

จุลทรรศน์ภาคส่งออกไทย: ส่งออกยุคพลัดใบ เลือดใหม่เร่งขับเคลือบ

25 มกราคม 2560

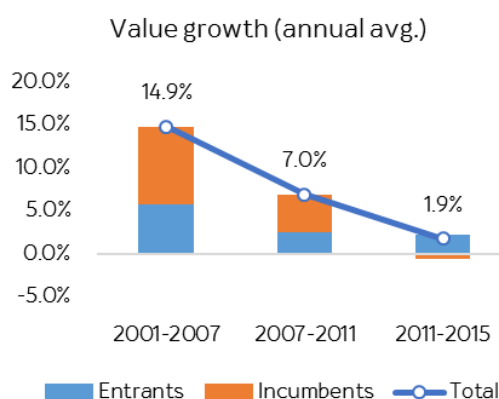
ปิติ ดิษยทัต PitiD@bot.or.th กศพว อภัยทาน Tosapola@bot.or.th สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์
นฤพนธ์ สัมพันธ์รักษ์ krislert@ucsd.edu University of California, San Diego

บทความนี้กลั่นกรองเนื้อหาจากบทความ [aBRIDGEd](#) ฉบับเต็มเรื่อง “[จุลทรรศน์ภาคส่งออกไทย: จับชีพจรภาคส่งออกจากการหมุนเวียนผู้ประกอบการ](#)” เผยแพร่ใน website ของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (<https://www.pier.or.th/>)

บทความเศรษฐศาสตร์เข้า“ท่า”ของผู้เขียนฉบับก่อนได้สรุปข้อเท็จจริงสำคัญ 5 ประการเกี่ยวกับภาคส่งออกไทย หนึ่งในข้อเท็จจริงชี้ให้เห็นว่า ภาคส่งออกเป็นธุรกิจที่มีการหมุนเวียนของผู้เล่นสูง โดยในแต่ละปีจะมีผู้ส่งออกประมาณ 1 ใน 3 ที่เป็นผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาในตลาด และมีผู้เล่นจำนวนใกล้เคียงกันต้องออกจากสนามส่งออกในเวลาเดียวกัน ภาคส่งออกจึงปะปนไปด้วยผู้เล่นหน้าเก่าและใหม่อยู่ตลอดเวลา ผู้เล่นทั้ง 2 กลุ่มนี้มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงทั้งในแง่ขนาด ความสามารถ และประสบการณ์ในการทำธุรกิจ การทำความเข้าใจปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการเติบโต (หรือไม่เติบโตในระยะหลัง) ของภาคส่งออกไทยคงไม่ครอบคลุมเพียงพอหากเราละเลยการวิเคราะห์การหมุนเวียนของผู้ประกอบการ

งานวิจัยของผู้เขียนได้ศึกษาการส่งออกของไทยในช่วงปี 2001 ถึง 2015 โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ 2001-2007, 2007-2011 และ 2011-2015 ในแต่ละช่วงเวลา เราสามารถจำแนกกลุ่มผู้ส่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เล่นเดิมที่มีกิจกรรมส่งออกในปีฐาน (Incumbents) และ กลุ่มผู้ส่งออกที่เข้าสู่ตลาด (Entrants) หรือกล่าวง่าย ๆ คือ ผู้เล่นหน้าเก่า กับผู้เล่นหน้าใหม่ การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกโดยรวมจะมีที่มาจากทั้ง 2 กลุ่ม คือ เกิดจากการขยายหดตัว หรือการจากไปของผู้เล่นหน้าเก่า และการขยายตัวอันเกิดจากการเข้าสู่ตลาดของผู้เล่นหน้าใหม่

รูปที่ 1: การเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกแยกตามกลุ่มผู้ส่งออก (2001-2015)



ที่มา: กรมศุลกากร คำนวณโดยผู้เขียน

รูปที่ 1 สรุปภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกและจำนวนผู้ส่งออกในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา การเติบโตในช่วงแรกถูกขับเคลื่อนโดยผู้ส่งออกหน้าเก่า (Incumbents) ที่อยู่ในตลาดเป็นส่วนใหญ่ โดยมีผู้ประกอบการใหม่ที่เข้ามาในตลาดเป็นส่วนเสริม ถัดมาในช่วงคาบเกี่ยววิกฤตการณ์การเงินโลกระหว่าง 2007-2011 อัตราเติบโตเฉลี่ยลดลงกว่าครึ่งของช่วงก่อนหน้า การเติบโตที่มาจากผู้เล่นหน้าเก่าและใหม่ลดลงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ทว่าในช่วงหลัง ผู้เล่นเดิมในตลาดอ่อนแรงลงค่อนข้างมาก จนเราจะเห็นได้ว่าช่วงปี 2011-2015 การเติบโตหลักมาจากผู้เล่นหน้าใหม่ (Entrants = 2.4%) ในขณะที่ผู้ส่งออกหน้าเก่ากลับจุดรั้งมูลค่าส่งออกโดยรวม (Incumbents = -0.5%) สถานการณ์เช่นนี้สะท้อนถึงความยากลำบากในการปรับตัวของผู้เล่นหน้าเก่า ซึ่งอาจเผชิญการถดถอยจากการส่งออกสินค้าเดิม ๆ ในตลาดเดิม ๆ อย่างไรก็ดีตาม ภาคส่งออกไทยยังคงมีผู้เล่นหน้าใหม่ที่สามารถหาโอกาสในการเข้าสู่ตลาด ที่อาจมาพร้อมกับช่องทางหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งช่วยประคับประคองการส่งออกไม่ให้เกิดตัวในระยะหลัง

ตารางที่ 1: การเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าการส่งออกแยกตามลักษณะผู้ส่งออก (2011-2015)
แบ่งตามกลุ่มคู่ค้าและสินค้าหลัก

Value growth (annual avg.)	Entrants	Incumbents		Total
		Stay	Exit	
By regions				
ASEAN	3.0%	3.2%	-2.4%	3.8%
Australia	2.8%	10.9%	-4.3%	9.3%
China	3.6%	-0.4%	-3.0%	0.2%
East Asia	3.7%	0.7%	-4.1%	0.3%
EU	2.9%	-0.1%	-2.8%	0.0%
Hong Kong	5.3%	2.4%	-6.0%	1.7%
India	4.6%	2.5%	-3.4%	3.6%
Japan	2.0%	-1.7%	-1.9%	-1.6%
US	3.5%	5.3%	-3.1%	5.6%
Rest of the World	1.9%	-0.4%	-1.4%	0.1%
All regions	2.4%	1.5%	-2.0%	1.9%
By sectors				
Agricultural Products	4.8%	-3.2%	-1.7%	-0.2%
Food	1.2%	2.0%	-0.7%	2.5%
Mineral Products	1.1%	-2.4%	-3.5%	-4.9%
Chemicals & Rubbers	1.4%	-4.5%	-0.6%	-3.7%
Wood & Leather Products	5.0%	1.7%	-2.4%	4.2%
Textiles & Wearing Apparels	1.2%	-1.0%	-2.2%	-2.0%
Metals & Other Materials	2.9%	0.2%	-1.9%	1.2%
Machinery	3.8%	3.4%	-3.6%	3.6%
Transportation	1.3%	13.4%	-1.6%	13.1%
Miscellaneous	1.9%	8.1%	-1.3%	8.7%
All sectors	2.4%	1.5%	-2.0%	1.9%

จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของผู้เล่นเป็นมิติสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการ “วัดชีพจร” ของการส่งออกนอกเหนือจากการวิเคราะห์ในแบบเดิม ๆ ที่พิจารณาการเปลี่ยนแปลงเชิงมูลค่าในภาพรวมเท่านั้น ถึงแม้ว่าการส่งออกของประเทศไทยจะประกอบด้วยผู้ส่งออกไม่กี่รายที่มีขนาดใหญ่และดำเนินกิจการมานาน (ตามที่เรียบเรียงในบทความฉบับก่อน) แต่การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกกลับมาจากผู้เล่นหน้าใหม่ที่ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดในช่วงปี 2011-2015 เปรียบเทียบอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกที่เป็นผลมาจากผู้ส่งออกกลุ่มต่าง ๆ โดยแบ่งตามคู่ค้าและกลุ่มสินค้าหลัก ๆ และในกลุ่มผู้เล่นหน้าเก่าจะแยกเป็นผู้เล่นเดิมที่อยู่รอด (Stay) และผู้เล่นที่ออกไปจากตลาด (Exit)

ในมิติของคู่ค้า จากตาราง ตลาดที่มีการเติบโตอย่างโดดเด่นในช่วงนี้ ได้แก่ Australia และ US ซึ่งมีแรงขับเคลื่อนสำคัญมาจากกลุ่มผู้เล่นเดิมที่อยู่รอด อย่างไรก็ตาม หากมองไปยังตลาดอื่น ๆ จะพบว่ากลุ่มผู้เล่นหน้าใหม่นั้นมีบทบาทสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาด China และ Japan ที่ดูเหมือนว่าผู้เล่นเก่ากำลังเผชิญการหดตัว แต่ตลาดโดยรวมกลับเติบโตหรือถูกพยุงไว้ไม่ให้หดตัวมากด้วยพลังของผู้เล่นใหม่ และลักษณะเช่นเดียวกันสามารถเห็นได้ในตลาด East Asia, EU และ Rest of the World อีกด้วย

ในมิติของกลุ่มสินค้า สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่นในช่วง 2011-2015 ได้แก่ Transportation และ Miscellaneous โดยมีกำลังหลักเป็นกลุ่ม Stay แต่สำหรับสินค้าประเภทอื่น สามารถกล่าวได้ว่า พึ่งพาการส่งออกของผู้เล่นหน้าใหม่เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสินค้า Agricultural Products, Wood & Leather Products และ Metals & Other Materials

ในสนามที่เต็มไปด้วยผู้เล่นหน้าใหม่ คำถามสำคัญที่ตามมาก็คือ มีความแตกต่างอะไรบ้างระหว่างผู้เล่นหน้าใหม่กับผู้เล่นหน้าเก่า และผู้เล่นที่กระโจนเข้ามาในตลาดมีพัฒนาการไปอย่างไรหากสามารถอยู่รอดในสนามการส่งออกในงานวิจัยของผู้เขียน พบว่าผู้เล่นหน้าใหม่และผู้เล่นเดิมที่ออกจากตลาดมักมีขนาดโดยเฉลี่ยที่เล็กกว่าผู้เล่นเดิมที่อยู่รอดไม่ว่าจะวัดจากมูลค่าการส่งออกหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร และมีประสิทธิภาพที่ด้อยกว่าเมื่อวัดจากอัตราส่วนกำไรต่อสินทรัพย์ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้เล่นหน้าใหม่และผู้เล่นเดิมที่ออกจากตลาดจะมีจำนวนสินค้าและจำนวนตลาดส่งออกโดยเฉลี่ยที่น้อยกว่าผู้เล่นเดิมที่อยู่รอดอีกด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อติดตามพัฒนาการของผู้ส่งออกที่เข้ามาในตลาด ผู้ส่งออกที่สามารถอยู่รอดได้มีแนวโน้มที่จะขยายตัวทั้งในแง่ของมูลค่า จำนวนตลาด และประเภทสินค้า ดังนั้น การอยู่รอดของผู้เล่นหน้าใหม่และพัฒนาการของผู้ประกอบการเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นกุญแจสำคัญของการเติบโตของการส่งออกในอนาคต

เราคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ท่ามกลางการชะลอตัวของการส่งออกในระยะหลังนี้ ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกเป็นหลัก แต่หากมองให้ละเอียด ข้อเท็จจริงชี้ว่า ผู้ประกอบการเดิมที่เคยเป็นกำลังหลักไม่สามารถผลักดันให้เกิดการเติบโตได้อย่างในอดีต และภาคการส่งออกไทยกำลังฝากราคาอนาคตไว้ในมือผู้เล่นหน้าใหม่อย่างไม่เคยเป็นมาก่อนหรืออาจเรียกได้ว่าอยู่ในยุคผลัดใบ ดังนั้น นโยบายที่เกี่ยวข้องต้องเอื้อให้กับผู้เล่นหน้าใหม่อย่างเหมาะสม แม้จะเป็นในตลาดหรือสินค้าที่อยู่ตัวแล้วก็ตาม บทเรียนที่สำคัญ คือ หากไทยยังคงพะวงอยู่กับฐานการส่งออกเดิม ๆ ก็คงไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเป็นแน่

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเห็นของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์