหม่

โดย ดร.รักษ วรรกิจโกศาทร

กรรมการผู้จัดการ

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM BANK)

ปีหน้าฟ้าใหม่กำลังจะมาเยือน ผู้ส่งออกหลายท่านคงกำลังวุ่นวายกับการวางแผนธุรกิจภายใต้ความไม่แน่นอนของอนาคตตลาดโลก เนื่องจากสงครามการค้าระลอกใหม่ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มต้นที่ที่นายโดนัลด์ ทรัมป์ เข้ารับตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ในเดือนมกราคม 2568 ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากเม็กซิโก จีน และ แคนาดา ซึ่งเป็น Top 3 ประเทศที่สหรัฐฯ นำเข้าสินค้ามากที่สุด สถานการณ์การค้าโลกในปีหน้าที่คาดการณ์ ความเสี่ยงได้ยาก อีกทั้งมีโอกาสที่สหรัฐฯ จะดำเนินมาตรการทางภาษีกับไทยเพราะสหรัฐฯ ขาดดุลการค้าไทยสูง เป็นอันดับ 12 วันนั้นผมจึงอยากมาแชร์กลยุทธ์ลดความผันผวนของการดำเนินธุรกิจ โดยผมขอเรียกว่า กลยุทธ์ 3 เข้า ดังนี้

**เข้าตา :** ขอเริ่มกลยุทธ์แรกคือ **การสำรวจหาตลาดที่เข้าตา** โดยเน้นไปที่แนวโน้มเศรษฐกิจเติบโตโดดเด่นและไม่ค่อยเผชิญความผันผวนจากปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) เพื่อช่วยลดความผันผวนของการพึ่งตลาดสหรัฐฯ และจีนที่เป็นคู่ขัดแย้งหลักในสงครามการค้าครั้งนี้ โดยประเทศที่เข้าตาดังกล่าวคงเป็นตลาดใดไปไม่ได้นอกจาก**อินเดีย** เนื่องจากเป็นประเทศวางตัวเป็นกลาง (Conflict-free Country) และเศรษฐกิจมีแนวโน้มโตเฉลี่ย 6.5% ต่อปีในช่วง 5 ปีข้างหน้า ยิ่งไปกว่านั้นยังมีศักยภาพจากขนาดตลาดผู้บริโภค ด้วยประชากรกว่า 1,440 ล้านคน ขยับแซงหน้าจีนขึ้นเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกเมื่อปี 2566 โดยกว่า 900 ล้านคนอยู่ในวัยแรงงาน ซึ่งเป็นช่วงวัยของการทำงานและจับจ่ายใช้สอย ทำให้การบริโภคเป็นเครื่องยนต์หลัก (สัดส่วนราว 58% ของ GDP) ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตต่อเนื่อง โดย McKinsey คาดว่าขนาดเศรษฐกิจอินเดียจะโตแตะระดับ 19 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2590 เพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 4 เท่าจากระดับปัจจุบัน ซึ่งจะยกระดับรายได้และทำให้ชนชั้นกลางกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของประเทศ ทำให้มีความต้องการสินค้าตอบสนองไลฟ์สไตล์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ไปจนถึงสินค้าความงามและสุขภาพ

**เข้าถึง :** ท่ามกลางสถานการณ์การค้าโลกที่ไม่แน่นอน โดยเฉพาะสงครามการค้าที่มีแนวโน้มซ้ำเติมเศรษฐกิจหลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นจีนที่เศรษฐกิจอาจชะลอตัวมากกว่าที่คาด ไปจนถึงเยอรมนีที่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจยังเปราะบาง โดยจะขยายตัวได้ไม่ถึง 1% ในปีหน้า ขณะที่ในช่วงที่ผ่านมาโลกต้องเผชิญกับเงินเฟ้อในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคในหลายประเทศยังระมัดระวังในการใช้จ่ายและ**ราคาสินค้าที่เข้าถึงได้**มีความสำคัญมากขึ้นต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสะท้อนออกมาตามเทรนด์การบริโภคใหม่ๆ อาทิ **สินค้ายั่งยืนที่ราคาเข้าถึงได้ (Affordable Sustainability)** โดย Euromonitor สำรวจพบว่า ในปี 2567 แม้ 60% ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกว่า 4 หมื่นคนทั่วโลก พยายามมีส่วนร่วมช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านการเลือกซื้อสินค้าสีเขียว

ในชีวิตประจำวัน แต่มีผู้บริโภคราว 15% เท่านั้นที่ยอมจ่ายแพงขึ้นเพื่อซื้อสินค้าดังกล่าว และ 40% ระบุว่า ราคาเป็นอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าว ดังนั้น กลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสมและอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ยังคงมีความสำคัญ และยังเป็นภายใต้ภาวะเศรษฐกิจของตลาดบางประเทศที่ชะลอตัว

**เข้าใจ :** สุดท้ายไม่ว่าจะรुकตลาดใดก็ตาม สิ่งที่เราไม่ได้คือ **การเข้าใจตลาด** ให้มากกว่าคู่แข่งอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดที่ต้องการความเข้าใจที่ลึกซึ้งเพื่อเข้าถึงโอกาสมหาศาลที่ซ่อนอยู่อย่าง **ตลาดฮาลาล** เนื่องจากต้องเข้าใจถึงหลักการพื้นฐานของศาสนาอิสลาม เพื่อให้กระบวนการผลิต การให้บริการ ตลอดจนการจำหน่าย ไม่ขัดต่อหลักของศาสนา ซึ่งตลาดฮาลาลเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงจากจำนวนชาวมุสลิมทั่วโลกที่มีอยู่ราว 2 พันล้านคน หรือ 1 ใน 4 ของประชากรโลก และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 1 ใน 3 ของประชากรโลก ภายในปี 2593 โดยสินค้าอาหารฮาลาลมีสัดส่วนใหญ่ที่สุดราว 60% ของอุตสาหกรรมฮาลาลทั้งหมด (ไม่รวมการเงินอิสลาม) ซึ่งก็ถือเป็นโอกาสของไทย เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิต ทั้งนี้ ตลาดฮาลาลที่น่าสนใจในมุมของจำนวนชาวมุสลิมในประเทศมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ **อินโดนีเซีย** 243 ล้านคน **ปากีสถาน** 223 ล้านคน และ **อินเดีย** 200 ล้านคน ขณะที่หากพิจารณาตลาดฮาลาลที่น่าสนใจในแง่ของศักยภาพผู้บริโภคที่มีรายได้สูง คงหนีไม่พ้น **ซาอุดีอาระเบีย** ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (GDP per Capita) สูงกว่าไทยราว 3 เท่า รวมถึง **สหรัฐอเมริกา** ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี สูงกว่าไทยราว 6 เท่า เป็นต้น

ท่ามกลางคลื่นลมการค้าโลกที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง โดยเฉพาะความเสี่ยงจากนโยบายการค้าของสหรัฐฯ ที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้ส่งออกต้องติดตามสถานการณ์การค้าโลกอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความผันผวนและการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที โดย EXIM BANK พร้อมอยู่เคียงข้างและสนับสนุนผู้ประกอบการทุกท่านฝ่าคลื่นลมในการดำเนินธุรกิจและก้าวผ่านทุกอุปสรรค เพื่อเดินหน้าคว้าโอกาสรับปีใหม่ที่กำลังมาถึงครับ