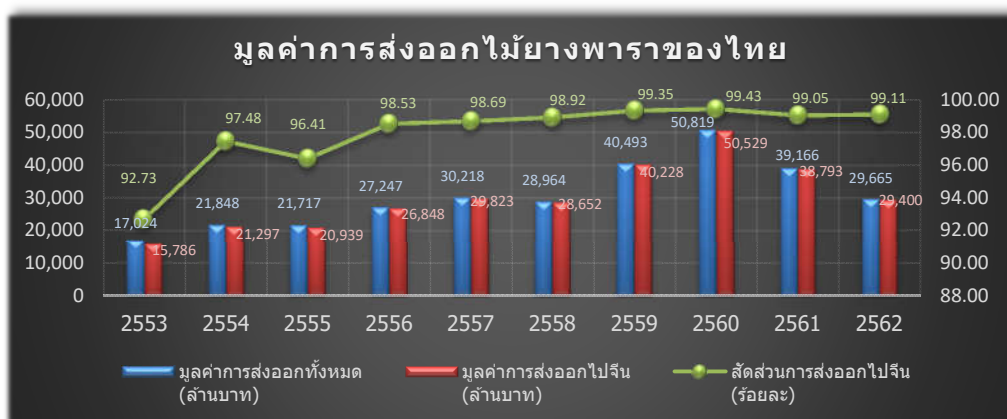


อุตสาหกรรมไม้อย่างพาราไทยจะเดินต่ออย่างไร ภายหลังวิกฤตโควิด 19

ไม้อย่างพาราเป็นไม้เศรษฐกิจเพียงชนิดเดียวของไทยในขณะนี้ได้รับอนุญาตให้มีการส่งออกได้ไม่จำกัดปริมาณ ทำให้ในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศหลายหมื่นล้านบาท โดยในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี 2553 ถึงปี 2560 มูลค่าการส่งออกไม้อย่างพาราของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทำให้ดูเหมือนกับว่าอุตสาหกรรมไม้อย่างพาราของไทยน่าจะเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความมั่นคง แต่หลังจากปี 2561 มูลค่าการส่งออกไม้อย่างพาราของไทยเริ่มมีแนวโน้มปรับลดลง ซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากปัญหาโครงสร้างตลาดส่งออกที่ในช่วงที่ผ่านมาเราพึ่งพาสถานที่เพียงตลาดเดียว ดังนั้นการหาตลาดส่งออกเพิ่มเติมจะเป็นวิธีการแก้ปัญหาที่ตรงจุดที่สุด แต่คำถามสำคัญก็คือแล้วตลาดไหนที่มีความน่าสนใจและมีโอกาสที่อุตสาหกรรมไม้อย่างพาราของไทยจะสามารถเข้าไปปักธงได้ ในบทความนี้เรามีคำตอบ

ปัญหาโครงสร้างตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมไม้อย่างพารา

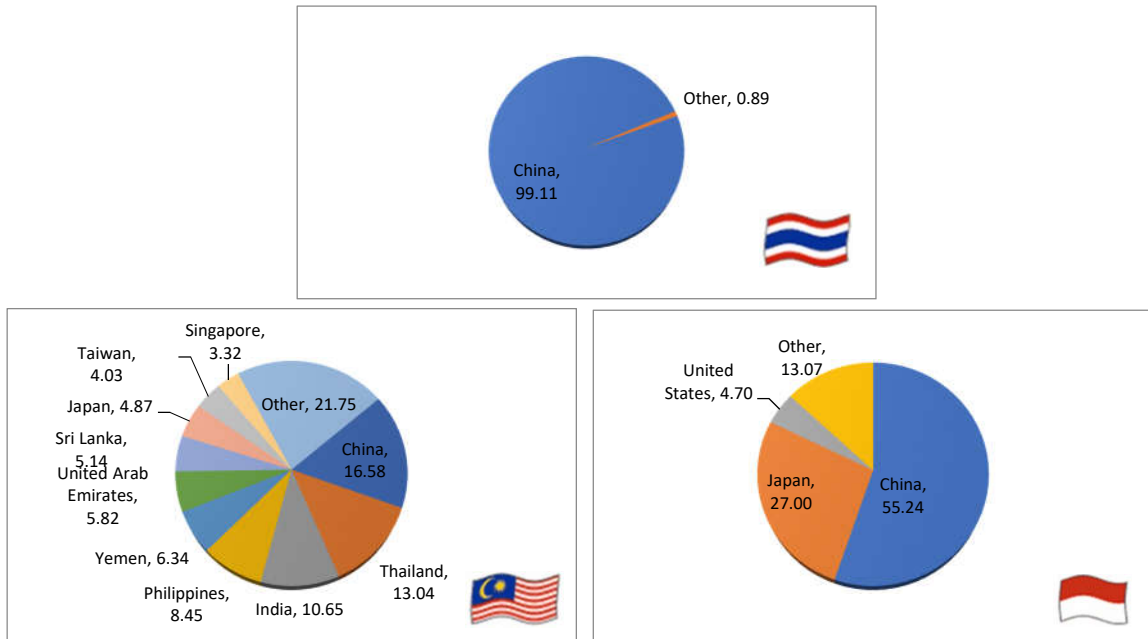
การส่งออกไม้อย่างพาราของไทยในปี 2553 ถึง 2560 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามความต้องการไม้อย่างพาราของตลาดจีนที่เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากการขยายตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ในหัวเมืองรองรวมถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในจีน แต่หลังจากที่รัฐบาลจีนเริ่มเข้มงวดกับการบังคับใช้มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้โรงงานแปรรูปไม้อย่างพาราและโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ไม่ได้มาตรฐานของจีนต้องปิดตัวลง รวมถึงผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ และล่าสุดกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกไม้อย่างพาราของไทยปรับลดลงในปี 2561 และปี 2562 ต่อเนื่องมาถึงไตรมาสที่ 1 ของปี 2563 ซึ่งปัญหาหลักก็มาจากโครงสร้างตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมไม้อย่างพาราไทยที่พึ่งพาสถานที่เพียงตลาดเดียว โดยมากกว่าร้อยละ 99 ของไม้อย่างพาราไทยถูกส่งไปที่จีน และเมื่อเกิดปัญหาที่ทำให้จีนไม่สามารถซื้อไม้อย่างพาราได้ก็จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไม้อย่างพาราของไทยในทันที



รูปที่ 1 : มูลค่าการส่งออกไม้อย่างพาราของไทย

หากเปรียบเทียบโครงสร้างตลาดส่งออกไม้อย่างพาราของไทยกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมอย่างมาเลเซียและอินโดนีเซียจะพบว่า ขณะที่ไทยพึ่งพาสถานที่ในการส่งออกเป็นหลักคู่แข่งอย่างมาเลเซียและอินโดนีเซียกลับมีการกระจายการส่งออกไปยังตลาดต่างๆ ที่มากกว่า โดยเฉพาะมาเลเซียนั้นมีตลาดส่งออกไม้อย่างพารามากกว่า 10 ประเทศ ขณะที่อินโดนีเซียมีตลาดส่งออกหลักใน 3 ประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐฯ ทำให้เมื่อเกิดปัญหากับตลาดใดตลาดหนึ่ง มาเลเซียและอินโดนีเซียยังสามารถพึ่งพาสถานที่อื่นส่งออกทดแทนได้ โดย

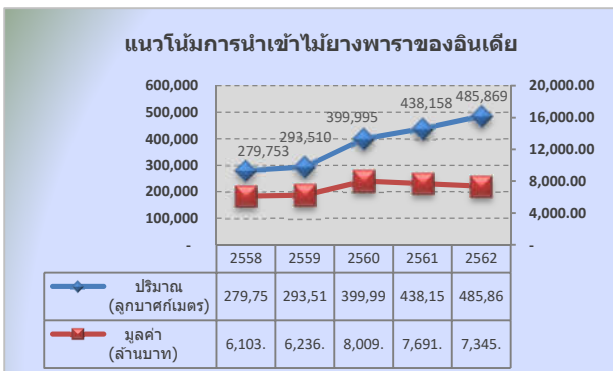
ปัญหาโครงสร้างตลาดส่งออกดังกล่าวเป็นปัญหาหลักที่อุตสาหกรรมไม้อย่างพาราของไทยไม่ให้เกิดการเติบโตอย่างที่ต้องการจะเป็น ดังนั้นภาครัฐและผู้ประกอบการควรมองหาตลาดส่งออกเพิ่มเติม ซึ่งหนึ่งในทางเลือกที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดก็คือ อินเดีย



รูปที่ 2 : โครงสร้างตลาดส่งออกไม้อย่างพาราของไทย เปรียบเทียบกับ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

อินเดีย ตลาดไม้อย่างพาราที่ไทยไม่ควรมองข้าม

ปฏิเสธไม่ได้ว่าจีนยังคงเป็นตลาดปลายทางที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของการส่งออกไม้อย่างพารา แต่เมื่อพิจารณาในอันดับรองลงมาแล้ว “อินเดีย” ก็นับว่าเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจทั้งจากจำนวนประชากรที่มีมากกว่าหนึ่งพันล้านคนซึ่งมากเป็นอันดับสองรองจากจีน ขนาดของเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก รวมถึงแนวโน้มการนำเข้าไม้อย่างพาราของอินเดียที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมภายใต้นโยบาย Make in India และ Buy in India ที่ส่งผลให้ความต้องการใช้ไม้อย่างพาราของอินเดียเพิ่มสูงขึ้นทั้งทางตรงจากอุตสาหกรรมก่อสร้างและอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และทางอ้อมจากอุตสาหกรรมขนส่ง โดยระหว่างไทยกับอินเดียยังมีความตกลงการค้าร่วมกันถึง 2 ฉบับ คือ FTA ไทย-อินเดีย และ FTA อาเซียน-อินเดีย ทำให้สินค้าจากไทยหลายรายการรวมถึงไม้อย่างพาราที่ส่งออกไปยังอินเดียได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า



รูปที่ 3: แนวโน้มการนำเข้าไม้อย่างพาราของอินเดีย



รูปที่ 4: แหล่งนำเข้าไม้อย่างพาราที่สำคัญของอินเดีย

ถึงแม้ว่าอินเดียจะมีพื้นที่ปลูกยางพาราเกือบ 5 ล้านไร่ และสามารถผลิตไม้ยางพาราได้เอง แต่ไม้ยางพาราที่ผลิตได้นั้นเป็นไม้ยางพาราที่มีคุณภาพไม่สูงมาก ส่วนใหญ่จึงถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นปฐมภูมิ (Primary Processed Rubber Wood Products) อย่างอุตสาหกรรมขนส่งที่ใช้ไม้ยางพาราประกอบเป็นถังบรรจุสินค้า และใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตแผ่นไม้ทดแทนไม้ธรรมชาติ เช่น ไม้อัดไฟเบอร์บอร์ด ปาร์ติเกิ้ลบอร์ด แต่ในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ไม้ยางพาราที่มีคุณภาพสูงอย่างอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูง (Secondary Processed Rubber Wood Products) นั้น จำเป็นที่จะต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเมื่อพิจารณาตัวเลขการนำเข้าไม้ยางพาราของอินเดียในปี 2562 พบว่า อินเดียมีการนำเข้าไม้ยางพาราในพิกัด 440729 และ 440799 สูงถึง 7,345.20 ล้านบาท โดยนำเข้าจากมาเลเซียมากเป็นอันดับหนึ่งที่มีมูลค่าประมาณ 1,789.65 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.36 ของทั้งหมด รองลงมาเป็นการนำเข้าจากเมียนมาและอินโดนีเซีย ในส่วนของไทยนั้นอินเดียมีมูลค่านำเข้าไม้ยางพาราตามพิกัดดังกล่าวเพียง 64.80 ล้านบาท ซึ่งถือว่าน้อยมากหากเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกันทั้งที่คุณภาพของไม้ยางพาราแทบไม่แตกต่างกัน ดังนั้นไทยเองก็น่าจะมีโอกาสที่จะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในอินเดียได้ไม่ยาก ซึ่งจากการนำร่องของภาครัฐด้วยการเดินทางเยือนอินเดียถึงสองครั้งในช่วงระยะเวลาเพียง 6 เดือน ณ เมืองเศรษฐกิจสำคัญอย่าง มุมไบ เจนไน บังกาลอร์ และไฮเดอราบัด เพื่อเป็นสักขีพยานในการลงนามบันทึกความเข้าใจระหว่างสมาคมธุรกิจไม้ยางพาราไทยกับสมาคมผู้ผลิตและผู้ค้าเฟอร์นิเจอร์แห่งอินเดีย และการหารือในความร่วมมือด้านไม้ยางพาราที่สามารถสร้างยอดขายได้ทันทีในครั้งแรกกว่า 130 ล้านบาท ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของการบุกตลาดอินเดียอย่างจริงจังของอุตสาหกรรมไม้ยางพาราไทย ทำให้เห็นได้ว่าไม้ยางพาราของไทยก็เป็นที่ต้องการและน่าจะสามารถป้อนได้ในตลาดอินเดีย

Make in India & Buy in India โอกาสของอุตสาหกรรมไม้ยางพาราไทย



Make in India คือนโยบายที่รัฐบาลอินเดียกำหนดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศด้วยการส่งเสริมให้บริษัทต่างๆ เข้ามาตั้งฐานการผลิตหรือร่วมทุนกับภาคเอกชนของอินเดียรวมถึงการลดขั้นตอนในระบอบราชการที่มีความยุ่งยากซับซ้อนลง เพื่อพัฒนาให้อินเดียเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลก (Manufacturing Hub) และมี Buy in India เป็นนโยบายที่จะช่วยผลักดันให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยการกำหนดเงื่อนไขให้หน่วยงานภาครัฐจะต้องจัดซื้อหรือประมูลสินค้าที่มีมูลค่าอย่างต่ำ 2 ล้านรูปี หรือประมาณ 8.4 แสนล้านบาทต่อปี จากผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบในประเทศมากกว่าร้อยละ 50 และต้องซื้อจากผู้ประกอบการท้องถิ่นเท่านั้นสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าตั้งแต่ 5 แสน ถึง 5 ล้านรูปี โดยสินค้าหลักๆ ที่ภาครัฐจะต้องจัดซื้อภายใต้เงื่อนไขดังกล่าวจะครอบคลุมถึงเฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้ในสำนักงาน และวัสดุก่อสร้างที่จะใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศด้วย

โดยทั้ง Make in India และ Buy in India น่าจะส่งผลดีกับอุตสาหกรรมไม้ยางพาราไทยในแง่ของการสร้าง Demand หรือความต้องการใช้ไม้ยางพาราให้เกิดขึ้นในอินเดียไม่ว่าจะเป็นในอุตสาหกรรมก่อสร้างสำหรับการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและโครงการขนาดใหญ่ของรัฐที่กำลังเกิดขึ้น หรือในอุตสาหกรรมขนส่งที่น่าจะเติบโตควบคู่กับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ และที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลโดยตรงกับอุตสาหกรรมไม้ยางพาราไทยก็คือ การเติบโตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในอินเดียที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการที่ภาครัฐจะต้องจัดซื้อเฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้สำนักงานจากผู้ผลิตภายในประเทศ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดทุกท่านคงจะเห็นได้ว่า วิกฤตต่างๆ ที่เกิดขึ้นในจีนตั้งแต่การบังคับใช้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมในภาคอุตสาหกรรม สงครามทางการค้า และล่าสุดกับวิกฤตโควิด 19 เป็นกระจกที่สะท้อนให้เราเห็นถึงสภาพปัญหาที่มีอยู่ของอุตสาหกรรมไม้อย่างพาราไทยได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับปัญหาโครงสร้างตลาดส่งออกของตัวอุตสาหกรรมเองที่ไม่หลากหลายต้องพึ่งพาจีนเป็นหลัก ทำให้เมื่อเกิดปัญหาที่ส่งผลให้จีนไม่สามารถรับซื้อไม้อย่างพาราได้ อุตสาหกรรมไม้อย่างพารารวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องของไทยก็จะได้รับผลกระทบในทันที ดังนั้นวิธีการแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดที่สุดก็คือจะต้องขยายตลาดส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ โดยอินเดียถือได้ว่าเป็นตลาดมีความน่าสนใจและอุตสาหกรรมไม้อย่างพาราของไทยมีโอกาสที่จะเข้าไปปักธงได้มากที่สุด สาเหตุนั้นก็มาจากการที่ไม้อย่างพาราของไทยได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีจากความตกลงการค้ารวมถึงการที่อินเดียอยู่ระหว่างการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศที่ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ไม้อย่างพาราเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ถ้าหากผู้ประกอบการสามารถใช้ช่วงเวลานี้ขยายตลาดส่งออกไม้อย่างพาราไปยังอินเดียได้ อุตสาหกรรมไม้อย่างพาราของไทยก็น่าจะมีโอกาสกลับมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตเป็นบวกอีกครั้ง

นายพิชิตพล แก้วงาม
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
กองนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

เอกสารอ้างอิง

1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2561). โอกาสสินค้าไม้ยางพาราและผลิตภัณฑ์ในอินเดีย. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563, จาก www.ditp.go.th
2. มีนา กลการวิทย์. จาก Make in India สู่ Buy in India อีกก้าวกับการหนุนอุตสาหกรรมในประเทศ. สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองมুমไบ. ค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2563, จาก www.thaiembassy.org
3. ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจไทย-อินเดีย. Thai-india business information center. ค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2563, จาก www.thaiindia.net
4. สคร มุมไบ. (2559). โครงการ “เมคอินอินเดีย” (Make in India). กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. ค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2563, จาก www.ditp.go.th
5. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. Global Trade Atlas. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563, จาก www.gtis.com
6. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. Rubber Intelligence Unit. ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563, จาก <http://rubber.oie.go.th>