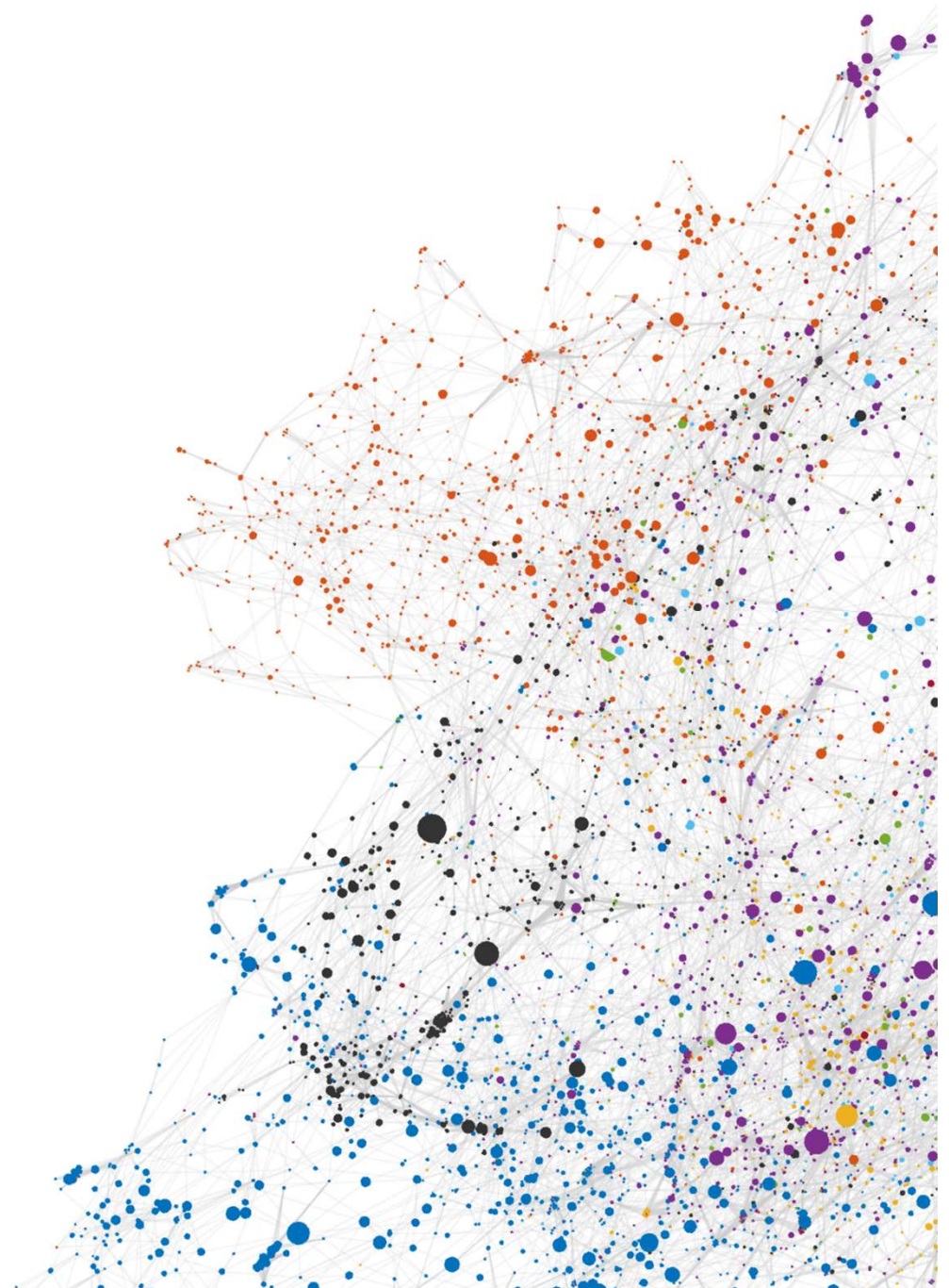


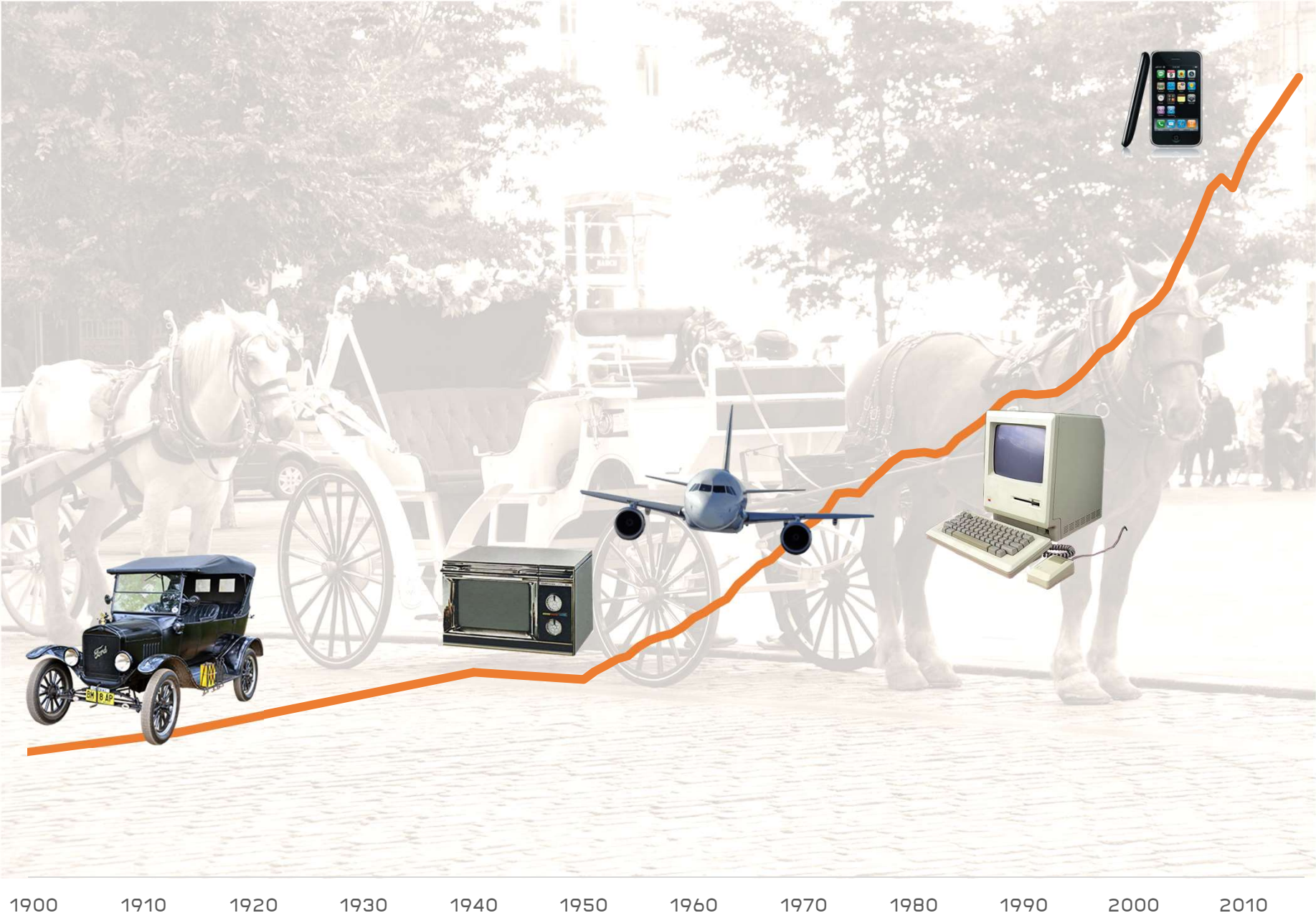


ปิติ ลิขยกัตต์  
ณชา อนันต์โชติกุล  
ทศพล อภัยทาน

สัมมนาวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย ประจำปี 2560



# World GDP per capita



พัฒนาการของสินค้า สำคัญอย่างไร?



ผลิตปา

จัดจำหน่าย

ตรวจสอบคุณภาพ

ทำการตลาด

ขั้นรูปพลาสติก

ทำให้สะอาด

หาแหล่งน้ำ

บรรจุขวด



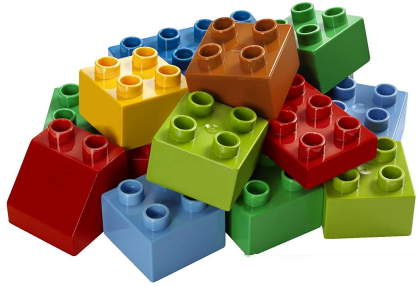




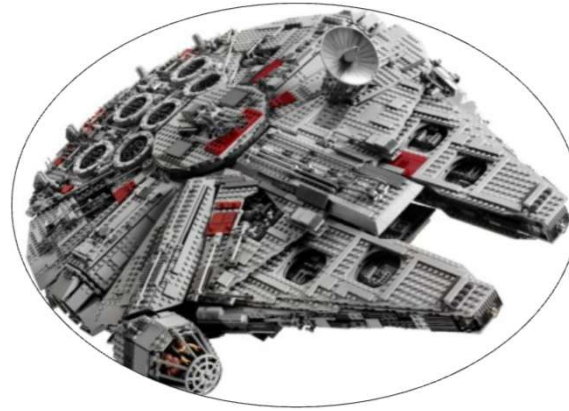
A large, vibrant pile of multi-colored LEGO bricks (red, blue, yellow, green, orange, white, and grey) is arranged in a circular pattern, framing the central text. The bricks are scattered and overlapping, creating a textured, colorful border. The text 'KNOW HOW' is centered within this circular arrangement in a clean, blue, sans-serif font.

KNOW HOW





Uniqueness



Product Complexity Index  
PCI



Economic Complexity Index  
ECI

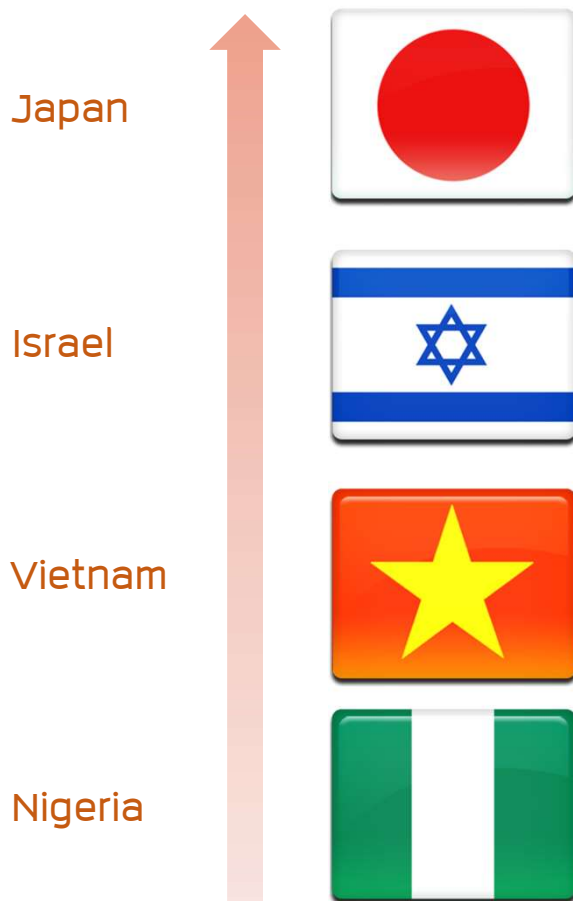
Diversity



# ตัวอย่างประเทศและสินค้าตามลำดับความซับซ้อน

ECI

PCI



X-ray equipment

Air conditioner

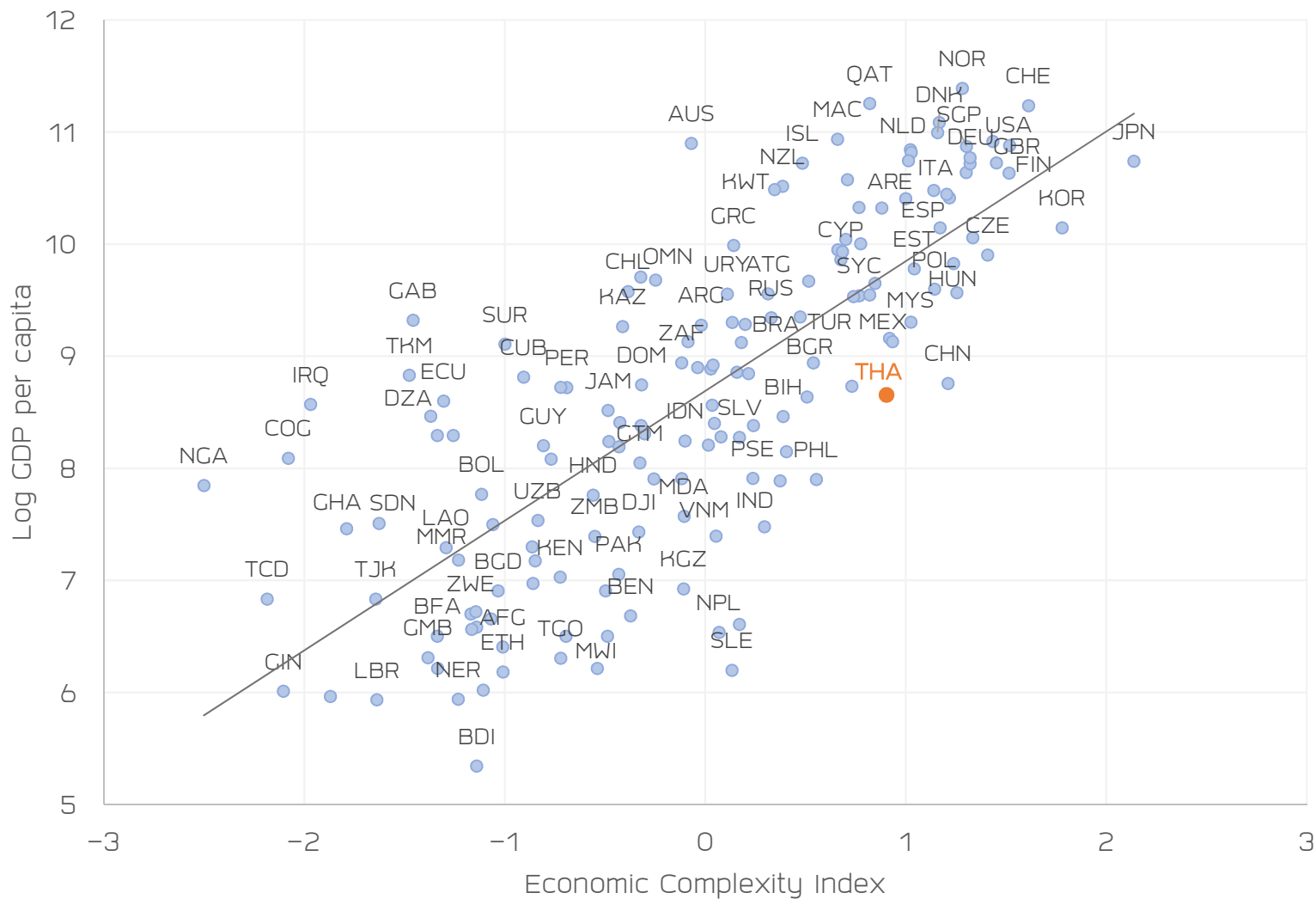
Clothing

Wheat



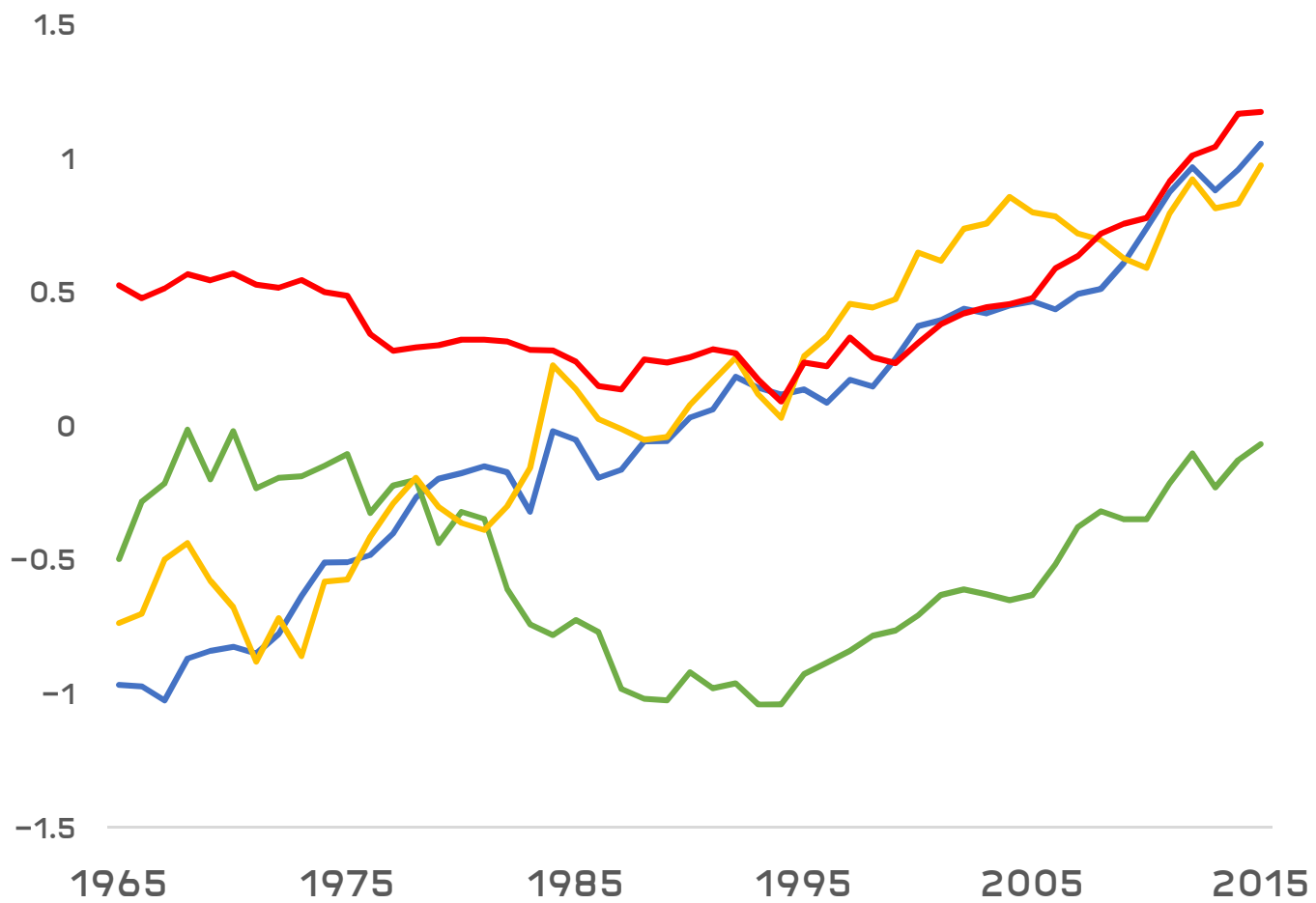
# ความสัมพันธ์ระหว่าง Economic Complexity Index กับรายได้ต่อหัว

2015



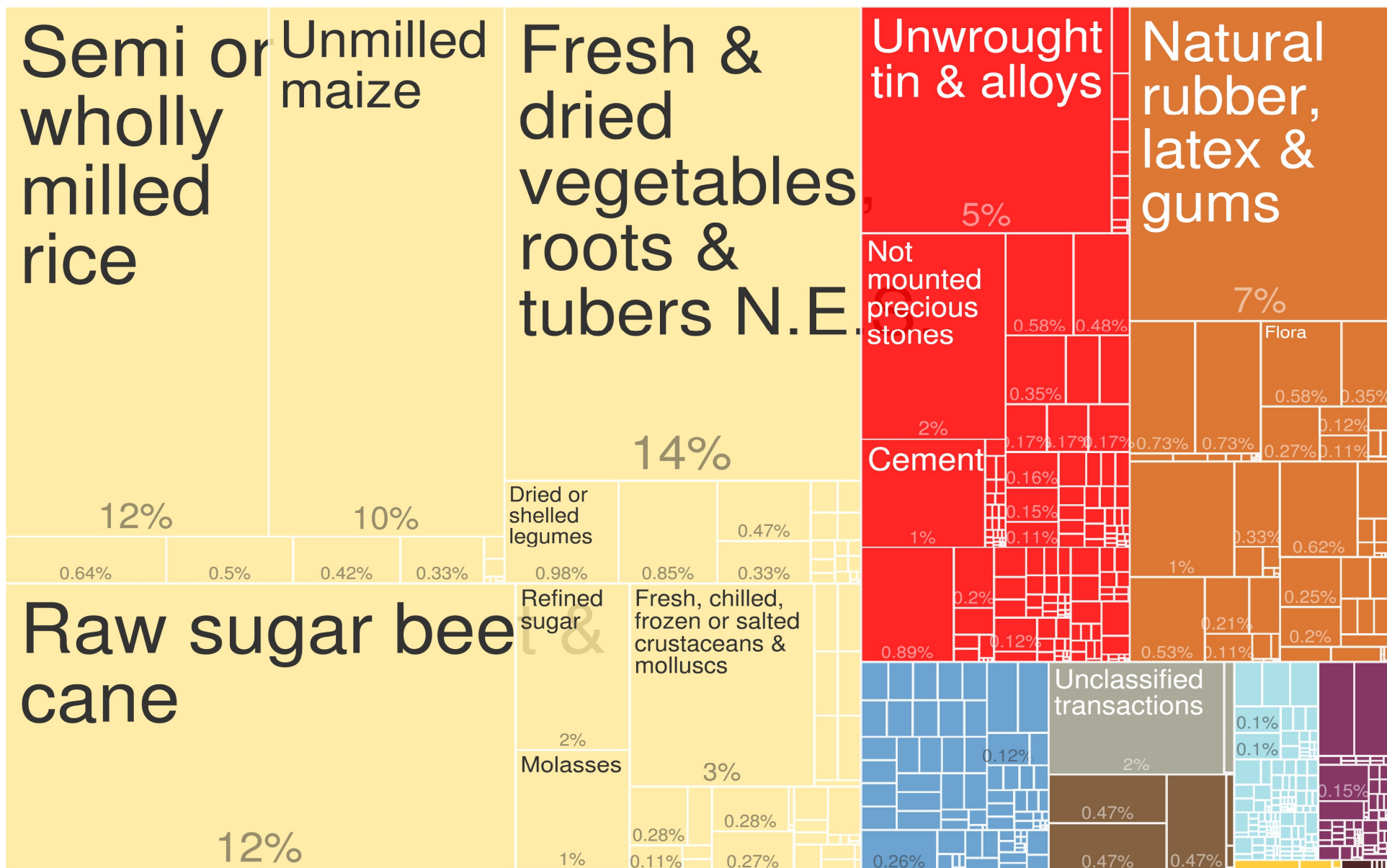
ที่มา: The Atlas of Economic Complexity and World Development Indicators คำนวณโดยผู้วิจัย

# พัฒนาการของ Economic Complexity Index ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา



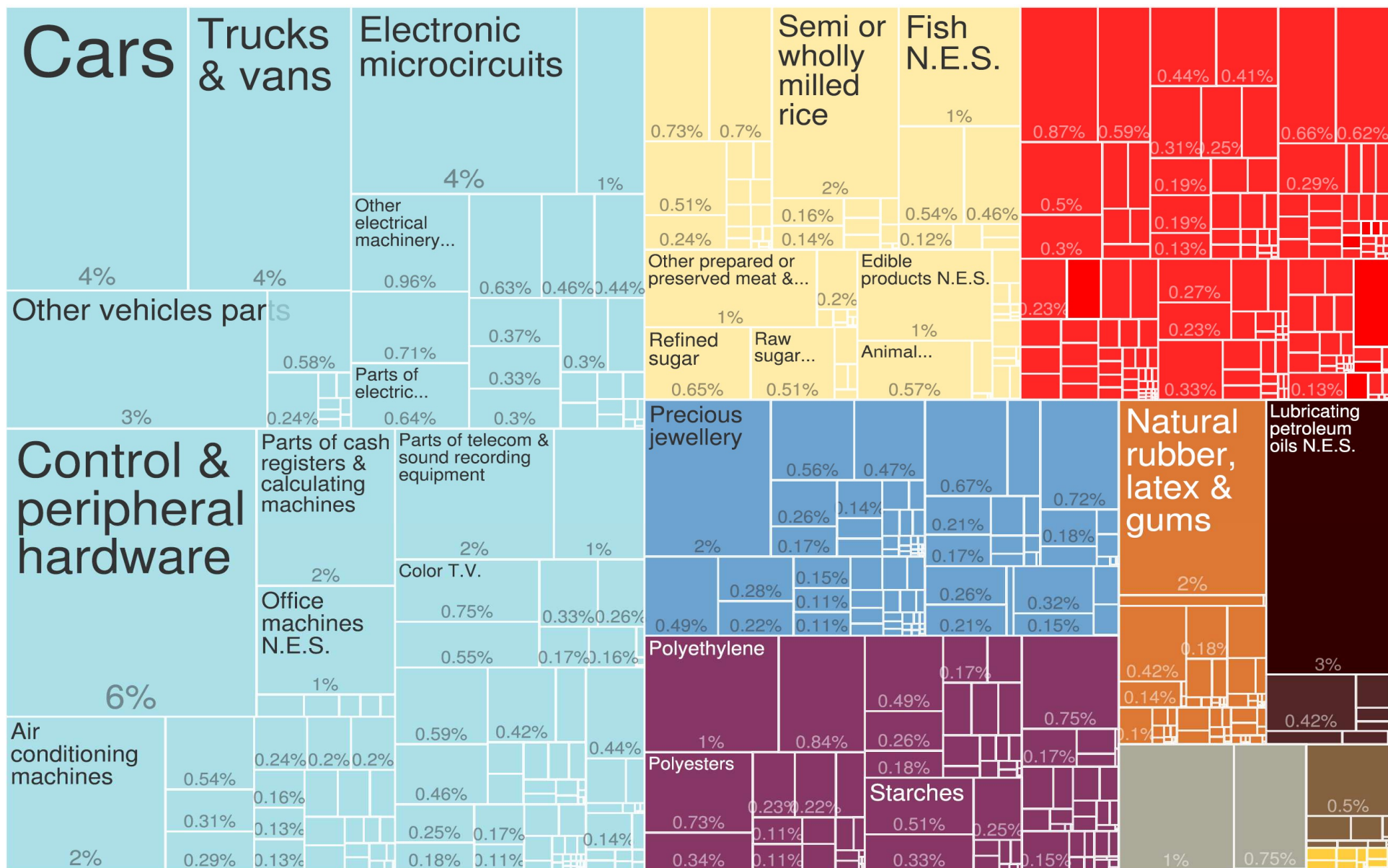
ที่มา: The Atlas of Economic Complexity

# 1975



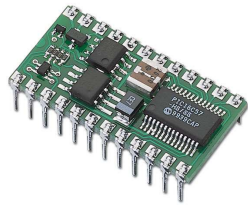


# 2015

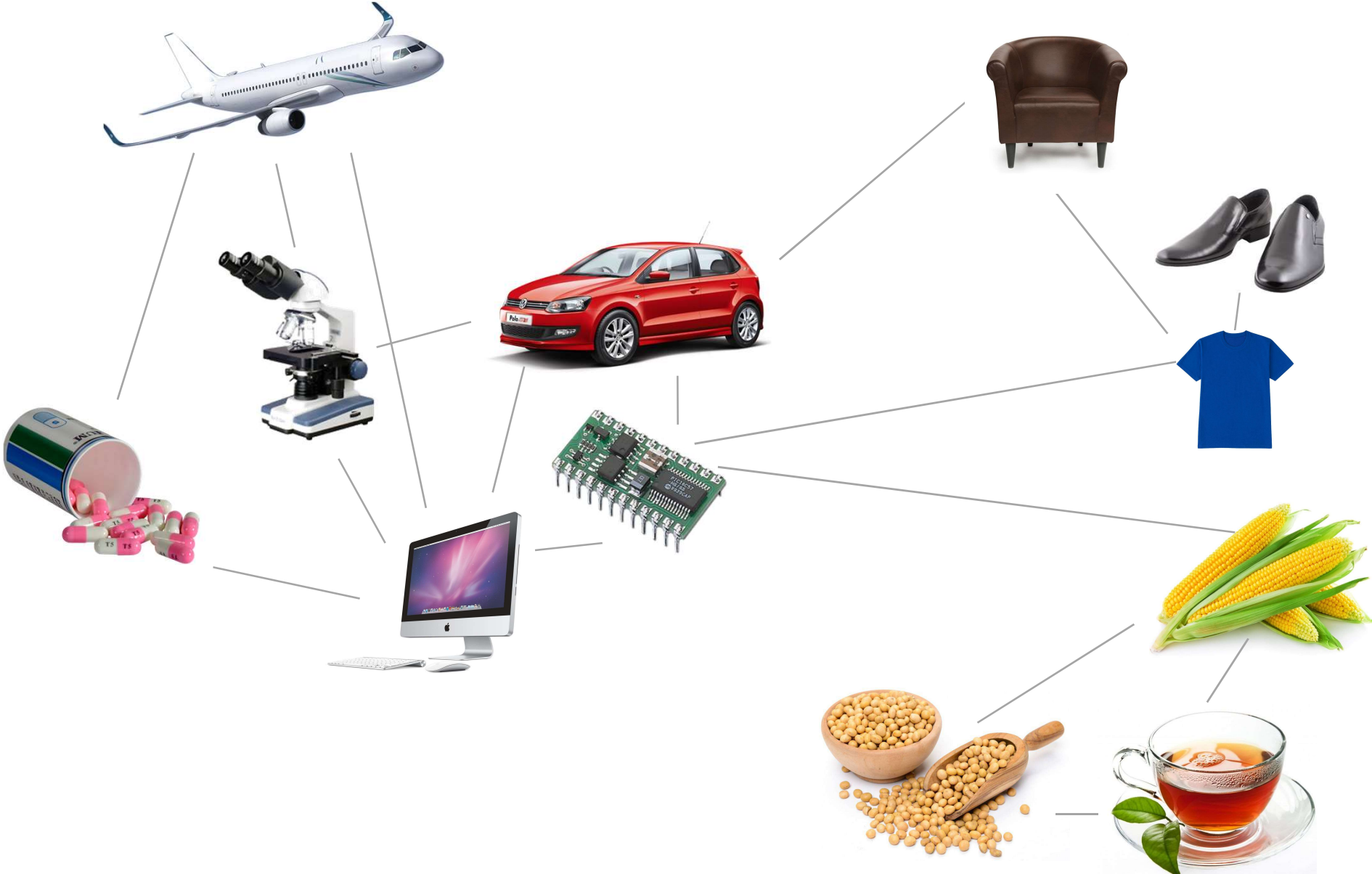


โครงสร้างสินค้าไทยจากมุมมอง Product Space

## ความใกล้เคียงของสินค้า (Product Proximity)

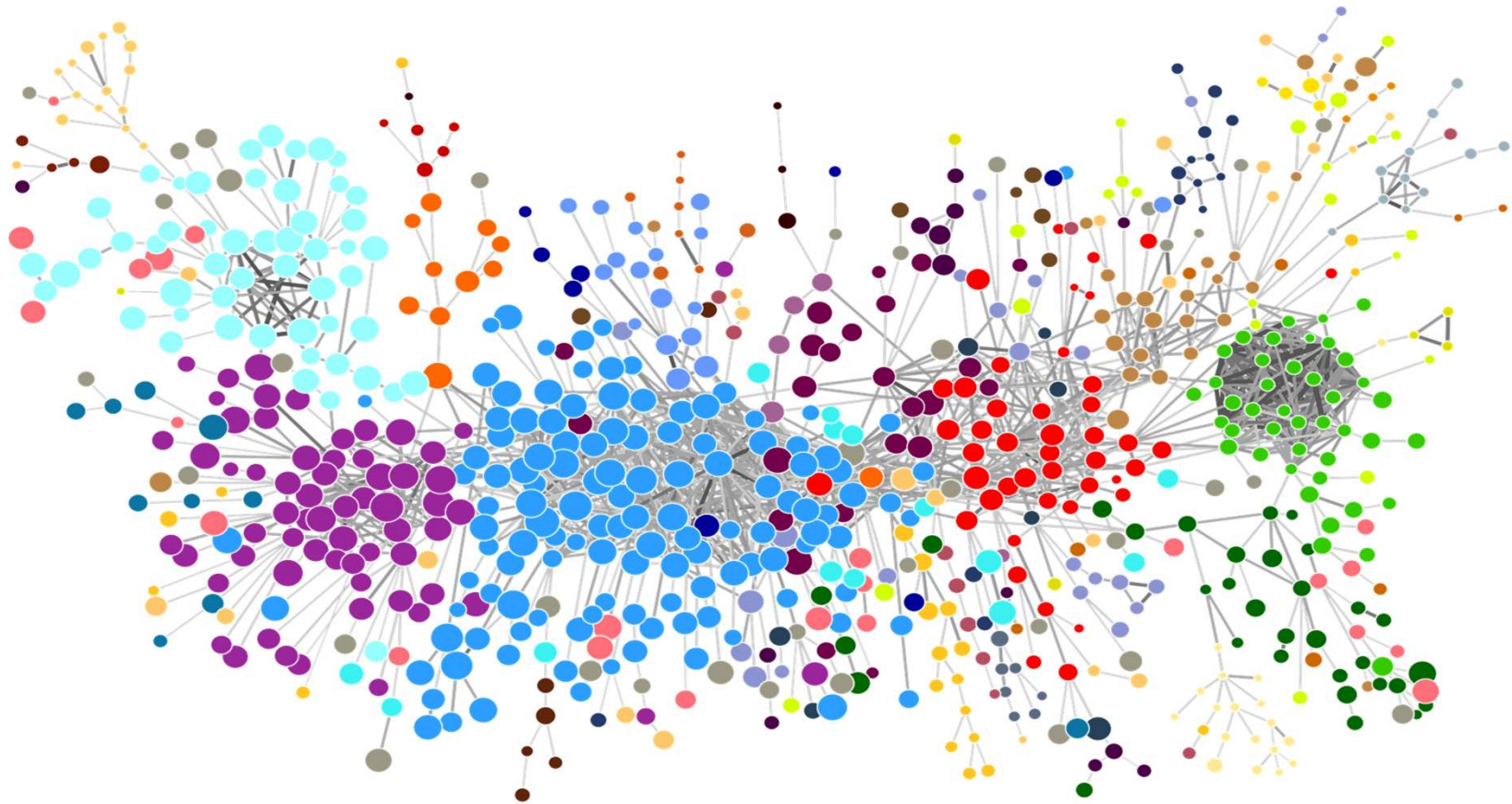


ความใกล้เคียงของสินค้า (Product Proximity)



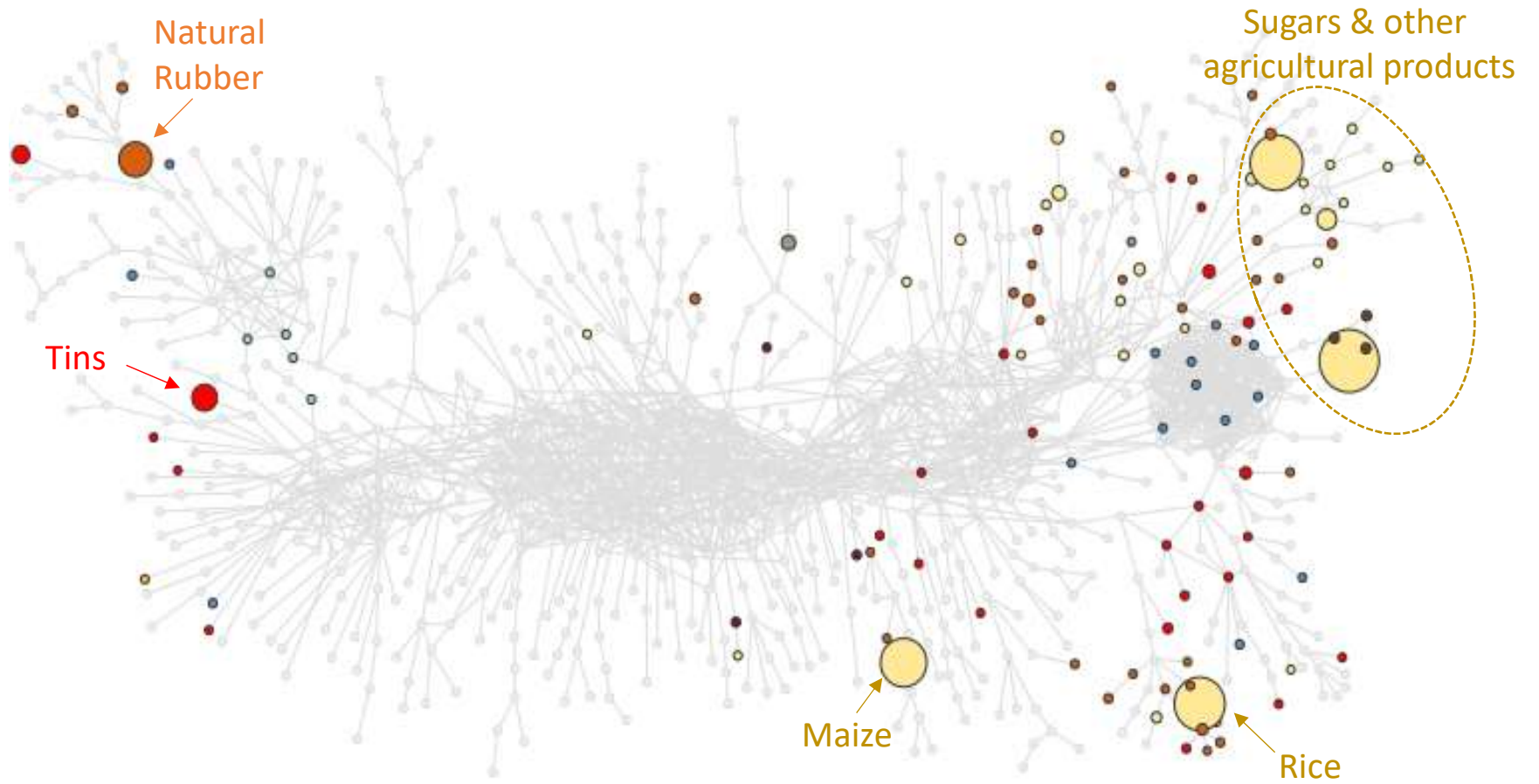


# The Product Space

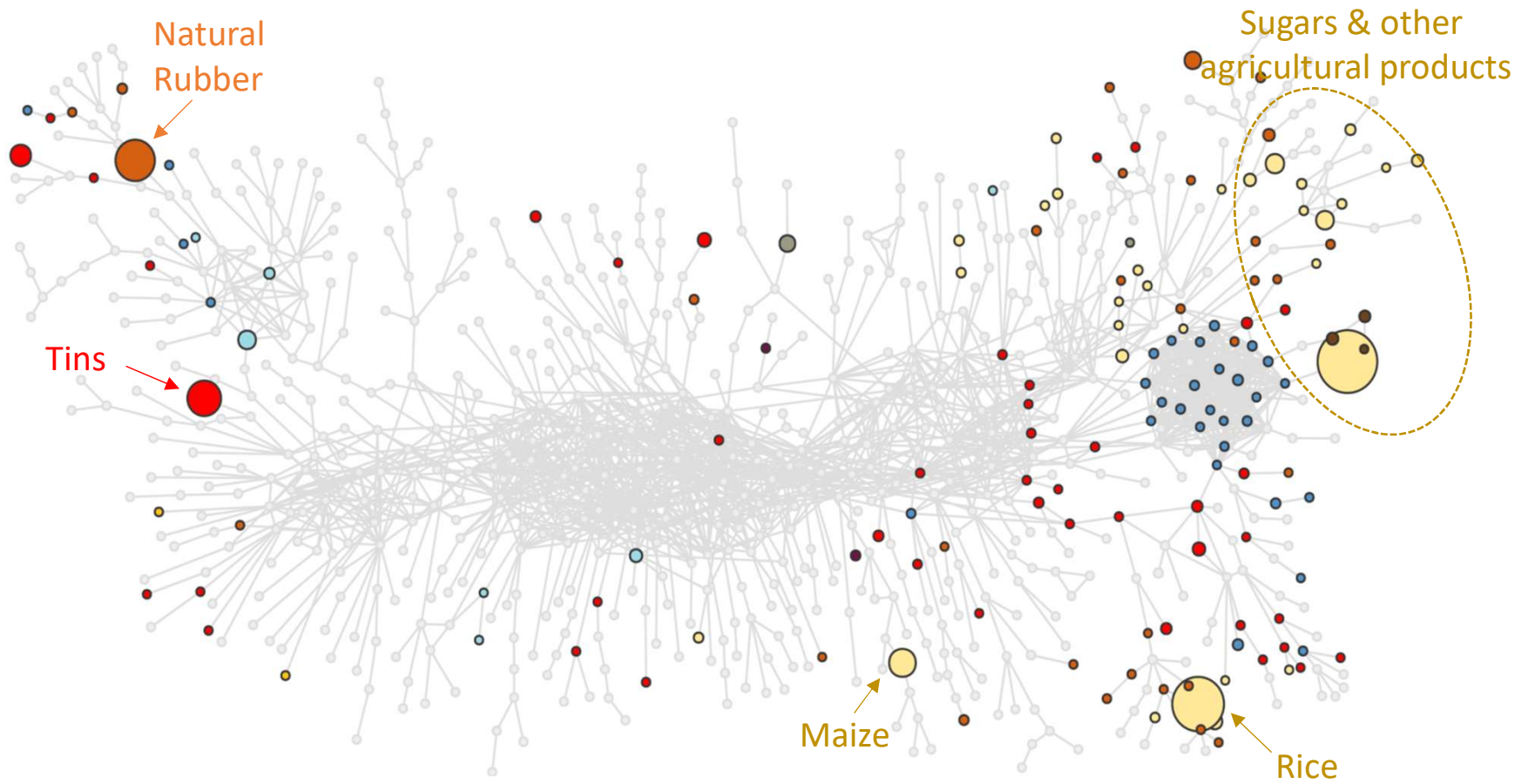


ที่มา: Hausmann et al. (2011).

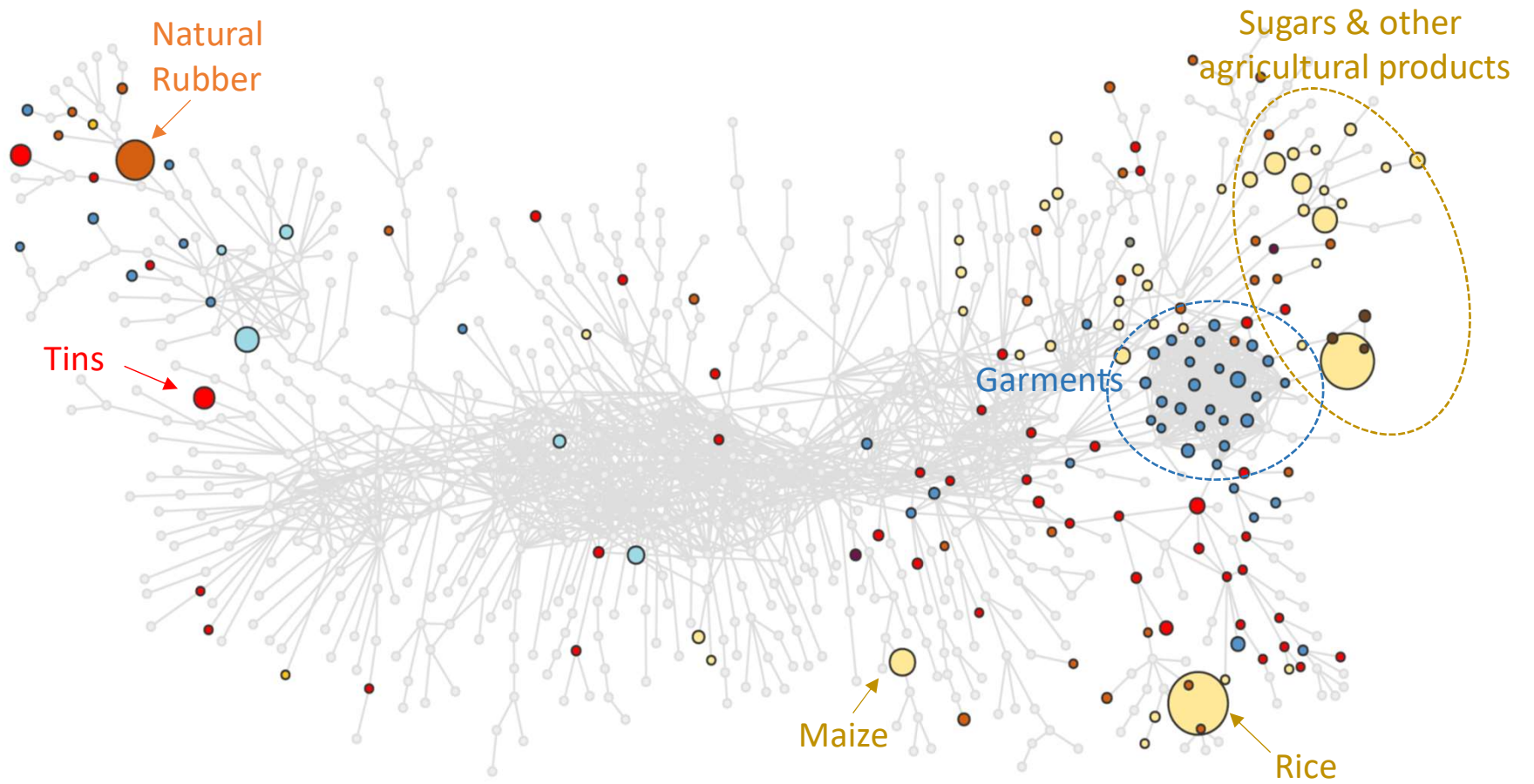
# Thailand, 1975



# Thailand, 1980

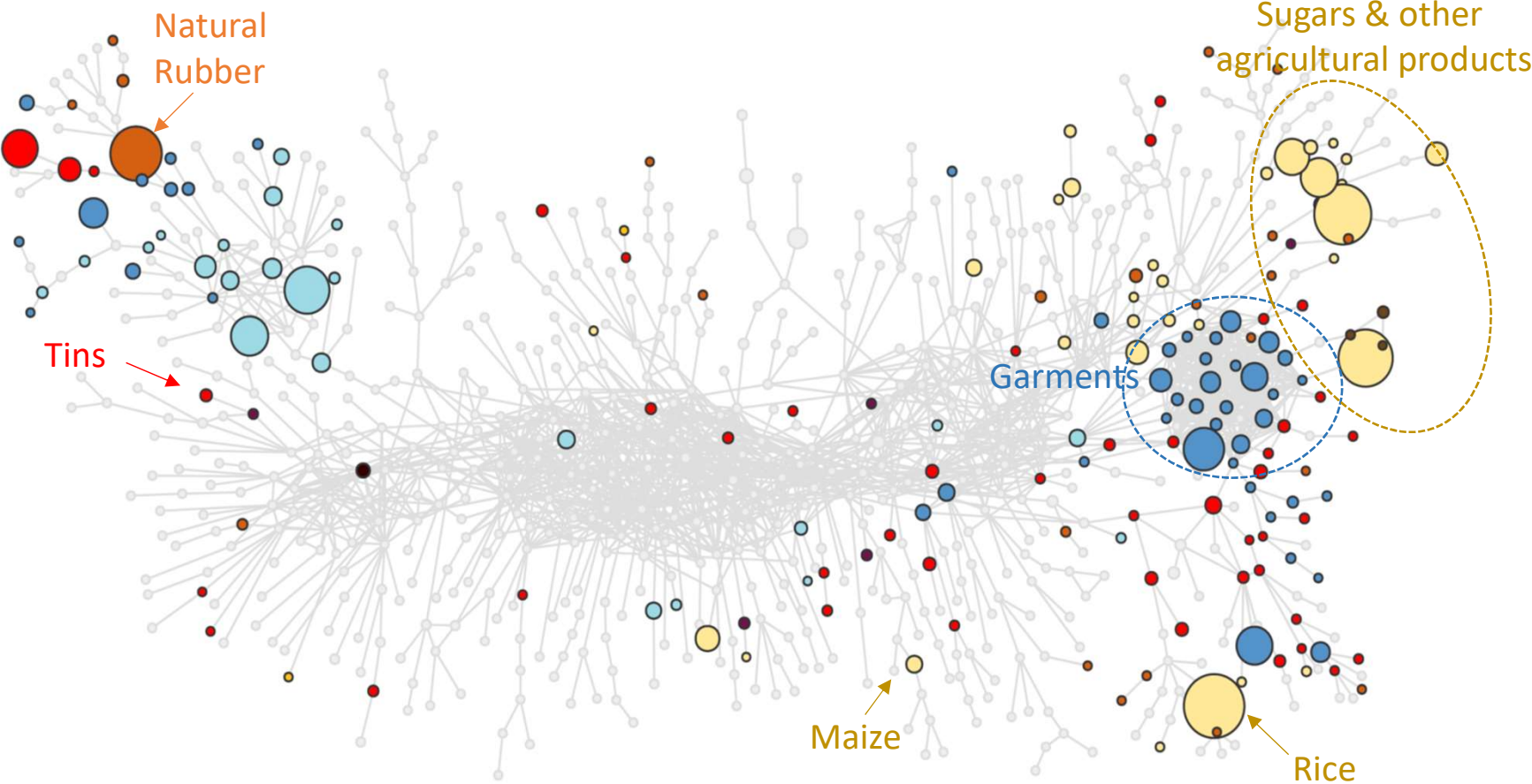


# Thailand, 1985

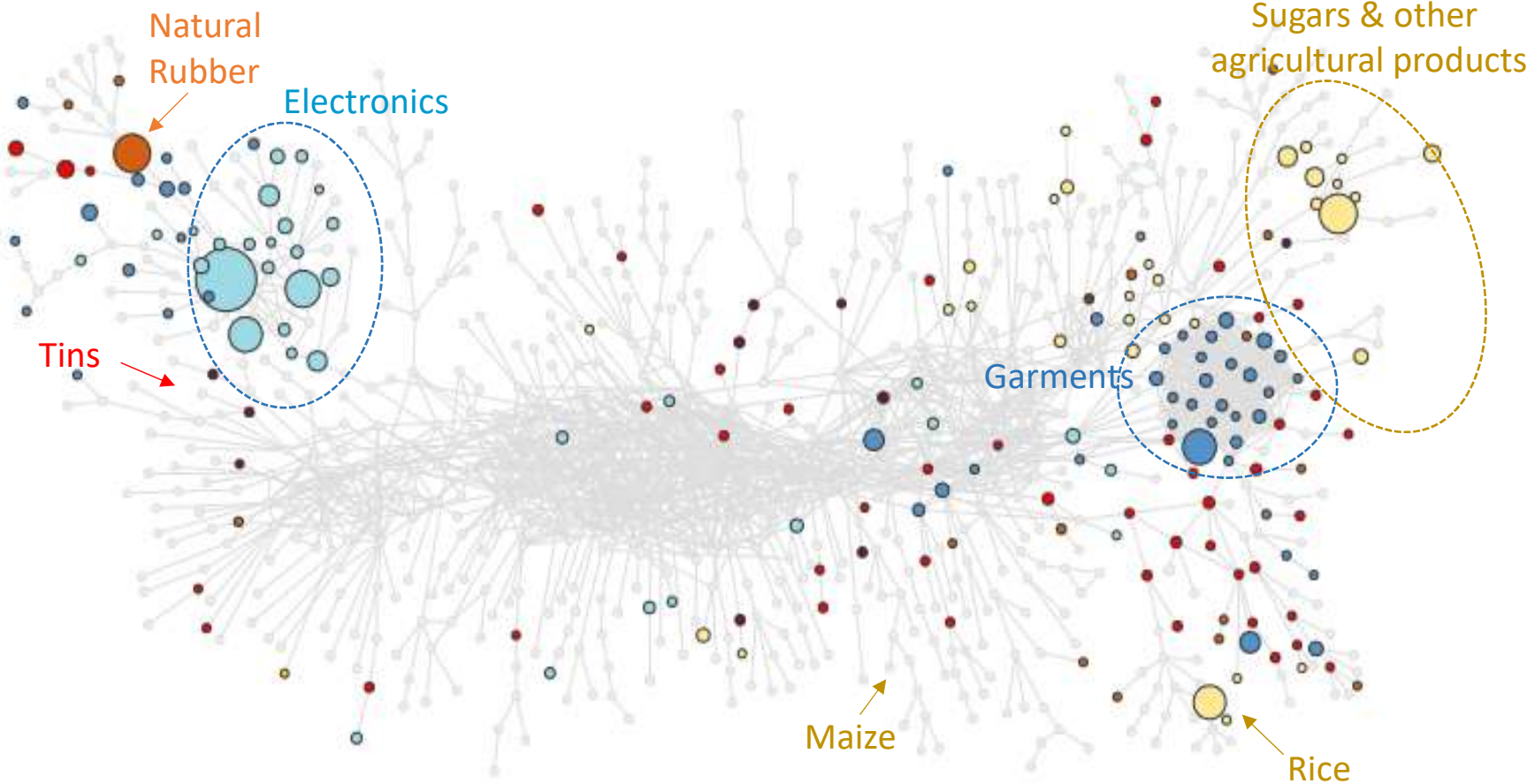




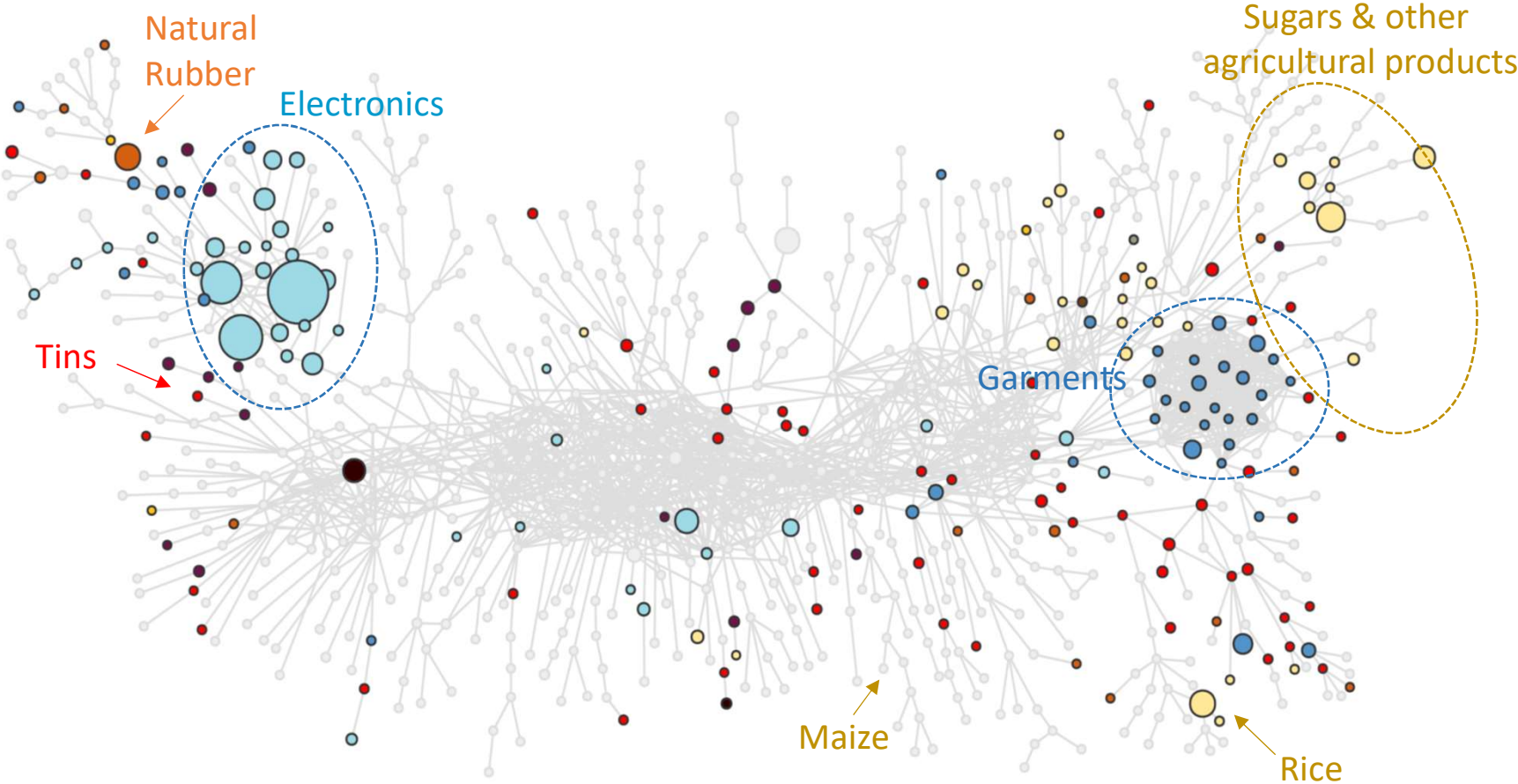
# Thailand, 1990



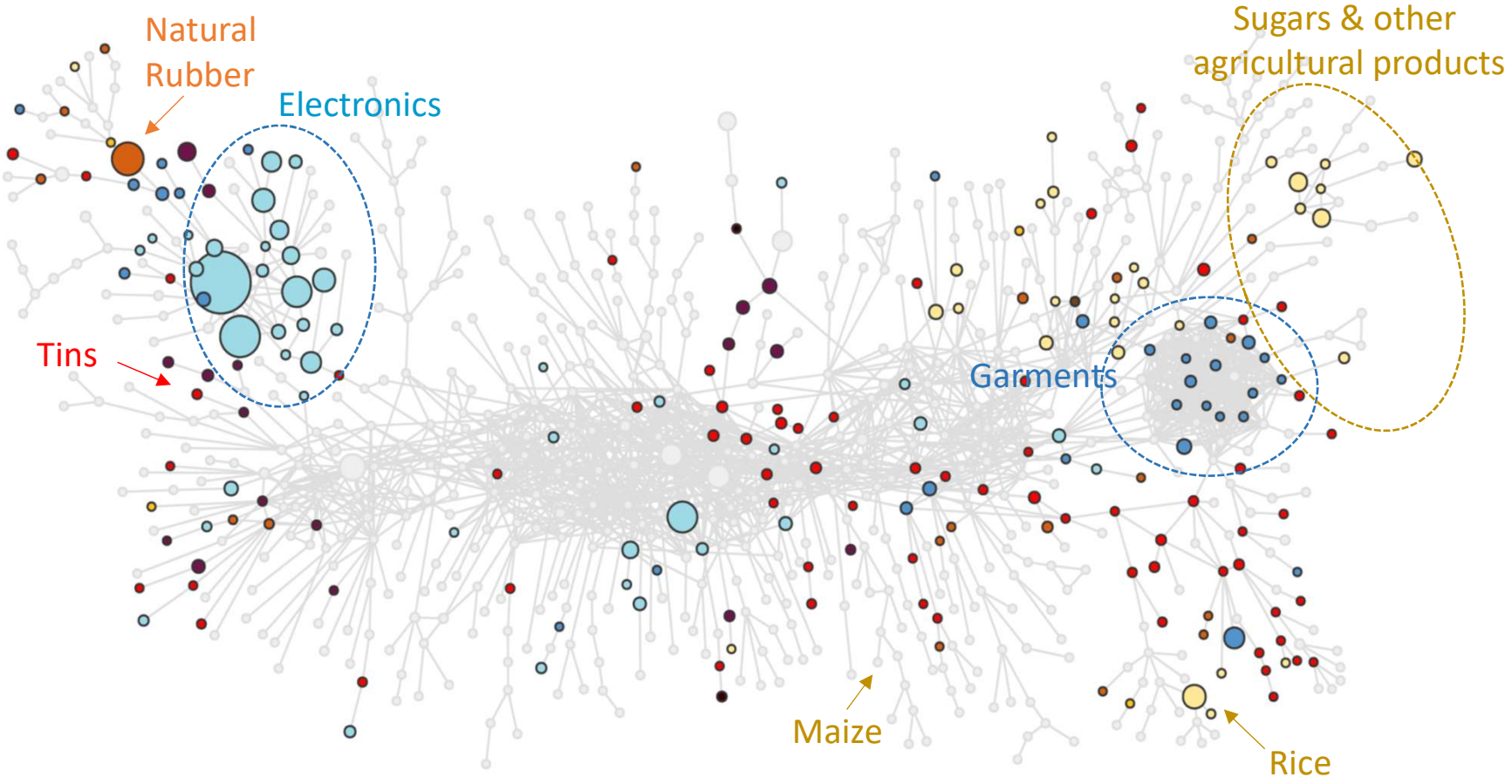
# Thailand, 1995



# Thailand, 2000

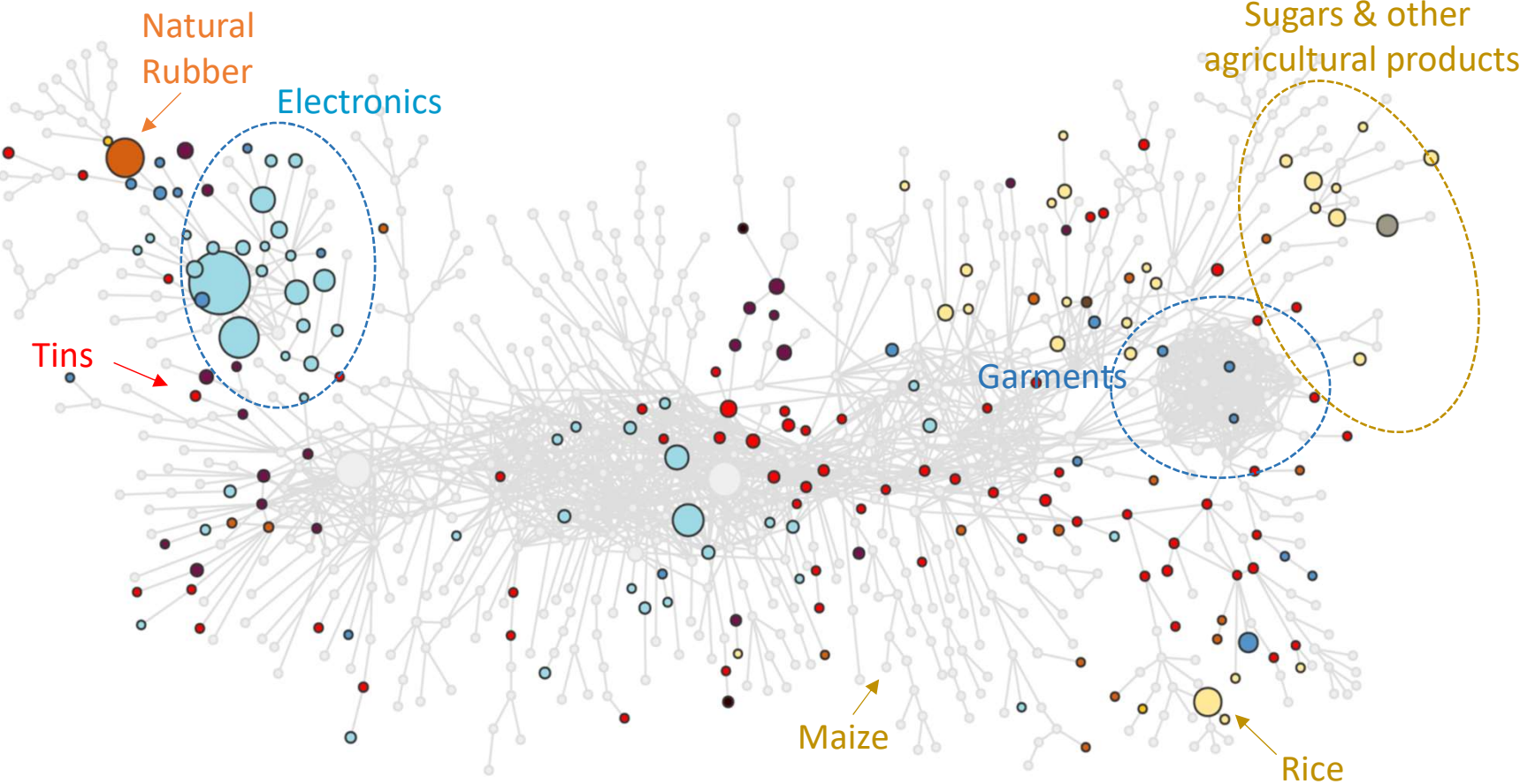


# Thailand, 2005

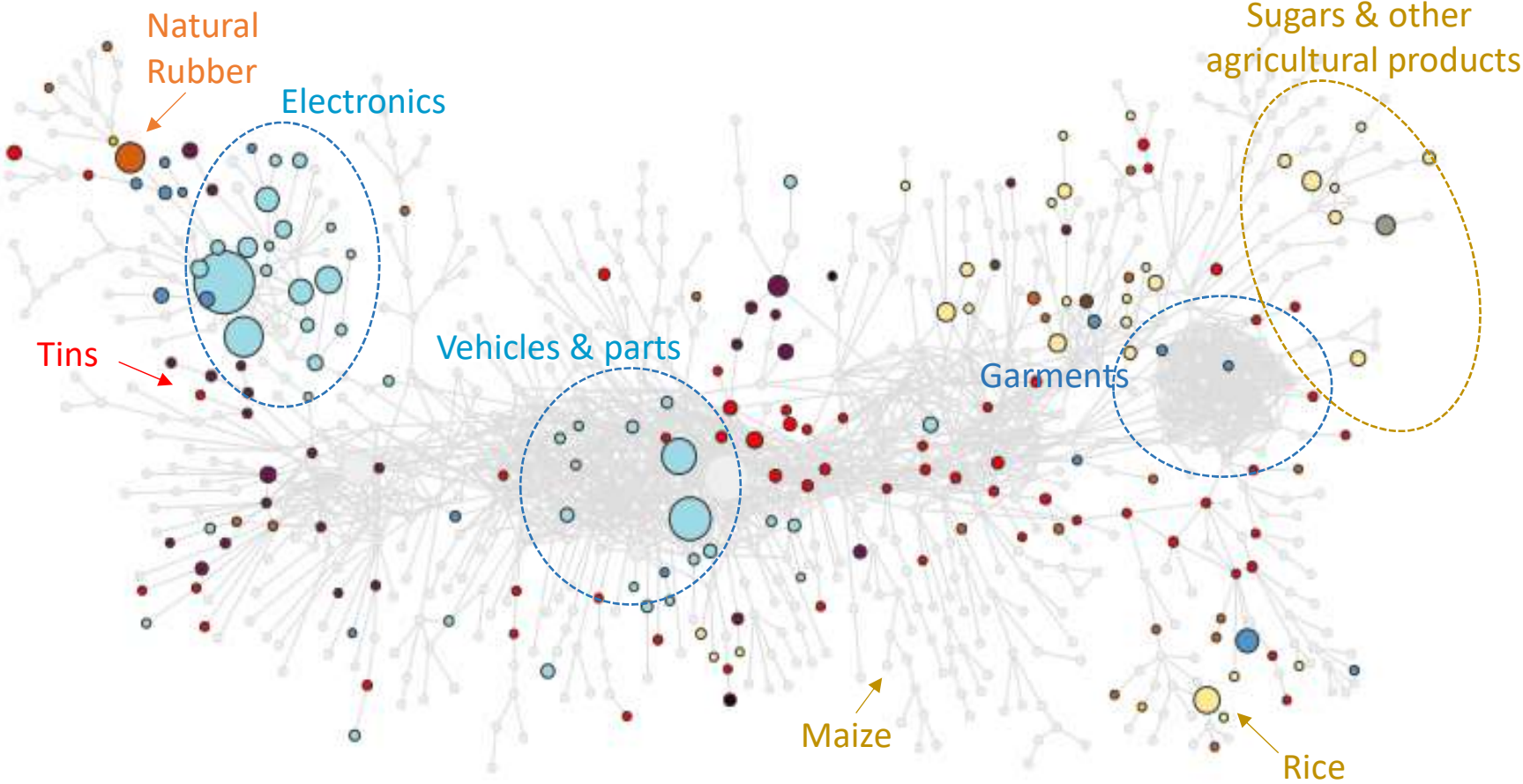




# Thailand, 2010



# Thailand, 2015





Product Innovation เกิดขึ้นได้อย่างไร?

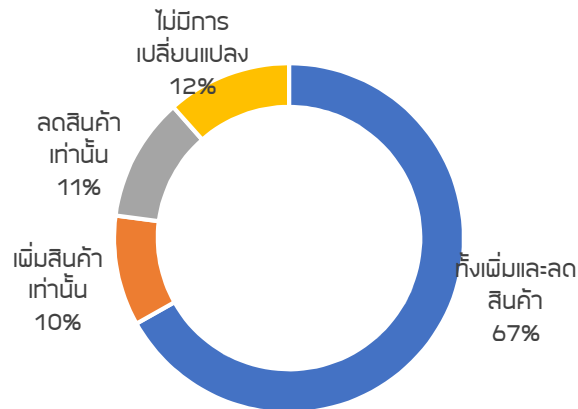
# กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้การวิเคราะห์



**97%** ส่งออกมากกว่า 1 สินค้า  
จำนวนสินค้าเฉลี่ย **12** สินค้า

สินค้าหลักใน 3 อันดับแรก  
มีส่วนไม่ต่ำกว่า **80%**

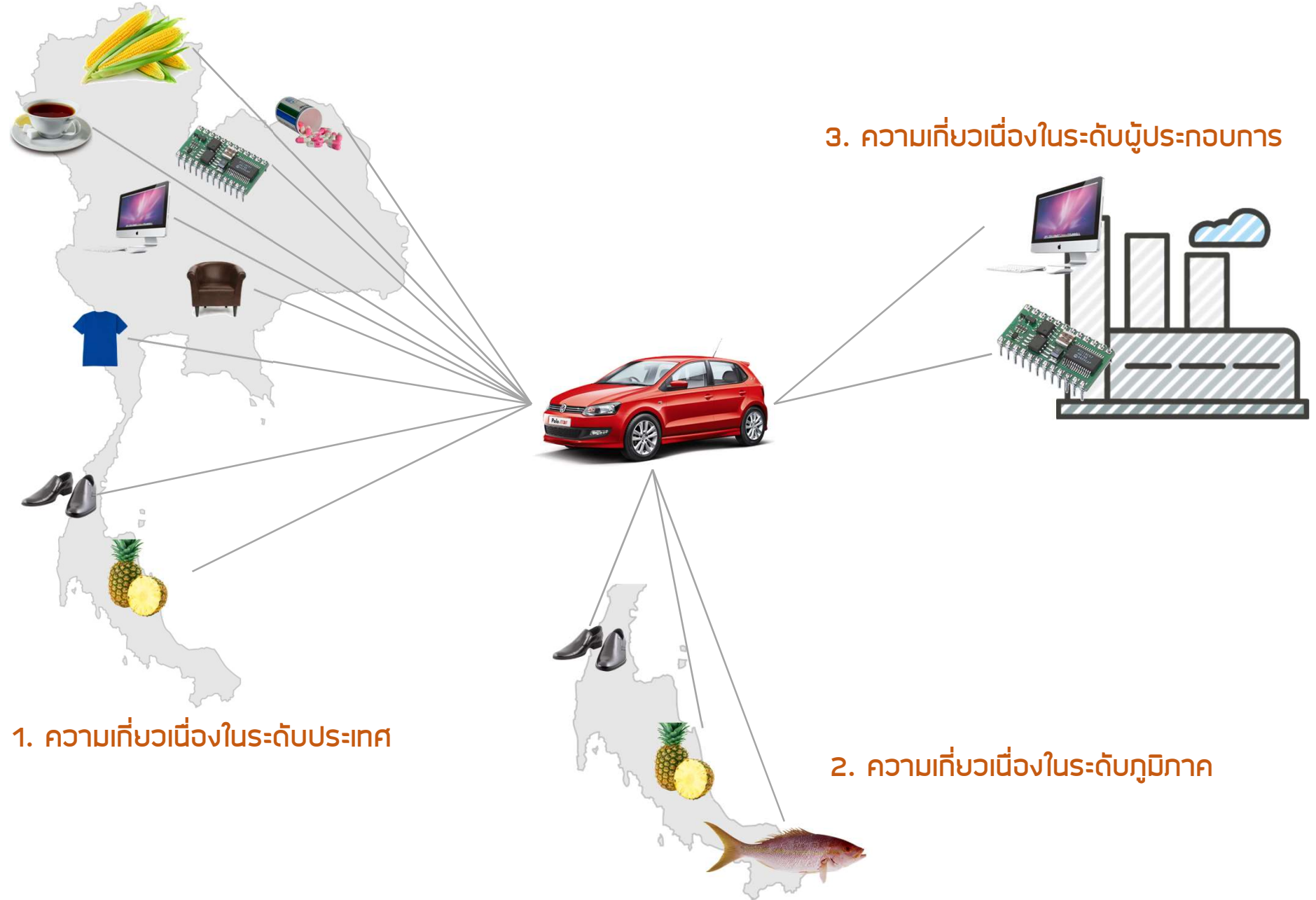
สัดส่วนผู้ประกอบการที่มีการเปลี่ยนแปลง  
รายการสินค้า



**51%** ของรายการสินค้าในปี 2015  
เป็นสินค้าใหม่

สัดส่วนมูลค่าของสินค้าใหม่  
คิดเป็นประมาณ **25%**

# ความเกี่ยวข้อง (Relatedness) ระหว่างโครงสร้างการผลิตกับสินค้า

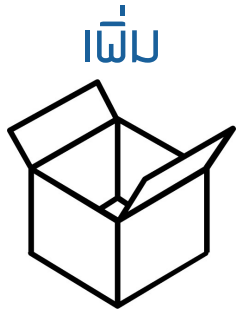


1. ความเกี่ยวข้องในระดับประเทศ

3. ความเกี่ยวข้องในระดับผู้ประกอบการ

2. ความเกี่ยวข้องในระดับภูมิภาค

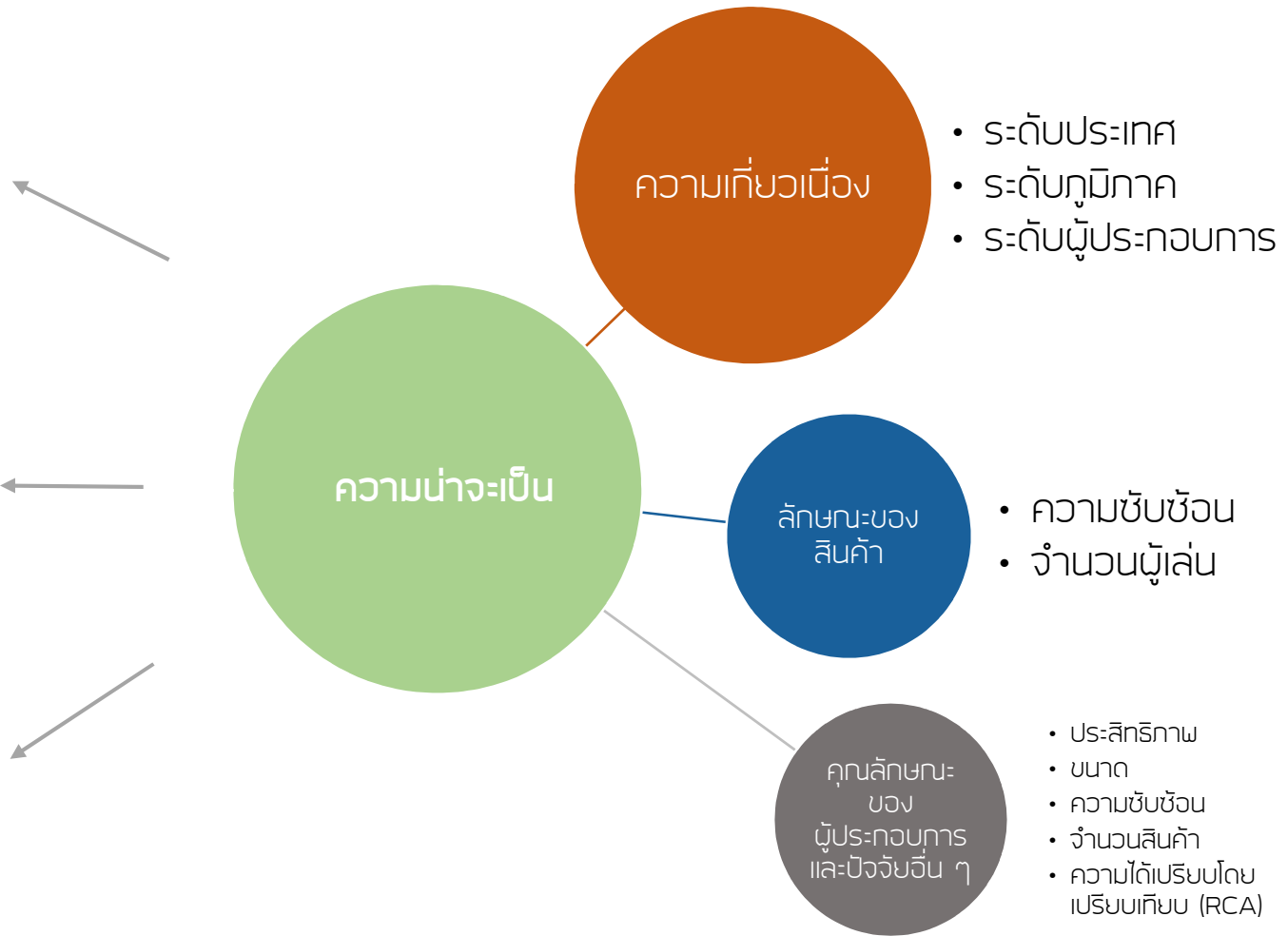
# แบบจำลอง Logit



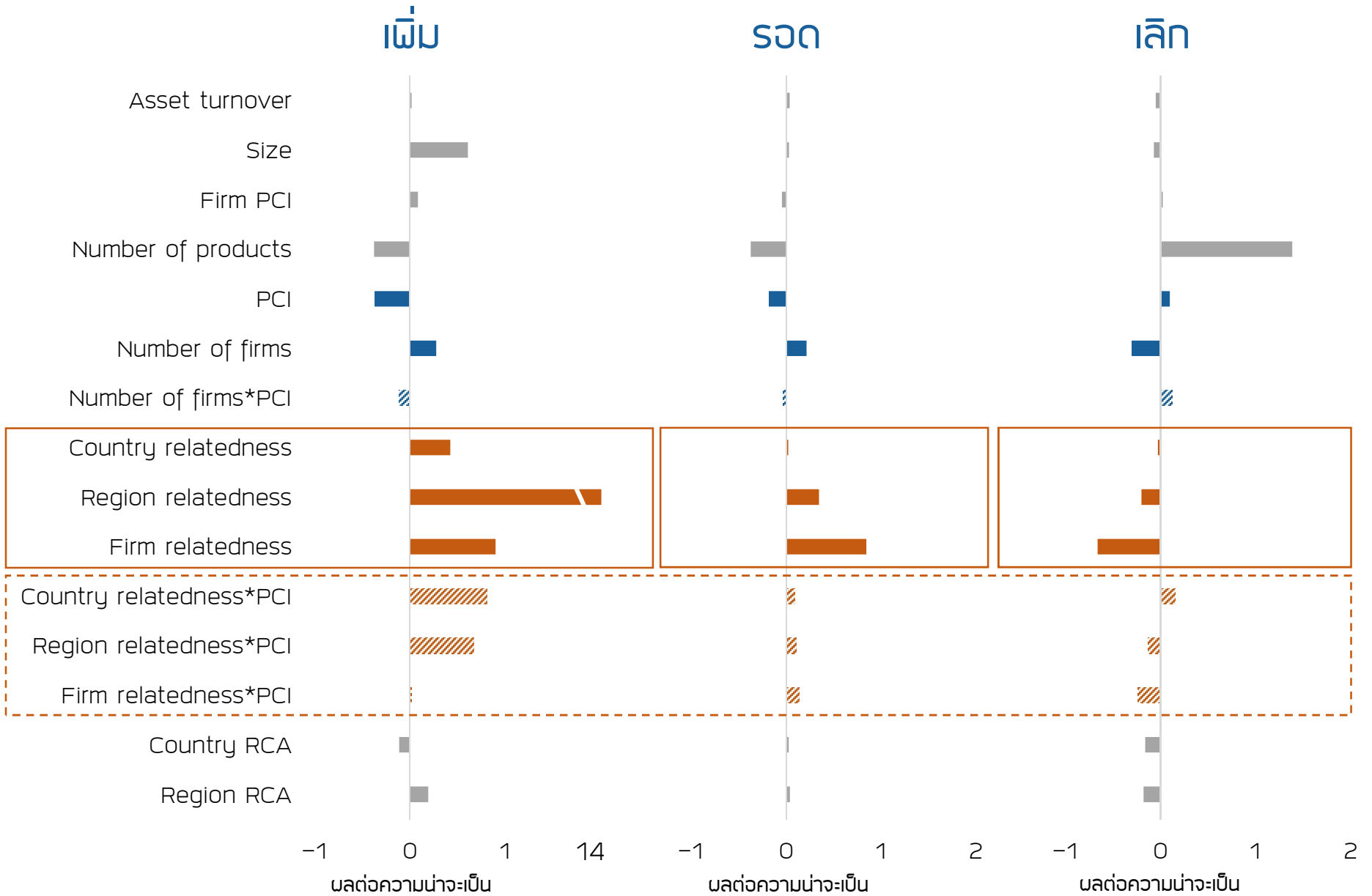
รอด



เลิก



# ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสินค้า



ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ The Observatory of Economic Complexity จำนวนโดยผู้วิจัย

ใครคือผู้ขับเคลื่อนนวัตกรรมสินค้าของไทย?



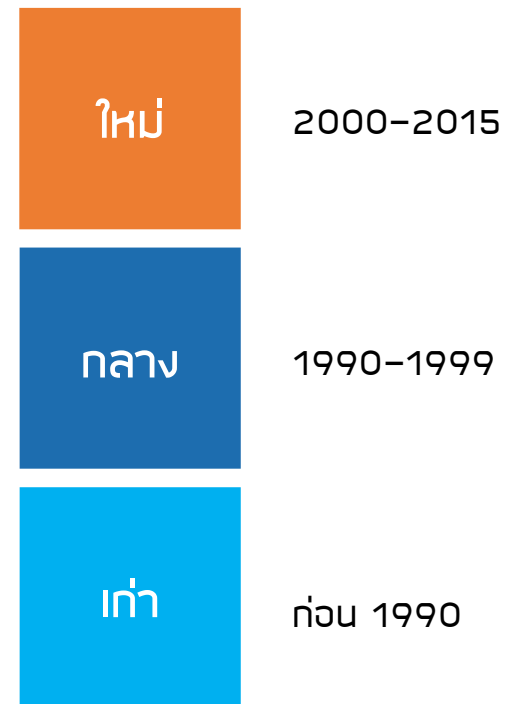
## การกระจายตัวของผู้ประกอบการใน 2 มิติ

### ความซับซ้อนของสินค้า



\* แบ่งตามระดับ PCI

### ความเก่าใหม่ของสินค้าส่งออก



\*\* แบ่งตามช่วงเวลาที่สินค้ากลายเป็นสินค้าส่งออกที่ไทยมี comparative advantage

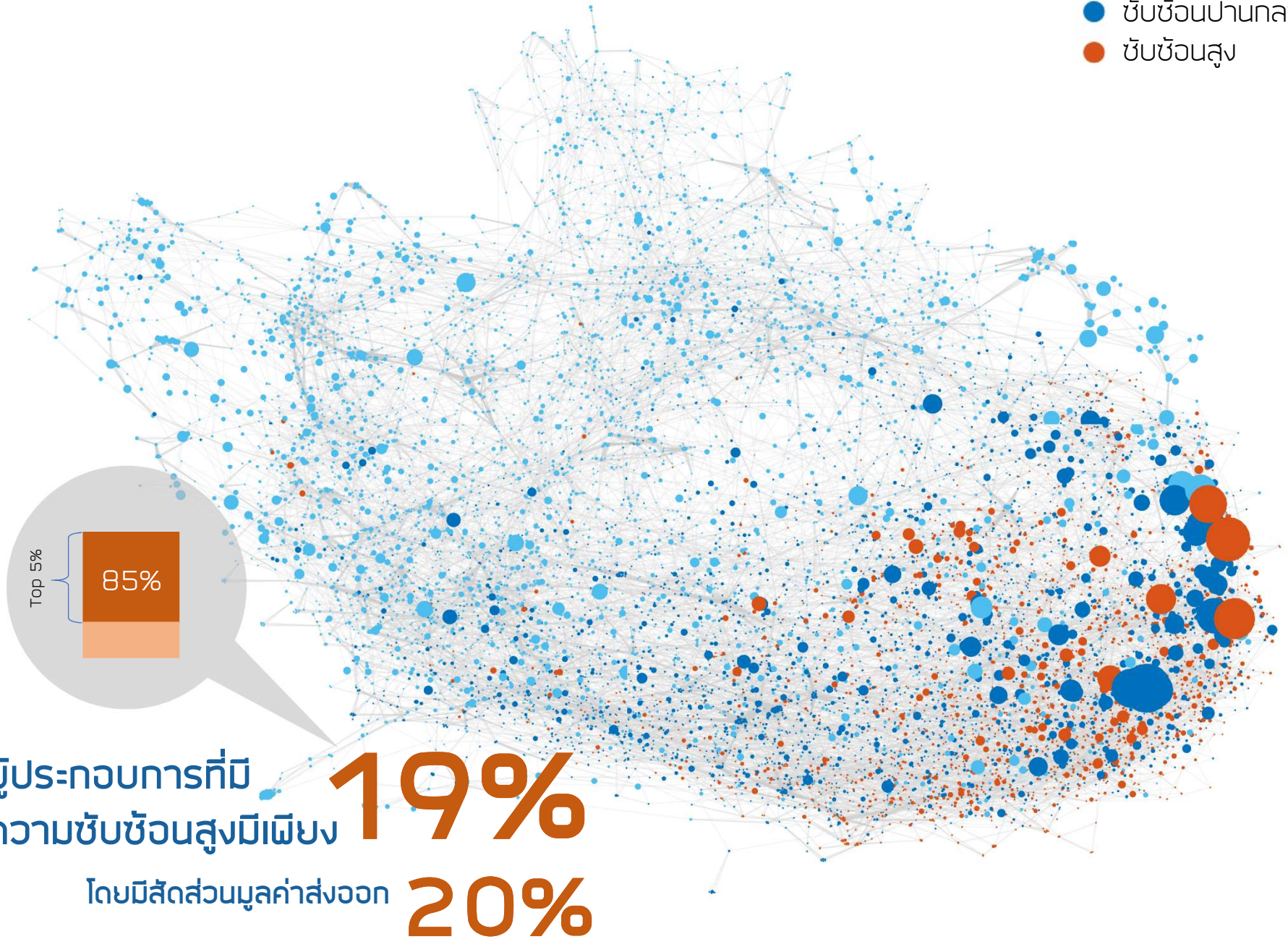
# Firm Space 2015





# จำแนกตามความซับซ้อนของผู้ประกอบการ

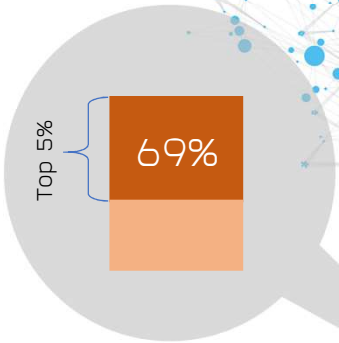
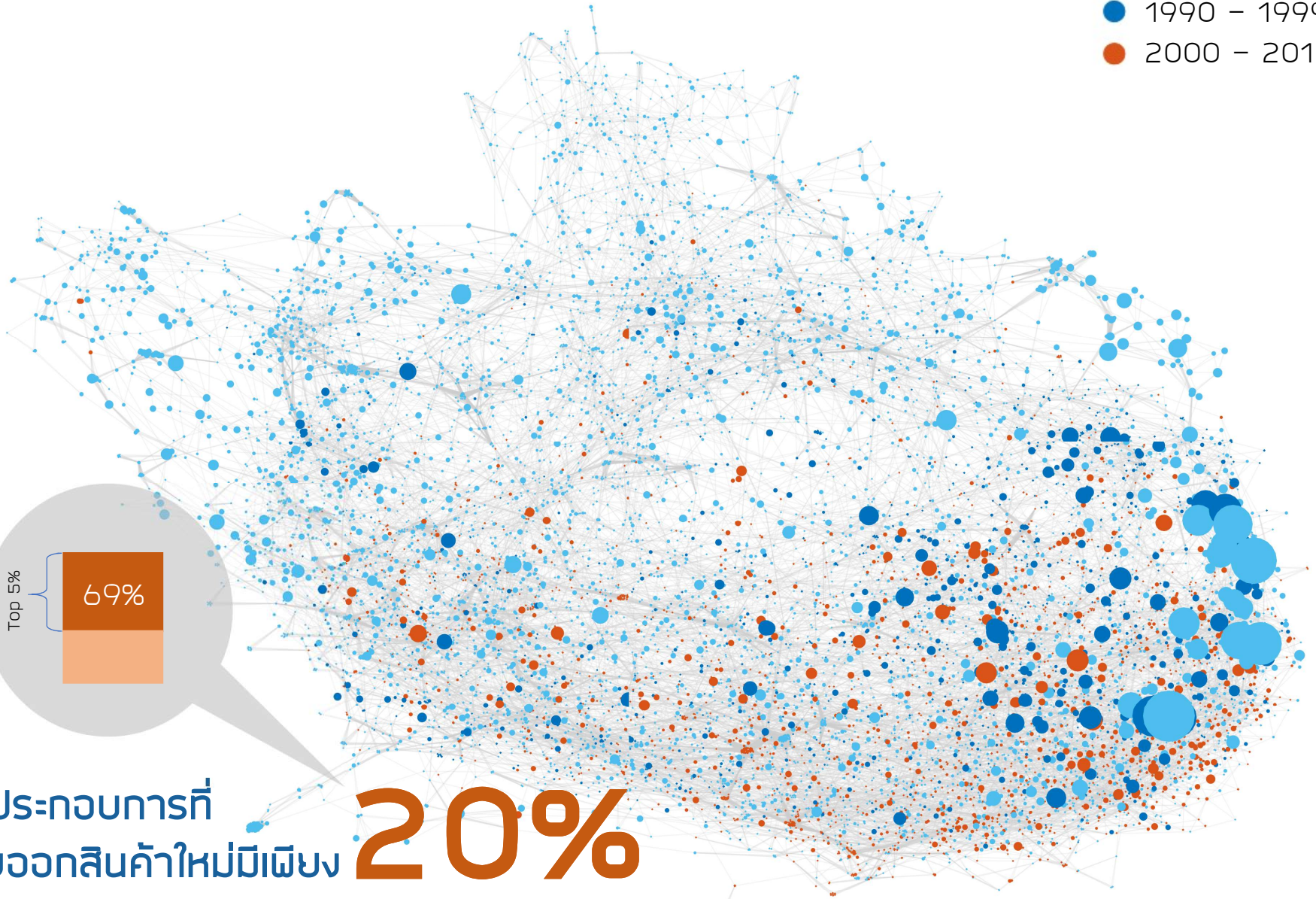
- ซับซ้อนต่ำ
- ซับซ้อนปานกลาง
- ซับซ้อนสูง





# จำแนกตามความเก่าใหม่ของสินค้า

- ก่อน 1990
- 1990 - 1999
- 2000 - 2015



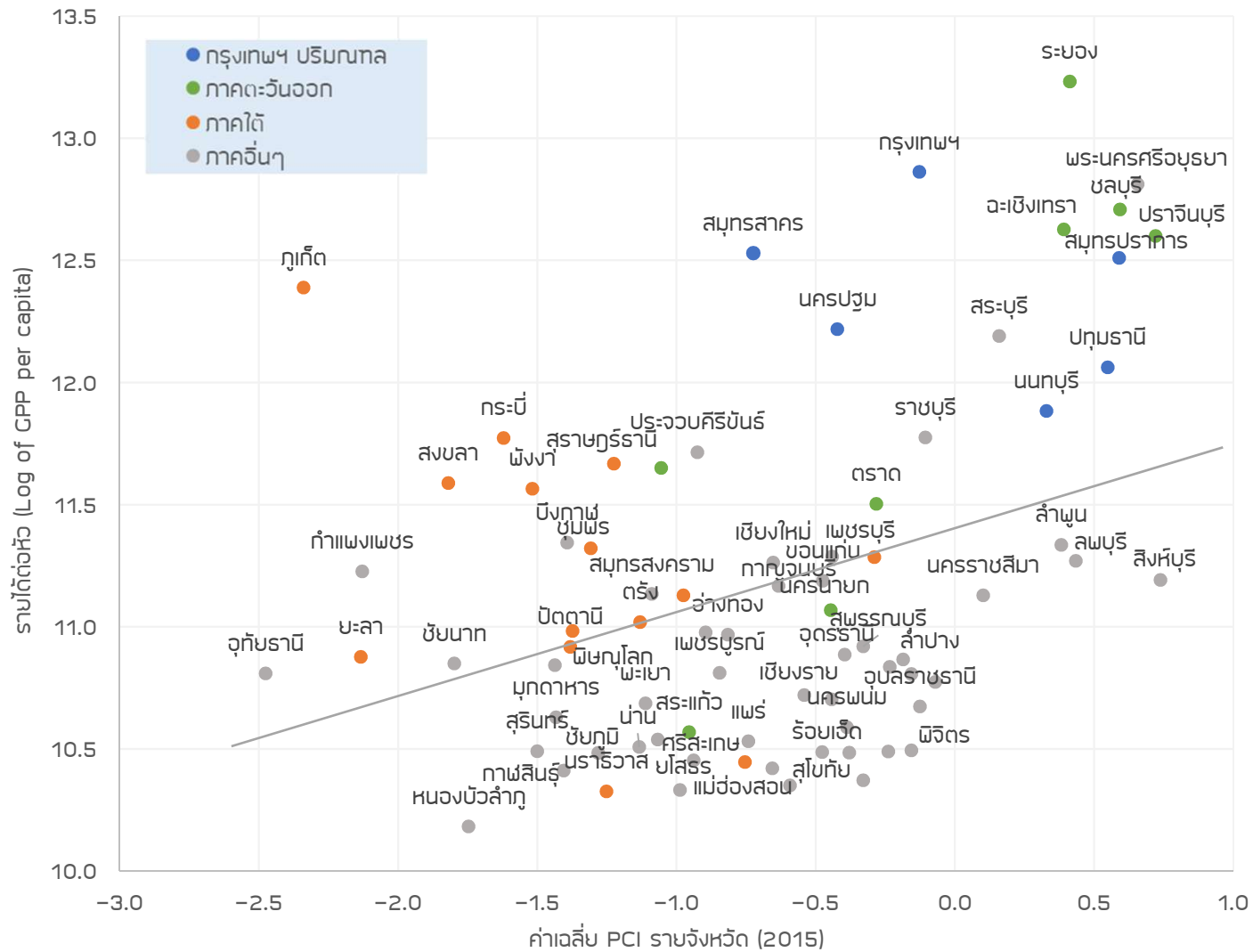
ผู้ประกอบการที่  
ส่งออกสินค้าใหม่มีเพียง **20%**  
โดยมีสัดส่วนมูลค่าส่งออก **14%**



# Two Thailands



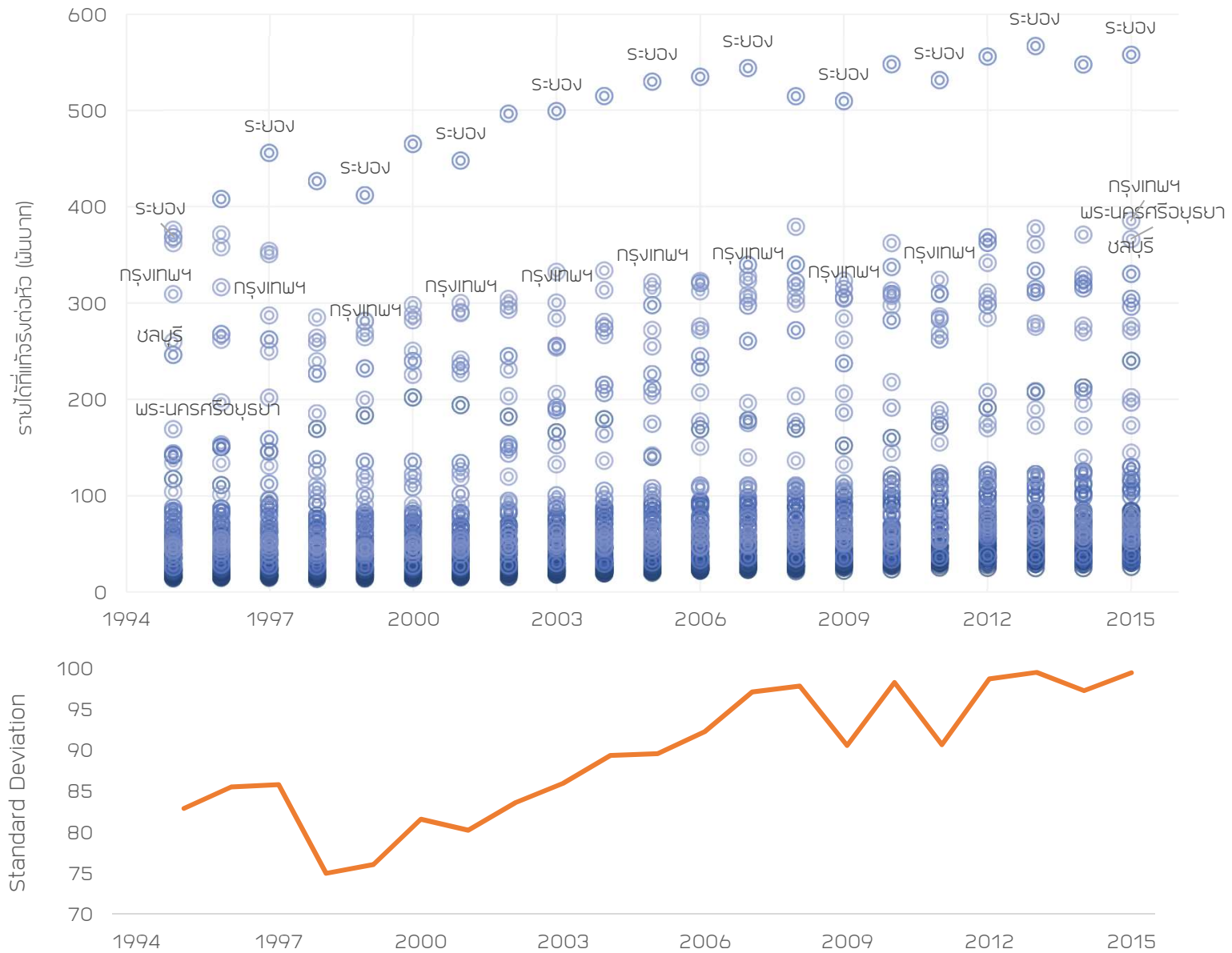
# ความสัมพันธ์ระหว่างความซับซ้อนของสินค้าและรายได้ต่อหัวของแต่ละจังหวัด (2015)



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมศุลกากร The Observatory of Economic Complexity คำนวณโดยผู้วิจัย



# ความเหลื่อมล้ำระหว่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

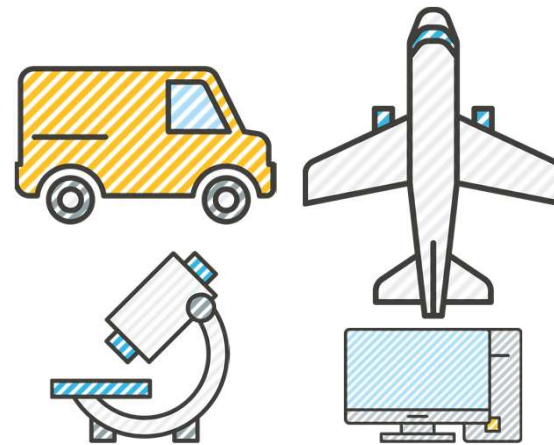
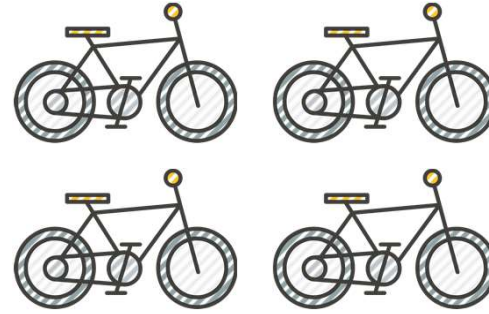


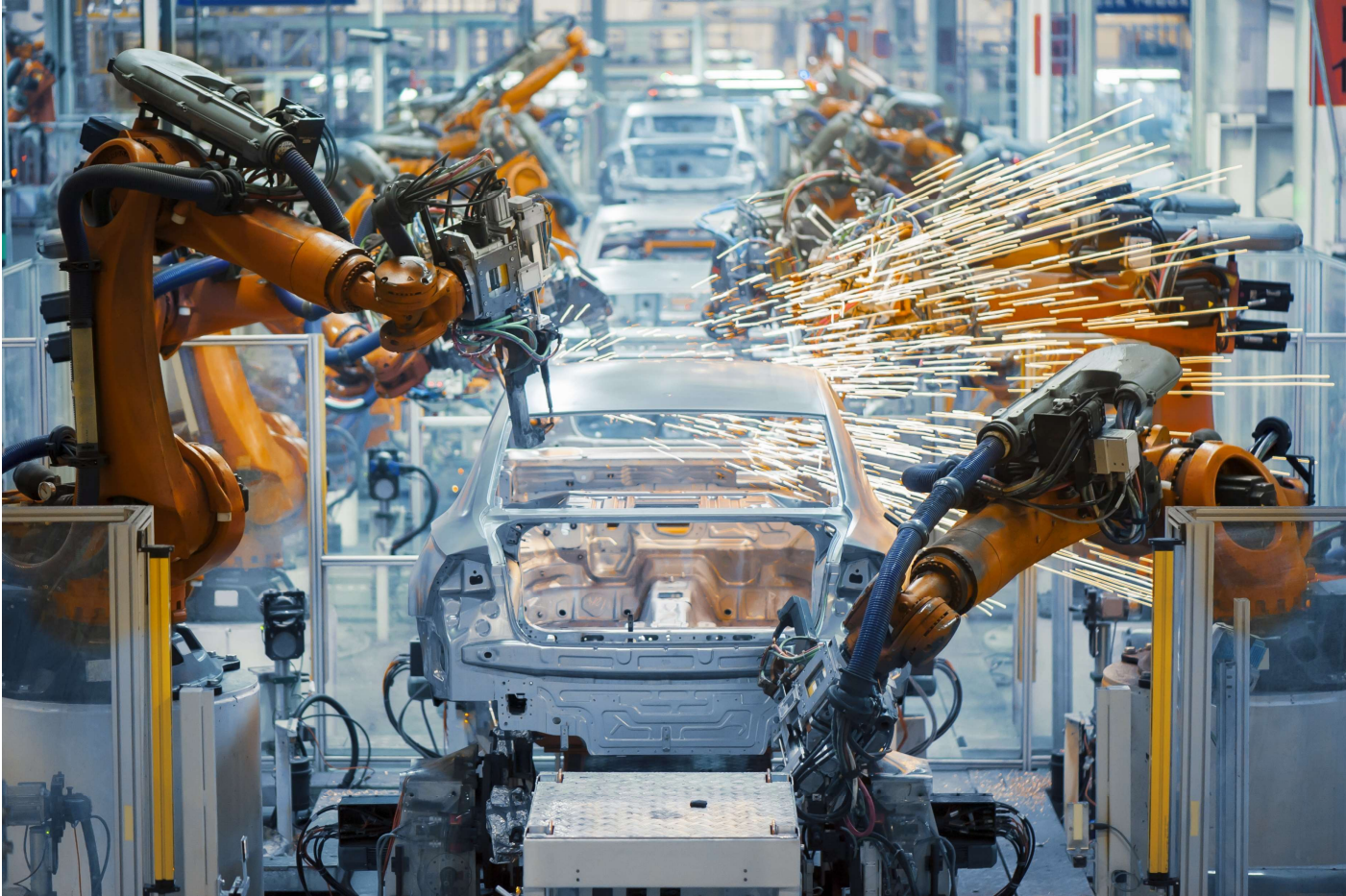
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คำนวณโดยผู้วิจัย

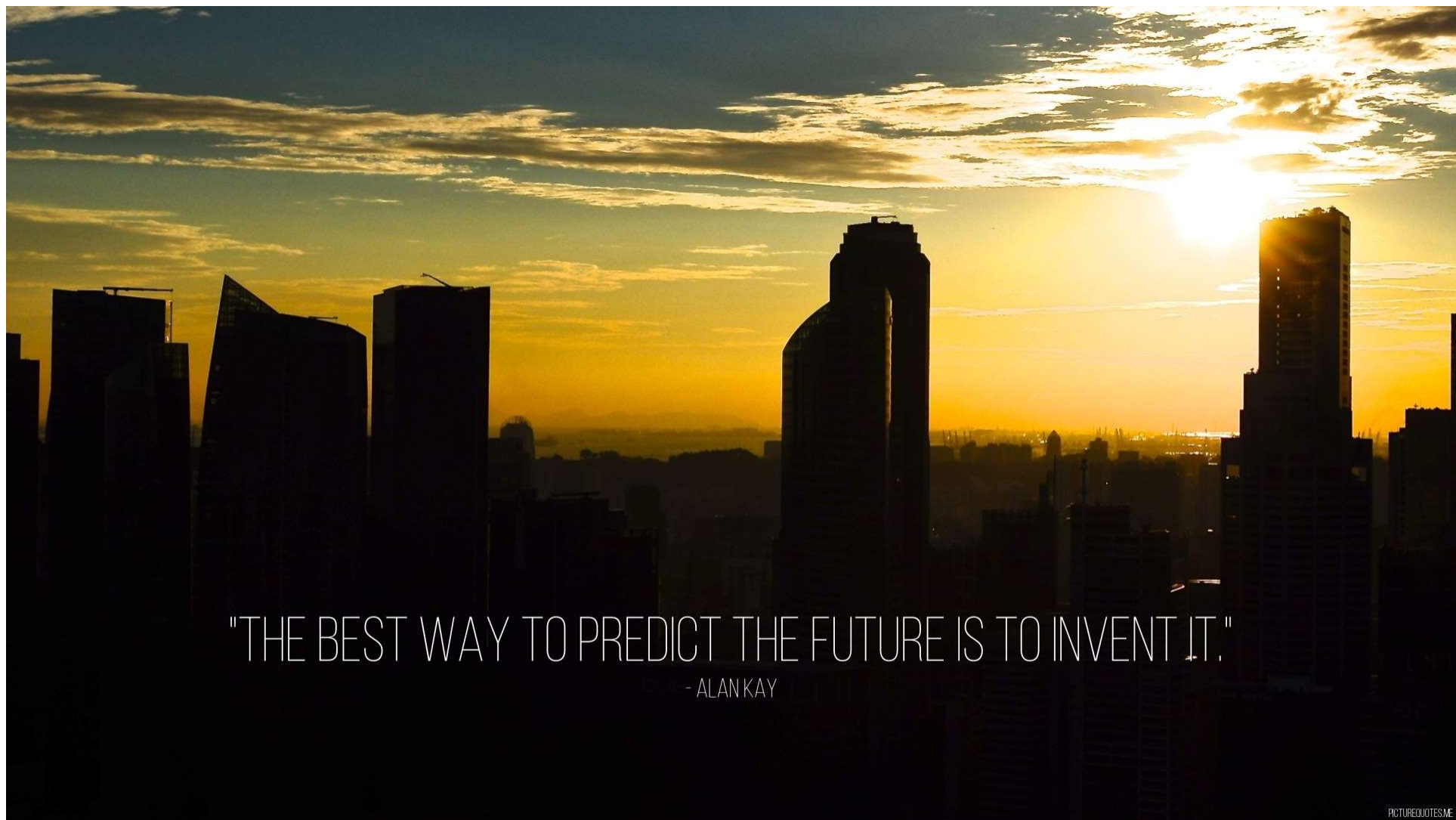












"THE BEST WAY TO PREDICT THE FUTURE IS TO INVENT IT."

- ALANKAY