

ภูมิทัศน์การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้:
รูปแบบการค้า โอกาส และความท้าทายในการส่งออกสินค้าของไทยไปยังเกาหลีใต้
The Trade Landscape between Thailand and South Korea:
Trade Patterns, Opportunities, and Challenges in Exporting
Thai Products to South Korea

สุพิชญา ลี I Supitchaya Lee^{1*}

วิวัฒน์ หมั่นการ I Wiphat Mankan²

เพ็ญศรี ฉิรินัง I Pensri Chirinang³

วรเดช จันทรศร I Voradej Chandarasorn⁴

บทคัดย่อ

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างไทยกับเกาหลีใต้ได้พัฒนาและเจริญรุ่งเรืองอย่างมาก และด้วยแรงหนุนจากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายในทั้งสองประเทศ ส่งผลให้เกาหลีใต้กลายเป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ภูมิทัศน์การค้าในปัจจุบันระหว่างไทยและเกาหลีใต้ โดยมุ่งเน้นไปที่การสำรวจและวิเคราะห์รูปแบบการค้า โอกาสและความท้าทายในการส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดเกาหลีใต้ เพื่อระบุโอกาสของสินค้าไทยในตลาดเกาหลีใต้ และความท้าทายที่ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญในการส่งออกสินค้าไปยังเกาหลีใต้ นอกจากนี้ยังให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ทางการค้าและเพิ่มประโยชน์สูงสุดจากความร่วมมือทางการค้าทวิภาคีนี้

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์การค้า, รูปแบบการค้า, โอกาสทางการค้า, ความท้าทายทางการค้า, การส่งออกสินค้าไทยไปยังเกาหลีใต้

^{1*} นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต/ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ/ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/ supitchaya.lee@rmutr.ac.th

²รองศาสตราจารย์, ดร. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ/ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/ wiphatmankan2495@hotmail.com

³รองศาสตราจารย์, ดร. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ/ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/ Pensri.chi@rmutr.ac.th

⁴ศาสตราจารย์, ดร. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ/ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์/ voradej.cha@outlook.rmutr.ac.th

*E-mail ผู้ส่งบทความ: supitchaya.lee@rmutr.ac.th / เบอร์โทรศัพท์ 061-4159905/ รับเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ.2566/

แก้ไขเมื่อ วันที่ 4 มกราคม พ.ศ.2567/ ตอบรับเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ.2566/ เผยแพร่ วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2567

Abstract

Over the past two decades, Economic and trade relations between Thailand and South Korea have developed and significantly prospered. With driven by strong economic growth and diversified consumer preferences in both countries, as a result, South Korea has become an important trading partner for Thailand. This article aims to analyze the current trade landscape between Thailand and South Korea, focusing on investigating and analyzing trade patterns, opportunities, and challenges in exporting Thai products to the South Korean market to identify opportunities for Thai products in the South Korean market and the challenges Thai exporters face when exporting goods to South Korea. Furthermore, it has provided strategic recommendations to elevate trade relations and maximize the benefits of this bilateral trade cooperation.

Keywords: Trade Landscape, Trade Patterns, Trade Opportunities, Trade Challenges, Thai Exports to South Korea

บทนำ

ไทยและเกาหลีใต้ได้รักษาความสัมพันธ์ทางการทูตและเศรษฐกิจที่มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นหุ้นส่วนทางการค้าที่สำคัญและประโยชน์ร่วมกันในหลายมิติ ความสัมพันธ์ทวิภาคีได้รับการยกระดับเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ในปี 2555 ความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศจึงพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและระหว่างประชาชนด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินนโยบายมุ่งใต้ใหม่ (New Southern Policy: NSP) ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพในการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือระหว่างทั้งสองประเทศให้พัฒนาขึ้นอย่างมาก (สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐเกาหลีประจำประเทศไทย, 2565; Indraswari, 2022) นอกจากนี้ ความร่วมมือทางการค้าระหว่างกันผ่านข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) เช่น ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลีใต้ (ASEAN-KOREA Free Trade Agreement: AKFTA) (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN, 2013) และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) ที่ถือเป็นตลาดการค้าการลงทุนที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ระหว่าง 10 ชาตินสมาชิกอาเซียน และ 5 ประเทศคู่เจรจา (ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการค้าและการลงทุน การเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต และส่งเสริมการนำเข้าและส่งออกในภูมิภาค ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้ช่วยส่งเสริมความร่วมมือ ลดอุปสรรค และสร้างความท้าทายใหม่ๆ ทางการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2566)

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้เติบโตขึ้นอย่างมาก ทำให้เกาหลีใต้กลายเป็นหนึ่งในคู่ค้าที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของไทย หุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ (Economic Partnership) ที่กำลังเติบโตนี้ได้รับแรงหนุนจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การเติบโตทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งของเกาหลีใต้ ความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น และการมุ่งเน้นของไทยในการกระจายตลาดส่งออก (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2566) ทำให้ทั้งสองประเทศมีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้นที่ละน้อยและต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ระหว่างไทยและเกาหลีใต้ ทำให้การส่งออกสินค้าไปยังเกาหลีใต้ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา มีมูลค่าสูงติดลำดับต้น ๆ (อยู่ระหว่างอันดับ 10-15 ของประเทศคู่ค้าของไทย) โดยสินค้าไทยที่มีความต้องการและมูลค่าการส่งออกสูงในตลาดเกาหลีใต้ ได้แก่ 1) อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages) อาหารไทยได้รับความนิยมอย่างล้นหลามในเกาหลีใต้ โดยเริ่มพบเห็นร้านอาหารไทยได้ทั่วไปในเมืองใหญ่ๆ ชาวเกาหลีใต้ได้พัฒนารสชาติของเครื่องเทศ สมุนไพร และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งเป็นโอกาสอันยอดเยี่ยมสำหรับผู้ส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยในการตอบสนองความต้องการนี้ (International Trade Centre, 2021) 2) เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม (Cosmetics and Beauty Products) เกาหลีใต้มีชื่อเสียงในด้านอุตสาหกรรมความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว บริษัทเครื่องสำอางไทยสามารถใช้ประโยชน์จากเทรนด์นี้ได้โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ความงามจากธรรมชาติและสมุนไพร ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวออร์แกนิกและยั่งยืน (Euromonitor International, 2021) 3) ชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive Parts) เนื่องจากเกาหลีใต้เป็นผู้นำระดับโลกในอุตสาหกรรมยานยนต์ ผู้ผลิตไทยที่เชี่ยวชาญด้านชิ้นส่วนและส่วนประกอบยานยนต์สามารถหาโอกาสในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับผู้ผลิตรถยนต์ของเกาหลีใต้ (Office of Industrial Economics, 2021) และ 4) อุปกรณ์และเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ (Medical Devices and Supplies) ประชากรสูงวัยของเกาหลีใต้และการให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพได้สร้างความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ ผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ของไทยสามารถสำรวจภาคส่วนนี้ได้โดยนำเสนอโซลูชันที่เป็นนวัตกรรมและคุ้มค่า (Medical Device Authority, 2021)

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการส่งออกและนำเข้าสินค้าและบริการระหว่างไทยและเกาหลีใต้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2561-2565) พบว่า ไทยเสียดุลการค้า (มูลค่าการนำเข้ามากกว่าการส่งออกทุกปี) โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ ในปี 2561 มีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าอยู่ที่ 4,940.41 และ 8,876.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2562 มีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าอยู่ที่ 4,727.83 และ 8,658.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 มีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าอยู่ที่ 4,247.97 และ 7,671.93 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2564 มีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าอยู่ที่ 5,882.98 และ 9,918.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2565 มีมูลค่าการส่งออกและนำเข้าอยู่ที่ 6,388.46 และ 10,136.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2566; กระทรวงพาณิชย์, 2566) ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการค้าที่ไม่สมดุล ซึ่งสาเหตุอาจมาจากอุปสรรคและความท้าทายหลายอย่างที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข เช่น อุปสรรคด้านกฎระเบียบและมาตรฐานทางเทคนิคในการค้า (Wood, Wu, & Oh, 2020) อุปสรรคทางภาษา (Hyun, 2020) การเข้าถึงการวิจัยตลาดและข้อมูลของรัฐบาลเพื่อระบุโอกาสและกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Wittayapairoj, Tonticharoen, & Samphantharak, 2019) รวมถึงอาจมาจากศักยภาพ

ที่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการผลักดันและเพิ่มโอกาสในการขยายการส่งออกให้มากขึ้น เช่น Lee and Jung (2020) ที่ได้สำรวจถึงโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไทยไปยังตลาดเกาหลีใต้ Thongprasit, Kantabutra, and Suphap (2021) ที่กล่าวถึง การสร้างโอกาสใหม่ให้กับผู้ส่งออกของไทยด้วยการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซหรือตลาดออนไลน์ Miao Tian (2023) กล่าวถึง กลยุทธ์สำคัญของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ภูมิทัศน์การค้าในปัจจุบันระหว่างไทยและเกาหลีใต้ โดยมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์รูปแบบการค้าที่ครอบคลุม สำรวจโอกาสที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์สำหรับการส่งออกสินค้าไทยในตลาดเกาหลีใต้ และจัดการกับความท้าทายและอุปสรรคที่ผู้ส่งออกไทยเผชิญเมื่อส่งออกสินค้าไปยังตลาดเกาหลีใต้ ที่มีพลวัตและการแข่งขันสูง นอกจากนี้ ยังได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ทางการค้าทวิภาคีนี้ วัตถุประสงค์ของการศึกษา มีดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์ภูมิทัศน์การค้าในปัจจุบันระหว่างไทยและเกาหลีใต้
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการค้าและโอกาสของสินค้าไทยในตลาดเกาหลีใต้ โดยเน้นที่การระบุโอกาสในการส่งออกที่เป็นไปได้สำหรับสินค้าไทย สินค้าส่งออกที่สำคัญ แนวโน้มของตลาด และกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด
3. เพื่อวิเคราะห์และระบุความท้าทายที่ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดเกาหลีใต้
4. เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ทางการค้าและใช้ประโยชน์จากความร่วมมือและความเป็นหุ้นส่วนทางการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้

วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาครั้งนี้ ใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ในการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เชื่อถือได้ ดังนี้

1. ฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐบาล (Government Agency Database) ข้อมูลการค้า (Trade Data) เกี่ยวกับปริมาณการค้า แนวโน้มการส่งออก และสินค้าส่งออก-นำเข้าที่สำคัญระหว่างไทยและเกาหลีใต้ ได้รับการรวบรวมจากฐานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศและรายงานสถิติทางการค้าของหน่วยงานรัฐบาล เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ
2. รายงานของรัฐบาล (Government Reports) ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก นโยบายการค้า และข้อตกลงการค้าทวิภาคี และภูมิทัศน์การค้าในปัจจุบัน ได้รับการรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลอย่างครอบคลุมจากรายงานที่เผยแพร่โดยรัฐบาลไทยและรัฐบาลเกาหลีใต้
3. วารสารวิชาการและเอกสารวิจัย (Academic Journals and Research Papers) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางการค้าไทย-เกาหลีใต้ ปัจจัยผลักดันการเติบโตทางการค้า กลยุทธ์การส่งออก และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกและข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ

ส่วนต่อไปของบทความนี้ เป็นผลการศึกษาโดยละเอียด ในการวิเคราะห์รูปแบบการค้า โอกาสที่เป็นไปได้สำหรับสินค้าไทยในตลาดเกาหลีใต้ ความท้าทายที่ผู้ส่งออกต้องเผชิญ และการเสนอมาตรการเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าทวิภาคี

ภูมิทัศน์ทางการค้าในปัจจุบันระหว่างไทยและเกาหลีใต้

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ความร่วมมือทวิภาคี ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ให้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ (2566) แสดงให้เห็นมูลค่าการค้าระหว่างไทยกับเกาหลีใต้ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับต้นๆ ของไทย โดยปี 2565-2566 เกาหลีใต้มีมูลค่าการค้ารวมอยู่ในอันดับที่ 12 ของการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศต่างๆ โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 16,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จำแนกเป็นการส่งออกประมาณ 6,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการนำเข้าประมาณ 10,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2566)

การวิเคราะห์ปัจจัยผลักดันการเติบโตทางการค้า (Factors Driving Trade Growth) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงผลักดันให้การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้มีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่องมีด้วยกันหลายปัจจัยประกอบด้วย

1. ข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Economic Cooperation Agreement: ECA) เป็นแรงผลักดันที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการค้าและการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่สำคัญระหว่างประเทศไทยและเกาหลีใต้ ได้แก่ ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลีใต้ (ASEAN-Korea Free Trade Agreement: AKFTA) และความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP) ระหว่าง 10 ชาติสมาชิกอาเซียนและ 5 ประเทศคู่เจรจา (ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการค้าและการลงทุน การเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต และส่งเสริมการนำเข้าและส่งออกในภูมิภาค ข้อตกลงเหล่านี้ มีส่วนสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การส่งออก ส่งเสริมการค้าทวิภาคีและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างสองประเทศ (Korea Customs Service, 2021) ช่วยอำนวยความสะดวกและจัดอุปสรรคทางการค้า ทำให้สินค้าไทยสามารถแข่งขันในตลาดเกาหลีใต้ได้มากขึ้น ผู้ส่งออกไทยได้รับประโยชน์จากสิทธิพิเศษในการเข้าถึงตลาดเกาหลีใต้ ซึ่งช่วยเพิ่มสถานะทางการตลาดและโอกาสในการส่งออกที่ดีขึ้น (International Trade Administration, 2022; Smith and Choi, 2019)

2. การส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Foster a Business Environment) เป็นกระบวนการที่มุ่งหวังให้ธุรกิจของไทยและเกาหลีใต้เติบโตและขยายตัวในสถานะที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย โดยการสร้างสภาพที่เป็นกลางและเอื้อต่อการซื้อขายและการลงทุนระหว่างทั้งสองประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากการกระทำหลายอย่างที่ร่วมกันทั้งในด้านการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ เพื่อสร้างสภาพที่เป็นกลางและเตรียมพร้อมสำหรับการค้าระหว่างทั้งสองประเทศ ตัวอย่างการส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ช่วยให้การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้มีการขยายตัวและเติบโต เช่น นโยบายสนับสนุนการค้าและการลงทุน การลดข้อกีดขวางทางการเมือง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น พื้นที่อุตสาหกรรม ที่ดินสำหรับโรงงาน และสถานที่สำหรับการวางสินค้า การสร้างพันธมิตร

ทางธุรกิจ การส่งเสริมนวัตกรรมและการวิจัย ความพยายามของทั้งสองประเทศในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้ออำนวยและส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศได้ดึงดูดบริษัทที่ต้องการเข้าถึงตลาดในภูมิภาค (Korea Trade-Investment Promotion Agency, 2021; Thailand Board of Investment, 2021)

3. ประชากรชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น (Growing Middle-class Population) ในเกาหลีใต้การเพิ่มขึ้นของประชากรชนชั้นกลาง มีผลกระทบทั้งในด้านการบริโภค การลงทุน และการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้น รวมถึงสินค้าจากประเทศไทยที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับเรื่องคุณภาพและราคาที่จ่ายได้ นอกจากนี้ ประชากรชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้น ช่วยกระตุ้นการขยายตัวของการค้าการลงทุนระหว่างทั้งสองประเทศ เนื่องจากประชากรชนชั้นกลางที่มีรายได้สูงขึ้นสร้างโอกาสให้ธุรกิจที่สนใจเข้ามาลงทุนในทั้งสองประเทศ การลงทุนในอุตสาหกรรม การพัฒนาสินค้าใหม่ และการขยายธุรกิจมีโอกาสเติบโตเนื่องจากความต้องการและศักยภาพตลาดที่กว้างขวางขึ้น เกิดการสร้างฐานการผลิตและอุตสาหกรรม การส่งเสริมนวัตกรรมการผลิตและการบริการที่ทันสมัยและมีคุณภาพ ซึ่งเป็นที่มาของการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีสูงในทั้งสองประเทศ (Chotikarn, 2019)

4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological Advancements and Innovation) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมช่วยเพิ่มความมั่นคงและสร้างโอกาสในการทำธุรกิจระหว่างทั้งสองประเทศ (Kim & Han, 2019) ซึ่งการที่เกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้สร้างโอกาสให้กับผู้ส่งออกไทยในการจัดหาวัตถุดิบและส่วนประกอบให้กับอุตสาหกรรมของเกาหลีใต้ (Chotikarn, 2019) วิธีที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมช่วยส่งผลให้การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้เติบโตและขยายตัว ได้แก่ 1) การเข้าถึงตลาดออนไลน์ (Access to Online Markets) เทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดของสินค้าและบริการระหว่างทั้งสองประเทศ การค้าออนไลน์และการตลาดผ่านสื่อสังคมช่วยในการเพิ่มความสะดวกสบายในการซื้อขายระหว่างบริษัทและผู้บริโภค 2) นวัตกรรมในการผลิตและการบริการ (Innovation in Production and Service) การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ในการผลิตและการให้บริการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งและสามารถแข่งขันได้ในตลาดระดับนานาชาติ 3) นวัตกรรมในการจัดการโซ่อุปทาน (Innovations in Supply Chain Management) เทคโนโลยีบล็อกเชนและอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งช่วยให้การติดตามและบริหารจัดการโซ่อุปทานสินค้าทำได้เป็นอย่างมาก สิ่งนี้ช่วยเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในกระบวนการค้าระหว่างทั้งสองประเทศ 4) การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ (Development of New Products and Services) เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดสามารถช่วยเปิดโอกาสให้กับธุรกิจทั้งสองประเทศในการขยายตัวและทำธุรกิจให้เติบโต และ 5) การสร้างพันธมิตรวิจัยและพัฒนา (Building R&D Alliances) การร่วมมือในการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ (Lim, Yoo, & Moon, 2020) สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างสถานะที่เป็นกลางและเตรียมพร้อมสำหรับการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ ทั้งสองประเทศจะมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี

และนวัตกรรม ซึ่งช่วยกระตุ้นการเติบโตและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดระดับสากล (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2021).

5. การท่องเที่ยว (Tourism) การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจุบันเกาหลีใต้กลายเป็นหนึ่งในตลาดแหล่งนักท่องเที่ยวอันดับต้นๆ สำหรับประเทศไทย ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้หลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยและมีความต้องการสินค้าไทยเพิ่มขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยว (Tourism Authority of Thailand, 2021) การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างทั้งสองประเทศช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจและการสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่มีประโยชน์ วิธีที่การท่องเที่ยวช่วยผลักดันให้การค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ขยายตัวและเติบโต ได้แก่ 1) เพิ่มการแลกเปลี่ยนเชิงวัฒนธรรม (Increasing Cultural Exchanges) การท่องเที่ยวช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสพบประสบการณ์ที่แตกต่างในทั้งสองประเทศ ซึ่งอาจสร้างความสนใจในผลิตภัณฑ์และบริการของประเทศอีกประเทศ ซึ่งทำให้การค้าระหว่างทั้งสองประเทศเติบโต 2) เพิ่มความรู้เกี่ยวกับตลาด (Increasing Knowledge of the Market) การมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีผลต่อการเพิ่มความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับตลาดภายในประเทศ นักท่องเที่ยวจะสนใจและซื้อสินค้าที่มีคุณค่าในพื้นที่นั้น ๆ 3) สร้างความร่วมมือทางธุรกิจ (Building Business Cooperation) การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการพบปะและสร้างความรู้จักกับธุรกิจในทั้งสองประเทศ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการร่วมมือทางธุรกิจที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการเติบโต 4) เพิ่มการลงทุนทางธุรกิจ (Increasing Business Investment) การมีนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นเข้ามา ทำให้เป็นโอกาสที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องจะลงทุนหรือตั้งกิจการในประเทศนั้น ซึ่งสร้างรายได้และสร้างอุปสรรคในการค้าระหว่างทั้งสองประเทศ 5) สร้างความไว้วางใจ (Building Trust) การท่องเที่ยวช่วยสร้างความไว้วางใจในสินค้าและบริการที่มาจากประเทศอื่น การได้ลองใช้และสัมผัสสินค้าจริงๆ อาจช่วยให้นักธุรกิจมีความมั่นใจในการค้าระหว่างประเทศ (Kim, 2016; Lee, Song, & Li, 2019)

จากปัจจัยผลักดันเหล่านี้ ทำให้ทั้งสองประเทศมีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้นทีละน้อยและต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ (Economic Partnership) ระหว่างไทยและเกาหลีใต้

รูปแบบการค้าและโอกาสของสินค้าไทยในตลาดเกาหลีใต้

ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่หยุดนิ่งของเกาหลีใต้และประชากรที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทำให้ผู้ส่งออกไทยมีโอกาสมากมายที่จะเจาะเข้าสู่ภาคส่วนต่างๆ ของตลาดเกาหลีใต้ และด้วยจำนวนประชากรมากกว่า 51 ล้านคน (World Bank, 2021) และอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูง เกาหลีใต้จึงมีระบบนิเวศอีคอมเมิร์ซ (E-commerce Ecosystem) ที่เฟื่องฟู สร้างช่องทางให้สินค้าไทยเข้าถึงฐานผู้บริโภคที่กว้างขึ้น

การวิเคราะห์รูปแบบการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับภาพรวมการส่งออกที่มีอยู่ และระบุโอกาสที่เป็นไปได้ในการเสริมสร้างการค้าทวิภาคี การทำความเข้าใจรูปแบบการค้าในปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาและกระจายการส่งออกของไทยไปยังตลาดเกาหลีใต้ ซึ่งมีผลการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การศึกษาของ Siriwan (2019) พบว่า การส่งออกที่สำคัญของไทยไปยังเกาหลีใต้ ได้แก่ ชิ้นส่วนและส่วนประกอบยานยนต์ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์ยาง นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังแสดงความสนใจในสินค้าเกษตรของไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น ผลไม้และอาหารแปรรูป นอกจากนี้ ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการกระจายการส่งออกของไทย เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของเกาหลีใต้ในอุตสาหกรรมเกิดใหม่ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและพลังงานหมุนเวียน ด้วยการระบุพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตเหล่านี้ ผู้ส่งออกของไทยสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ ๆ และได้รับความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดเกาหลีใต้

2. ในบริบทของอุตสาหกรรมยานยนต์ การศึกษาของ Kim and Sripaipan (2018) เน้นย้ำถึงศักยภาพของผู้ผลิตรายไทยในการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานระดับโลกของเกาหลีใต้ การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทยานยนต์ไทยและเกาหลีใต้ ส่งผลให้การส่งออกชิ้นส่วนและส่วนประกอบยานยนต์เพิ่มมากขึ้น

3. Lee and Jung (2020) สำรวจโอกาสในการส่งออกอาหารไทยไปยังเกาหลีใต้ ผลการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารไทย เช่น ผลไม้เมืองร้อน ของขบเคี้ยว และอาหารพร้อมรับประทาน ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้เนื่องจากมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

4. ความคิดริเริ่มของรัฐบาลไทยในการส่งเสริม “ประเทศไทย 4.0” และมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง ได้เปิดประตูให้ผู้ส่งออกของไทยแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงและใช้เทคโนโลยีเข้มข้นให้กับตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของเกาหลีใต้ (Asavathiratham, Prempraneerach, & Songsrirote, 2021)

5. การเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลได้สร้างโอกาสใหม่ให้กับผู้ส่งออกของไทยในการเข้าถึงผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้โดยตรงผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ Thongprasit, Kantabutra, and Suphap (2021) เน้นย้ำถึงศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยในการใช้ประโยชน์จากตลาดออนไลน์เพื่อเข้าถึงฐานลูกค้าที่กว้างขึ้นในเกาหลีใต้

ด้วยการตรวจสอบรูปแบบการค้าและระบุโอกาสที่เกิดขึ้น ผู้ส่งออกของไทยสามารถปรับผลิตภัณฑ์ของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเกาหลีใต้ได้อย่างมีกลยุทธ์ นอกจากนี้ ความเข้าใจนี้สามารถเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกแบบกำหนดเป้าหมายซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและความต้องการของอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของเกาหลีใต้

สินค้าไทยที่มีความต้องการสูง

สินค้าไทยที่มีความต้องการสูงในตลาดเกาหลีใต้ ได้แก่

1. อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverages) อาหารไทยได้รับความนิยมอย่างล้นหลามในเกาหลีใต้ โดยเริ่มพบเห็นร้านอาหารไทยได้ทั่วไปในเมืองใหญ่ ๆ ชาวเกาหลีใต้ได้พัฒนารสชาติของเครื่องเทศสมุนไพร และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งเป็นโอกาสอันยอดเยี่ยมสำหรับผู้ส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยในการตอบสนองความต้องการนี้ (International Trade Centre, 2021)

2. เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม (Cosmetics and Beauty Products) เกาหลีใต้มีชื่อเสียงในด้านอุตสาหกรรมความงามและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว บริษัทเครื่องสำอางไทยสามารถใช้ประโยชน์จากเทรนด์นี้ได้โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ความงามจากธรรมชาติและสมุนไพร ซึ่งสอดคล้องกับความนิยมของผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวออร์แกนิกและยั่งยืน (Euromonitor International, 2021)

3. ชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive Parts) เนื่องจากเกาหลีใต้เป็นผู้นำระดับโลกในอุตสาหกรรมยานยนต์ ผู้ผลิตไทยที่เชี่ยวชาญด้านชิ้นส่วนและส่วนประกอบยานยนต์สามารถหาโอกาสในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้กับผู้ผลิตรถยนต์ของเกาหลีใต้ (Office of Industrial Economics, 2021)

4. อุปกรณ์และเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ (Medical Devices and Supplies) ประชากรสูงวัยของเกาหลีใต้และการให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพได้สร้างความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ ผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ของไทยสามารถสำรวจภาคส่วนนี้ได้โดยนำเสนอโซลูชันที่เป็นนวัตกรรมและคุ้มค่า (Medical Device Authority, 2021)

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

1. การเป็นพันธมิตรกับผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่น (Partnering with Local Distributors) การร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายในเกาหลีใต้ที่จัดตั้งขึ้น ช่วยให้ผู้ส่งออกไทยสามารถเข้าถึงเครือข่ายการกระจายสินค้าที่มีอยู่และเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของตลาดในท้องถิ่น (Thai Trade Center Seoul, 2021)

2. แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (E-commerce Platforms) การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซยอดนิยมของเกาหลีใต้เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ส่งออกไทยในการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (E-commerce Times, 2021)

3. การรับรองและมาตรฐาน (Certifications and Standards) การได้รับการรับรองที่จำเป็นและการปฏิบัติตามมาตรฐานของเกาหลีใต้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคและเป็นไปตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ (Thailand Board of Investment, 2021)

โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสเหล่านี้และใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดที่มีประสิทธิภาพ ผู้ส่งออกไทยสามารถตั้งหลักและสร้างสถานะที่มั่นคงในตลาดเกาหลีใต้และเจาะฐานผู้บริโภคที่เฟื่องฟูของประเทศได้

ความท้าทายในการส่งออกสินค้าไทยไปเกาหลีใต้

ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการในการส่งออกสินค้าไปยังเกาหลีใต้ ความท้าทายเหล่านี้สามารถขัดขวางการเข้าสู่ตลาด ขัดขวางการเติบโตของการส่งออก และส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางการค้าโดยรวมระหว่างทั้งสองประเทศ การทำความเข้าใจกับความท้าทายเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของรัฐบาลไทยในการส่งออกสินค้าไปยังเกาหลีใต้ต่อไปนี้เป็นความท้าทายสำคัญที่ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญ

1. อุปสรรคทางการค้าและภาษีศุลกากร (Trade Barriers and Tariffs) แม้จะมีข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Economic Cooperation Agreement: ECA) ที่ครอบคลุมทั้ง AKFTA และ RCEP แต่อุปสรรค

ทางการค้าและภาษีศุลกากรบางอย่างยังคงมีอยู่ ส่งผลกระทบต่อการเข้าถึงตลาดเกาหลีใต้ของผู้ส่งออกไทย อุปสรรคที่มีใช้ภาษี เช่น มาตรฐานและข้อกำหนดการรับรองผลิตภัณฑ์ (Product Standards and Certification Requirements) และกฎระเบียบการติดฉลาก (Labeling Regulations) สามารถสร้างความซับซ้อนและเพิ่มต้นทุนในการปฏิบัติตามข้อกำหนดสำหรับผู้ส่งออกไทย (World Trade Organization, 2021)

2. ปัญหาการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับ (Compliance and Regulatory Issues) เกาหลีใต้มีกฎระเบียบและมาตรฐานที่เข้มงวดสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ อาหาร เครื่องสำอาง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์การแพทย์ ผู้ส่งออกไทยต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบเหล่านี้และขอใบรับรองที่จำเป็น ซึ่งอาจใช้เวลาและมีความแพง (The International Trade Administration, 2021)

3. อุปสรรคด้านวัฒนธรรมและภาษา (Cultural and Language Barriers) การทำความเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมและความชอบของผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเข้าสู่ตลาดที่ประสบความสำเร็จ ผู้ส่งออกไทยอาจพบกับความท้าทายในการปรับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ข้อความทางการตลาด และตราสินค้าให้สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ (Asia Briefing, 2021) นอกจากนี้ อุปสรรคด้านภาษายังเป็นอุปสรรคต่อกระบวนการสื่อสารและการเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพ

4. การแข่งขันที่รุนแรง (Intense Competition) ตลาดเกาหลีใต้มีการแข่งขันสูงโดยมีผู้เล่นทั้งในและต่างประเทศแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด ผู้ส่งออกไทยอาจเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากธุรกิจท้องถิ่นของเกาหลีใต้และคู่แข่งต่างชาติรายอื่นซึ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน (KOTRA, 2021)

5. การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Protection) การปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอาจเป็นเรื่องน่ากังวลสำหรับผู้ส่งออกไทยในเกาหลีใต้ กรณีของการปลอมแปลงและการละเมิดทำให้เกิดความเสี่ยงต่อบริษัทที่ต้องการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมและเป็นกรรมสิทธิ์สู่ตลาด (United States Trade Representative, 2021)

6. ความท้าทายด้านโลจิสติกส์และการกระจายสินค้า (Logistics and Distribution Challenges) เครือข่ายโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ได้ทันเวลาที่ ผู้ส่งออกไทยอาจเผชิญกับความท้าทายด้านโลจิสติกส์เนื่องจากระยะทางทางภูมิศาสตร์ ขั้นตอนศุลกากร และค่าขนส่ง (The World Bank, 2021)

การจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ต้องใช้แนวทางเชิงกลยุทธ์ การมีส่วนร่วมเชิงรุกกับพันธมิตรในท้องถิ่น และความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับภูมิทัศน์ด้านกฎระเบียบและพลวัตของตลาดในเกาหลีใต้

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

จากการวิเคราะห์รูปแบบการค้า โอกาส และความท้าทายและอุปสรรคในการส่งออกสินค้าไทยไปยังเกาหลีใต้ ผู้เขียนได้เสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ทางการค้าและเพิ่มพูนผลประโยชน์ของความเป็นหุ้นส่วนการค้าทวิภาคี ดังนี้

1. การเพิ่มความพยายามในการส่งเสริมการค้า (Enhancing Trade Promotion Efforts) จากอุปสรรคด้านวัฒนธรรมและภาษา รวมกับความต้องการสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งไทยและเกาหลีใต้ควรเสริมสร้าง

ความพยายามในการส่งเสริมการค้าผ่านโครงการริเริ่มร่วมกัน (Joint I Initiatives) งานแสดงสินค้า (Trade Fairs) และคณะผู้แทนทางธุรกิจ (Business Delegations) เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นระหว่างผู้ส่งออกและผู้นำเข้า กิจกรรมส่งเสริมการค้าเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทยในการแสดงสินค้า สร้างการติดต่อโดยตรงกับผู้ซื้อชาวเกาหลีใต้ที่มีศักยภาพ และรับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มของตลาด กิจกรรมดังกล่าวสามารถเกิดขึ้นได้ โดยความร่วมมือของหน่วยงานรัฐบาลและสมาคมอุตสาหกรรมจากทั้งสองประเทศ

2. การกระจายความเสี่ยงของตลาด (Market Diversification) จากความท้าทายด้านการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดเกาหลีใต้และความท้าทายด้านโลจิสติกส์และการกระจายสินค้า ผู้ส่งออกไทยควรกระจายการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนให้หลากหลายและสำรวจตลาดเฉพาะกลุ่มในเกาหลีใต้ เพื่อลดการพึ่งพาผลิตภัณฑ์บางประเภท และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เฉพาะเจาะจง การกระจายตลาดช่วยให้ผู้ส่งออกไทยสามารถกระจายความเสี่ยง ใช้ประโยชน์จากความขึ้นขอบของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และจัดสินค้าให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้

3. การสร้างหน่วยงานให้การสนับสนุน (Strengthening Institutional Support) เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าและปัญหาการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับ และข้อกีดกันเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รัฐบาลไทยควรจัดตั้งกลไกสนับสนุนโดยเฉพาะ เช่น บริการให้คำปรึกษาด้านการค้าและโครงการช่วยเหลือการส่งออก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ส่งออกไทยดำเนินการตามขั้นตอนการกำกับดูแล การขอใบรับรอง และการจัดการข้อกีดกันด้านทรัพย์สินทางปัญญาในตลาดเกาหลีใต้ การเสริมสร้างการสนับสนุนจากหน่วยงานหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องจะช่วยบรรเทาความท้าทายและอุปสรรคในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและส่งเสริมความเชื่อมั่นของผู้ส่งออกไทยในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดเกาหลีใต้

4. ความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Collaboration) บริษัทส่งออกของไทยควรสำรวจโอกาสความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) กับคู่ค้าเกาหลีใต้เพื่อส่งเสริมนวัตกรรม ปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และตอบสนองความต้องการของตลาดที่เฉพาะเจาะจง ความพยายามร่วมกันในการวิจัยและพัฒนาช่วยให้ผู้ส่งออกไทยสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีขั้นสูงและความเชี่ยวชาญของเกาหลีใต้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ในตลาดเกาหลีใต้

ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสในตลาดเกาหลีใต้และบรรเทาความท้าทายและอุปสรรคที่ผู้ส่งออกต้องเผชิญ ความร่วมมือที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นระหว่างสองประเทศ ซึ่งริเริ่มและได้รับการสนับสนุนโดยรัฐบาลและภาคเอกชนในเชิงรุก จะปูทางไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนในการค้าทวิภาคีและส่งเสริมความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน

บทสรุป

ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ที่มีการขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญและความสัมพันธ์ทวิภาคีที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เป็นช่องทางที่สดใสสำหรับการส่งออกสินค้าไทยไปยังเกาหลีใต้และส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยได้รับแรงหนุนจากปัจจัยต่างๆ เช่น ข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (ECA) ที่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น และจุดแข็งที่เกื้อกูลกันในอุตสาหกรรมต่างๆ

จากการวิเคราะห์รูปแบบการค้า พบว่า เกาหลีใต้เป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย โดยมีปริมาณการส่งออกและนำเข้าจำนวนมากระหว่างทั้งสองประเทศ ความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจนี้ได้รับแรงผลักดันจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ข้อตกลงการค้าที่เอื้ออำนวย การเติบโตทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งของทั้งสองประเทศ และจำนวนประชากรชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้นในเกาหลีใต้

โอกาสของสินค้าไทยในตลาดเกาหลีใต้ได้รับการระบุในหลายภาคส่วน ผู้ส่งออกไทยสามารถใช้ประโยชน์จากความต้องการอาหารไทย ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ด้วยการใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น การร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายในท้องถิ่นและการใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ผู้ส่งออกไทยจะสามารถเข้าถึงตลาดผู้บริโภคของเกาหลีใต้และใช้ประโยชน์จากพลวัตของตลาดส่งออก

อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าไทยไปยังเกาหลีใต้ก็มาพร้อมกับความท้าทายเช่นกัน อุปสรรคทางการค้า ปัญหาการปฏิบัติตามข้อกำหนด ความแตกต่างทางวัฒนธรรม การแข่งขันที่รุนแรง และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเป็นอุปสรรคสำคัญที่ต้องมีการพิจารณาและการวางแผนเชิงกลยุทธ์อย่างรอบคอบ

เพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้และเพิ่มศักยภาพทางการค้าให้ได้สูงสุด จึงได้เสนอคำแนะนำเชิงกลยุทธ์ การเสริมสร้างความพยายามในการส่งเสริมการค้า การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การสร้างกลไกสนับสนุน และการส่งเสริมความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา จะช่วยให้การเข้าสู่ตลาดเป็นไปอย่างราบรื่นยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในเกาหลีใต้

โดยสรุปแล้ว การรักษาความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและเกาหลีใต้ถือเป็นคำมั่นสัญญาที่ดีสำหรับทั้งสองประเทศ การใช้ประโยชน์จากโอกาสที่ระบุและจัดการกับความท้าทายอย่างมีกลยุทธ์ ผู้ส่งออกไทยสามารถสร้างสถานะที่แข็งแกร่งขึ้นในตลาดเกาหลีใต้ ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมความเป็นหุ้นส่วนทางการค้าที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ความร่วมมืออย่างต่อเนื่องและความพยายามเชิงรุกจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการตระหนักถึงศักยภาพที่แท้จริงของความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีพลวัตและกำลังพัฒนา

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2566). *ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP)*. <https://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/ServiceData-Information/dft-service-data-privilege/Detail-dft-service-data-privilege/ArticleId/20770/-Regional-Comprehensive-Economic-Partnership-RCEP>

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2566). *มูลค่าการส่งออก-นำเข้ากับประเทศคู่ค้าปี 2565*.

<https://www.dtn.go.th/th/trading/productcountry/list>

กระทรวงพาณิชย์. (2566). *สรุปการค้าระหว่างประเทศของไทย*. <https://tradereport.moc.go.th/TradeThai.aspx#:~:text=สรุปการค้าระหว่างประเทศของไทย>

- สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐเกาหลีประจำประเทศไทย. (2565). *สารจากเอกอัครราชทูต*.
https://overseas.mofa.go.kr/th-th/wpge/m_3126/contents.do, 14 สิงหาคม 2566.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2566). ส.อ.ท. ประเมินแนวโน้มอุตสาหกรรม ไทย ปี 66 ยังคงเติบโต ท่ามกลางความเสี่ยงและความผันผวนของเศรษฐกิจโลก. <https://fti.or.th/2023/01/17/ส-อ-ท-ประเมินแนวโน้มอุตสาหกรรม/>
- Asavathiratham, C., Prempraneerach, P., & Songsrirote, K. (2021). Thailand 4.0: A new path for exporting innovation to South Korea. *Asia Pacific Business Review*, 27(3), 293-312.
- Asia Briefing. (2021). *Cultural understanding for market entry into South Korea*
<https://www.asiabriefing.com/news/2021/05/cultural-understanding-market-entry-south-korea/>
- Association of Southeast Asian Nations. (2013). *ASEAN-KOREA Free Trade Agreement*.
[https://www.asean.org/wp-content/uploads/images/resources/ASEAN%20Publication/2013%20\(11.%20Nov\)%20-%20AKFTA.pdf](https://www.asean.org/wp-content/uploads/images/resources/ASEAN%20Publication/2013%20(11.%20Nov)%20-%20AKFTA.pdf), August 27, 2023.
- Chotikarn, N. (2019). The potential of Thai-Korea trade and investment partnership: Challenges and opportunities. *Journal of International Studies*, 17(2), 61-79.
- Department of Export Promotion (Thailand). (2021). *Market development strategy: South Korea*.
<https://www.dep.thai.go.th/en/market/south-korea>
- E-commerce Times. (2021). *Top E-commerce sites in South Korea*. <https://www.ecommercetimes.com/story/86871.html>
- Euromonitor International. (2021). *Beauty and personal care in South Korea*.
<https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>
- Hyun, Y. (2020). Different cultural conceptualizations underlying intercultural business communication problems between Thais and Koreans. *International Journal of Language and Culture*, 2(7), 215-240. <https://doi.org/10.1075/ijolc.18016.hyu>
- Indraswari, R. (2022). South Korea's ASEAN policy today: The new southern policy and its standing. *Korea Europe Review*, 2(12), DOI: 10.48770/ker.2022.no2.12
- International Trade Administration. (2022). *Thailand - Trade Agreements*.
<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-trade-agreements>
- International Trade Centre. (2021). *Trade Map*. <https://www.trademap.org>
- Kim, J., & Sripaipan, C. (2018). Enhancing Thai participation in the South Korean automotive global value chain. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 18(1), 63-80.
- Kim, M. (2016). Impact of tourism on bilateral trade: The case of Korea. *Tourism Management*, 55, 1-8.

- Kim, Y., & Han, I. (2019). The impact of innovation activities on trade between Korea and ASEAN countries. *Sustainability*, 11(10), 2767.
- Korea Customs Service. (2021). *Free Trade Agreement (FTA)*.
<https://www.customs.go.kr/english/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=8065&cntntsId=2740>
- Korea Trade-Investment Promotion Agency. (2021). *Korea's FDI in Thailand*.
<https://www.kotra.or.kr/www/download/download.do?attachNo=251248>
- KOTRA. (2021). *Doing business in Korea: Market entry strategies*.
<https://www.kotra.or.kr/www/board/view.do? menuId=563 &boardConfigId=595&boardNo=118130&divNo=1>
- Lee, C. K., Song, H., & Li, G. (2019). The role of tourism in promoting trade and investment in Asia: Evidence from panel data. *Journal of Travel Research*, 0047287519835717.
- Lee, H., & Jung, S. (2020). Exploring opportunities for Thai food exports to South Korea. *International Journal of Food Studies*, 9(3), 132-147.
- Lim, C. Y., Yoo, S. H., & Moon, H. C. (2020). The impact of innovation on bilateral trade in technology-intensive goods: Evidence from South Korea's trade with ASEAN and EU. *Sustainability*, 12(19), 8197.
- Limsombunchai, V., Tanchompoo, J., & Duangpraphat, P. (2020). The role of trade fairs in promoting Thai exports to South Korea. *Asia Pacific Business Review*, 26(4), 426-442.
- Medical Device Authority. (2021). South Korea medical device market - growth, trends, COVID-19 impact, and forecasts (2021 - 2026) <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/south-korea-medical-device-market>
- Miao Tian. (2023). Study on the development path of Guangdong-Hong Kong-Macao greater bay area and ASEAN cross-border E-Commerce under the RCEP framework. *Economics & Management Information(sgsci.org)*, 2(12), 1-6.
- Ministry of Commerce of Thailand. (2021). *Top 10 trading partners*.
https://www.moc.go.th/moc_en/
- Office of Industrial Economics. (2021). *South Korea: Automotive industry overview*.
<https://www.boei.go.th/index.php?page=south-korea-automotive-industry-overview-27102020>
- Siriwan, S. (2019). Trade patterns between Thailand and South Korea. *South-East Asia Trade Review*, 25(2), 89-104.
- Smith, A., & Choi, Y. (2019). Assessing the impact of the South Korea-Thailand Free Trade Agreement (FTA) on trade and investment flows. *Journal of Asian Economics*, 63, 1-11.

- Thai Trade Center Seoul. (2021). *Importing from Thailand*. <http://www.thaitrade.co.kr/en/content/23135/market-insights>
- Thailand Board of Investment. (2021). *Benefits of Doing Business in Thailand*. <https://www.boi.go.th/index.php?page=business-environment-benefits-of-doing-business>
- Thailand Board of Investment. (2021). *Thailand-South Korea Free Trade Agreement (FTA)*. https://www.boi.go.th/index.php?page=monthly_magazine_list_enews&language=en
- The International Trade Administration. (2021). *South Korea - Trade Barriers*. <https://www.trade.gov/knowledge-product/south-korea-trade-barriers>
- The World Bank. (2021). *Logistics Performance Index*. <https://lpi.worldbank.org/international/south-korea>
- Thongprasit, P., Kantabutra, S., & Suphap, P. (2021). Leveraging E-commerce for Thai SMEs' exports to South Korea. *International Journal of Electronic Commerce*, 24(4), 580-598.
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *Foreign Tourist Arrivals to Thailand*. https://www.tourism.go.th/About/Stat/StatFile/arrivaltour2020_3.pdf
- United States Trade Representative. (2021). *Special 301 Report - South Korea*. https://ustr.gov/sites/default/files/2021_Special_301_Report.pdf
- Wittayapairoj, K., Tonticharoen, S., & Samphantharak, K. (2019). Market research and intelligence support for Thai exporters. *International Journal of Business and Globalisation*, 22(1), 64-79.
- Wood, J., Wu, J., & Oh, K. (2020). Do technical barriers to trade restrict exports? Evidence from South Korea. *Korea and the World Economy*, 21(2), 103-128.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2021). *Global Innovation Index 2021*. https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2021/