

## รู้เขา รู้เรา ... คู่แข่งสำคัญของภาคส่งออกไทย

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าการส่งออกของไทยยังมีทิศทางไม่สดใสนัก ล่าสุดมูลค่าส่งออกในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2558 หดตัว 4.2% ขณะที่หน่วยงานเศรษฐกิจเกือบทุกแห่งคาดการณ์แนวโน้มมูลค่าส่งออกทั้งปี 2558 ว่าจะหดตัวต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุหลักมาจากเศรษฐกิจโลกยังไม่ฟื้นตัว โดยเฉพาะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญ แต่ผู้เชี่ยวชาญมองว่ายังมีอีกปัจจัยหนึ่งที่น่าจับจ้องการเติบโตของภาคส่งออกไทย คือ ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาดโลก เห็นได้จากปัจจุบันหลายประเทศก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในหลายกลุ่มสินค้า คอลัมน์ “เลียบริว เลาะโลก” ฉบับนี้ จึงขอเสนอข้อมูลความเคลื่อนไหวสำคัญของประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดโลก เพื่อให้มองเห็นแนวโน้มและความรุนแรงของการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในระยะถัดไป

ประเทศแรกที่ขอกล่าวถึง คือ **เวียดนาม** ซึ่งเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างส่งออกไปจากเดิมมาก และปัจจุบันก้าวขึ้นมาเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในแทบทุกกลุ่มสินค้า โดยเฉพาะเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ มูลค่าส่งออกของเวียดนามในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2558 ขยายตัวถึง 9% ซึ่งเป็นหนึ่งในไม่กี่ประเทศในโลกที่มูลค่าส่งออกในปี 2558 ยังยืนอยู่ในแดนบวกได้ ด้วยปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากการดึงดูดให้บริษัทข้ามชาติ ย้ายฐานการผลิตเข้าไปในเวียดนาม เห็นได้จากมูลค่าส่งออกของผู้ประกอบการต่างชาติขยายตัวถึง 20% และคิดเป็นสัดส่วนเกือบ 70% ของมูลค่าส่งออกรวม

คาดการณ์ส่วนแบ่งตลาดของไทยและคู่แข่งสำคัญในตลาดโลก

ประเทศ	% ของมูลค่าส่งออกโลก	
	ปี 2553	ปี 2558
อินเดีย	1.56	2.03
มาเลเซีย	1.35	1.41
<b>ไทย</b>	<b>1.30</b>	<b>1.29</b>
อินโดนีเซีย	1.01	0.95
เวียดนาม	0.49	0.90
ฟิลิปปินส์	0.04	0.04

ที่มา : The Economist Intelligence Unit

**มาเลเซีย** เดิมเป็นฐานการผลิตสำคัญของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ แต่ล่าสุดรัฐบาลเริ่มขยายขอบเขตไปสู่อุตสาหกรรมยานยนต์ โดยผ่อนคลายนโยบายให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนผลิตรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1800 cc โดยมีต้องร่วมทุนกับผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อตั้งเป้าเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถยนต์ Eco-car ขณะที่การสนับสนุนอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ก็หันไปเน้นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีสูงและวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ยาว รวมถึงเป็นกลุ่มต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน อาทิ เซมิคอนดักเตอร์ และหลอดภาพ LED นอกจากนี้ ก็หันมาสนับสนุนการส่งออกปิโตรเลียมและปิโตรเคมีมากขึ้น โดยปัจจุบันมีสัดส่วนถึงเกือบ 30% ของมูลค่าส่งออกรวม

**อินโดนีเซีย** ในเดือนเมษายน 2558 รัฐบาลประกาศมาตรการจูงใจทางภาษีแก่ผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนการผลิตเพื่อส่งออกมากกว่า 30% ของยอดผลิตรวม เพื่อกระตุ้นการเติบโตของภาคส่งออก (ปัจจุบันการส่งออกมีสัดส่วนเพียง 20% ของ GDP) รวมถึงจูงใจให้ผู้ประกอบการในหลายอุตสาหกรรมหันมาผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้น จากปัจจุบันที่สินค้าส่งออกหลักมักเป็นกลุ่มวัตถุดิบและสินค้าเกษตรขั้นต้น อาทิ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ถ่านหิน และปิโตรเลียม

**ฟิลิปปินส์** ในอดีตมีบทบาทในตลาดการค้าโลกไม่มากนัก แต่หลังจากมีบริษัทข้ามชาติเข้าไปลงทุนในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ล่าสุดในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2558 มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ขยายตัว 6% คิดเป็นสัดส่วนถึง 45% ของมูลค่าส่งออกรวม

**อินเดีย** หลังการเข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของ Narendra Modi รัฐบาลก็ประกาศนโยบาย Make in India เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและตั้งเป้าสร้างอินเดียให้เป็นฐานการผลิตแห่งใหม่ของโลก จากเดิมที่เน้นอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งเริ่มเห็นภาพชัดเจนขึ้นในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีโรงงานรถยนต์ต่างชาติเข้ามาลงทุนมากขึ้น อาทิ Nissan Hyundai BMW รวมถึงอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ DELL Samsung Foxconn นอกจากนี้ ภายใต้นโยบายการห้ามนำเข้าปี 2558-2563 รัฐบาลตั้งเป้าภายในปี 2563 จะเพิ่มมูลค่าส่งออกเป็น 9 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ จาก 4.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐในปัจจุบัน

จะสังเกตได้ว่าประเทศคู่แข่งสำคัญของไทยล้วนดำเนินนโยบายส่งออกเชิงรุก รวมถึงกำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงสินค้าเป้าหมายค่อนข้างชัดเจน เพื่อระบุตำแหน่งของตนในตลาดโลก เมื่อหันกลับมามองประเทศไทย ผู้เขียนก็มีความยินดีที่เห็นสัญญาณการปรับยุทธศาสตร์การส่งออกของประเทศ โดยมุ่งเน้นยกระดับภาคการผลิตไปสู่อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงหรือเน้นการใช้นวัตกรรม ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยอย่างยั่งยืน