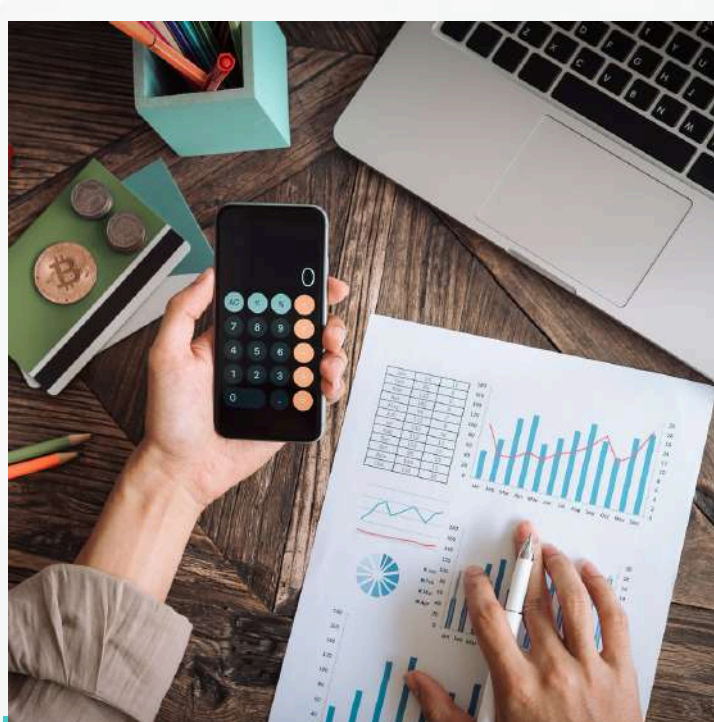
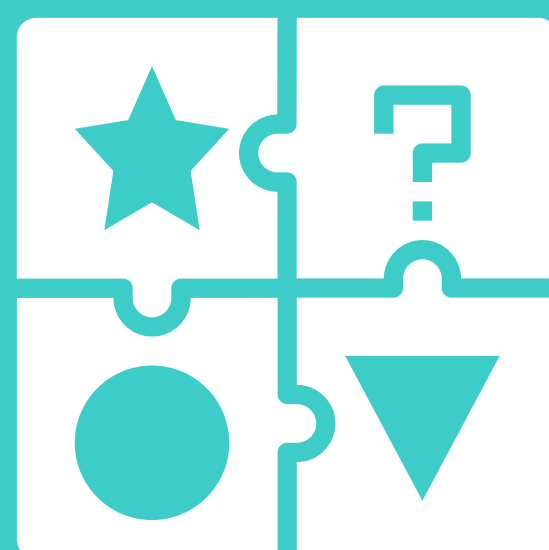


BCG Matrix สะท้อน ภาพอุตสาหกรรมไทย ในอนาคต

นายศักดิ์ชัย สินโสมนัส

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ

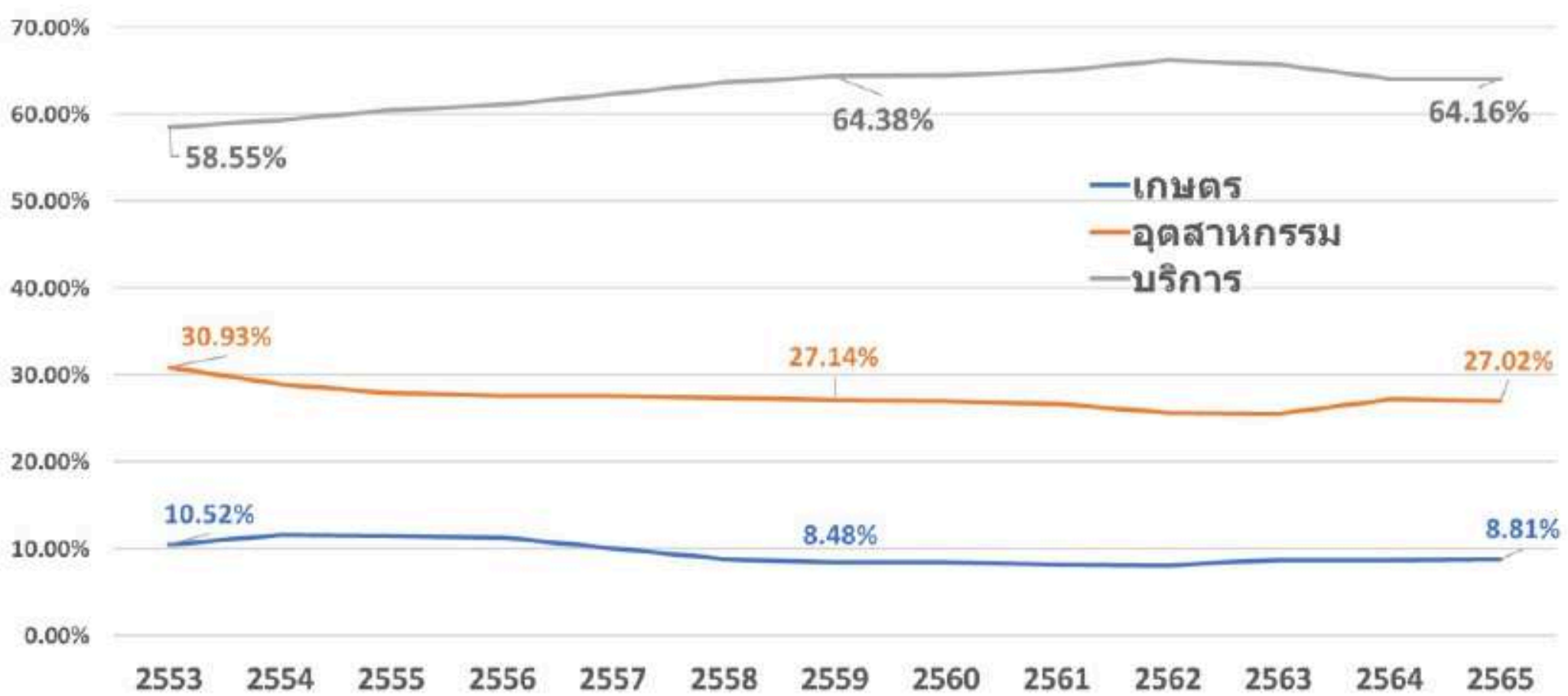
กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



สถานการณ์ภาคอุตสาหกรรมของไทย



สัดส่วน GDP จำแนกตามสาขาผลิต

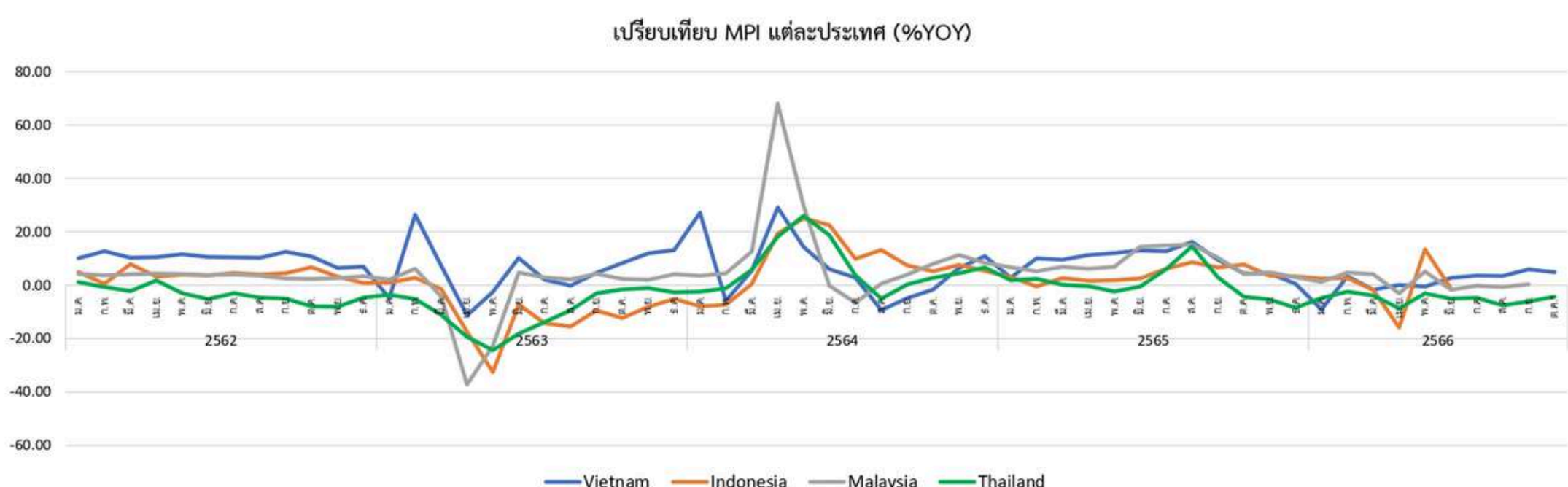


สัดส่วนของ GDP จำแนกตามสาขาการผลิต จำแนกออกเป็น 3 สาขาได้แก่ สาขาเกษตร สาขาอุตสาหกรรม และสาขบริการ จากกราฟจะพบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศภาคอุตสาหกรรม หรือ GDP ภาคอุตสาหกรรม ประกอบด้วยมูลค่าของ สินค้าและบริการขั้นสุดท้ายของการผลิตภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศมีการหดตัวลงจากร้อยละ 30.93 ในปี พ.ศ. 2553 เหลือร้อยละ 27.02 ในปี พ.ศ. 2565

ถ้าดูภาพรวมการจัดอันดับของประเทศ ASEAN พบว่าในปี พ.ศ. 2565 การจัดอันดับของไทย ลดลงอย่างชัดเจน เป็นอันดับ 32 และปรับสูงขึ้นเป็นอันดับที่ 27 ในปี 2566 ขณะที่ สิงคโปร์ เป็นอันดับที่ 1 และมาเลเซีย เป็นอันดับที่ 2



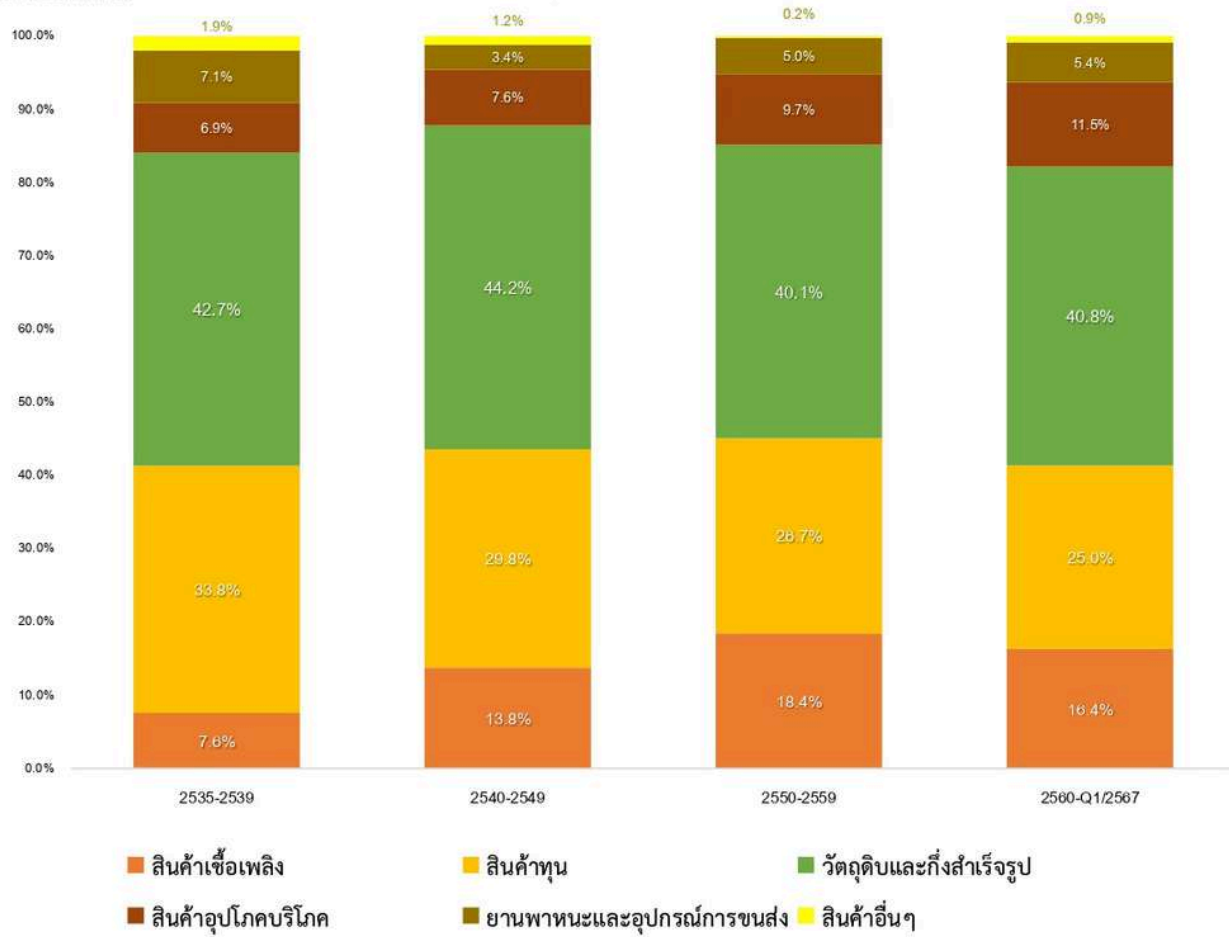
การเปรียบเทียบ MPI แต่ละประเทศโดยของประเทศไทย เป็นเส้นสีเขียว พบว่า อยู่ในเกณฑ์ 0 ถึง -20 ในช่วงปี 2566 และต่ำกว่าประเทศเวียดนาม และมาเลเซีย



สัดส่วนมูลค่านำเข้าสินค้าของไทย เฉลี่ย 4 ทศวรรษ จำแนกตาม

จำแนกตามหมวดสินค้า (เฉลี่ยสัดส่วนในแต่ละ
ช่วงปี ตั้งแต่ปี 2535 ไตรมาส 1 ปี 2567)

สินค้าจากต่างประเทศหลักเข้าไทย สัดส่วนมูลค่านำเข้า
สินค้าของไทยเฉลี่ย 4 ทศวรรษ จำแนกตามหมวดสินค้า
ได้แก่ สินค้าเชื้อเพลิง สินค้าทุน วัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป
สินค้าอุปโภคบริโภค ยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่งและ
สินค้าอื่น ๆ พบว่าสินค้ายานพาหนะ และอุปกรณ์ การขนส่ง
มีการเติบโตสูงจากสัดส่วนเดิม ร้อยละ 9.7 เป็น 11.5 ใน
ช่วงปี 2560 - ไตรมาสแรกของปี 2567

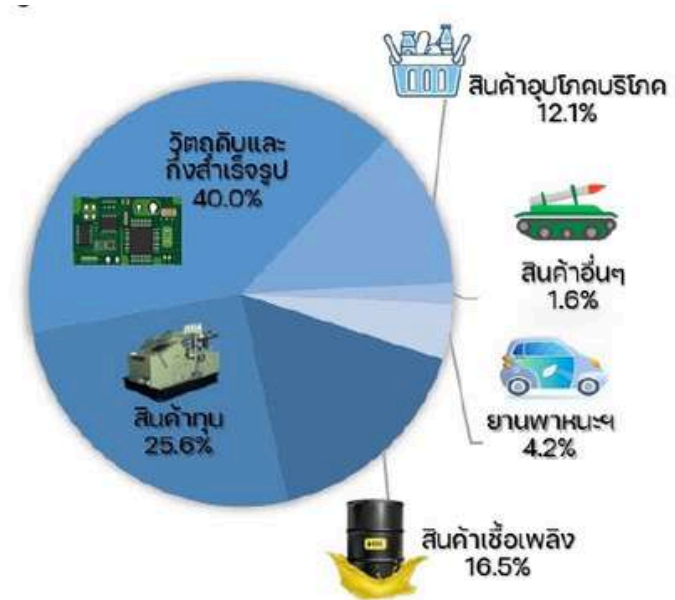


ที่มา

- ปรับปรุงจากข้อมูลจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หมายเหตุ

- ฐานข้อมูลมีข้อมูลนำเข้าเริ่มต้นที่ปี 2535 สิ้นสุดเดือนมีนาคม 2567
- Q1/2567 หมายถึงไตรมาส 1 ปี 2567 ข้อมูลช่วงเดือน มกราคม - มีนาคม 2567



สัดส่วนมูลค่านำเข้าสินค้าของไทย ไตรมาส 1 ปี 2567

สัดส่วนมูลค่านำเข้าสินค้าของไทย ไตรมาส 1
ปี 2567 พบว่าหมวดสินค้าทุน มีอัตราการขยายตัวสูง
ขึ้นร้อยละ 22.6 รองลงมาคือสินค้าอุปโภคบริโภค
สูงขึ้นร้อยละ 9.2 และในภาพรวมทุกหมวดสินค้าสูงขึ้น
ร้อยละ 8.2

หมวดสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)	สัดส่วน (%)
• เชื้อเพลิง	465,956	-16.1%	16.5%
• สินค้าทุน	686,750	+22.6%	25.6%
• วัตถุดิบ/กึ่งสำเร็จรูป	1,072,833	+12.7%	40.0%
• อุปโภคบริโภค	312,912	+9.2%	12.1%
• ยานพาหนะฯ	112,532	-13.4%	4.2%
• สินค้าอื่นๆ	41,042	+5.3%	1.6%
รวมทั้งหมด	2,692,023	+8.2%	100.0%

สินค้านำเข้า
สินค้านำเข้า (ไตรมาส 1 ปี 2567)
4.56 แสนล้านบาท **-16.1%** (YoY%)

รายการสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)
▪ น้ำมันดิบ	307,373	8.0%
▪ ก๊าซธรรมชาติ	88,790	-12.0%
▪ น้ำมันสำเร็จรูป	36,267	-6.7%
▪ เชื้อเพลิงอื่น ๆ	18,859	-2.1%
▪ ถ่านหิน	14,667	-33.4%

สินค้านำเข้า
สินค้านำเข้า (ไตรมาส 1 ปี 2567)
6.86 แสนล้านบาท **+22.6%** (YoY%)

รายการสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)
▪ เครื่องจักรกล	178,863	0.5%
▪ เครื่องจักรไฟฟ้า	174,174	2.5%
▪ คอมพิวเตอร์-ส่วนประกอบ	169,950	116.1%
▪ เครื่องมือวิทย์-ทางการแพทย์	47,049	-2.4%
▪ ผลิตภัณฑ์โลหะ	39,738	-7.9%

สินค้านำเข้า
ยานพาหนะ (ไตรมาส 1 ปี 2567)
1.12 แสนล้านบาท **-13.4%** (YoY%)

รายการสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)
▪ อะไหล่รถยนต์	66,703	-8.5%
▪ รถโดยสาร รถบรรทุก	23,673	-1.4%
▪ อะไหล่มอเตอร์ไซค์-จักรยาน	7,695	-23.7%
▪ รถยนต์นั่ง	6,858	-51.3%
▪ ยานพาหนะอื่นๆ	5,294	-3.8%

สินค้านำเข้า
วัตถุดิบ/กึ่งสำเร็จรูป (ไตรมาส 1 ปี 2567)
1.07 ล้านล้านบาท **+12.7%** (YoY%)

รายการสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)
▪ แผงวงจรไฟฟ้า	219,497	36.8%
▪ เคมีภัณฑ์	160,265	-5.1%
▪ เครื่องเพชรพลอย ๆ	141,813	65.0%
▪ เหล็กและผลิตภัณฑ์	105,088	-14.1%
▪ สินแร่ เศษโลหะ	102,117	1.4%

สินค้านำเข้า
อุปโภคบริโภค (ไตรมาส 1 ปี 2567)
3.12 แสนล้านบาท **+9.2%** (YoY%)

รายการสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)
▪ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	72,137	2.3%
▪ เวชภัณฑ์-เภสัชภัณฑ์	35,437	-2.0%
▪ ผัก ผลไม้ ของปรุงแต่ง	35,097	17.5%
▪ เครื่องใช้เบ็ดเตล็ด	22,538	10.1%
▪ เครื่องประดับอัญมณี	17,335	-5.3%

สินค้านำเข้า
สินค้าอื่นๆ (ไตรมาส 1 ปี 2567)
4.12 หมื่นล้านบาท **+5.3%** (YoY%)

รายการสินค้า	มูลค่านำเข้า (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YoY)
▪ สินค้าอื่นๆ	37,915	31.6%
▪ อารูร ยูทอปิจัย	3,127	-69.2%

ที่มา: ปรับปรุงจากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

เมื่อศึกษารายละเอียดรายการสินค้านำเข้าที่สำคัญในแต่ละหมวดสินค้า ของไตรมาส 1 ปี 2567 จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร พบว่า

- สินค้านำเข้า - น้ำมันดิบ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 8.0
- สินค้านำเข้า - คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 116.1
- วัตถุดิบ/กึ่งสำเร็จรูป - เครื่องเพชรพลอย มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 65.0
- อุปโภคบริโภค - ผัก ผลไม้ ของปรุงแต่ง มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 17.5
- มีเฉพาะหมวดยานพาหนะ ที่มีอัตราการขยายตัวลดลงในช่วงนี้



10 แหล่งนำเข้าสินค้าที่สำคัญของไทย



ที่มา: ปรับปรุงจากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หมายเหตุ: 1) มูลค่านำเข้าเป็นข้อมูล ไตรมาส 1 ปี 2567 และ ลบ. หมายถึง ล้านบาท

2) (%YoY) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีก่อน (หน่วย: ร้อยละ)

3) Share (%) หมายถึง สัดส่วนมูลค่านำเข้าจากแหล่งนำเข้าต่างๆ เทียบกับมูลค่านำเข้าทั้งหมดของไทย ไตรมาส 1 ปี 2567 (หน่วย: ร้อยละ)

ข้อมูลมูลค่าการนำเข้าทุกหมวดสินค้า ไตรมาส 1 ปี 2567 พบว่าไทยนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน สูงสุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.1 มูลค่าการนำเข้า 648,974 ล้านบาทรองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.7 และอันดับที่สามคือ จีนไทเป (ไต้หวัน) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.1 แต่พบว่า การนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น มีแนวโน้มลดลง เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีก่อน



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

แหล่งนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภค
 (ไตรมาส 1 ปี 2567)
3.12 แสนล้านบาท + 9.2% (YoY%)

หากเจาะลึกไปในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ประเทศไทยมีการนำเข้ามูลค่าสูงถึง 3.12 แสนล้านบาท ในช่วงไตรมาส 1 ของปี 2567 คิดเป็นอัตราการเติบโตสูงขึ้นร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยจำแนกเป็น

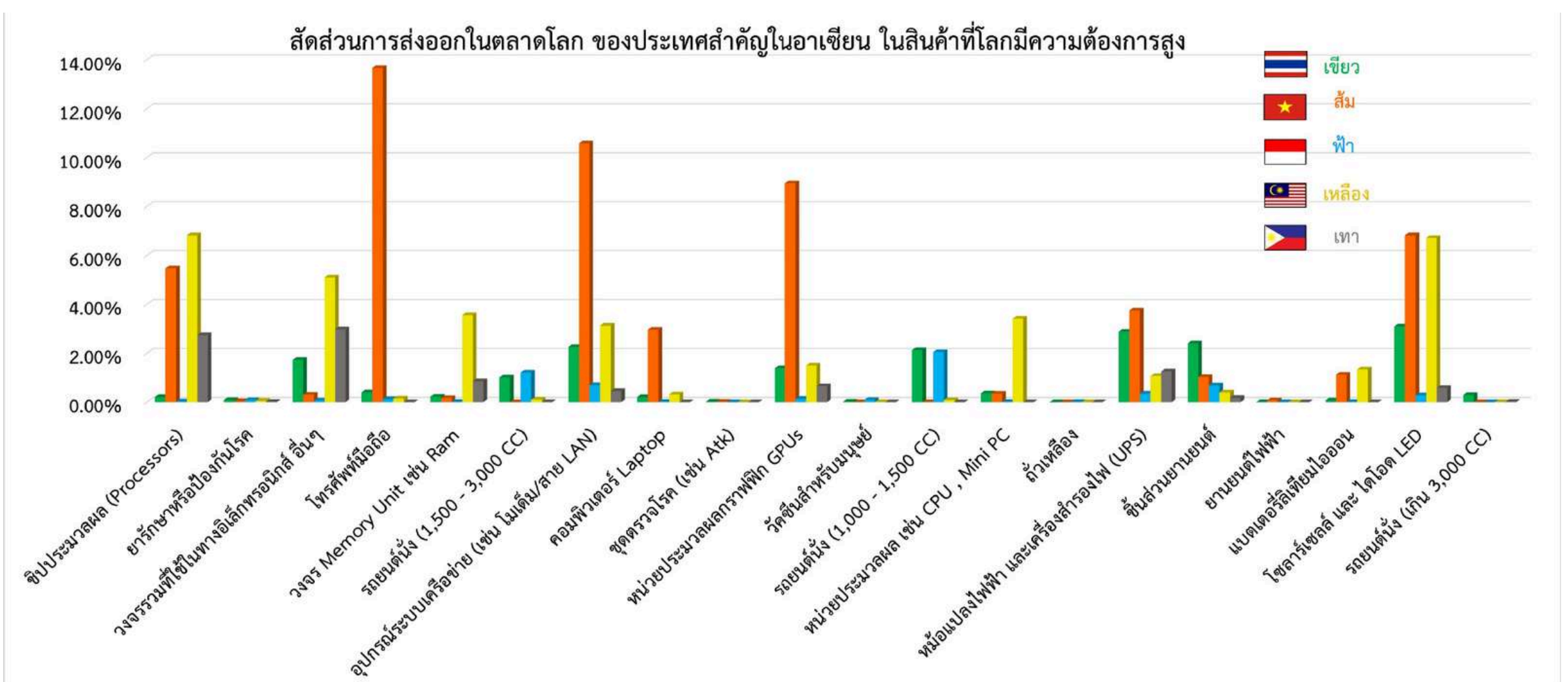
1. ประเทศจีน มีส่วนแบ่งการตลาด 37.7%
2. ประเทศเวียดนาม ส่วนแบ่งการตลาด 7.8%



สินค้าไทย
ไม่ตอบโจทก์
ตลาดโลก

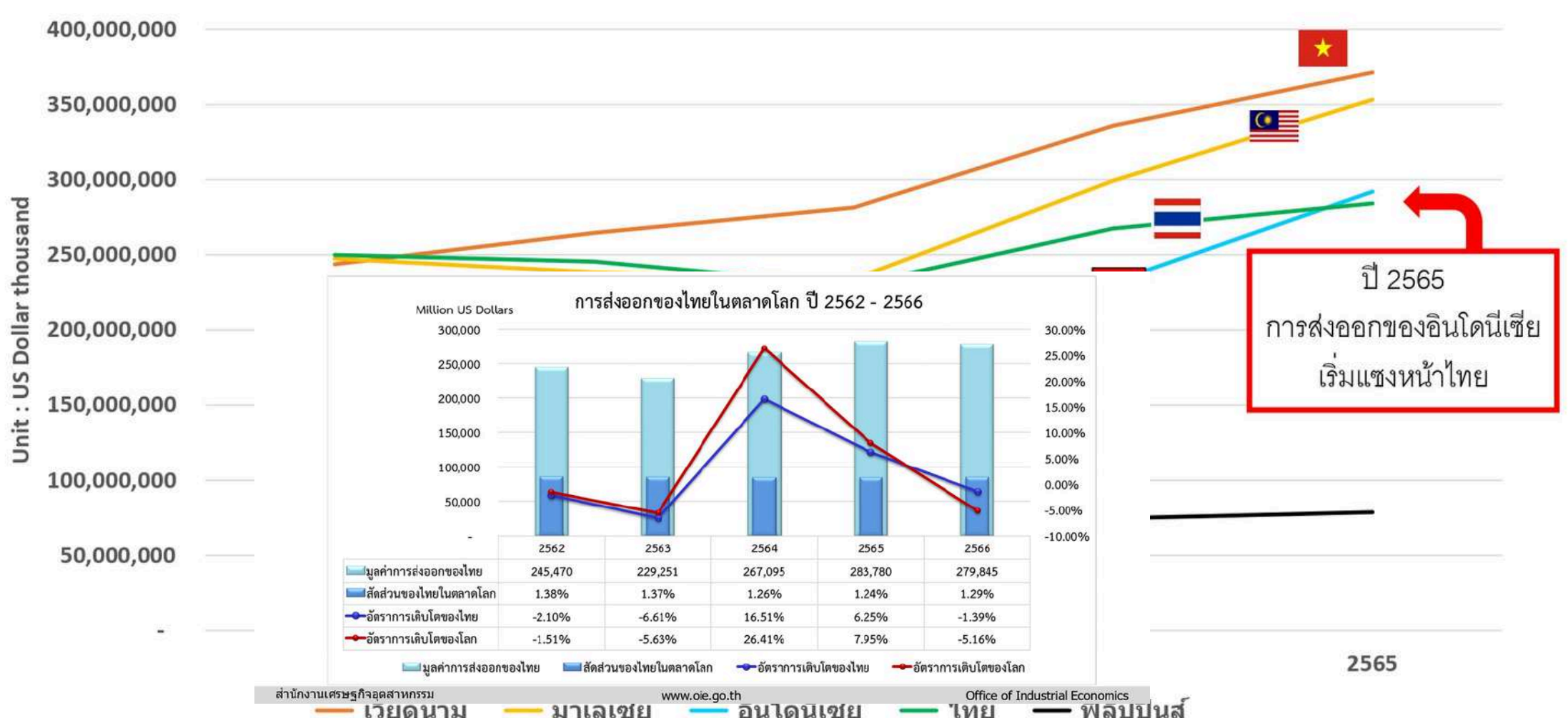
สัดส่วนการส่งออกในตลาดโลก ของประเทศสำคัญในอาเซียน ในสินค้าที่โลกมีความต้องการสูง

- เวียดนามและมาเลเซีย มีส่วนแบ่งในตลาดโลก ในสินค้าที่โลกมีความต้องการ สูงกว่าประเทศไทยค่อนข้างมากในหลายสินค้า โดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง อาทิ โทรศัพท์มือถือ เวียดนามมีส่วนแบ่งในตลาดโลก ร้อยละ 13.66
- ฟิลิปปินส์ มีส่วนแบ่งในตลาดโลก ในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับไทย
- อินโดนีเซีย มีศักยภาพในกลุ่มรถยนต์นั่ง โดยเฉพาะรถยนต์นั่งขนาดกลางและขนาดเล็ก



มูลค่าการส่งออกของประเทศที่สำคัญในอาเซียน

พบว่า การส่งออกของไทย ค่อนข้างจะคงที่ และปี 2565 การส่งออกของประเทศอินโดนีเซีย เริ่มแซงหน้าประเทศไทย เมื่อดูกราฟจะเห็นได้ชัดเจนว่า การเติบโตของอินโดนีเซีย มีการเติบโตอย่างชัดเจนและต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563



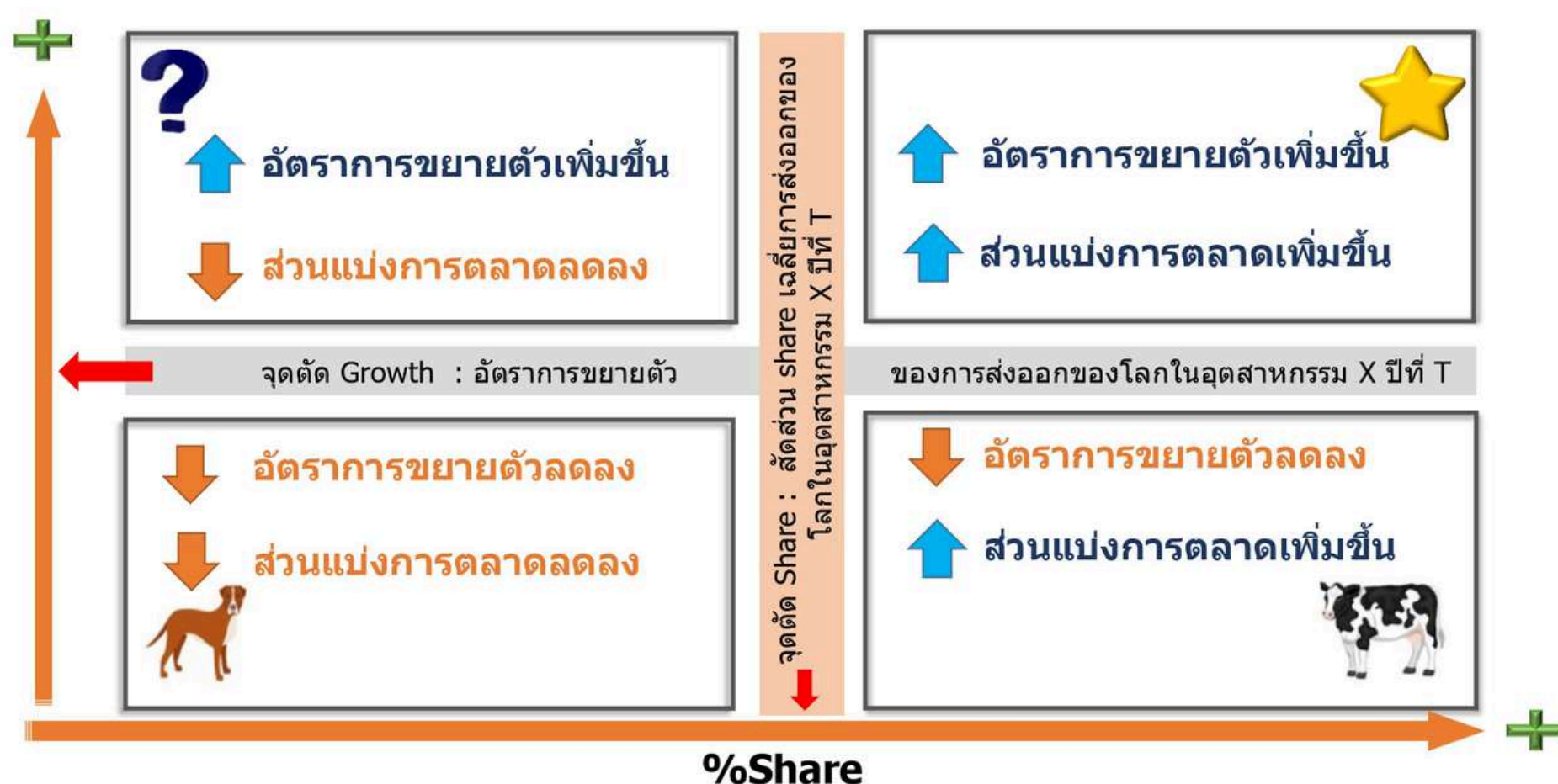
การส่งออกของไทยในตลาดโลก ปี 2562 -2566



จากข้อมูล การส่งออกของไทยในตลาดโลก ปี 2562 - 2566 พบว่าช่วงปี 2566 มีแนวโน้มลดลง อัตราการเติบโตของไทย อยู่ในอัตราติดลบ ร้อยละ -1.39 ขณะที่ อัตราการเติบโตของโลก ก็มีแนวโน้มลดลงในทิศทางเดียวกัน



BCG MATRIX BOSTON CONSULTING GROUP MATRIX

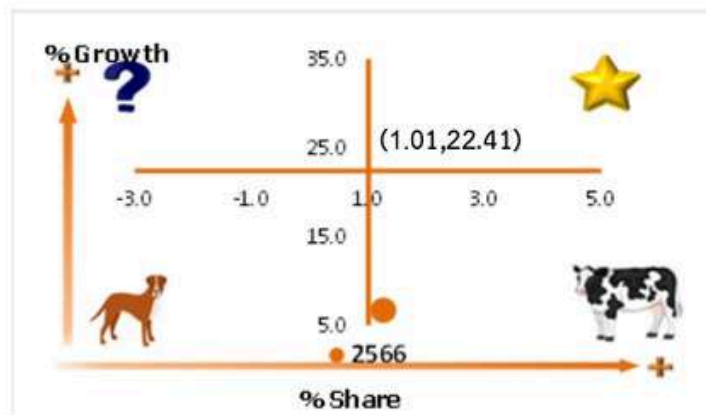
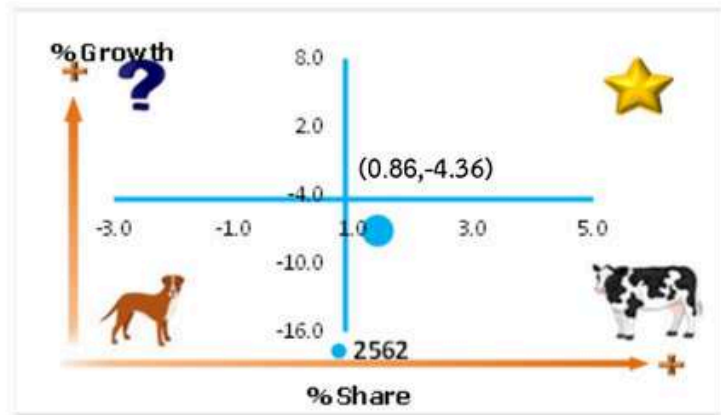


หนึ่งในเครื่องมือวิเคราะห์ธุรกิจ สำหรับการวิเคราะห์กลยุทธ์ในการวางตำแหน่งและจัดลำดับความสำคัญศักยภาพหรือ Portfolio ของสินค้าหรือบริการ โดยมีการใช้ 2 เกณฑ์ประกอบการพิจารณา คือ อัตราการเติบโตของตลาด (Market Growth Rate) และส่วนแบ่งตลาด (Relative Market Share)

การใช้ BCG Matrix วิเคราะห์กลยุทธ์



อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

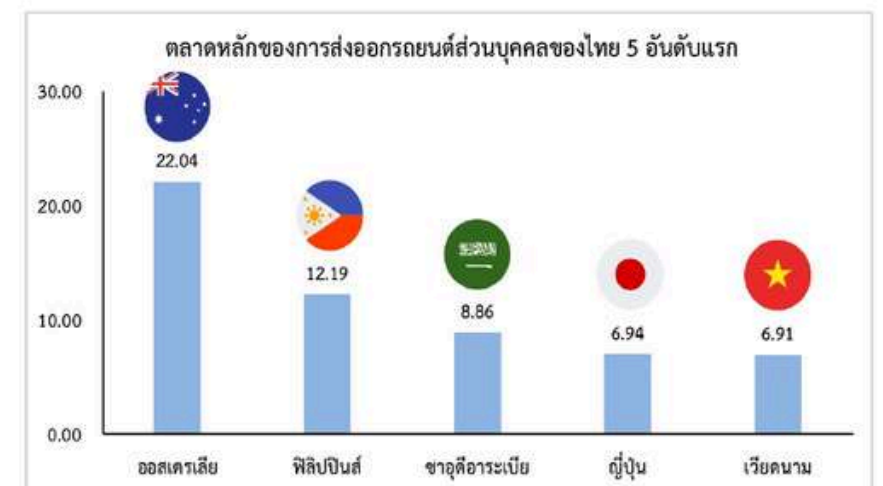
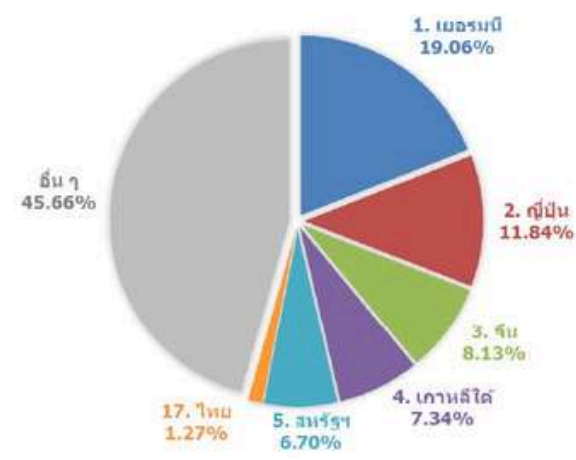


Year	BCG Matrix	
	%Growth	%Share
2562	-7.13	1.40
2566	6.72	1.27

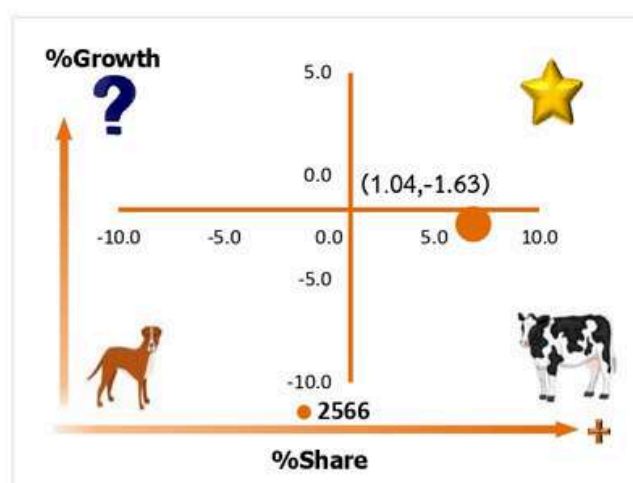
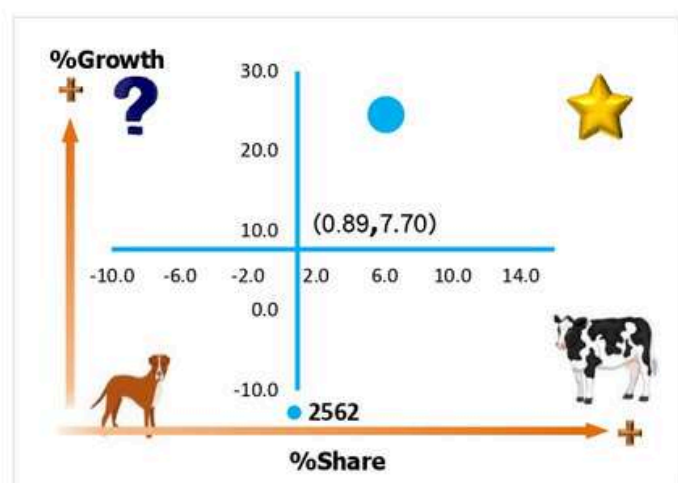
ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ส่วนบุคคล ปี 2562



ส่วนแบ่งการตลาดรถยนต์ส่วนบุคคล ปี 2566

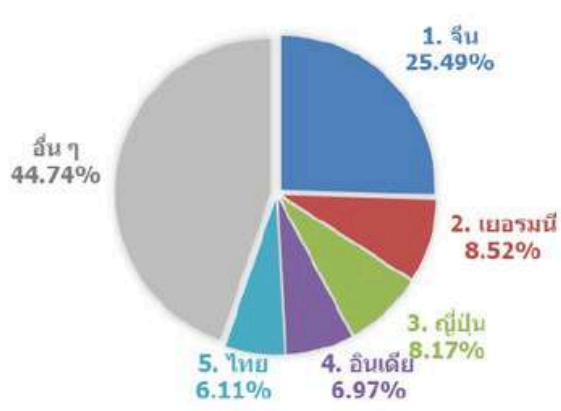


อุตสาหกรรมการผลิตจักรยานยนต์

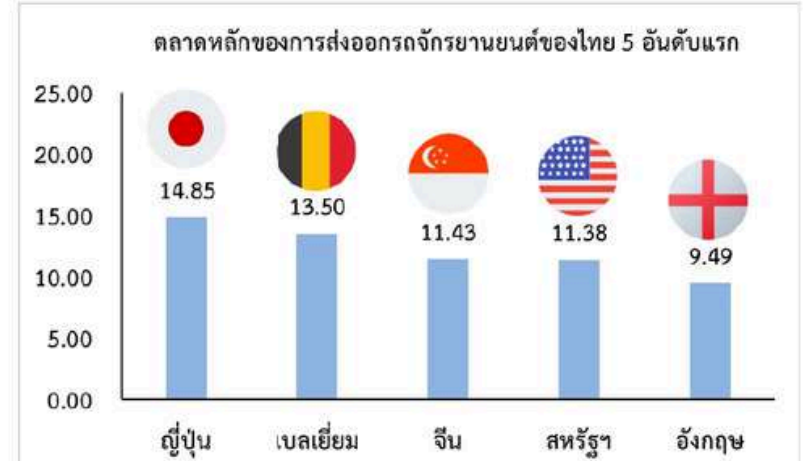


Year	BCG Matrix	
	%Growth	%Share
2562	24.56	6.11
2566	-2.33	6.87

ส่วนแบ่งการตลาดจักรยานยนต์ ปี 2562



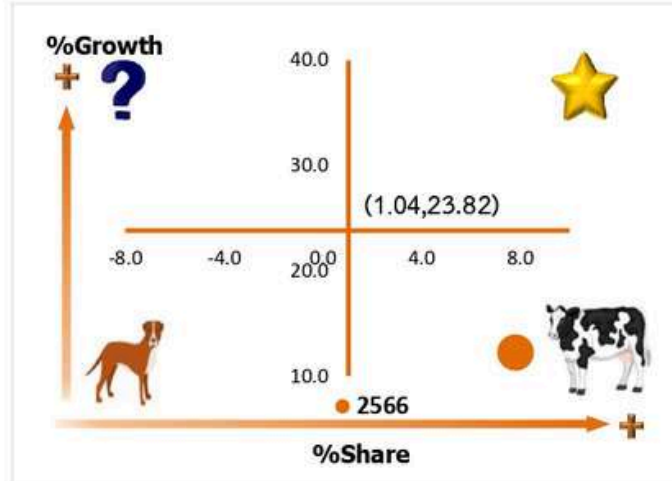
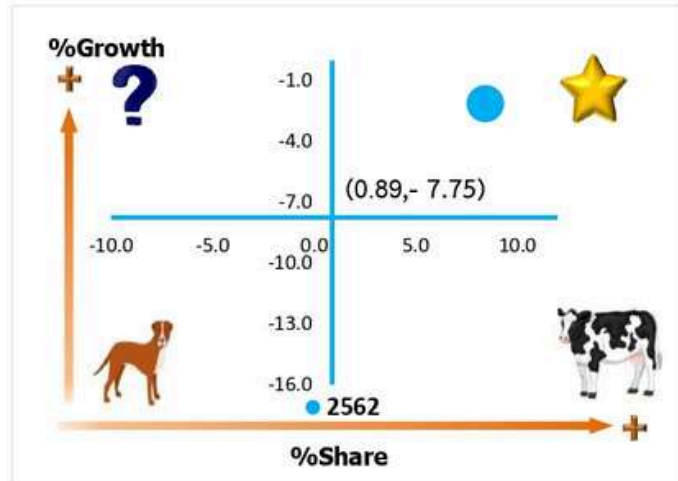
ส่วนแบ่งการตลาดจักรยานยนต์ ปี 2566



การใช้ BCG Matrix วิเคราะห์กลยุทธ์

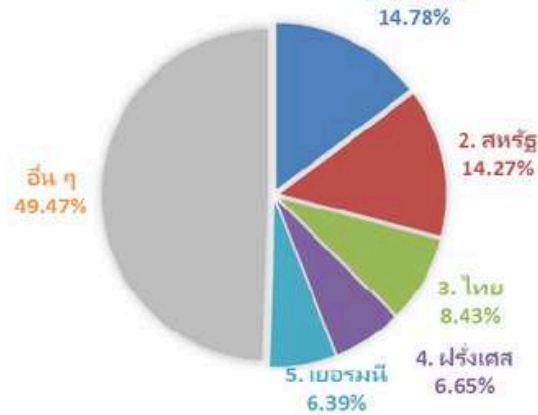


อุตสาหกรรมการผลิตกระบะ

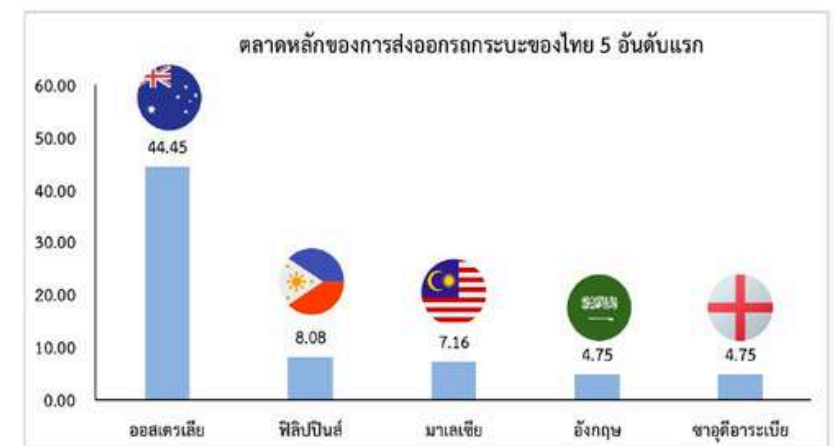
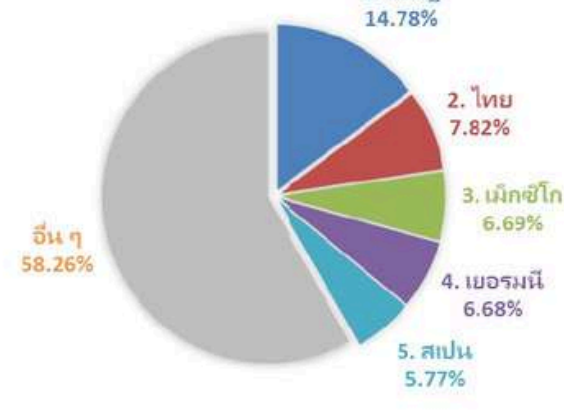


Year	BCG Matrix	
	%Growth	%Share
2562	-2.13	8.43
2566	12.25	7.82

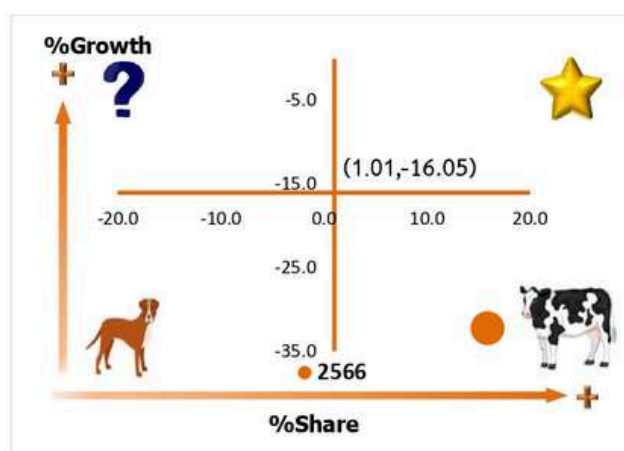
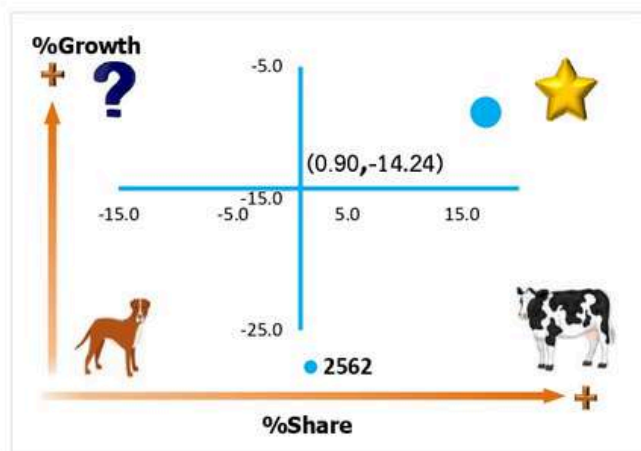
ส่วนแบ่งการตลาดกระบะปี 2562



ส่วนแบ่งการตลาดกระบะปี 2566



อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง (Hard Disk Drive)

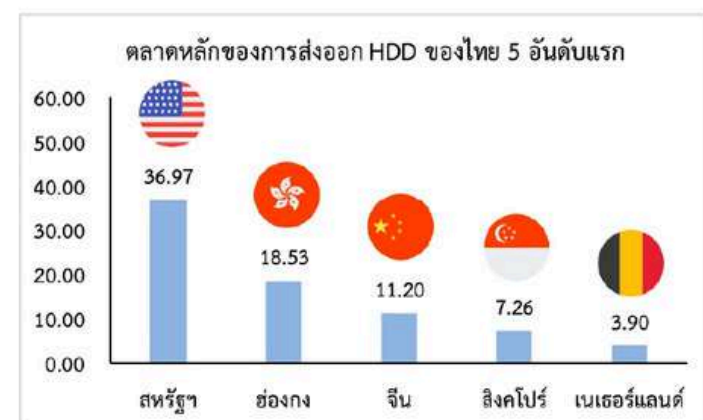
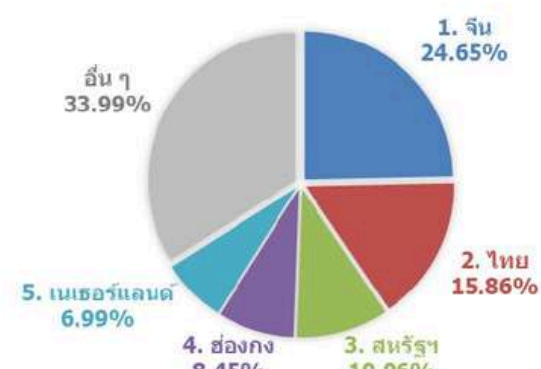


Year	BCG Matrix	
	%Growth	%Share
2562	-8.44	17.10
2566	-32.28	15.86

ส่วนแบ่งการตลาด HDD ปี 2562



ส่วนแบ่งการตลาด HDD ปี 2566



สรุปการวิเคราะห์อุตสาหกรรมไทย

อุตสาหกรรม	ตำแหน่ง BCG Matrix		แนวโน้มปี 2567	แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา
	ปี 2562	ปี 2566		
1. อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (แนวโน้มทรงตัว)	Cash Cow 	Cash Cow 	อุตสาหกรรมรถยนต์นั่งส่วนบุคคลยังคงขยายตัวได้ค่อนข้างดีในกลุ่มประเทศคู่ค้าหลัก รวมทั้งยังได้ปัจจัยหนุนจากการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า EV	สนับสนุนให้อุตสาหกรรมเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์สันดาปเป็นรถยนต์ไฟฟ้า รวมทั้งส่งเสริมให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
2. อุตสาหกรรมการผลิตรถจักรยานยนต์ (แนวโน้มชะลอตัวลง แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มได้)	Star 	Cash Cow 	อุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์มีแนวโน้มการขยายตัวได้ดีตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของตลาดคู่ค้า รวมทั้งปัจจัยหนุนจากการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า (รวมรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า)	ส่งเสริมการผลิตรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า เพื่อรองรับมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Net Zero Emission) และมาตรการอุดหนุนผู้บริโภคสำหรับซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในราคาไม่แพง
3. อุตสาหกรรมการผลิตรถกระบะ (แนวโน้มชะลอตัวลง แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มได้)	Star 	Cash Cow 	อุตสาหกรรมรถกระบะมีแนวโน้มหดตัวเนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวนและมีอัตราการเติบโตต่ำ เศรษฐกิจประเทศคู่ค้ายังคงชะลอตัว	ส่งเสริมการผลิตรถกระบะไฮบริดที่ใช้ได้ทั้งน้ำมันและไฟฟ้า
4. อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง (Hard Disk Drive) (แนวโน้มชะลอตัวลง แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มได้)	Star 	Cash Cow 	อุตสาหกรรม Hard Disk Drive มีทิศทางชะลอตัวจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และเทคโนโลยีการผลิตอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	พัฒนาเทคโนโลยีที่เน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า Cloud Computing และ Data Center ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของ HDD และขยายตลาดไปยังประเทศที่มีความต้องการสูง
5. อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนและแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ (แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น)	Cash Cow 	Star 	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ขยายตัวได้ดีตามความต้องการใช้สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในการพัฒนาประเทศยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง	ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เดิม และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา ระบบอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ โดยดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต้นน้ำ
6. อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ (แนวโน้มทรงตัว)	Star 	Star 	อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในตลาดเอเชีย เนื่องจากอัตราการถือครองเครื่องปรับอากาศที่ยังอยู่ในระดับต่ำ	นำเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น ใส่ใจสุขภาพ รวมทั้งให้ความสำคัญประหยัดพลังงาน และรักษาสีแวดล้อม
7. อุตสาหกรรมยานพาหนะ (แนวโน้มทรงตัว)	Star 	Star 	อุตสาหกรรมยานพาหนะได้รับแรงหนุนตามการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีทิศทางเร่งตัวมากขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมในหลายประเทศ รวมทั้งผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ได้ขยายการลงทุนเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยมากขึ้น	พัฒนาคุณสมบัติของยานยนต์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคควบคู่กันไปด้วย เพื่อเพิ่มศักยภาพและส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมนี้
8. อุตสาหกรรมถุงมือยาง (แนวโน้มทรงตัว)	Star 	Star 	อุตสาหกรรมถุงมือยางไทยมีโอกาสเพิ่มสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในตลาดโลกตามความต้องการใช้ถุงมือยางในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น	ยกระดับกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ถุงมือยางของโลก และช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของไทยในตลาดโลกต่อไป รวมทั้งการพัฒนาการผลิตถุงมือยางประเภทอื่นๆ
9. อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก (แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น)	Cash Cow 	Star 	อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกยังคงมีแนวโน้มหดตัวจากผลิตภัณฑ์พลาสติกบางประเภทจากมาตรการลดใช้พลาสติกในหลายประเทศผู้ประกอบการต้องปรับตัวหันไปผลิตสินค้าอื่นหรือใช้วัตถุดิบที่เป็นชีวภาพทดแทนเพิ่มขึ้น	ผู้ประกอบการจึงควรปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการเริ่มพัฒนากระบวนการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ



สรุปการวิเคราะห์อุตสาหกรรมไทย

อุตสาหกรรม	ตำแหน่ง BCG Matrix		แนวโน้มปี 2567	แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา
	ปี 2562	ปี 2566		
10. อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม (แนวโน้มชะลอตัวลง แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มได้)	Dog 	Cash Cow 	อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มมีแนวโน้มหดตัวเนื่องจากปริมาณน้ำมันปาล์มในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น	ส่งเสริมการขับเคลื่อนการเพิ่มมูลค่าน้ำมันปาล์มให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น เพื่อขยายตลาดการส่งออก
11. อุตสาหกรรมไก่แช่แข็ง (แนวโน้มทรงตัว)	Star 	Star 	อุตสาหกรรมไก่แช่แข็งมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากจุดแข็งด้านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า	การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมไก่ให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ และมาตรฐาน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้า เพื่อให้สามารถส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าได้มากขึ้น
12. อุตสาหกรรมแปรรูปผักผลไม้ (แนวโน้มชะลอตัวลง แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มได้)	Star 	Cash Cow 	อุตสาหกรรมแปรรูปผักผลไม้ขยายตัวได้ตามการฟื้นตัวของ การบริโภคตามภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าสำคัญ รวมถึงราคาปุ๋ยที่เริ่มปรับตัวลดลง	ผู้ประกอบการควรมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า รวมทั้งควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือมาตรฐานของประเทศคู่ค้า
13. อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย (แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น)	Dog 	Question Mark 	อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย มีแนวโน้มด้านอุปสงค์ของผู้บริโภคที่ลดลง เนื่องจากการลดค่าใช้จ่ายในสินค้าที่ไม่จำเป็น แต่ยังมีโอกาสเติบโตจากปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ เช่น กระแส soft Power	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความยั่งยืนและรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน การเน้นใช้วัสดุธรรมชาติในการผลิตสินค้า
14. อุตสาหกรรมเหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ (แนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น)	Dog 	Question Mark 	อุตสาหกรรมเหล็กยังมีความสามารถ และสามารถต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับภาคอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศไทยได้ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็นต่อการผลิต การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงในภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่อง	การปรับปรุงเทคโนโลยี/กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน มากยิ่งขึ้น รวมทั้งประหยัดพลังงาน และส่งเสริมการใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศ
15. อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ (แนวโน้มชะลอตัวลง แต่ยังมีโอกาสขยายตลาดเพิ่มได้)	Question Mark 	Dog 	อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้หดตัวต่อเนื่อง ตามความต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่ยังคงลดลงต่อเนื่อง	ควรใช้จุดแข็งในด้านการใช้วัตถุดิบในประเทศ เน้นการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่มีเอกลักษณ์จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

Reshaping the Future of Thailand Industry



Reshaping the Future of Thailand's Industry "เศรษฐกิจนำอุตสาหกรรม"

13 หมายเหตุ สู่การพลิกโฉมประเทศไทย





สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม องค์กรชั้นนำการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ สู่ความยั่งยืน

Industrial Development towards Sustainability