

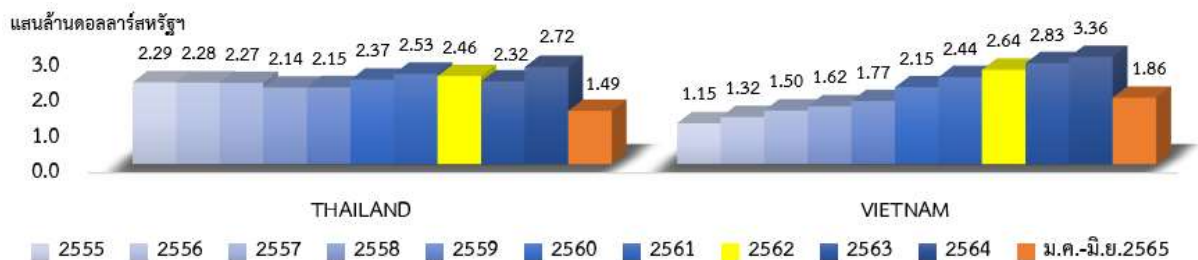
การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย vs เวียดนาม อุตสาหกรรมใดที่ไทยต้องเร่งปรับตัว ?

เวียดนามเป็นหนึ่งในสมาชิกอาเซียน ซึ่งมีพัฒนาการด้านการค้าระหว่างประเทศที่โดดเด่นตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในปี 2564 เวียดนามมีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศสูงเป็นอันดับสองรองจากสิงคโปร์และมีมูลค่าการค้ารวมมากกว่าไทย นอกจากนี้ เวียดนามยังมีมูลค่าการค้ารวมสูงเป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มประเทศ CLMV ดังนั้น การพิจารณาความสามารถในการแข่งขันสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการส่งออกของไทยและเวียดนาม เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการส่งออกในภาพรวมและอุตสาหกรรมรายสาขาของเวียดนาม ซึ่งจะช่วยประกอบการพิจารณาการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยได้อย่างยั่งยืน

สถานการณ์ส่งออกของไทยและเวียดนาม

เวียดนามมีมูลค่าส่งออกภาพรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องระดับ 2.0 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นับตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา และเมื่อเข้าสู่ปี 2561 ที่บรรยากาศการค้าทั่วโลกต่างประสบกับความตึงเครียดจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน เวียดนามกลับมีผลการส่งออกเชิงบวก แม้ท่ามกลางวิกฤตโควิดที่เริ่มต้นตั้งแต่ปลายปี 2562 การส่งออกรวมของเวียดนามยังคงขยายตัวและมีมูลค่าส่งออกสูงกว่าไทยที่ระดับ 2.6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่การส่งออกรวมของไทยเริ่มฟื้นตัวในปี 2564 ที่ผ่านมา จนถึงช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ของปี 2565 ไทยมีมูลค่าส่งออกรวม 1.49 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 12.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YOY) โดยตลาดส่งออกหลักของไทยทั้งสหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นยังคงขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี ด้านเวียดนามมีมูลค่าส่งออกรวม 1.86 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 17.3 (YOY) ซึ่งสหรัฐฯ เป็นประเทศคู่ค้ารายใหญ่ที่สุด ถัดมา คือ จีน และเกาหลีใต้ มีการส่งออกขยายตัวเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ จากมุมมองการส่งออกภาพรวม จึงสรุปได้ว่า เวียดนามฟื้นตัวได้ดีท่ามกลางวิกฤตการณ์ต่าง ๆ (ภาพที่ 1)

ภาพที่ 1 : มูลค่าการส่งออก (แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และการขยายตัว (%YOY) ของไทยและเวียดนาม ปี 2555-2564 ถึงช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ปี 2565



การส่งออกรวม (%YOY)	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	ม.ค.-มิ.ย. 2565
ไทย	2.9	-0.3	-0.5	-5.8	0.5	9.9	6.9	-2.6	-5.9	17.4	12.7
เวียดนาม	18.2	15.3	13.8	7.9	9.0	21.8	13.3	8.4	6.9	18.9	17.3

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และ CEIC Data (ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2565), ประมวลผลโดยผู้เขียน

ทิศทางการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยและเวียดนาม

ประเทศไทย : สินค้าอุตสาหกรรมไทยที่มีการส่งออกร้อยละ 10.0-15.0 ของการส่งออกทั้งหมด ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และไฟฟ้า กลุ่มรองลงมาเป็นกลุ่มพลาสติกและผลิตภัณฑ์เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์เหล็ก มีการส่งออกร้อยละ 1.5-5.5 โดยในช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ของปี 2565 การส่งออกอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้น มีเพียงอุตสาหกรรมยานยนต์ที่การส่งออกหดตัว เนื่องจากขาดแคลนชิ้นส่วนเซมิคอนดักเตอร์ในผลิตภัณฑ์รถยนต์บางรุ่น และผลิตภัณฑ์ยางหดตัวจากการส่งออกถุงมือยาง ผลจากการปรับตัวลดลงของราคาของถุงมือยางในช่วงที่ผ่านมา จึงส่งผลให้มูลค่าส่งออกปรับลดลงแต่ปริมาณการส่งออกถุงมือยางยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้น

เวียดนาม : อุตสาหกรรมของเวียดนามที่มีความสำคัญ ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการส่งออกมากกว่าร้อยละ 30 ของการส่งออกทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มโทรศัพท์มือถือและชิ้นส่วน คอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาเป็นการส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่ม และไฟฟ้า ซึ่งมีการส่งออกประมาณร้อยละ 7.5-13.0 สำหรับการส่งออกสินค้ากลุ่มยานยนต์ พลาสติกและผลิตภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เหล็ก ผลิตภัณฑ์ยาง และเม็ดพลาสติก มีการส่งออกประมาณร้อยละ 0.5-3.0 ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ของปี 2565 การส่งออกในอุตสาหกรรมหลักของเวียดนามมีการขยายตัวทุกกลุ่ม (ภาพที่ 2)

ภาพที่ 2 : มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) การขยายตัว (%YOY) และสัดส่วนการส่งออก (%Share) ในอุตสาหกรรมของไทยและเวียดนาม ช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ปี 2565

การส่งออก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)		การขยายตัว (%YOY)		สัดส่วนการส่งออก (%)	
	THAILAND	VIETNAM	THAILAND	VIETNAM	THAILAND	VIETNAM
อาหารและเครื่องดื่ม	21,952.0	17,173.0	21.2	17.8	14.7	9.2
ยานยนต์	18,454.0	5,623.0	-5.8	7.8	12.4	3.0
อิเล็กทรอนิกส์	23,020.0	64,922.0	8.2	23.5	15.4	34.9
ไฟฟ้า	14,174.0	14,384.0	4.3	0.1	9.5	7.7
พลาสติกและผลิตภัณฑ์	8,131.0	4,514.0	10.3	21.9	5.5	2.4
เม็ดพลาสติก	5,839.0	1,301.0	11.8	18.9	3.9	0.7
เคมีภัณฑ์	5,365.0	3,353.0	14.1	83.0	3.6	1.8
ผลิตภัณฑ์ยาง	5,492.0	1,661.0	-9.3	11.5	3.7	0.9
ผลิตภัณฑ์เหล็ก	2,520.0	2,513.0	8.0	22.2	1.7	1.4
สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย	3,260.0	23,159.0	12.9	15.0	2.2	12.4

ที่มา : Global Trade Atlas (GTA), ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2565

หมายเหตุ : การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมแบ่งตามพิกัดศุลกากร (HS Code) ตามโครงสร้างสินค้าส่งออกของไทย

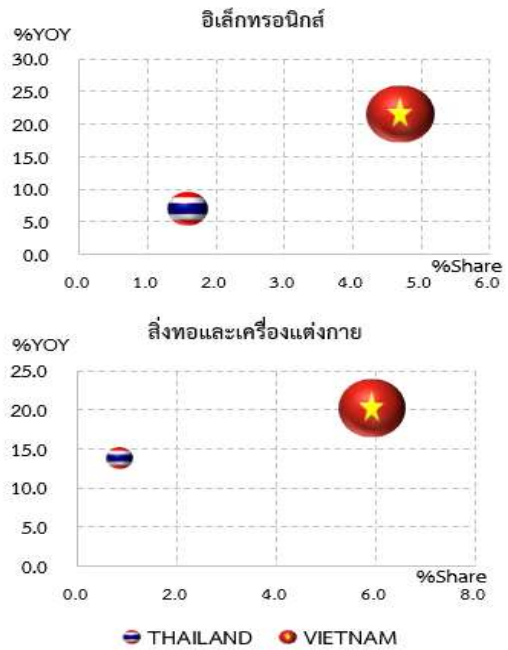
การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมสำคัญของไทยและเวียดนาม

เมื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกอุตสาหกรรมสำคัญของไทยและเวียดนามในตลาดโลกช่วง 5 เดือนแรกของปี 2565 พบว่า อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของไทยมีความสามารถในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไปยังตลาดโลก ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ไฟฟ้า

พลาสติกและผลิตภัณฑ์ เม็ดพลาสติก และผลิตภัณฑ์ยาง สำหรับเวียดนามเป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม อิเล็กทรอนิกส์ ไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมระหว่างไทยและเวียดนามในตลาดโลก พบว่า เวียดนามมีสัดส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไปยังตลาดโลกมากกว่าไทย 2 กลุ่ม ได้แก่ อิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย (ภาพที่ 3)

ภาพที่ 3 : ผลวิเคราะห์ RCA ในอุตสาหกรรมสำคัญ รวมทั้งสัดส่วนและการขยายตัวของมูลค่าส่งออกอุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอและเครื่องแต่งกายของไทยและเวียดนามไปยังตลาดโลก ช่วง 5 เดือนแรก (มกราคม-พฤษภาคม) ของปี 2565

การส่งออก	RCA (ม.ค.-พ.ค.) 2565	
	THAILAND	VIETNAM
อาหารและเครื่องดื่ม	1.7	1.1
ยานยนต์	1.5	0.4
อิเล็กทรอนิกส์	1.1	2.6
ไฟฟ้า	1.6	1.3
พลาสติกและผลิตภัณฑ์	1.4	0.6
เม็ดพลาสติก	2.2	0.4
เคมีภัณฑ์	0.6	0.3
ผลิตภัณฑ์ยาง	5.0	1.2
ผลิตภัณฑ์เหล็ก	0.9	0.8
สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย	0.6	3.2



ที่มา : Global Trade Atlas (ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2565),
ประมวลผลโดยผู้เขียน

หมายเหตุ : RCA* คือ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ โดยวิเคราะห์ความสามารถในการส่งออกสินค้า อุตสาหกรรมในตลาดโลก ซึ่งอธิบายความหมายได้ ดังนี้
กรณีค่า RCA > 1 แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดโลก
กรณีค่า RCA < 1 แสดงว่า อุตสาหกรรมนั้นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกไปยังตลาดโลก

อุตสาหกรรมที่ไทยควรเร่งปรับตัวเมื่อเทียบกับเวียดนาม

จากข้อมูลข้างต้นจะสังเกตได้ว่าอุตสาหกรรมที่ไทยควรเร่งปรับตัวเมื่อเทียบกับเวียดนาม คือ อิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกใน 2 สาขาอุตสาหกรรม ดังนี้

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ประเทศไทย : อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีการผลิตที่เติบโตตามการจำหน่ายชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์รองรับอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยในช่วงครึ่งปีแรก (มกราคม-มิถุนายน) ของปี 2565 การผลิตสินค้าในกลุ่มแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ (PCBA) และวงจรรวม (IC) ขยายตัวต่อเนื่องและมีการผลิตสูงกว่าช่วงก่อนโควิดแพร่ระบาด ขณะที่ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ (HDD) มีการผลิตที่หดตัวลง ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาปริมาณความจุและการขาดแคลนวัตถุดิบจากจีนที่ล็อกดาวน์เมืองสำคัญตามนโยบาย Zero COVID ส่งผลให้สัดส่วนการผลิตโดยรวมลดลง อย่างไรก็ตาม การส่งออก HDD ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 ขยายตัวในตลาดสหรัฐฯ เป็นหลัก ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกเกือบครึ่งหนึ่งของการส่งออก HDD ทั้งหมด

เวียดนาม : อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เวียดนามได้รับอานิสงส์ภายใต้วิกฤตโควิดจากวิถีชีวิตใหม่ ที่เน้นการทำงานและการเรียนผ่านระบบออนไลน์ ส่งผลให้การส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของเวียดนาม ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 23.5 (YOY) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสินค้ากลุ่มโทรศัพท์และ ส่วนประกอบ คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนผลิต เพื่อส่งออก โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตชั้นนำระดับโลก อาทิ Samsung ซึ่งมีโรงงานรวม 6 แห่ง และอยู่ระหว่าง เพิ่มกำลังการผลิตกลุ่มสมาร์ตโฟนจอพับ ด้าน Intel ผู้ผลิตชิปรายใหญ่ของนักลงทุนสหรัฐฯ มีการลงทุนผลิต ผลิตภัณฑ์ 5G และโปรเซสเซอร์หลักในคอมพิวเตอร์ และพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อผลิตแบตเตอรี่/ชิปป้องกัน รถยนต์ไฟฟ้า และระบบ AI (Artificial Intelligence) รวมทั้ง Foxconn ผู้ผลิตสำคัญของ Apple มีการลงทุน ผลิต AirPods และ iPads มากขึ้นในเวียดนาม

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของ ผู้บริโภคในตลาดโลกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการผลิตแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์และวงจรรวม ซึ่งเป็นที่ต้องการของ อุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำที่ใช้เป็นส่วนประกอบใน Smart Phone, Tablet และอุปกรณ์ที่มีฟังก์ชัน อัจฉริยะรองรับนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องทั้งยานยนต์ไฟฟ้า Smart Device และระบบ IoT (Internet of Things) ที่มีแนวโน้มขยายตัวในระยะยาว

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย

ประเทศไทย : อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายในภาพรวมมีสัดส่วนการส่งออกใน ตลาดโลกค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับเวียดนาม อย่างไรก็ตาม การผลิตเพื่อส่งออกไปยังคู่ค้าหลักของไทยยังคง มีการขยายตัว โดยการผลิตสิ่งทอ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของไทยเริ่มมีการฟื้นตัวรองรับการส่งออกที่ปรับตัว เพิ่มขึ้นทั้งการส่งออกสินค้าต้นน้ำ (Upstream) และกลางน้ำ (Middle Stream) อาทิ เส้นใย เส้นด้าย และผ้าผืน ที่ขยายตัวเช่นเดียวกับสินค้าปลายน้ำ (Downstream) อาทิ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากฝ้ายและเส้นใยประดิษฐ์ เช่น เสื้อที่เช็ด เสื้อกีฬา โดยเฉพาะการผลิตเพื่อส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกหลักของ ไทยที่มีส่วนแบ่งการส่งออกมากกว่าหนึ่งในสามของมูลค่าส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหมดของไทย โดยการส่งออก มีทิศทางขยายตัวต่อเนื่อง

เวียดนาม : อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายเวียดนามเติบโตจากการลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศ (FDI) ที่ช่วยสนับสนุนการลงทุนในเทคโนโลยีและการจัดการดิจิทัล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเสื้อผ้า ทำงานหรือใช้ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนถึงชุดกีฬาที่มีสัญลักษณ์ทางการค้าสัญชาติอเมริกาและยุโรป อาทิ Gucci, GAP, Nike และ Adidas ส่วนสัญชาติเอเชียอย่างฮ่องกงและญี่ปุ่นมีสัญลักษณ์ทางการค้า คือ Bossini, Giordano, UNIQLO และ Muji เป็นต้น ซึ่งผู้นำเข้ารายใหญ่อย่างสหรัฐฯ มีความต้องการสินค้าในกลุ่มดังกล่าว มาโดยตลอด โดยเวียดนามมีข้อได้เปรียบจากข้อตกลงการค้าที่ให้สิทธิประโยชน์จากกว่าด้วยถิ่นกำเนิดของ สินค้า บริษัทต่างชาติจึงเข้ามาตั้งฐานการผลิตหรือซื้อกิจการโรงงานสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนาม เพื่อให้การส่งออกสินค้าไม่ต้องเสียภาษี ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและเป็นปัจจัย หนุนให้ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 การส่งออกสิ่งทอและเครื่องแต่งกายของเวียดนามขยายตัวร้อยละ 15.0 (YOY) และยังคงมีแนวโน้มโตต่อเนื่อง

ดังนั้น แนวทางที่สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการไทยเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกสำคัญของตลาดโลก ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์ผลิตสินค้าให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับการผลิต เส้นใยและผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษป้องกันไวรัสและแบคทีเรีย การจัดการความชื้น และการระบายอากาศได้ดี หรือการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ รวมถึงสามารถตรวจสอบย้อนกลับคุณลักษณะพิเศษของสินค้าและมาตรฐาน

การผลิตที่ผ่านการรับรองได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค รักษาฐานการค้าในตลาดเดิม ควบคู่ไปกับการแสวงหาตลาดใหม่เพิ่มเติมต่อไป

ความแตกต่างระหว่างภาคอุตสาหกรรมไทย vs เวียดนาม

ภาคอุตสาหกรรมเวียดนามมีข้อได้เปรียบแตกต่างจากไทยในหลายมิติที่นับเป็นปัจจัยสนับสนุนการลงทุนจากต่างชาติ (FDI) ทั้งค่าแรงขั้นต่ำของเวียดนามที่ต่ำกว่าไทย โดยเวียดนามมีค่าแรงขั้นต่ำอยู่ที่ระดับ 4,600-7,100 บาทต่อเดือน กอปรกับโครงสร้างประชากรส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ขณะที่ไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น รวมถึงการที่เวียดนามเข้าร่วมข้อตกลงทางการค้ากับนานาประเทศ เช่น ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Agreement of Trans-Pacific Partnership : CPTPP) ความตกลงเขตการค้าเสรีของเวียดนามกับประเทศต่าง ๆ เช่น สหภาพยุโรปกับเวียดนาม (EU-Vietnam Free Trade Agreement : EVFTA) ความตกลงเขตการค้าเสรีสหราชอาณาจักรกับเวียดนาม (UK-Vietnam Free Trade Agreement : UKVFTA) รวมทั้งความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership : RCEP) เป็นต้น

ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมไทยถึงแม้จะมีข้อจำกัดสำคัญจากค่าแรงขั้นต่ำที่สูงกว่าและจำนวนข้อตกลงทางการค้าเสรีน้อยกว่าเวียดนาม อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีจุดแข็งทั้งโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่รองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเชื่อมโยงเส้นทางการค้าและการขนส่งได้ต่อเนื่อง รวมทั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุนเพิ่มสิทธิประโยชน์ทางภาษีจูงใจให้เกิดการลงทุนในกิจการนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง และสถาบันการเงินไทยหลายแห่งทยอยออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินประเภทสินเชื่อเพื่อสิ่งแวดล้อม สินเชื่อส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน เพื่อสนับสนุนให้ภาคธุรกิจปรับปรุงกระบวนการผลิตที่มีลักษณะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยคาร์บอน หรือใช้พลังงานสะอาดหมุนเวียนในระบบการผลิตมากขึ้น

แนวทางการปรับตัวของภาคการผลิต โดยผู้ประกอบการไทยต้องปรับตัวเข้าสู่ Digital Value Chain นำระบบดิจิทัลเข้ามาบริหารจัดการ เพื่อลดความสูญเสียที่แฝงอยู่ในการผลิตขั้นตอนต่าง ๆ หรือปฏิรูปสายการผลิตนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนต่อหน่วยการผลิตต่ำลง (Economy of Scale) และควรมุ่งเน้นการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นจากมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี อันเป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมไทยให้เข้าสู่ระดับสากลมากขึ้น รวมถึงเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรภายในสถานประกอบการด้วยการ Up-skill และ Re-skill เพื่อเพิ่มพูนทักษะการทำงานให้เท่าทันกับเทคโนโลยีใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าที่สอดคล้องกับยุค Next Normal เพื่อขยายฐานการค้าให้สอดคล้องกับอุปสงค์ผู้บริโภคในตลาดโลก ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมไทยแข่งขันในเวทีการค้าโลกได้

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
นางสาวอัมพร สุวรรณรัตน์

แหล่งที่มาของข้อมูล

1. สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
2. เวียดนามยื่นหนึ่งหมื่นหมื่นลงทุนเทคโนโลยีแห่งอาเซียน, กรุงเทพธุรกิจ
3. กระแสลงทุนไหลเข้าเวียดนามอินเทล-แอปเปิลปิดหมุด, ประชาชาติธุรกิจ
4. เวียดนามเนื้อหอมแบรนด์แฟชั่นแห่ง Muji เตรียมเปิดสาขาแรก Uniqlo จ่อเปิดสาขา 2, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
5. ลาว-เวียดนามขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ช่วยประชาชนรับมือค่าครองชีพพุ่ง, workpointtoday
6. ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์