



ธนาคารแห่งประเทศไทย  
BANK OF THAILAND

# ท้องถิ่นที่สากล: อนาคตประเทศไทย

## Globally Competitive Localism: Future of Thailand

นำเสนอทีมงานเสวนา Big Heart Big Impact สร้างโอกาสคนตัวเล็ก ... Power of Partnership จับมือไว้ ไปด้วยกัน

เศรษฐพุฒิ สุทธิวาทนฤพุฒิ  
ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย

วันศุกร์ที่ 13 กันยายน 2567

ณ โรงแรมเอราวัณ ห้องบอลรูม 1 ราชประสงค์  
เนื่องในโอกาสสำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้าขึ้นสู่อายุที่ 14



ธนาคารแห่งประเทศไทย  
BANK OF THAILAND

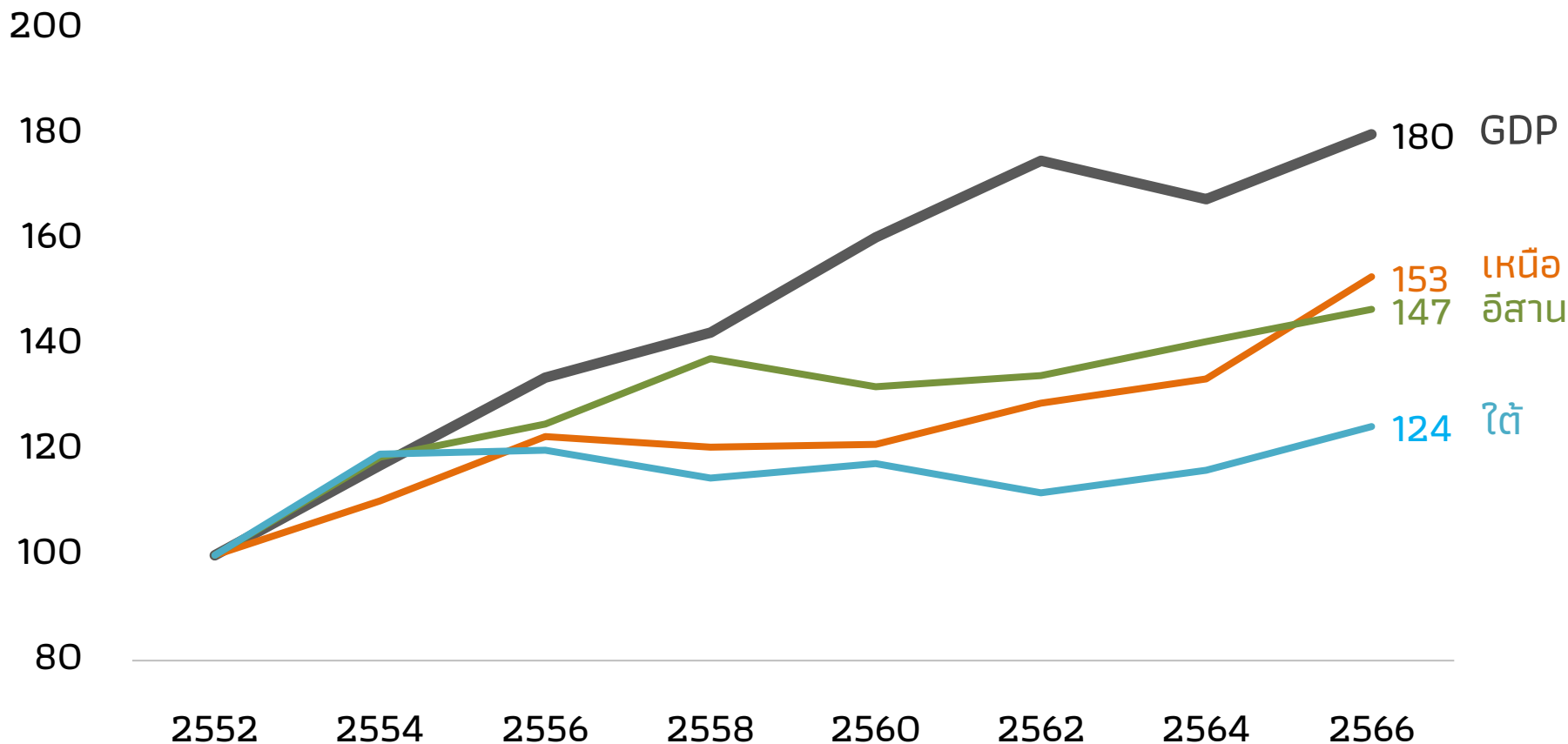
# ไทยโตแบบเต็มไม่ได้



# Fact 1: กว่า 10 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวม ไม่ไปถึงครึ่งเรือนเท่าที่ควร

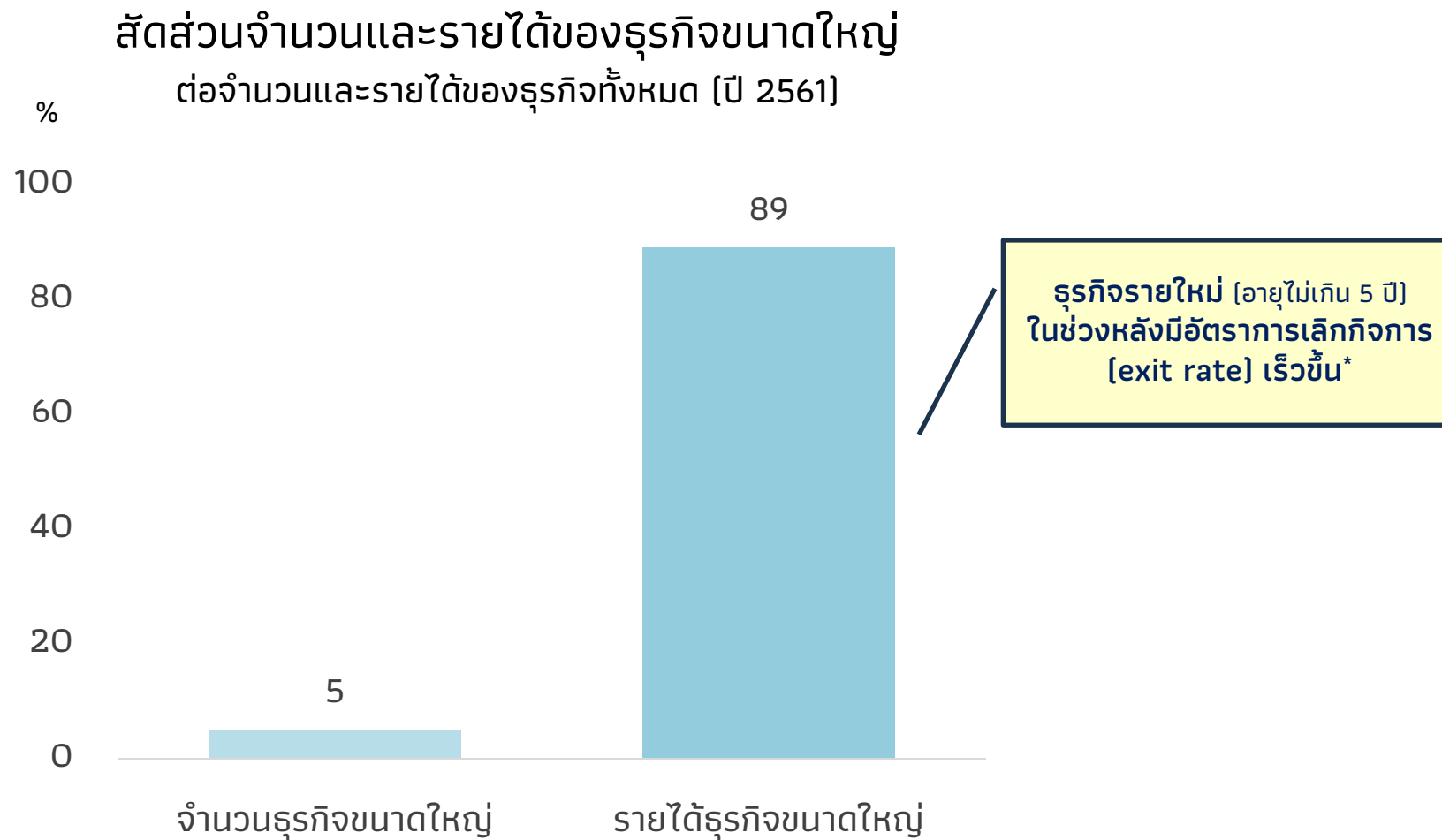
Nominal GDP ประเทศไทย และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนในภาคเหนือ อีสาน ไ้

Index 2552 =100





## Fact 2: รายได้กระจุกตัวอยู่กับธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจรายใหม่อยู่รอดยากขึ้น



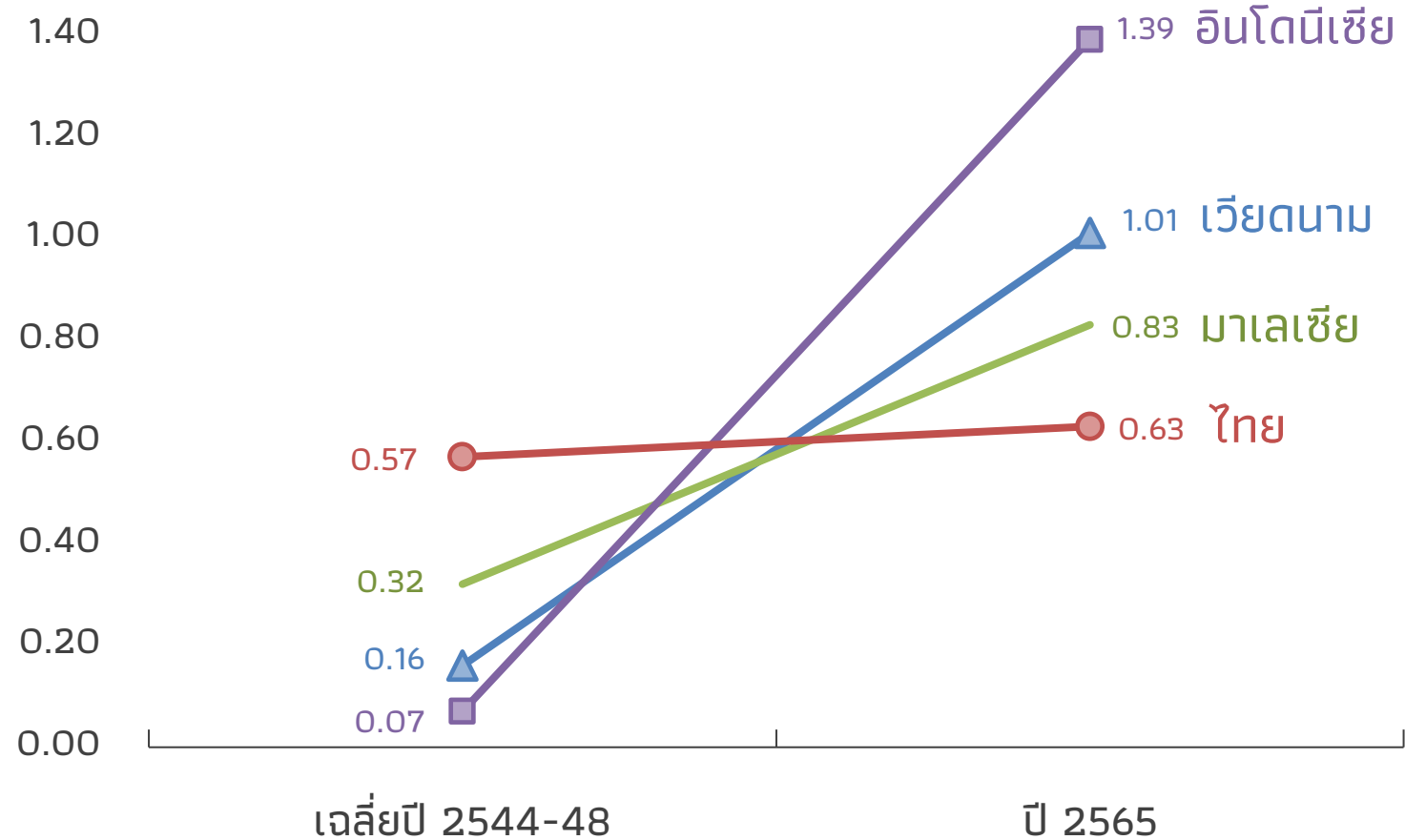
หมายเหตุ: \* อัตราการเลิกกิจการของธุรกิจรายใหม่ (อายุไม่เกิน 5 ปี) ปี 2549 = 10.5% และปี 2558 = 12.2% (โดยค่ายิ่งมกยิ่งแย)

ที่มา: งานศึกษา Firm Dynamics ของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (ปี 2567)



# Fact 3: ฟังโลกเท่าที่ผ่านมาไม่ได้

สัดส่วนเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิ  
Market share ของ FDI Net Inflow (% ของโลก)





ธนาคารแห่งประเทศไทย  
BANK OF THAILAND

# แล้วจะโตอย่างไร



1. ประชากรราว **80%** ของประเทศ อาศัยอยู่นอก กทม. และปริมณฑล
2. ธุรกิจจำนวนเกือบ **80%** อยู่นอก กทม. และปริมณฑล
3. อัตราการเติบโต GDP ของ กทม. ต่อหัวประชากรเพียง **0.22%**

... แต่ local ต้องแข่งขันได้ [competitive]



## ■ ท้องถิ่นมีความท้าทาย 3 อย่าง ทำให้แข่งขันได้ยาก

### 1. คนในท้องถิ่นกระจายตัว ไม่ได้กระจุกตัวเหมือนใน กทม.

[กทม. มีประชากรกระจุกตัวมากที่สุดถึง **3,503** คน ต่อ ตร.กม. สูงกว่าภาคเหนือ **71** ภาคอีสาน **129** ภาคใต้ **134** และภาคกลาง **169** คน ต่อ ตร.กม.]

### 2. ธุรกิจท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก

[10 ปีที่ผ่านมา กว่า **90%** ของสถานประกอบการในท้องถิ่นเป็นรายย่อย]

### 3. มีภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย

## ■ แล้วจะทำอย่างไรให้ท้องถิ่นแข่งขันได้

- คำตอบที่ “**ไม่ใช่**” ...

- ส่วนหนึ่งของคำตอบ “**ใช่**”: ท้องถิ่นที่สากล [Globally Competitive Localism]





# ทำให้เกิดท้องถิ่นที่สากลได้อย่างไร

- **เชื่อมตลาด** เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนลดลง
- **สร้างมูลค่าเพิ่ม** เช่น สร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ (สินค้าท้องถิ่นที่บ่งบอกแหล่งที่มา [Geographical Indication หรือ GI])
- **ร่วมมือกับ Partner** ในลักษณะที่ใช้จุดแข็งของแต่ละฝ่าย ให้เกิดประโยชน์ win-win
- **ทำให้เมืองรองโต** [urbanization]
- **ให้ท้องถิ่นสามารถจัดการตนเองได้มากขึ้น** [empowerment] เพื่อให้เกิดนโยบายตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ [Tailor-made policies]
- **สร้างระบบติดตาม** พัฒนาการหรือความเจริญของท้องถิ่น



- **ไทยโตแบบเต็มไม่ได้** เพราะเต็มโตจาก กทม. และโตจากรายใหญ่ ซึ่งเป็น การโตบนฐานที่แคบ โอกาสโตอีกจึงน้อย
- **ท้องถิ่นที่สากล จะช่วยให้โตดีกว่าที่ผ่านมา** เพราะโตบนฐานที่กว้างขึ้น การโตจะไปต่อไม่ได้ หากยังพึ่งการอุดหนุน ดังนั้น การโตจะต้องกระจาย (more inclusive) ไปสู่คนหมู่มาก และโตแบบยืดหยุ่น (more resilient) เพราะท้องถิ่นแต่ละแห่งมีความแตกต่างและหลากหลาย
- **สุดท้าย ถ้าจะให้ท้องถิ่นยั่งยืน (sustain) ต้องแข่งขันได้ ผ่านความเป็นสากล**



ธนาคารแห่งประเทศไทย  
BANK OF THAILAND

