

สรุปประเด็นจากโฆษกพบสื่อเพิ่มเติมประจำเดือนมกราคม 2567 (BOT Monthly Briefing)

เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวจากวิกฤตโควิด 19 แล้ว แต่ยังโตต่ำและฟื้นตัวช้ากว่าประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งมิติ GDP และการส่งออกสินค้า ซึ่งเป็นผลจากทั้งปัจจัยเชิงวัฏจักรระยะสั้นและเชิงโครงสร้าง

1. **ปัจจัยเชิงวัฏจักร** ในระยะหลัง เศรษฐกิจโลกขยายตัวจากภาคบริการเป็นหลัก ขณะที่ภาคการผลิตชะลอตัวลง เห็นได้จากเครื่องชี้ภาคการผลิตของโลก (Global Manufacturing PMI) ที่ชะลอตัวต่อเนื่องมา 14 เดือน ขณะที่เครื่องชี้ภาคบริการขยายตัวต่อเนื่อง 11 เดือน เศรษฐกิจโลกที่โตจากภาคบริการส่งผลให้การส่งออกสินค้าทั่วโลกในปีก่อนหดตัว รวมถึงการส่งออกไทย โดยเฉพาะหมวดเคมีภัณฑ์และปิโตรเคมี และหมวดอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแม้จะเป็นปัจจัยที่ทุกประเทศต้องเผชิญ แต่การส่งออกสินค้าของไทยกลับโตต่ำกว่าเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา สะท้อนถึงปัญหาเชิงโครงสร้าง และเป็นอาการที่สะท้อนถึงการสูญเสียความสามารถในการแข่งขันของไทย ซึ่งต้องรีบแก้ไข

2. **ปัญหาเชิงโครงสร้าง** ของไทยในหลาย sector สะสมมานาน และเริ่มเห็นผลรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในภาคการผลิตและการส่งออก ซึ่งสาเหตุหลักมาจาก 2 ส่วน คือ (1) สินค้าที่ไทยเคยทำได้ดี แต่กลับสูญเสียความสามารถในการแข่งขันต่อเนื่อง และ (2) สินค้าที่ได้รับผลกระทบจากกระแสโลกใหม่ที่มาเร็วและแรงกว่าคาด อย่างกระแสดิจิทัล ความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์โลก และกระแสความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการไทยเสี่ยงที่จะปรับตัวไม่ทัน จนซ้ำเติมความสามารถในการแข่งขันของไทยให้ลดลงไปอีก

(1) ไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในบางสาขาที่เคยทำได้ดีมากระยะหนึ่งแล้ว เช่น ภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าวที่ผลผลิตต่อไร่ของไทยค่อนข้างทรงตัวมานานกว่า 20 ปี ขณะที่ส่วนแบ่งตลาดส่งออกข้าวของไทยลดลงจาก 25% ในปี 2546 มาอยู่ที่ 13% ในปี 2565 โดยไทยเสียแชมป์และกลายเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 ของโลกรองจากอินเดียตั้งแต่ปี 2555 ส่วนผลผลิตกุ้ง ส่วนแบ่งตลาดส่งออกกุ้งของไทยลดลงจาก 14% ในปี 2555 มาอยู่ที่ 4% ในปี 2565 จากต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่งอย่างเอกวาดอร์และอินเดีย นอกจากนี้ การผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งตลาดส่งออกค่อนข้างต่ำอยู่แล้ว และระยะหลังยังถูกจีนและเวียดนามตีตลาดจนส่วนแบ่งตลาดเหลือเพียง 0.8% ในปี 2565 ขณะเดียวกันสินค้าที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในไทยก็ถูกแทนที่จากสินค้าจีน เช่น มูลค่านำเข้าเสื้อผ้าจากจีนมาไทยในปี 2566 เพิ่มขึ้น 32% จากปีก่อน และสูงกว่าค่าเฉลี่ยก่อนโควิดที่ 14% ด้านความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย แม้ยังแข่งขันได้ แต่คู่แข่งกำลังดีขึ้นและบางรายแข่งไทยไปแล้ว สะท้อนจากดัชนีการพัฒนาระดับการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว (Travel and Tourism Development Index (TTDI)) ปี 2564 ซึ่งไทยอยู่อันดับ 36 จาก 117 ประเทศ ใกล้เคียงกับปี 2562 ขณะที่อินโดนีเซียอยู่อันดับ 32 ขยับดีขึ้น 12 อันดับจากปี 2562 ส่วนเวียดนามอยู่อันดับ 52 ขยับดีขึ้น 8 อันดับ¹

(2) กระแสโลกใหม่จะทำให้การบริโภค การค้า และการลงทุนของโลกเปลี่ยนไป หากผู้ผลิตไทยปรับตัวไม่ทัน จะยิ่งทำให้ไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน และกระทบการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว

- **กระแส Digital:** ทั่วโลกต้องการสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อมุ่งสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งไทยเสี่ยงตกขบวนทั้งภาคสินค้าและภาคบริการ เพราะไทยส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่ม (value added) ต่ำ ซึ่งไม่ค่อยเป็นที่ต้องการแล้ว และยังไม่ได้ผลิตชิ้นส่วนเกี่ยวกับ AI จึงได้รับประโยชน์จากการฟื้นตัวของวัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์น้อย สะท้อนจากการส่งออกในหมวดนี้โตต่ำเพียง 4% ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เทียบกับเวียดนามที่โต 37% ฟลิปปินส์โต 14% และมาเลเซียโต 10% อีกทั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์บางหมวด เช่น Hard Disk Drive² กำลังถูกทดแทนด้วย Solid State Drive ที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ ส่วนภาคบริการของไทยยังอยู่ในโลกเก่า (Traditional

¹ เวียดนามและอินโดนีเซียมีแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางบกและทางอากาศ โดยเวียดนามวางแผนขยายขนส่งทางรางอีก 9 สายภายในปี 2573 จากเดิมที่มี 7 สาย รวมถึงวางแผนขยายสนามบินจาก 22 เป็น 29 แห่งภายในปี 2593 ส่วนอินโดนีเซียมีแผนพัฒนาขนส่งทางราง โดยเฉพาะรถไฟความเร็วสูงร่วมกับจีนและญี่ปุ่น และวางแผนสร้างสนามบินเพิ่มขึ้นอีก 21 แห่ง

² ไทยเป็นผู้ส่งออก Hard Disk Drive อันดับ 2 ของโลกรองจากจีน

services) เช่น ท่องเที่ยว ซึ่งมี value added น้อยเทียบกับบริการสมัยใหม่ (Modern services) เช่น ธุรกิจการเงิน โทรคมนาคม บริการด้านสุขภาพ และการศึกษา ที่ใช้ประโยชน์จาก digital platform และบริการ streaming ต่าง ๆ โดยสัดส่วน modern services ต่อ GDP ของไทยอยู่ที่ 14% ต่ำกว่าฟิลิปปินส์และมาเลเซียซึ่งอยู่ที่ 19% และสิงคโปร์ 33%

- ความขัดแย้งด้านภูมิรัฐศาสตร์: การแบ่งขั้วที่ชัดเจนขึ้นทำให้รูปแบบการค้าของโลกเปลี่ยนไป จีนซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก หันมาพึ่งตนเองมากขึ้น เช่น ลดการนำเข้า ซึ่งกระทบการส่งออกสินค้าและบริการของไทย โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าหมวดเคมีภัณฑ์และปิโตรเคมี³ ที่จีนเร่งลงทุนเพื่อผลิตเองในประเทศ ทดแทนการนำเข้าตั้งแต่ปี 2563 การส่งออกของไทยในหมวดนี้ไปจีนจึงหดตัวติดกัน 2 ปีล่าสุด โดยปี 2566 หดตัวถึง 22% อีกทั้งจีนยังพยายามหาตลาดส่งออกใหม่ ๆ มาทดแทนสหรัฐฯ ทำให้สินค้าจีนเข้ามาเจาะตลาดในประเทศกลุ่มอาเซียนมากขึ้นในระยะหลัง โดยประเทศกลุ่มอาเซียนมีส่วนนำเข้าสินค้าจากจีนเพิ่มขึ้นจาก 20% ในปี 2561 เป็น 23% ในปี 2565 ส่วนภาคบริการ จีนส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ทำให้กระทบภาคท่องเที่ยวไทยสูง เพราะก่อนโควิดไทยพึ่งพานักท่องเที่ยวจีนถึง 27% ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด
- เศรษฐกิจสีเขียว: แม้ธุรกิจขนาดใหญ่เริ่มปรับตัวไปแล้ว แต่ SMEs ที่มีสายป่านสั้น ยังปรับตัวได้ยาก โดยเกือบ 30% ของ GDP ภาคอุตสาหกรรมไทย (ยานยนต์ ปิโตรเลียม และปิโตรเคมี) ได้รับผลกระทบ ซึ่งต้องปรับตัวเพื่อรองรับกระแสความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เช่น การปรับตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ใช้น้ำมันไปสู่รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ที่ไทยกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน ทำให้การผลิตรถที่มีอยู่ชะลอลง ซึ่งต้องอาศัยทิศทางเชิงนโยบายและแนวทางดำเนินงานในระดับประเทศภายใต้กรอบเวลาที่ชัดเจนมากขึ้น

ภายใต้โลกใหม่ที่เปลี่ยนเร็วและมีการแข่งขันสูง หากปรับตัวไม่ทัน เศรษฐกิจไทยจะโตช้าลงและจะแข่งขันกับคนอื่นไม่ได้ สิ่งที่เราควรเร่งทำ คือ การปรับกฎกติกาจากภาครัฐ เพื่อลดต้นทุนการทำธุรกิจจากกฎเกณฑ์ที่ซ้ำซ้อน ลดอุปสรรคการดำเนินธุรกิจ (ease of doing business) และส่งเสริมการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ควบคู่กับการปฏิรูปนโยบายเชิงโครงสร้าง (supply-side reform) ที่สำคัญ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน⁴ ให้เข้าถึงได้ง่าย โดยมีต้นทุนเหมาะสม การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และสร้าง value added การพัฒนาและปรับทักษะแรงงาน (upskill and reskill) ให้สอดคล้องกับโลกดิจิทัล ซึ่งต้องใช้เวลาและอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนในการยกระดับศักยภาพการเติบโตของเศรษฐกิจไทย

ที่ผ่านมา ธปท. ได้เร่งวางรากฐานในภาคการเงินเพื่อช่วยให้ภาคเศรษฐกิจปรับตัวได้ทันต่อกระแสโลกใหม่ ทั้งเรื่องดิจิทัลและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ได้ เช่น การมีระบบชำระเงินที่ถูก สะดวก และเร็ว การสร้างกลไก Open data for consumer empowerment ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการใช้ประโยชน์จากข้อมูลตนเองได้มากขึ้น และช่วยให้ประชาชนและ SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ผู้ให้บริการก็จะเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและโครงสร้างพื้นฐานสำคัญได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนต่ำลง ซึ่งจะถูกส่งผ่านไปยังผู้รับบริการ รวมทั้งการผลักดันให้ภาคการเงินมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ธปท. จะยังแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือ และรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการธุรกิจในสาขาต่าง ๆ รวมถึงสมาคม องค์กรภาคเอกชน และหน่วยงานของรัฐอย่างต่อเนื่อง⁵ เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึก รอบด้านและทันการณ์ มาใช้ประกอบการตัดสินใจดำเนินนโยบายให้เหมาะสม ตรงจุด และทัน่วงที

³ ตลาดจีนคิดเป็น 20% ของการส่งออกสินค้าหมวดเคมีภัณฑ์และปิโตรเคมีทั้งหมดของไทย

⁴ โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบคมนาคม สาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล

⁵ ในปี 2566 ธปท. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการ 700-800 ราย รวมถึงองค์กรภาคเอกชนกว่า 10 องค์กร ในทุกภูมิภาค