

## สินค้าส่งออกของไทยรุ่งหรือร่วงในเวทีโลก

ประเทศไทยพึ่งพารายได้จากการส่งออกเป็นสำคัญและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2547 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 69.2 ของ GDP ในปี 2557 แต่ปัจจุบันไทยกำลังเผชิญปัญหาการส่งออกสินค้าที่ขยายตัวลดลงอย่างมาก โดยการส่งออกของไทยในปี 2558 หดตัวลงถึง 5.8% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว สาเหตุหนึ่งมาจากอุปสงค์ของโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวดีนักจากวิกฤตการเงินตั้งแต่ปี 2551 ประกอบกับเผชิญภาวะการแข่งขันสูงในตลาดโลกจึงทำให้ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลง โดยไทยมีส่วนแบ่งการส่งออกลดลงจากร้อยละ 1.26 มาเป็นร้อยละ 1.20 ในช่วงปี 2554-2557

คำถามที่น่าสนใจที่ตามมาคือส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของไทยที่ลดลงดังกล่าวมาจากสินค้ากลุ่มใดและมีสินค้าใดที่ยังคงสามารถขยายตัวภายใต้ภาวะหดตัวของการส่งออกโดยรวม ซึ่งเป็นสินค้าที่น่าสนใจและไทยควรส่งเสริมการส่งออกโดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning Classification) ของ Lall (1998)<sup>1</sup> โดยใช้ข้อมูลมูลค่าการส่งออกจากฐานข้อมูล WITS (World Integrated Trade Solution) ของธนาคารโลก ในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (2553-2557) โดยวิเคราะห์กลุ่มสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย ซึ่งมีหลักเกณฑ์พิจารณาจาก 1) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดการส่งออกสินค้าประเภทต่างๆ ในตลาดโลกเมื่อเทียบกับการส่งออกโดยรวมทั้งหมดซึ่งบ่งบอกถึงศักยภาพการขยายตัวของสินค้าต่างๆ หรือโอกาสหรืออุปสรรคในการส่งออกและ 2) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดการส่งออกในแต่ละสินค้าของไทยในตลาดโลกซึ่งบ่งบอกถึงความสามารถในการแข่งขันของไทยในสินค้าต่างๆ โดยสามารถจัดกลุ่มสินค้าตามการวิเคราะห์ออกเป็น 4 กลุ่มได้ดังนี้

1. **กลุ่มดาวรุ่ง (Rising Star)** คือกลุ่มสินค้าที่ไทยมีความเข้มแข็ง เป็นสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น และตัวสินค้าเองมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกในตลาดโลกสูงขึ้น สินค้าสำคัญๆ ในกลุ่มนี้คือ ยานยนต์และชิ้นส่วน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไทยควรให้การสนับสนุนเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันให้คงอยู่ต่อไป

2. **กลุ่มดาวร่วง (Falling star)** คือกลุ่มสินค้าที่ไทยมีความเข้มแข็ง แต่ตลาดโลกมีแนวโน้มการส่งออกลดลงซึ่งสินค้ากลุ่มนี้ได้แก่ ผักผลไม้และเมล็ดธัญพืช ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ น้ำตาล เครื่องดื่มและยาสูบ เคมีภัณฑ์ยางและพลาสติก อุปกรณ์เพื่อการขนส่ง และเครื่องจักรและอุปกรณ์ ไทยจึงควรเร่งสร้างความต้องการในตลาดโลกให้สูงขึ้นโดยพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

3. **กลุ่มสูญเสียโอกาส (Lost Opportunity)** คือกลุ่มสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลง แต่สินค้าดังกล่าวมีการส่งออกขยายตัวสูงในตลาดโลก เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และโลหะ ซึ่งไทยควรพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้ากลุ่มนี้ เพื่อสร้างโอกาสในการทำรายได้ให้แก่ประเทศ หากเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการพัฒนาจนสามารถแข่งขันได้

4. **กลุ่มที่ควรมีการปรับโครงสร้าง (Restructuring)** คือ กลุ่มสินค้าที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลง และสินค้านี้มีส่วนแบ่งของการส่งออกในตลาดโลกที่หดตัว สินค้าในกลุ่มนี้ได้แก่ ข้าวที่สีแล้ว สิ่งทอ

1

Lall, Sanjaya. (1998) "Thailand's Manufacturing Competitiveness: An Overview," Competitiveness and Sustainable Economic Recovery in Thailand. May 1998, p.211-233.

ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์ ผลิตภัณฑ์โลหะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ และผลิตภัณฑ์ไม้ จึงเป็นกลุ่มสินค้าที่ไทยควรมีการปรับตัวไปสู่การผลิตในสินค้ากลุ่มอื่นๆ

สาเหตุที่ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยโดยรวมลดลง สามารถอธิบายได้จากการที่การส่งออกของไทย ส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มดาวรุ่งซึ่งไทยมีมูลค่าการส่งออกในกลุ่มสินค้าดาวรุ่งในสัดส่วนที่ต่ำเพียงประมาณ ร้อยละ 10 แต่มีมูลค่าการส่งออกในกลุ่มสูญเสียโอกาสและกลุ่มที่ควรปรับโครงสร้างเกือบร้อยละ 50 ถึงแม้ สินค้าในกลุ่มดาวรุ่งของไทยมีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดคือ ยานยนต์และชิ้นส่วน แต่กลับเป็นสินค้าที่ไทยสามารถ สร้างมูลค่าเพิ่มได้น้อย โดยสามารถสร้างรายได้ได้เพียงร้อยละ 37 จากยอดขาย หากไทยต้องการสนับสนุน อุตสาหกรรมนี้ต่อไป ควรส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่การผลิตให้ได้มากกว่าที่เป็นอยู่ และเสริมสร้าง นวัตกรรมการผลิตที่ตอบสนองแนวโน้มความต้องการของตลาดโลกในอนาคต หรือส่งเสริมสินค้าในกลุ่มอื่นที่มี มูลค่าเพิ่มสูง โดยเฉพาะในกลุ่มสูญเสียโอกาสแทน เนื่องจากมีแนวโน้มของความต้องการสูงขึ้นในตลาดโลก (สินค้าในกลุ่มนี้มีความน่าสนใจ เพราะมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกมากกว่าร้อยละ 10 ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา) และพยายามยกระดับกลุ่มสินค้านี้ให้ขึ้นมาเป็นกลุ่มดาวรุ่ง นอกจากนี้ยังควรลดความสำคัญของ สินค้าในกลุ่มที่ควรมีการปรับโครงสร้างลงตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมข้าวของไทยซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยกำลัง สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน โดยมีส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกลดลงถึงร้อยละ 2 ต่อปีลดลงมากที่สุดเมื่อ เทียบกับสินค้าอื่นๆ รวมทั้งความต้องการในตลาดโลกขยายตัวไม่มากอย่างไรก็ตาม การลดลงของ ความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมข้าวของไทย อาจเป็นเหตุการณ์ชั่วคราวซึ่งอยู่ในระหว่างการฟื้นตัว โดยเป็นผลมาจากนโยบายการแทรกแซงตลาดข้าวของภาครัฐในอดีตก็เป็นได้

การส่งออกของไทยซึ่งหดตัวในปัจจุบันส่วนหนึ่งมาจากการแข่งขันในตลาดโลกที่สูงขึ้น เมื่อพิจารณา มูลค่าการส่งออกรายกลุ่มสินค้า การส่งออกส่วนใหญ่ของไทยจะอยู่ในกลุ่มสูญเสียโอกาสและกลุ่มปรับ โครงสร้าง การส่งออกในกลุ่มดาวรุ่งมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการรักษาขีด ความสามารถในการแข่งขันต่อไปในอนาคต ไทยควรมีการส่งเสริมสินค้าในกลุ่มดาวรุ่ง พัฒนาและเสาะหา ตลาดสินค้าไทยในกลุ่มดาวรุ่งและกลุ่มสูญเสียโอกาส และปรับเปลี่ยนไปสู่สินค้าใหม่ๆ ในกลุ่มปรับโครงสร้าง

\*บทความนี้ตีพิมพ์ในนิตยสาร Advanced Business Magazine เรียบเรียงโดยนายวรวิทย์ ภาพิมลวัฒน์ และทวีชัย เจริญ เศรษฐศิลป์ และคณะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงานโครงการการจัดทำยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งทางการค้า แผนงาน จัดทำยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวง พาณิชย์ ร่วมด้วยศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตฯ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือ Sasin Management Consulting (SMC)