สเปน

1. ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่ : 505,990 ตร.กม.
ประชากร : 47.43 ล้านคน (2563)
ภาษาราชการ: สแปนิช (Spanish)
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ: : ถ่านหิน ลิกไนต์ เหล็ก ทองแดง ตะกั่ว สังกะสี ยูเรเนียม ทังสเตน ปรอท ไพไรต์

2. เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

	ปี2019	ปี 2020	ปี 2021F
GDP (US$bn)	1,390	1,280	1,460
GDP Per Capita (US$)	29,590	27,130	31,000
GDP Growth (%)	2	-11	6.4

สินค้าส่งออก : ยานทางบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรถราง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และ ส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ เชื้อเพลิงแร่และน้ำมันดิบ

ตลาดส่งออก : 1. ฝรั่งเศส (16.19%) 2. เยอรมนี (11.19%) 3. อิตาลี (8.25%) 4. โปรตุเกส (7.28%) 5. สหราชอาณาจักร (6.04%) และไทยอันดับที่ 57 (0.18%)

สินค้านำเข้า : ยานทางบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรถราง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ เชื้อเพลิงแร่และน้ำมันดิบ เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล และ ส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า และส่วนประกอบ

ตลาดนำเข้า : 1. เยอรมนี (13.77%) 2. ฝรั่งเศส (11.27%) 3. จีน (8.15%) 4. อิตาลี (6.94%) 5. เนเธอร์แลนด์ (6.02%) และไทยอันดับที่ 47 (0.31 %)

3. การค้าระหว่างไทย – สเปน

ประเทศ	มูลค่าการค้ารวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	ปี 2020	ปี 2021		ปี 2020	ปี 2021		ปี 2020	ปี 2021	
		ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%)		ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%)		ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%)
สเปน	1,412.11	870.71	18.80	746	491.95	25.71	666.11	378.76	10.88

4. สินค้าส่งออกหลักของไทย – สเปน

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2020	ปี 2020 ม.ค.-มิ.ย.	ปี 2021 ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%) ม.ค.-มิ.ย.
1.เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	129.3	80.9	111.4	37.68
2.รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	88.0	51.8	64.1	23.61
3.ผลิตภัณฑ์ยาง	111.1	45.7	59.0	28.91
4.ยางพารา	54.7	27.3	50.2	84.24
5.รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ	34.7	15.7	27.6	76.15
6.เคมีภัณฑ์	26.3	12.8	13.3	4.01
7.อัญมณีและเครื่องประดับ	22.6	10.2	12.8	25.09
8.เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	15.1	9.0	12.2	34.87
9.เส้นใยประดิษฐ์	21.0	11.0	11.9	8.25
10.เครื่องนุ่งห่ม	13.2	8.7	8.6	-1.72
รวม 10 รายการ	**515.9**	**273.1**	**370.9**	**35.82**
อื่นๆ	**230.1**	**118.2**	**121.0**	**2.35**
รวมทั้งสิ้น	**746.0**	**391.3**	**491.9**	**25.71**

5. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้า – สเปน

หน่วย : ล้าน USD

สินค้า	ปี 2020	ปี 2020 ม.ค.-มิ.ย.	ปี 2021 ม.ค.-มิ.ย.	+/- (%) ม.ค.-มิ.ย.
1. เคมีภัณฑ์	111.6	47.7	63.9	34.10
2. ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	95.6	50.9	48.3	-5.24
3. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	75.8	35.0	44.4	26.64
4. ผลิตภัณฑ์โลหะ	27.6	14.8	26.5	78.66
5. สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	30.7	18.9	23.0	22.17
6. ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	29.5	15.2	21.4	41.03
7. เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	30.3	14.0	18.7	32.90
8. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	27.7	15.6	15.1	-3.49
9. สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	19.9	10.4	11.6	11.31
10. เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	15.5	6.1	8.9	47.02
รวม 10 รายการ	**464.0**	**228.7**	**281.7**	**23.21**
อื่นๆ	**202.1**	**112.9**	**97.0**	**-14.07**
รวมทั้งสิ้น	**666.1**	**341.6**	**378.8**	**10.88**

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

6. สถานการณ์เศรษฐกิจ

1. คาดการณ์เศรษฐกิจ ปี 2565 กลับมาขยายตัวที่ 6% สเปนได้รับงบ EU Coronavirus Recovery Fund 1.4 แสนล้านยูโร (ได้รับจัดสรรมากเป็นอันดับ 2 รองจากอิตาลี) ซึ่งจะได้นำมาใช้ในการเร่งฟื้นฟู และกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงการยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน อาทิ การปรับเปลี่ยนสู่ยุค Digitalization และ Green economy รวมถึงการปรับโครงสร้างตลาดงาน และคุณภาพแรงงาน
2. ภาคอุตสาหกรรมการผลิต และการค้าปลีกกลับมาขยายตัว จากความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้น ตามอัตราการกระจายวัคซีน (รัฐบาลตั้งเป้าหมายจำนวนผู้รับวัคซีนครบโดสภายในเดือน ก.ย. 64 ที่ 70% ทั้งนี้ ณ ก.ค. 64 อยู่ที่ 51.7%) ปัจจุบัน ทำการฉีดวัคซีนเข็มแรกครอบคลุม 30% ของประชากร และ 10% ได้รับครบ 2 เข็ม ทั้งนี้ ผู้สูงอายุ (80 ปีขึ้นไป) ได้รับวัคซีนเข็มแรกทุกคนแล้ว และ 78% ได้รับครบ 2 เข็ม
3. การฟื้นตัวของเศรษฐกิจสเปนขึ้นอยู่กับศักยภาพในการควบคุมและจัดการกับการแพร่ระบาด ซึ่งจะส่งผลต่อระยะเวลาในการใช้มาตรการล็อกดาวน์ รวมถึงมาตรการเยียวยาผลกระทบต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเงิน ซึ่งรัฐบาลได้ใช้งบประมาณกว่า 8.8 พันล้านยูโรในการนี้แล้ว โดยเป็นเงินกู้ยืมจาก EU
4. รัฐบาลกำหนดมาตรการเพื่อกระตุ้นภาคการท่องเที่ยว ซึ่งคิดเป็น 14% ของ GDP อาทิ มาตรการ Covid Passport เพื่อเปิดพรมแดนรับนักท่องเที่ยวในเดือนมิถุนายน 2564

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด

7. โอกาส/อุปสรรค

7.1 <u>โอกาส</u>

- รัฐบาลสเปนอยู่ระหว่างการจัดทำแผนการส่งเสริมการค้าและการลงทุนของสเปนกับต่างประเทศสำหรับ 10 ปีข้างหน้า ซึ่งจะให้ความสำคัญต่อการขยายความร่วมมือกับภูมิภาคเอเชียมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับไทยในอนาคต
- แม้ว่าการแพร่ระบาดที่ยาวนานของ Covid-19 จะกระทบกับสภาวะเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ หากแต่มีแนวโน้มการขยายตัวของการบริโภคสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ และคุณประโยชน์สูง ซึ่งมีราคาแพงกว่าสินค้าทั่วไป เพื่อตอบสนองความต้องการตามเทรนด์ข้างต้น โดยผู้บริโภคบางกลุ่มมีแนวคิดในการใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มขึ้นทดแทนการออกไปรับประทานตามร้านอาหาร

<u>สินค้าที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง</u>

- เครื่องใช้ไฟฟ้า/เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ขนาดเล็ก ของใช้ในบ้าน และไลฟ์สไตล์ ซึ่งส่วนใหญ่เน้นการสร้างความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา มีขนาดเล็กหรือพกพาได้เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บในพื้นที่จำกัด และตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริง (practical) ขณะที่ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและผิวพรรณ (Personal care) รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมความงาม และ Well-being เน้นที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ
- อาหารเพื่อสุขภาพ จึงเป็นโอกาสของสินค้าอาหารของไทยซึ่งมีศักยภาพสูงในตลาดนี้ จากการยอมรับด้านภาพลักษณ์ และคุณภาพของสินค้า

<u>สินค้าที่มีโอกาสในช่วง Covid-19</u>

- สินค้าและธุรกิจบริการของไทยได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ รวมถึงความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจ จึงมีศักยภาพสูงในตลาดสเปน โดยเฉพาะสินค้าที่มีแนวโน้มในการเป็นสินค้าหลักในวิถี New normal อาทิ เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ สินค้าป้องกันการแพร่ระบาดต่างๆ (สินค้าไทยได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ โดยเฉพาะจากหน่วยงานของรัฐ ทั้งระดับชาติ และระดับแคว้นของสเปน) รวมถึงอาหารเพื่อสุขภาพ และธุรกิจบริการสปา/wellness
- การที่รัฐบาล และหน่วยงานด้านสาธารณสุขของแคว้น สามารถดำเนินการจัดซื้อสินค้าทางการแพทย์ได้โดยตรง จะเป็นโอกาสทางการค้าของสินค้าไทยโดยการสนับสนุนผ่านเครือข่ายความสัมพันธ์ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมาดริด กับหน่วยงานของแคว้น
- สินค้าอาหารสำเร็จรูปเพื่อสุขภาพ (Health and wellness packaged food) ผลิตจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และ free form โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณน้ำตาล ไขมัน และเกลือต่ำ อาหารเพื่อสุขภาพ/Future food และผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนจากเนื้อสัตว์เทียม (Plant-based) หรือโปรตีนทางเลือก
- เครื่องมือเครื่องใช้ทางการแพทย์ / PPE เวชภัณฑ์ สินค้าป้องกันการแพร่ระบาดของ Covid-19
- สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน โดยเฉพาะสำหรับใช้ในครัว
- สินค้า wellness อาหารไทย ธุรกิจบริการสปา นวดแผนไทย ตามการขยายตัวของแนวโน้มความนิยม Health and Wellness

7.2 <u>อุปสรรค</u>

- วิกฤติ Covid-19 ส่งผลกระทบอย่างมากกับสินค้านำเข้า โดยเฉพาะสินค้าอาหารจากไทยรวมถึงธุรกิจร้านอาหาร และสปา เนื่องจากเศรษฐกิจของสเปนพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ
- สินค้าผักและผลไม้สดจากประเทศไทย เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางอากาศแพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันจากกลุ่มละตินอเมริกา เนื่องจากมีสายการบินและเที่ยวบินระหว่างกันจำนวนมาก และขณะนี้ บางประเทศในละตินอเมริกาสามารถเพาะปลูกผลไทยได้หลายชนิด อาทิ เช่น มังคุด ลำไย มะม่วง เป็นต้น

8. กลยุทธ์/กิจกรรม

เป้าหมายส่งออกปี 2021 : +1.58%

1. พัฒนาและส่งเสริมการค้าและธุรกิจในต่างประเทศ

- โครงการส่งเสริมการค้าการลงทุนในโปรตุเกส (ก.พ.-มี.ค.64)
- การร่วมงานแสดงสินค้า Salón Gourmets เพื่อเจาะตลาดสินค้าข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าวในธุรกิจ Hospitality (เม.ย.-มิ.ย.64)
- การขยายตลาดสินค้าข้าว และผลิตภัณฑ์ข้าวในสเปนผ่านตลาดกลางค้าส่ง Mercamadrid (เม.ย.-มิ.ย.64)
- กิจกรรมประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร Thai SELECT ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT รวมถึง Thai SELECT Application ผ่านสื่อออนไลน์ Influencer และ blogger (ต.ค.-มิ.ย.64)
- โครงการส่งเสริมนักธุรกิจไทยไปดำเนินธุรกิจในภูมิภาคยุโรป (ปรับรูปแบบกิจกรรมเป็น Online Business Matching (OBM) กลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้าน และกลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม (ม.ค. - มิ.ย. 64))
- กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบบันทึกเสียงออนไลน์ (Podcast) ภายใต้โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยด้วยข้อมูลการตลาดภูมิภาคอเมริกา ลาตินอเมริกา ยุโรปและCIS แอฟริกาและตะวันออกกลาง (สื่อออนไลน์) (พ.ค. – ส.ค.64)

2. งานแสดงสินค้าออนไลน์เสมือนจริง และ Hybrid ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- งานแสดงสินค้า THAIFEX – Virtual Trade Show (25-29 พ.ค.64)
- งานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ Bangkok Gems & Jewelry Fair (BGJF) Virtual Trade Fair ครั้งที่ 66 (22-24 มิ.ย.64) เลื่อนไปจัดปี 65
- งานแสดงสินค้าชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ และอุปกรณ์ตกแต่ง 2564 (TAPA 2021) ในรูปแบบออนไลน์ (8 ก.ย.64)
- งานแสดงสินค้า THAIFEX Anuga Asia (Hybrid) 2021 (29 ก.ย.-ต.ค.64)

3. กิจกรรม Online Business Matching (OBM) ผ่าน Tele Conference ในปี 2564 อาทิ สินค้าผลไม้ (มี.ค.64) เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ (มี.ค. 64) ชิ้นส่วนยานยนต์ (เม.ย.64) สินค้าสุขภาพและความงาม (พ.ค.64) plant-based meat (ส.ค.64) อาหารและไลฟ์สไตล์ (ก.ย.64)

4. กิจกรรมสัมมนาและให้คำปรึกษาด้านการค้าออนไลน์

- การให้คำปรึกษาเชิงลึกผ่านช่องทางออนไลน์โครงการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ตลาดภูมิภาคอเมริกาและยุโรปในช่วงโควิด-19 สินค้าไลฟ์สไตล์ อาทิ ผลิตภัณฑ์รักษ์โลก ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เฟอร์นิเจอร์ และสินค้าตกแต่งบ้าน (D.I.Y เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และสินค้าสุขภาพและความงาม) (มี.ค.64)
- การเผยแพร่ข้อมูลการค้าในรูปแบบบันทึกเสียงออนไลน์ (Podcast) ภายใต้โครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ส่งออกไทยตลาดยุโรปและ CIS (สื่อออนไลน์) (พ.ค.-ส.ค.64)
- Online Export Clinic โดย ผอ. สคต. ในทุกภูมิภาค (ส.ค.64)

9. สำนักงานและเขตอาณา

สคต. ณ กรุงมาดริด จำนวน 3 ประเทศ คือ 1. สเปน 2. โปรตุเกส 3. อันดอร์รา

สำนักพัฒนาตลาดและธุรกิจไทยในต่างประเทศ 2
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ