



สำนักงาน
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม
OFFICE
OF INDUSTRIAL ECONOMICS
www.oie.go.th

วารสาร

เศรษฐกิจ

อุตสาหกรรม

ปีที่ 7 ฉบับที่ 24 เดือนเมษายน - มิถุนายน พ.ศ. 2554 ISSN : 1905-0992



● **เปิดประตูทุกตลาด** ลาตินอเมริกา

● รถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล **ECO CAR**

● สัมภาษณ์พิเศษ **สมศักดิ์ จุลแสน**

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 1





สำนักงาน | OFFICE
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OF INDUSTRIAL ECONOMICS
www.oie.go.th

วารสาร

เศรษฐกิจ

อุตสาหกรรม

ปีที่ 7 ฉบับที่ 24 เดือนเมษายน - มิถุนายน พ.ศ. 2554

บทนำวิชาการ

ปีนี้ผมเริ่มมาตั้งแต่ต้นเดือนพฤษภาคม จะยาวไปสิ้นสุดเดือนไหนก็ยังไม่รู้ ดินฟ้าอากาศเปลี่ยนแปลงไปไม่ได้มีแต่บ้านเรือนกระทู้กันๆ ก็วิกฤตแปรปรวนอยู่ในภาวะไม่เคยพบเคยเห็นเหมือนกัน:

พูดถึงเรื่องวิกฤต บทความในเล่มก็มีคำว่า “วิกฤต” อยู่หลายเรื่อง ทั้งที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติผสมปนเปกันไปจนบางทีแยกไม่ออก ทั้งเหตุและผลล้วนส่งต่อกันเป็นลูกโซ่ ดูประเทศญี่ปุ่นที่ประสบปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นเช่นเดียวกัน แล้วไปแล้วโอกาสใหม่ๆ ก็มาจากวิกฤตได้เช่นเดียวกัน

...ดูตัวอย่างอุตสาหกรรมรถยนต์ที่มีเส้นทางวิ่งมาอย่างยาวนาน วันนี้อุตสาหกรรมพลังงานมาตรฐานสากล หรือ **Eco car** ก็ยังเป็นแนวโน้มอนาคตที่แน่นอนนะ:

“สัมภาณพิเศษ” ทำความรู้จักกับ “สมศักดิ์ จุลแสน” กับอนาคตอุตสาหกรรมรายสาขาของไทยบนเส้นทางเดินสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งจะเริ่มจุดสตาร์ทในปี 2558 อันใกล้นี้แล้ว

ด้วย ความปรารถนาดี
บรรณาธิการ

ที่ปรึกษา

นางสุกฤษฎี พุ่มพา	ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
นายอภิวัฒน์ อสมารณ	รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
นายพิชัย ตั้งนะเขื่อนนันต์	รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
นายวิรัชศักดิ์ คุปประเสริฐ	ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้น้ำและต่อนภัยอุตสาหกรรม
นางอัจฉริยา เทพธนะพงศ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ
นายอิทธิชัย ปัทมสิริวัฒน์	ผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

บรรณาธิการบริหาร

นางวารี จันทร์นตร	ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง
-------------------	----------------------------

คณะบรรณาธิการ

นายอานนท์ เศรษฐกิจกรังกร, นางสาวสมพิศ นาคสุข, นางสาววรางคณา พงศาปาน, นางอารียา สุภาพ, นางสาวอุบลวรรณ หลอดเงิน, นายชัยพร มานะกิจจงกล, นายกฤษฏา นุรักษ์, นายบุญอนันต์ เสวตสิทธิ์

สารบัญ

เปิดประตูสู่ตลาด ลาตินอเมริกา	1
รถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล Eco car	6
ภาพถ่ายแห่งอนาคตของไทย ฝ่าวิกฤตการณ์อาหารโลก	11
“วิกฤตน้ำมันพืช” ระเบิดเวลาลูกแรก... อุตสาหกรรมอาหารไทย	14
วิกฤตแรงงานสิ่งทอไทย... แก้ปัญหานี้ไม่ได้แข่งขันลำบาก	17
สัมภาณพิเศษ สมศักดิ์ จุลแสน พอ.ส. 1	20
ดัชนีอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 1 ปี 2554	23
เครือข่ายอุตสาหกรรมรองเท้า พว สศอ.	25
ความประทับใจ จากแผ่นดินไหวประเทศญี่ปุ่น	27
กฎแห่งเลขสาม	29
“รอบรู้ เศรษฐกิจอุตสาหกรรม”	32
OIE BUSINESS INDICATORS	34

● สนใจรับเป็นสมาชิกวารสารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม หรือให้ข้อเสนอแนะได้ที่ :

กลุ่มประชาสัมพันธ์และบริการห้องสมุด สำนักบริหารกลาง

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

โทรศัพท์ : 0 2202 4274, 0 2202 4284

โทรสาร : 0 2644 7023

www.oie.go.th

● บทความและข้อเขียนที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นทัศนะส่วนบุคคลของผู้เขียน

เปิดประตูบุกตลาด ลาตินอเมริกา

อัจฉริยา เทพนิมพวงศ์
ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ



ในขณะที่สถานการณ์เศรษฐกิจโลกยังมีความไม่แน่นอน ตลาดหลักของไทยอย่างสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ยังไม่สามารถหาทางออกจากวิกฤตเศรษฐกิจและการเงินได้ ชั่วร้ายญี่ปุ่นยังมาประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติที่มีความรุนแรงที่สุดในรอบหลายสิบปี รวมทั้งวิกฤตโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ นอกจากนี้ ยังมีปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองในตะวันออกกลาง และในส่วนของประเทศไทยเองก็ประสบปัญหาการแข็งค่าของเงินบาท สิ่งเหล่านี้เป็นเหตุทำให้รายได้จากการส่งออกของไทยหดตัวลงอย่างมาก การมองหาตลาดและคู่ค้าใหม่ ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่นอกจากจะทำให้ประเทศไทยสามารถกระจายความเสี่ยงได้เพิ่มขึ้นแล้วยังอาจนำไปสู่ธุรกิจใหม่ สินค้าและบริการใหม่ หรือนวัตกรรมเพื่อตอบสนองผู้บริโภคใหม่ ๆ เพื่อชดเชยเม็ดเงินที่ขาดหายไป

ปัจจุบัน ตลาดคู่ค้าที่สำคัญอันดับหนึ่งของไทยคือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน ซึ่งเป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีพลวัตมากที่สุดในโลก อย่างไรก็ดี อีกภูมิภาคหนึ่งที่กำลังโดดเด่นและเป็นที่สนใจของหลายประเทศคือภูมิภาคหรือกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา ซึ่งถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ทั้งในแง่ของจำนวนประชากร และในแง่กำลังซื้อ มีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว รายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงประมาณ 2 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อหัวของไทย และที่สำคัญประเทศในภูมิภาคนี้ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกไม่มากนัก ดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของกลุ่มลาตินอเมริกาปี 2552 ที่บางประเทศยังคงขยายตัว และบางประเทศก็หดตัวเพียงเล็กน้อย ขณะนี้ หลาย ๆ ประเทศในโลกเริ่มเห็นถึงโอกาสทางการตลาดในภูมิภาคหรือกลุ่มประเทศลาตินอเมริกามากขึ้น ทั้งประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน บราซิล สิงคโปร์ อินเดีย โดยเฉพาะมาเลเซียได้เริ่มบุกตลาดลาตินอเมริกามามากกว่า 10 ปีแล้ว สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) เป็นหน่วยงานหนึ่งให้เห็นสู่ทางการขยายตลาดสินค้าอุตสาหกรรมในกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา จึงได้ทำการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยว

กับศักยภาพของสินค้าอุตสาหกรรมไทยที่จะเข้าไปแข่งขันในตลาดลาตินอเมริกาได้อย่างเข้มแข็ง

“โอล่า ลาตินอเมริกา”

ก่อนจะเข้าประเด็นเนื้อหาศักยภาพของสินค้าอุตสาหกรรมไทย ขอทบทวนและทำความเข้าใจกับภูมิภาคลาตินอเมริกาก่อน จากข้อมูลพื้นฐาน จะเห็นว่าภูมิภาคลาตินอเมริกาเป็นภูมิภาคกว้างใหญ่และมีความหลากหลายของเชื้อชาติและวัฒนธรรม มีอาณาเขตครอบคลุมประเทศในอเมริกากลาง แคริบเบียน และอเมริกาใต้ ประกอบด้วยประเทศน้อยใหญ่รวมกว่า 47 ประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างทั้งในระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ระบบเศรษฐกิจ และระดับรายได้ มีจำนวนประชากรรวมกันสูงถึง 589.4 ล้านคน ซึ่งใกล้เคียงกับขนาดตลาดของอาเซียนและสหภาพยุโรป ภาษาหลักที่ใช้ในลาตินอเมริกา คือภาษาสเปนและภาษาโปรตุเกส ซึ่งทั้งสองภาษามีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน ลาตินอเมริกามีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยระหว่างปี 2547 – 2553 มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับที่สูงกว่าร้อยละ 15 ยกเว้นในปี 2552 ที่ GDP หดตัวลงร้อยละ 7.02 เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม ในปี 2553 เศรษฐกิจลาตินอเมริกาก็กลับมาขยายตัวสูงถึงร้อยละ 18.53 หรือมีมูลค่าเท่ากับ 4,700 พันล้านเหรียญสหรัฐ จึงถือได้ว่าประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกามีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยสูงกว่า GDP ในกลุ่มอาเซียนมากกว่า 2 เท่า แต่ยังน้อยกว่าสหรัฐอเมริกา จีน ยุโรป และญี่ปุ่น และหากเปรียบเทียบอัตราการขยายตัวของไทยกับประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มลาตินอเมริกาแล้ว อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจไทยอยู่ในระดับกลางของกลุ่มลาตินอเมริกา

ลาตินอเมริกาเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติแร่ธาตุ เช่น น้ำมันดิบ ทองแดง เหล็ก ถ่านหิน และเป็นผู้ส่งออกสินค้าโภคภัณฑ์ที่สำคัญ สินค้าส่งออกที่สำคัญของกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา คือ ผลิตภัณฑ์การเกษตร เหมือนแร่ อาหาร และสินค้าชิ้นกลาง ส่วนสินค้านำเข้าส่วนมากเป็นสินค้าจำพวกวัตถุดิบ สินค้าชิ้นกลาง เครื่องจักร และสินค้าทุนต่าง ๆ โดยการค้าระหว่างประเทศภายในภูมิภาคลาตินอเมริกาดูแลกันยังอยู่ในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ มีอัตราการส่งออกภายในภูมิภาคโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 16 ขณะที่อัตราการนำเข้าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 18 ประเทศคู่ค้าและการลงทุนที่ใหญ่ที่สุดของลาตินอเมริกา คือ สหรัฐอเมริกา



ในการศึกษาเบื้องต้นเพื่อดูศักยภาพของสินค้าอุตสาหกรรมไทยที่จะเข้าไปแข่งขันในตลาดลาตินอเมริกา ได้ทำการคัดเลือกประเทศที่ไทยมีการส่งออกในกลุ่มลาตินอเมริกา มาก 5 อันดับแรก ได้แก่ บราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา ชิลี และโคลอมเบีย ซึ่งแต่ละประเทศมีข้อมูลพื้นฐานโดยสังเขป สรุปได้ดังนี้

บราซิล เป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคและเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทย มีประชากร 201.10 ล้านคน ขนาดของเศรษฐกิจวัดโดย GDP เท่ากับ 1,462.22 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 10,471 เหรียญสหรัฐ (ไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ที่ 4,621 เหรียญสหรัฐ) บราซิลเป็นผู้ผลิตน้ำตาลและเอทานอลรายใหญ่ที่สุดของโลก และส่งออกกาแฟ น้ำส้ม ถั่วเหลือง เนื้อ ยาสสูบ และสินแร่เหล็กรายใหญ่ของโลก เป็นผู้ผลิตเครื่องบินอันดับสี่ของโลก ผลิตซอฟต์แวร์อันดับแปดของโลก

เม็กซิโก มีประชากร 112.46 ล้านคน มีขนาดเศรษฐกิจ 8,761.63 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์และเครื่องรับโทรทัศน์ที่สำคัญและส่งออกไปสหรัฐ มากที่สุด

อาร์เจนตินา มีประชากร 41.34 ล้านคน มีขนาดเศรษฐกิจ 415.60 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย มีน้ำมัน ปศุสัตว์และเกษตรกรรมที่มีชื่อเสียง และมีรายได้จากการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงเนื่องจากภูมิประเทศมีความหลากหลาย

ชิลี มีประชากร 16.74 ล้านคน ขนาดเศรษฐกิจเท่ากับ 67,180.71 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีพืชพันธุ์ทั้งเมืองร้อนเมืองหนาว มีอุตสาหกรรมประมงที่ใหญ่ มีวินาทีคุณภาพดีราคาไม่แพง มีอุตสาหกรรมเหมืองแร่ทองคำและทองแดงที่มีชื่อ

โคลอมเบีย มีประชากร 44.21 ล้านคน ขนาดเศรษฐกิจเท่ากับ 215.0 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เคมีภัณฑ์ พลาสติก ผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องจักรกล มีเกษตรกรรม กาแฟ ถั่วลิสง ดอกไม้ ฝ้าย อ้อย

ประเทศในลาตินอเมริกาส่วนใหญ่ดำเนินนโยบายเศรษฐกิจแบบกลไกตลาดซึ่งถือว่ามีพลวัตที่น่าสนใจ โดยเฉพาะเมื่อคำนึงถึงปัจจัยด้านขนาด จำนวนประชากร แรงงาน ทรัพยากรและความสามารถในการพัฒนาของภูมิภาค นอกจากนี้ ประเทศในลาตินอเมริกายังได้มีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคที่สำคัญ ได้แก่

MERCOSUR (ตลาดร่วมอเมริกาใต้ตอนล่าง) มีสมาชิกได้แก่ อาร์เจนตินา บราซิล ปารากวัย อุรุกวัย และเวเนซุเอลา โดยมี ชิลี โบลิเวีย โคลอมเบีย และเปรู เป็นสมาชิกสมทบ เป็นการรวมกลุ่มด้านเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง มีประชากรรวมกันกว่าครึ่งหนึ่งของภูมิภาคลาตินอเมริกาทั้งหมด มี GDP รวมกันประมาณ 2.78 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ปริมาณการค้าและการลงทุนของประเทศสมาชิก MERCOSUR มีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาทั้งหมด เศรษฐกิจเป็นอันดับที่ 5 ของโลก และเป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทยในลาตินอเมริกา โดย MERCOSUR มีจุดมุ่งหมายหลักคือ การค้าเสรีระหว่างกัน

ANDEAN Community of Nations (ประชาคมแอนเดียน) มีสมาชิก 4 ประเทศ ได้แก่ โคลอมเบีย โบลิเวีย เอกวาดอร์และเปรู มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ร้อยละ 7.5 และขนาด GDP ประมาณ 369 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยกับลาตินอเมริกา

ไทยกับประเทศในภูมิภาคลาตินอเมริกาส่วนใหญมีความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจในระดับที่ไม่มากนักเนื่องจากความห่างไกลทางภูมิศาสตร์ ความไม่รู้จักกัน และความแตกต่างทางด้านภาษาและวัฒนธรรม โดยความสัมพันธ์จะเน้นด้านการค้าเป็นส่วนใหญ่ ความสัมพันธ์ด้านการลงทุนยังมีน้อยแต่มีศักยภาพที่จะพัฒนาระหว่างกันได้ในระยะยาวต่อไป

การค้า

ที่ผ่านมา ไทยมีมูลค่าการค้ากับกลุ่มประเทศลาตินอเมริกาไม่มากนัก ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยในภูมิภาค ได้แก่ บราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา ชิลี โคลอมเบีย และเปรู คิดเป็นร้อยละ 80 ของการค้าไทยกับภูมิภาคลาตินอเมริกา การส่งออกของไทยไปลาตินอเมริกา มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้น

สินค้าออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกของไทยส่งไปขายยังภูมิภาคลาตินอเมริกา ได้แก่ 1) ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 2) ผลิตภัณฑ์ยาง 3) ยางพารา 4) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ 5) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ 6) อาหารทะเลกระป๋อง 7) รองเท้าและชิ้นส่วน 8) เม็ดพลาสติก 9) ฝ้ายดิบ 10) เครื่องวิดีโอ อุปกรณ์เครื่องเสียงและส่วนประกอบ มูลค่าการส่งออกของไทยไปลาตินอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2553 มีมูลค่าการส่งออกรวมประมาณ 5,801.34 ล้านเหรียญสหรัฐ ประเทศที่ไทยส่งออกมากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ บราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา ชิลี และโคลอมเบีย โดยมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 73.17 ของมูลค่าการส่งออกของไทยไปลาตินอเมริกา อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ เช่น อาเซียน สหรัฐอเมริกา จีน และญี่ปุ่น สัดส่วนการส่งออกไปตลาดลาตินอเมริกาค่อนข้างน้อย โดยในปี 2553 คิดเป็นร้อยละ 3.0 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย

สินค้าเข้าสำคัญ 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) กาแฟน้ำมัน

พืช 2) เมล็ดน้ำมันพืช 3) เหล็กและเหล็กกล้า 4) สินแร่โลหะอื่น ๆ และเศษโลหะ 5) หนังสือและหนังสือพิมพ์ 6) ปลาแปรรูปและสัตว์อื่น ๆ ปน 7) เยื่อกระดาษและเศษกระดาษ 8) น้ำมันดิบ 9) เส้นใยใช้ในการทอ 10) ใบยาสูบ มูลค่าการนำเข้าจากลาตินอเมริกาเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยในปี 2553 มูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 3,443.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศที่ไทยมีมูลค่าการนำเข้าสินค้ามากที่สุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก ชิลี และโคลอมเบีย โดยมีสัดส่วนรวมกันร้อยละ 90.44 ของมูลค่าการนำเข้าจากลาตินอเมริกา อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่น ๆ ของไทย เช่น ญี่ปุ่น อาเซียน จีน และสหรัฐอเมริกา สัดส่วนการนำเข้าสินค้าจากลาตินอเมริกาในปี 2553 คิดเป็น

ร้อยละ 1.9 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของไทย

จากการศึกษาสถานการณ์การค้าของไทยในกลุ่มลาตินอเมริกาพบว่า ในปี 2553 การส่งออกของไทยไปลาตินอเมริกามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่ม โดยมีมูลค่าประมาณ 5,801.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 70.52 ในขณะที่มีมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 3,443.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 42.59 ซึ่งทำให้ไทยมีสถานะเกินดุลประเทศในลาตินอเมริกา แต่ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าอื่น ๆ ของไทย เช่น อาเซียน สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป มูลค่าการส่งออก และนำเข้าจากตลาดลาตินอเมริกายังค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออก นำเข้า และดุลการค้า ระหว่างไทยกับลาตินอเมริกา

	มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ				อัตราขยายตัว (%)			
	2550	2551	2552	2553	2550	2551	2552	2553
ส่งออก	4,038.46	4,872.17	3,402.11	5,801.34	36.75	20.64	-30.17	70.52
นำเข้า	2,406.86	3,669.97	2,414.68	3,443.07	28.67	52.48	-34.20	42.59
ดุลการค้า	1,631.59	1,202.20	987.44	2,358.27	50.71	-26.32	-17.86	138.83

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงพาณิชย์

การวิเคราะห์ศักยภาพสินค้าอุตสาหกรรมไทยในตลาดลาตินอเมริกา

ในการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของสินค้าอุตสาหกรรมไทยในตลาดลาตินอเมริการั้งนี้ ได้คัดเลือกเฉพาะประเทศที่ไทยมีมูลค่าในการส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรกดังที่กล่าวไว้แล้ว สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมที่นำมาศึกษาแบ่งเป็น 14 กลุ่มอุตสาหกรรมดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษา

ลำดับ	ชื่อกิจกรรม	รหัส H.S.
1	อาหารเครื่องดื่มและยาสูบ	02 , 0302-0307 , 04 , 09 , 100630, 0711-0714 ,11 ,15,16 ,17-24
2	สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม	50-63 ,67
3	ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง	41-43 ,64 ,65
4	ผลิตภัณฑ์ไม้	44-46 ,66
5	ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์	47-49
6	ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและถ่านหิน	27
7	เคมีภัณฑ์	28-38
8	ยาง และพลาสติก	39-40
9	ผลิตภัณฑ์โลหะ	68-71
10	ผลิตภัณฑ์โลหะ	72-80
11	ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะ	81-83
12	ยานยนต์และชิ้นส่วน และอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ	86-89
13	เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์	84-85
14	อุตสาหกรรมอื่น ๆ	90-97

ที่มา : ปรับปรุงจากข้อมูลกรมศุลกากร

ทั้งนี้โดยใช้เครื่องมือหลัก ๆ ในการวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกลินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ได้แก่

1. แนวคิดเมตริกซ์ความเจริญเติบโต-ส่วนครองตลาด (Boston Consulting Group Matrix - BCG Matrix) เพื่อศึกษาตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าอุตสาหกรรมไทย โดยใช้ปัจจัย 2 ตัวในการแบ่งประเภทอุตสาหกรรม ได้แก่ อัตราการขยายตัวของการส่งออก และส่วนแบ่งทางการตลาด

2. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage - RCA) เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าอุตสาหกรรมไทย ซึ่งเป็นเครื่องมืออีกตัวหนึ่งในการคัดเลือกอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ

3. ข้อมูลทุติยภูมิต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของลำดับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมไทย การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาด และความต้องการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละประเภท โดยเปรียบเทียบข้อมูลปี 2548 และปี 2552 มาประกอบการพิจารณา

ในการคัดเลือกอุตสาหกรรมไทยที่คาดว่าจะมีศักยภาพการแข่งขัน และโอกาสในตลาดบราซิล เม็กซิโก อาร์เจนตินา ชิลี และโคลัมเบีย จะแบ่งประเภทอุตสาหกรรมเป็น 2 ส่วน คือ อุตสาหกรรมที่คาดว่าจะมีศักยภาพและโอกาสมาก และอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะมีศักยภาพและโอกาสปานกลาง ซึ่งอุตสาหกรรมแต่ละประเภทต้องผ่านเงื่อนไขการคัดเลือกต่าง ๆ ดังนี้

1) อุตสาหกรรมที่คาดว่าจะมีศักยภาพและโอกาสมาก ต้องผ่านเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้

- ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต้องมากกว่า 1
- ตำแหน่งทางการตลาดอย่างน้อยต้องอยู่ในกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวสูงแต่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ
- ลำดับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต้องปรับตัวสูงขึ้น
- ส่วนแบ่งตลาดสินค้าอุตสาหกรรมต้องเพิ่มขึ้น
- อัตราการขยายตัวของการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดต้องสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าเฉลี่ย

2) อุตสาหกรรมที่คาดว่าจะมีศักยภาพและโอกาสปานกลาง ต้องผ่านเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้

- ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต้องมากกว่า 1
- ตำแหน่งทางการตลาดอย่างน้อยต้องอยู่ในกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวสูงแต่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ
- ลำดับการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมต้องปรับตัวสูงขึ้น
- ส่วนแบ่งตลาดสินค้าอุตสาหกรรมต้องเพิ่มขึ้น

จากการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือและเงื่อนไขข้างต้นพบว่าสินค้าอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพใน 5 ตลาดลาตินอเมริกา สรุปได้ ดังนี้

ตลาดบราซิล สินค้าอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพและโอกาสมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ อุตสาหกรรมเครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

ตลาดเม็กซิโก สินค้าอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพและโอกาสมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมยางและพลาสติก และ



อุตสาหกรรมอื่น ๆ ส่วนอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและโอกาสปานกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง และอุตสาหกรรมเครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

ตลาดอาร์เจนตินา สินค้าอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพและโอกาสมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารเครื่องดื่ม และยาสูบ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมยางและพลาสติก และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ ส่วนสินค้าที่มีศักยภาพและโอกาสปานกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมอื่น ๆ

ตลาดชิลี สินค้าอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพและโอกาสมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอุตสาหกรรมยานยนต์ ชิ้นส่วน และอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ ส่วนสินค้าที่มีศักยภาพและโอกาสปานกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมยางและพลาสติก

ตลาดโคลัมเบีย ไม่มีสินค้าอุตสาหกรรมที่ผ่านเงื่อนไขอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ และโอกาสมาก แต่มีบางอุตสาหกรรมที่ผ่านเงื่อนไขอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและโอกาสปานกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม และอุตสาหกรรมยานยนต์ ชิ้นส่วน และอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ

บทสรุป

ตลาดลาตินอเมริกาเป็นตลาดส่งออกตลาดหนึ่งที่น่าจับตามอง เนื่องจากเป็นตลาดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ใกล้เคียงกับตลาดอาเซียนที่เป็นตลาดส่งออกหลักของไทย นอกจากนี้ยังมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงถึง 7,974 เหรียญสหรัฐ ขณะที่ไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวเพียง 4,621 เหรียญสหรัฐ และรายได้เฉลี่ยต่อหัวในอาเซียนอยู่ที่ 3,000 เหรียญสหรัฐ แสดงให้เห็นว่าตลาดลาตินอเมริกาเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงกว่าตลาดอาเซียน ซึ่งถ้าไทยสามารถขยายตลาดในลาตินอเมริกาได้มากขึ้นจะทำให้ไทยมีรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก แต่จากข้อมูลสถานการณ์ทางการค้าของไทยกับกลุ่มประเทศลาตินอเมริกากลัพบว่าไทยมีการค้ากับประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาไม่มากนัก โดยไทยมีสัดส่วนการส่งออกไปลาตินอเมริกาเพียงร้อยละ 3.0 ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทย และมีสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 1.9 ของมูลค่าการนำเข้ารวมของไทย ทั้งนี้ อาจจะเป็นเหตุผลจากความที่อยู่ห่างไกลกันทางภูมิศาสตร์ ทำให้มีปัญหาด้านทุนทางด้านโลจิสติกส์

ตารางที่ 3 สรุปสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในตลาดลาตินอเมริกา

สินค้าอุตสาหกรรม	บราซิล	เม็กซิโก	อาร์เจนตินา	ชิลี	โคลัมเบีย
อาหารเครื่องดื่มและยาสูบ			มาก		
สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง		ปานกลาง			
ผลิตภัณฑ์ไม้					
ผลิตภัณฑ์กระดาษและสิ่งพิมพ์					
ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและถ่านหิน					
เคมีภัณฑ์					
ยาง และพลาสติก		มาก	มาก	ปานกลาง	
ผลิตภัณฑ์โลหะ					
ผลิตภัณฑ์โลหะ			มาก		
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะ					
ยานยนต์และชิ้นส่วน และอุปกรณ์ขนส่งอื่นๆ	มาก			มาก	ปานกลาง
เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์	มาก	ปานกลาง			
อุตสาหกรรมอื่นๆ	มาก	มาก	ปานกลาง		

หมายเหตุ : มาก หมายถึง เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและโอกาสมาก

ปานกลาง หมายถึง เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและโอกาสปานกลาง

ที่มา : สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ปัญหาทางด้านพาณิชย์นาวีของไทย รวมทั้งปัญหาทางด้านภาษา ความไม่คุ้นเคยกัน อย่างไรก็ตาม ปัญหาดังกล่าวไม่ใช่อุปสรรคสำคัญ หากมีความมุ่งมั่นที่จะไปให้ถึงลาตินอเมริกา และถึงแม้ตลาดสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในลาตินอเมริกาจะถูกครองโดยสหรัฐอเมริกา และจีน ในขณะที่ไทยมีตำแหน่งทางการตลาดอยู่ในลำดับท้ายของกลุ่มผู้ส่งออก แต่ก็มีแนวโน้มของอัตราการเติบโตการส่งออกที่ค่อนข้างสูง

ดังนั้น ภาครัฐและภาคเอกชนไทยควรจับมือร่วมกันเพื่อบุกตลาดสินค้าอุตสาหกรรมในลาตินอเมริกาให้มากขึ้น โดยในส่วนของภาครัฐ ถึงแม้จะมีแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาที่กำหนดให้ลาตินอเมริกาเป็นตลาดใหม่ เป็นแหล่งวัตถุดิบและแหล่งลงทุนใหม่ แล้ว แต่สิ่งสำคัญที่ควรเร่งแก้ไขอันดับแรกคืออุปสรรคด้านต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศไทยในตลาดลาตินอเมริกา การแก้ไขปัญหาทางด้านพาณิชย์นาวี และการจัดโครงการ Roadshow ในภูมิภาคลาตินอเมริกาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ภาครัฐและเอกชนของทั้งสองฝ่ายได้ทำความรู้จักคุ้นเคยและเข้าใจกันมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความร่วมมือทางด้านธุรกิจและการสร้างเครือข่ายการผลิตต่อไป นอกจากนี้ ภาครัฐควรมีการเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีไทย - เปรู ที่ได้ลงนามร่วมกันแล้ว เพื่อให้ผู้ประกอบการสนใจใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงดังกล่าวให้มากที่สุดเพื่อขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนของไทยในเปรู และสามารถใช้เปรูเป็นประตูการค้าสู่ภูมิภาคลาตินอเมริกาได้ด้วย ผู้เขียนหวังว่า การนำเสนอในครั้งนี้

จะจุดประกายให้ผู้ประกอบการไทยหันมาสนใจตลาดลาตินอเมริกามากขึ้น และเตรียมความพร้อมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การสร้างเสริมประสิทธิภาพในระบบโลจิสติกส์ ตลอดจนการพิจารณาเลือกใช้ท่าเรือที่เหมาะสม เช่น ในประเทศเปรู เพื่อเป็นศูนย์ Logistics hub และหาทางเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีไทย - เปรู อย่างเต็มที่ต่อไป ●



แหล่งข้อมูลอ้างอิง

1. กองลาตินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ กระทรวงการต่างประเทศ
2. รายงานการศึกษาศักยภาพสินค้าอุตสาหกรรมไทยในตลาดลาตินอเมริกาของ สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



รถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล

Eco car

ดุสิต อนันตรักษ์

สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 1

อุตสาหกรรมยานยนต์โลกกำลังเผชิญกับประเด็นท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาโลกร้อน (Global Warming) กระแสน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความผันผวนของราคาเชื้อเพลิง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การพัฒนาเทคโนโลยีด้านยานยนต์โลกมุ่งไปสู่การลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) ที่ปล่อยออกจากท่อไอเสียและการเพิ่มประสิทธิภาพด้านประหยัดพลังงานของรถยนต์ โดยผู้ผลิตชั้นนำของโลกต่างมีความเห็นตรงกันว่า ในระยะยาว การพัฒนาเทคโนโลยียานยนต์จะมุ่งไปสู่ระบบขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า (Electric Motor) ได้แก่ รถยนต์เซลล์เชื้อเพลิง (Fuel Cell Vehicles) รถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicles) และรถยนต์ไฮบริดแบบเสียบปลั๊ก (Plug-in Hybrid Vehicles) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การก้าวไปสู่ระบบขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้าต้องใช้ระยะเวลาอีกสักช่วงหนึ่ง ดังนั้น ในปัจจุบัน ผู้ผลิตรถยนต์ส่วนใหญ่จึงเน้นการพัฒนาเครื่องยนต์สันดาปภายในซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ให้มีประสิทธิภาพด้านประหยัดพลังงาน และลดปริมาณก๊าซ CO_2 มากยิ่งขึ้น โดยการนำระบบหรือชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยมาใช้ เช่น ระบบควบคุมการเปิดปิดวาล์วให้เหมาะสมกับรอบของเครื่องยนต์ ระบบหยุดการทำงาน of เครื่องยนต์ในช่วงรถยนต์จอดหยุดนิ่ง รวมทั้ง มีการเลือกใช้วัสดุที่มีน้ำหนักเบาแต่มีคุณสมบัติทนแข็งแรง เพื่อให้รถยนต์มีน้ำหนักน้อยลง อันจะส่งผลต่อการประหยัดเชื้อเพลิง

ภาครัฐได้เล็งเห็นถึงทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีด้านยานยนต์โลกนี้ จึงได้เปิดให้การส่งเสริมโครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในชื่อ Eco car ขึ้นในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2550 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

สร้างฐานการผลิตรถยนต์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะ (Niche Product) แตกต่างจากรถยนต์ทั่วไปที่มีการผลิตในประเทศและต่างประเทศ โครงการ Eco car ได้รับการตอบรับจากผู้ผลิตรถยนต์หลายราย ทั้งผู้ผลิตรถยนต์ที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และนักลงทุนรายใหม่ โดยภายหลังจากที่ได้รับอนุมัติส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแล้ว ผู้ผลิตรถยนต์เหล่านี้ได้ใช้เวลาประมาณ 2 – 3 ปี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผลิตรถยนต์นั่งภายใต้กรอบคุณสมบัติ “สะอาด ประหยัด ปลอดภัย” ตามที่ภาครัฐกำหนด



Nissan “March”



Honda “Brio”

ในปัจจุบัน มีผู้ผลิตรถยนต์จำนวน 2 ราย จากทั้งหมด 5 ราย ได้เปิดจำหน่าย Eco car ในตลาดเมืองไทยแล้ว เริ่มต้นด้วย ในปี 2553 บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปิดตัว Nissan March ซึ่งเป็น Eco car คันแรกในประเทศไทย ต่อมาในปี 2554 บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปิดตัว Honda Brio เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการใช้รถยนต์ที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนผู้ผลิตรถยนต์ 3 รายที่เหลือนั้น บริษัท ซูซูกิ ออโตโมบิล แมนูแฟคเจอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด คาดว่า จะเปิดตัว Eco car ในปี 2555 ส่วนบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด คาดว่า จะเปิดตัว Eco car ในปี 2556

ถึงแม้ว่า Eco car ได้วิ่งบนท้องถนนบ้านเรามาได้หนึ่งปีแล้ว แต่ประชาชนส่วนหนึ่งยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับคุณสมบัติของ Eco car ดังนั้น บทความนี้จะขอนำประเด็นเหล่านั้นมาอธิบาย เพื่อให้เกิดความกระจ่าง และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคต่อไป

1) Eco car ไม่ใช่รถยนต์ราคาถูก

คำว่า “Eco” ของ Eco car นั้น มิได้มาจาก “Economic” ซึ่งแปลว่า “ประหยัด” แต่มีที่มาจากแนวคิดที่ว่า “Ecological friendly car for modern society” หรือ “รถยนต์ที่มีความเป็นมิตรต่อระบบนิเวศน์ สำหรับสังคมทันสมัย”

การเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจและรายได้ต่อหัวของประชาชน พัฒนาการของสังคมไทยจากสังคมชนบทไปสู่สังคมเมือง และความต้องการด้านการคมนาคมของประชาชนที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต จะเป็นไปอย่างรวดเร็วเกินกว่าระบบขนส่งมวลชนโดยเฉพาะในเขตเมืองหลวง (เช่น รถไฟใต้ดิน รถไฟฟ้า รถเมล์ รถไฟ เป็นต้น) จะสามารถพัฒนาได้ทัน ดังนั้น ความต้องการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในประเทศไทยจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประชาชนทั่วประเทศ เนื่องจากการใช้รถยนต์ก่อให้เกิดผลกระทบด้าน การจราจร คุณภาพอากาศและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการสูญเสียรายได้จากการนำเข้าวัตถุดิบและน้ำมันเชื้อเพลิงของประเทศ ดังนั้น เพื่อให้การใช้รถยนต์ที่เพิ่มขึ้นนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพการจราจร และ ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้มีการกำหนดให้ Eco car มีคุณสมบัติแตกต่างจากรถยนต์ทั่วไป ดังนี้

คุณสมบัติด้านสิ่งแวดล้อม : Eco car ต้องเป็นไปตามมาตรฐานมลพิษระดับ Euro 4 ตามข้อกำหนดทางเทคนิค UNECE Reg.83 Rev.2 หรือระดับที่สูงกว่า และมีปริมาณก๊าซ CO₂ ที่ปล่อยออกจากท่อไอเสียไม่เกิน 120 กรัมต่อกิโลเมตร ตามข้อกำหนดทาง

เทคนิค UNECE Reg.101 Rev.1

คุณสมบัติด้านการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง : Eco car ต้องมีอัตราการใช้เชื้อเพลิงไม่เกิน 5.0 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร หรือ 20 กิโลเมตรต่อลิตร ตามข้อกำหนดทางเทคนิค UNECE Reg.101 Rev.1

คุณสมบัติด้านความปลอดภัย : Eco car ต้องมีคุณสมบัติในการป้องกันผู้โดยสารกรณีที่เกิดอุบัติเหตุการชนด้านหน้าของตัวรถ ตามข้อกำหนดทางเทคนิค UNECE Reg.94 Rev.0 หรือระดับที่สูงกว่า และมีคุณสมบัติในการป้องกันผู้โดยสารกรณีที่เกิดอุบัติเหตุการชนด้านข้างของตัวรถ ตามข้อกำหนดทางเทคนิค UNECE Reg.95 Rev.0 หรือระดับที่สูงกว่า

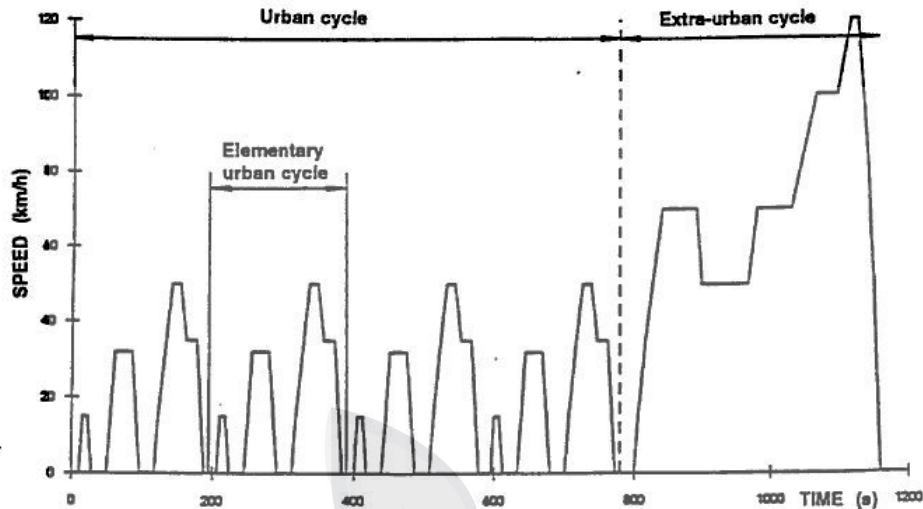
(หมายเหตุ : UNECE หมายถึง คณะกรรมการด้านเศรษฐกิจของสหภาพยุโรป (United Nations Economic Commission for Europe) ซึ่งมีคณะทำงานที่ 29 ทำหน้าที่ออกข้อกำหนดทางเทคนิคของยานยนต์ที่เป็นสากล โดยประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกประเทศภาคีความตกลงฯ ภายใต้คณะทำงานที่ 29 เมื่อเดือนพฤษภาคม 2549)

ด้วยข้อกำหนดคุณสมบัติที่เป็นสากลดังกล่าว ผู้ผลิตรถยนต์จำเป็นต้องใส่ชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ หรือใช้เทคโนโลยีการผลิตสูงเข้าไปใน Eco car เพื่อให้ผ่านคุณสมบัติด้านการประหยัดพลังงานเชื้อเพลิง ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ส่งผลให้ต้นทุนการผลิต Eco car เพิ่มสูงกว่าต้นทุนการผลิตของรถยนต์ทั่วไปที่มีการจำหน่ายในประเทศ ดังนั้น ภาครัฐจึงได้กำหนดสิทธิประโยชน์ด้านภาษีสรรพสามิตร้อยละ 17 ให้กับ Eco car โดยให้มีอัตราต่ำกว่าภาษีสรรพสามิตร้อยละ 8 ทั้งนี้ เพื่อให้สมดุลกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นของ Eco car โดยไม่ส่งผลกระทบต่อราคายาให้กับผู้บริโภค

เมื่อเข้าใจถึงที่มาและคุณสมบัติของ Eco car ดีแล้ว ผู้บริโภคคงจะไม่เกิดความสับสนระหว่าง “รถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล” กับ “รถยนต์ต้นทุนต่ำ ราคาถูก แต่ไม่มีมาตรฐาน” จากต่างประเทศอีกต่อไป

2) เมื่อนำ Eco car ไปใช้งานแล้ว อัตราการใช้เชื้อเพลิงอาจน้อยกว่า 20 กิโลเมตรต่อลิตร

วิธีทดสอบอัตราการใช้เชื้อเพลิงตามมาตรฐาน UNECE R101, Rev.1 (the approval of passenger cars powered by an internal combustion engine only, or powered by a hybrid electric power train with regard to the measurement of the emission of carbon dioxide and fuel consumption) จะกระทำโดยการนำรถยนต์ทดสอบมาวิ่งบนแชสซีส์ไดนาโมมิเตอร์ในห้องปฏิบัติการ ณ ระดับความเร็วต่างๆ ตามช่วงเวลาที่กำหนดในกราฟ



การวิ่งทดสอบแบ่งออกเป็น 2 ช่วง โดยช่วงแรกจะเป็นการจำลองการขับรถยนต์ตามสภาวะในเมือง (Urban Conditions) จำนวน 4 วิวัจักร ระยะเวลา 780 วินาที ส่วนช่วงที่สองเป็นการจำลองการขับรถยนต์ตามสภาวะนอกเมือง (Extra-urban Conditions) จำนวน 1 วิวัจักร ระยะเวลา 400 วินาที จากกราฟจะเห็นว่า การทดสอบทั้งสองสภาวะนั้น ความเร็วของรถยนต์จะครอบคลุมการใช้งานหลายรูปแบบ ทั้งเดินเบา เร่งเครื่อง เปลี่ยนเกียร์ เพิ่มความเร็ว ลดความเร็ว ทั้งนี้ มาตรฐาน UNECE R101, Rev.1 ได้กำหนดให้การทดสอบสภาวะนอกเมือง ใช้ความเร็วสูงสุดที่ระดับ 120 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และให้มีความเร็วเฉลี่ยตลอดการทดสอบเท่ากับ 62.6 กิโลเมตรต่อชั่วโมง โดยในระหว่างการขับเคลื่อนรถยนต์ทดสอบ จะมีการเก็บตัวอย่างการปล่อยไอเสียจากรถยนต์ ซึ่งประกอบด้วย ไฮโดรคาร์บอน, ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อนำปริมาณการปล่อยไอเสียของรถยนต์ และความหนาแน่นของเชื้อเพลิงทดสอบ (Reference Fuel) มาใช้คำนวณหาอัตราการใช้เชื้อเพลิงในแต่ละสภาวะ จากสูตร

$$FC = (0.1154/D) * [(0.866*HC) + (0.429*CO) + (0.273*CO_2)]$$

โดย

FC = อัตราการใช้เชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ชนิด "Positive Ignition Engine" ที่ใช้น้ำมันเบนซิน หน่วย ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร

HC = ปริมาณการปล่อยไฮโดรคาร์บอน หน่วย กรัมต่อกิโลเมตร

CO = ปริมาณการปล่อยคาร์บอนมอนอกไซด์ หน่วย กรัมต่อกิโลเมตร

CO₂ = ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หน่วย กรัมต่อกิโลเมตร

D = ความหนาแน่นของเชื้อเพลิงทดสอบ

เมื่อคำนวณหาอัตราการใช้เชื้อเพลิงของสภาวะในเมือง และนอกเมืองได้แล้ว ก็จะนำค่าอัตราการใช้เชื้อเพลิงทั้งสองสภาวะ พร้อมกับระยะทางเทียบเท่าของแต่ละสภาวะ ไปคำนวณหาอัตราการใช้เชื้อเพลิงเฉลี่ย (Combined Conditions) ต่อไป

ทั้งนี้ ผู้บริโภคสามารถดูข้อมูลผลการทดสอบของอัตราการใช้เชื้อเพลิง และอัตราการปล่อยก๊าซ CO₂ ในสภาวะต่างๆ ที่วัดตามหลักเกณฑ์ของมาตรฐาน UNECE R101, Rev.1 ในคู่มือประจำรถของรถยนต์ (Manual) โดยข้อมูลที่น่าสนใจในคู่มือประจำรถนั้น นำมาจากเอกสารการรับรองเฉพาะแบบ (Type Approval) ซึ่งประเทศในสหภาพยุโรปให้การรับรองเป็นลายลักษณ์อักษร ยกตัวอย่างเช่น ในคู่มือผู้ใช้รถของรถยนต์ Nissan March รุ่นเกียร์ CVT แสดงข้อมูลด้านการประหยัดพลังงานเชื้อเพลิง ตามข้อกำหนดทางเทคนิค UNECE R101, Rev.1 ดังนี้ อัตราการใช้เชื้อเพลิงสภาวะในเมือง (Urban Conditions) เท่ากับ 6.3 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร อัตราการใช้เชื้อเพลิงสภาวะนอกเมือง (Extra-urban Conditions) เท่ากับ 4.4 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร อัตราการใช้เชื้อเพลิงเฉลี่ย (Combined Conditions) เท่ากับ 5.0 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร หรือ 20 กิโลเมตรต่อลิตร และแสดงข้อมูลปริมาณ CO₂ ออกจากท่อไอเสีย ตามข้อกำหนดทางเทคนิค UNECE R101, Rev.1 ดังนี้ อัตราการปล่อยก๊าซ CO₂ สภาวะในเมือง เท่ากับ 148 กรัมต่อกิโลเมตร อัตราการปล่อยก๊าซ CO₂ สภาวะนอกเมือง เท่ากับ 103 กรัมต่อกิโลเมตร และอัตราการปล่อยก๊าซ CO₂ เฉลี่ย เท่ากับ 120 กรัมต่อกิโลเมตร อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้บริโภคนำ Eco car ไปใช้งานแล้วพบว่า อัตราการใช้เชื้อเพลิงในชีวิตประจำวันไม่ถึง 20 กิโลเมตรต่อลิตร (เหมือนดังที่โฆษณาไว้) ก็อย่าตระหนกตกใจ จนคิดเลยเถิดไปว่า เป็นการหลอกลวงผู้บริโภค ทั้งนี้ เหตุผลหลักเนื่องมาจาก การวิ่งทดสอบรถยนต์ตามข้อกำหนดของ UNECE R101, Rev.1 นั้น มีความแตกต่างจากการใช้งานในชีวิตประจำวันหลายประการ ดังนี้

◎ มาตรฐาน UNECE กำหนดว่า รถยนต์ต้องวิ่งทดสอบด้วยความเร็วแตกต่างกันไป ในขณะที่ การใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสภาพการจราจรติดขัด ผู้ขับขี่ต้องหยุดรถยนต์บ่อย ๆ จึงส่งผลให้อัตราการใช้เชื้อเพลิงต่ำกว่า 20 กิโลเมตรต่อลิตร (ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากผู้ขับขี่นำ Eco car ไปวิ่งบนทางด่วนซึ่งไม่มีปัญหาการจราจร และสามารถวิ่งที่ความเร็วคงที่ค่าหนึ่งเช่น 80 – 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง อัตราการใช้เชื้อเพลิงของ Eco car ย่อมสูงกว่า 20 กิโลเมตรต่อลิตร)

◎ มาตรฐาน UNECE กำหนดว่า ไม่ต้องเปิดเครื่องปรับอากาศในระหว่างการทดสอบ (เนื่องจาก เครื่องปรับอากาศไม่ใช่อุปกรณ์จำเป็นในบางประเทศ เช่น ประเทศในเขตนาน) ในขณะที่ การใช้งานในประเทศไทยที่มีสภาพอากาศร้อนชื้น ผู้ขับขี่ต้องเปิดเครื่องปรับอากาศ จึงเป็นการเพิ่มอัตราการใช้เชื้อเพลิง

◎ มาตรฐาน UNECE กำหนดให้ใช้แรงเฉื่อยสมมูล (Equivalent Inertia) ของรถยนต์ในการทดสอบ เช่น ถ้ามวลอ้างอิงของรถยนต์อยู่ในช่วง 850 – 965 กิโลกรัม ให้ใช้รถยนต์ที่มีแรงเฉื่อยสมมูลเท่ากับ 910 กิโลกรัม เป็นตัวแทนในการทดสอบ ในขณะที่การใช้งานในชีวิตประจำวันนั้น รถยนต์สามารถบรรทุกผู้โดยสารได้มากถึง 5 คน และบรรจุสิ่งของมากมายในท้ายรถ ดังนั้น น้ำหนักของรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นนี้ย่อมส่งผลให้อัตราการใช้เชื้อเพลิงสูงกว่าปกติ

◎ นอกจากนี้ การทดสอบตามมาตรฐาน UNECE อาจจะมีการใช้เชื้อเพลิงทดสอบ (Reference Fuel) หรือใช้น้ำมันเครื่องที่มีคุณภาพแตกต่างจากการใช้งานทั่วไป จึงส่งผลให้ผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการ มีความแตกต่างจากผลการวัดจากการใช้งานจริงในชีวิตประจำวันอยู่บ้าง

สาระสำคัญของการกำหนดให้อัตราการใช้เชื้อเพลิงอ้างอิงตามมาตรฐาน UNECE นั้น อยู่ตรงที่ผู้บริโภคจะมั่นใจได้ว่า Eco car ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสามารถนำตัวเลขผลทดสอบนั้นไปเปรียบเทียบกับเรื่องความคุ้มค่าในด้านการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงกับรถยนต์คันอื่นๆ ที่ทดสอบบนมาตรฐานเดียวกันได้ ทั้งนี้ หากอัตราการใช้เชื้อเพลิงไม่มีเกณฑ์กำหนดที่เป็นมาตรฐานสากลแล้ว ย่อมเป็นช่องทางให้ผู้ผลิตรถยนต์สามารถนำรถยนต์ไปทดสอบภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดเอง (แต่ไม่เป็นสากล) เพื่อให้ผลการทดสอบของรถยนต์มีการประหยัคน้ำมันสูงสุด แล้วนำผลทดสอบนั้น ไปโฆษณาชวนเชื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดได้

3) Eco car สามารถเป็นได้ทั้งรถยนต์ขนาดใหญ่ หรือรถยนต์ไฮบริด

Eco car ไม่ได้กำหนดเงื่อนไขในเรื่องขนาดความกว้าง – ยาว – สูงของรถยนต์ รวมทั้ง ไม่ได้มีการกำหนดประเภทของ

เชื้อเพลิง และประเภทของเทคโนโลยีที่เลือกใช้ ดังนั้น Eco car จึงสามารถเป็นได้ทั้งรถยนต์ขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ หรือ อาจเป็นรถยนต์ประเภท Hybrid Electric ก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้ระดับเทคโนโลยี ต้นทุนการผลิต และความชำนาญ/ประสบการณ์ที่สั่งสมมาของผู้ผลิตรถยนต์แต่ละราย

แต่ถ้าผู้บริโภคกำหนดนิยามคำว่า “ขนาด” หมายถึง “ความจุกระบอกสูบ (ซี.ซี.)” แล้ว Eco car ซึ่งมีความจุกระบอกสูบประมาณ 1,200 ซี.ซี. ย่อมต้องเป็นรถยนต์ขนาดเล็ก เมื่อเทียบกับรถยนต์ขับเคลื่อนในท้องตลาด เช่น Yaris, Mazda 2, Swift และ Jazz เป็นต้น ซึ่งมีความจุกระบอกสูบอยู่ที่ 1,500 ซี.ซี. อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน ขนาดความจุกระบอกสูบไม่ใช่ตัวแปรที่สะท้อนประสิทธิภาพของรถยนต์อีกต่อไป ผู้ผลิตรถยนต์ส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้รถยนต์มีขนาดความจุกระบอกสูบลดลง แต่เน้นการพัฒนาเครื่องยนต์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นด้วยการนำระบบหรือชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีระดับสูงมาใช้

ถึงแม้ว่า Eco car ที่วางขายตามท้องตลาดในปัจจุบันจะมีขนาดความกว้าง – ยาว – สูง น้อยกว่ารถยนต์ขับเคลื่อนในท้องตลาดในบางมิติ รวมทั้งมีขนาดความจุกระบอกสูบเพียง 1,200 ซี.ซี. แต่การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ย่อมขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภคเองว่า คำนึงถึงปัจจัยอะไรเป็นสำคัญ บางรายอาจจะให้ความสำคัญกับต้นทุนการเป็นเจ้าของรถยนต์ (Total Cost of Ownership) บางรายคำนึงถึงขนาดของห้องโดยสารภายในรถยนต์ บางรายคำนึงถึงความคุ้มค่าของการใช้งานในเมืองหลวง ในขณะที่ บางรายอาจจะให้ความสำคัญกับกำลังแรงม้า หรือ อัตราเร่ง หรือคุณสมบัติของรถยนต์ในด้านอื่นๆ แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญอยู่ที่ ประชาชนชาวไทยที่ต้องการรถยนต์คุณภาพสูงสำหรับใช้งานในสังคมปัจจุบัน ควรต้องคำนึงถึง Eco car เป็นอีกหนึ่งทางเลือก

4) มาตรฐานด้านความปลอดภัย หนึ่งในคุณสมบัติที่โดดเด่นของ Eco car

ระบบความปลอดภัยของรถยนต์ประกอบด้วย 2 ระบบ คือ

1) ระบบความปลอดภัยเชิงป้องกัน (Active Safety) ซึ่งเป็นระบบ (หรืออุปกรณ์) ที่ช่วยป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุ ตัวอย่างเช่น ระบบป้องกันการล้อค (Anti-Lock System) และระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Stability Control System) เป็นต้น

2) ระบบความปลอดภัยกรณีที่เกิดอุบัติเหตุแล้ว (Passive Safety) ซึ่งเป็นระบบ (หรืออุปกรณ์) ที่ช่วยคุ้มครองผู้ขับขี่และผู้โดยสารในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุขึ้นแล้ว ตัวอย่างเช่น ถุงลมนิรภัย (Airbag) เป็นต้น

ผู้บริโภคมองอาจให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยเชิงป้องกันมากกว่า เพราะเป็นระบบที่ป้องกันมิให้เกิดอุบัติเหตุขึ้น อย่างไรก็ตาม การเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนไม่สามารถควบคุมได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ถึงแม้ว่า ผู้บริโภคจะใช้รถยนต์ที่เต็มไปด้วยอุปกรณ์ด้าน Active Safety แต่ก็ยังมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุขึ้นได้ เนื่องจาก ความประมาทของตัวผู้ขับขี่ รวมถึงสภาพการขับขี่ของรถยนต์คันอื่นบนท้องถนน ดังนั้น ระบบความปลอดภัยกรณีที่เกิดอุบัติเหตุแล้ว จึงมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน

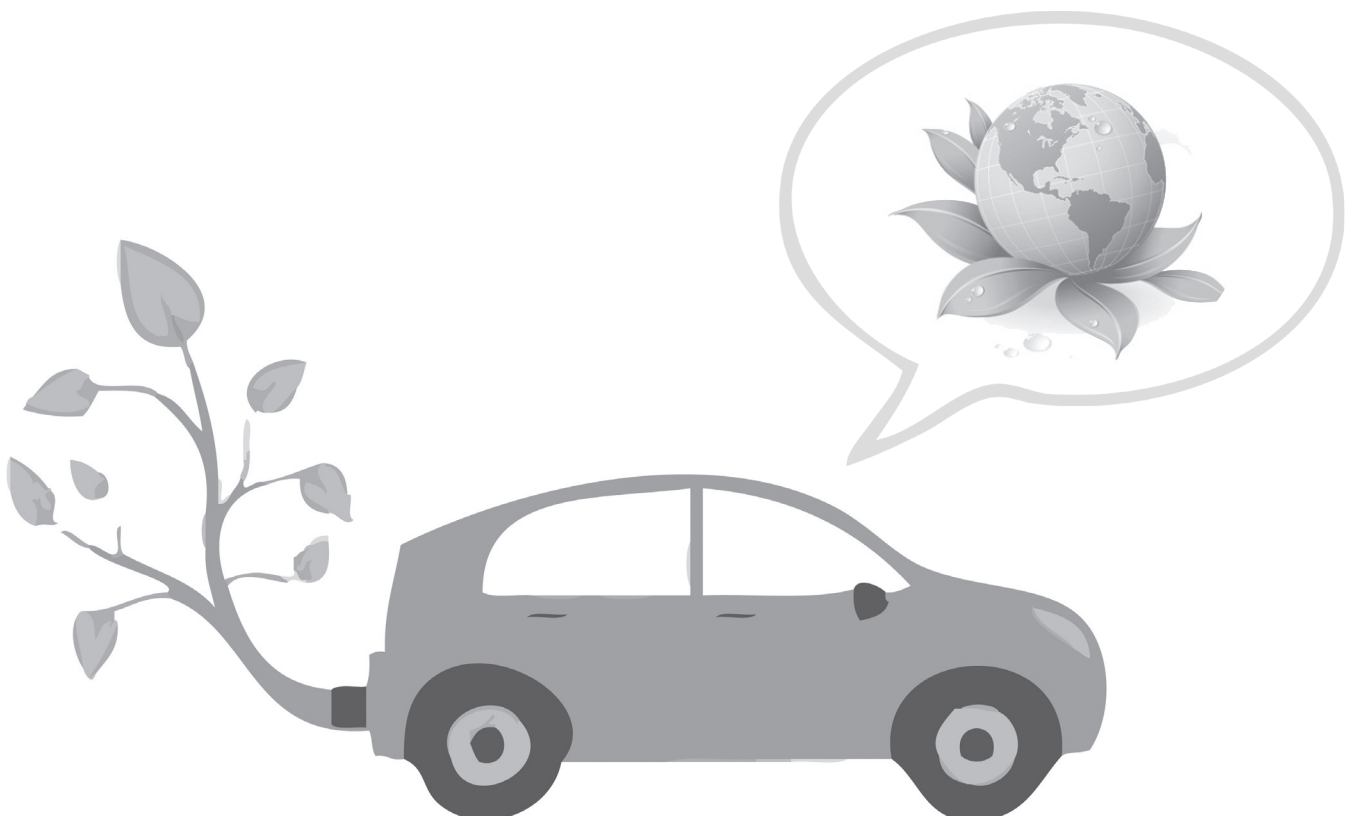
Eco car ได้กำหนดคุณสมบัติในการป้องกันผู้โดยสารเมื่อเกิดอุบัติเหตุแล้ว (Passive Safety) ใน 2 กรณี คือ กรณีที่เกิดจากอุบัติเหตุการชนด้านหน้า ตามมาตรฐาน UNECE R94, Rev.0 (the approval of vehicles with regard to the protection of the occupants in the event of a frontal collision) และกรณีที่เกิดจากอุบัติเหตุการชนด้านข้าง ตามมาตรฐาน UNECE R95, Rev.0 (the approval of vehicles with regard to the protection of the occupants in the event of a lateral collision)

ตามมาตรฐาน UNECE การทดสอบการชนด้านหน้า กระทำโดยให้รถยนต์ทดสอบวิ่งด้วยความเร็วประมาณ 56 – 57 กิโลเมตรต่อชั่วโมง (เป็นอย่างน้อย) พุ่งเข้าชนกับสิ่งกีดขวางที่อยู่หนึ่งทางด้านหน้า โดยภายหลังการชน จะมีการตรวจวัดแรงกระแทกจากการชนไปยังหุ่นทดสอบด้านคนขับ (Dummy) รวมทั้ง

ตรวจสอบว่ามีของเหลวรั่วไหลออกมาหรือไม่ และประตูรถยนต์เปิดออกได้หรือไม่ สำหรับการทดสอบการชนด้านข้างนั้น กระทำโดยใช้แท่งน้ำหนักเคลื่อนที่ด้วยความเร็วประมาณ 50 + 1 กิโลเมตรต่อชั่วโมง พุ่งเข้าชนกับรถยนต์ซึ่งจอดอยู่หนึ่ง ภายหลังการชน จะมีการตรวจวัดแรงกระแทกจากการชนไปยังหุ่นทดสอบด้านที่ถูกพุ่งชน รวมทั้ง ตรวจสอบว่า ประตูรถยนต์ฝั่งตรงข้ามด้านที่ชน จะสามารถเปิดออกเพื่อขนย้ายผู้ประสบอุบัติเหตุจากการชนได้โดยไม่ใช้อุปกรณ์ช่วยได้หรือไม่ ทั้งนี้ Eco car รุ่น March และ Brio ที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน มีการติดตั้งถุงลมนิรภัยเป็นอุปกรณ์หลักที่มีสาระสำคัญในด้านความปลอดภัยสำหรับรถยนต์ทุกรุ่น

การกำหนดคุณสมบัติป้องกันผู้โดยสารกรณีที่เกิดอุบัติเหตุการชน (Passive) ทั้งด้านหน้าและด้านข้าง นอกจากจะช่วยลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ขับขี่แล้ว ยังช่วยลดการสูญเสียงบประมาณของภาครัฐ และระบบเศรษฐกิจ ต่อการเกิดอุบัติเหตุทางรถยนต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลวันหยุดยาว (เช่น สงกรานต์หรือเทศกาลปีใหม่) อีกด้วย

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม หวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในหลักการ/เหตุผล และคุณสมบัติของ Eco car รวมทั้ง สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ต่อไปได้ ☺





ผลจากวิกฤตการณ์อาหารที่สะท้อนให้เห็นชัดเจนตามที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ คือ การเกิดเหตุการณ์จลาจลอย่างรุนแรงขึ้นในหลายประเทศ เช่น เฮติ และบังกลาเทศ หรือล่าสุดในอียิปต์ เนื่องจากขาดแคลนอาหารและราคาอาหารที่แพงลิบลิ่ว จนก่อให้เกิดการประท้วงเพื่อโค่นล้มรัฐบาล ถึงขั้นต้องปรับเปลี่ยนผู้นำเพื่อแก้ปัญหาปากท้องให้แก่ประชาชน

ราคาอาหารที่แพงสูงขึ้น หรือที่เรียกว่าภาวะราคาอาหารแพง (Food Inflation) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยดัชนีราคาอาหารตามรายงานขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มในช่วงเดียวกันร้อยละ 25 (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2553) ซึ่งเกิดจากความไม่สมดุลระหว่างผลผลิตและความต้องการอาหาร มีสาเหตุจากหลายปัจจัย อาทิ ปัญหาภาคการเกษตรที่ถูกปรับเปลี่ยนจากการเพาะปลูกเพื่อการบริโภคภายในประเทศ มาเป็นการเพาะปลูกเพื่อการส่งออก ในหลายประเทศพยายามเปลี่ยนจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว เปลี่ยนมาเป็นอุตสาหกรรมเกษตรขนาดใหญ่ มีการเบียดเบียนวิถีเกษตรเพื่อชุมชนสู่ภาคธุรกิจ การเกษตรอย่างไม่ถูกต้อง เกิดการสิ้นเปลืองปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เกิดปัญหาที่ตามมา คือ ดินเสื่อมโทรม และส่งผลให้ผลผลิตที่น้อยลง วิธีการแก้ไขปัญหาหนึ่งกลับสร้างปัญหาใหม่ขึ้นมา ท้ายที่สุดก็ไม่สามารถบรรเทาความอดอยาก และประชาชนหลายล้านคนในประเทศที่ส่งออกอาหาร เช่น ประเทศจีน และอินเดีย ยังประสบปัญหาภาวะทุพโภชนาการ

สำหรับไทย การเกิด “วิกฤตการณ์อาหาร” นับเป็นโอกาสสำคัญที่ไทยจะต้องเริ่มตระหนักถึงบทบาทระดับโลก เนื่องจากมีปริมาณอาหารเพียงพอทั้งการบริโภคภายในประเทศ และส่งออกได้อีกทั้งเรายังมีพื้นที่ในเขตนานอุดมสมบูรณ์ทั้งพืชพันธุ์ธัญญาหารและสัตว์ ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อผลิตอาหารได้มากมายที่สามารถสร้างรายได้และแปรรูปให้เป็นโอกาส แต่แม้มีปัจจัยความพร้อมสำหรับการผลิตดังกล่าวก็ยังไม่พ้นกับผลกระทบจากภาวะวิกฤตการณ์อาหาร ซึ่งผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือประชาชนผู้ยากจน รวมไปถึงชนชั้นกลาง ซึ่งถือว่าเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ภาครัฐต้องมีวิสัยทัศน์ชัดเจน เพื่อกำหนดมาตรการและวางนโยบายและดำเนินการอย่างถูกต้อง นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีแนวนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอาหารมากมาย แต่ยังขาดความชัดเจนของวิสัยทัศน์จึงทำให้เกิดทิศทางการพัฒนา รวมถึงกลยุทธ์ในการดำเนินการของภาครัฐที่ผ่านมาไม่ประสบผลสำเร็จ เช่น นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งมีเป้าหมายในการส่งออกอาหารไทยเป็น 1 ใน 10 ของโลก แต่ปัจจุบันก็ยังไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่จะติดอันดับ 1 ใน 10 เลย โดยกลยุทธ์ที่ผ่านมาเน้นเพียงการส่งเสริมการส่งออกของอาหารไทย และการเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศเท่านั้น

เพื่อให้โอกาสทองนี้ จะเป็นก้าวสำคัญที่ไทยจะสามารถมีบทบาทเป็นผู้นำด้านอาหารระดับโลกได้นั้น การพิจารณาข้อมูลสำหรับการสร้างนโยบายจึงต้องพิจารณาทั้งห่วงโซาอาหารอย่างรอบคอบ โดยพิจารณามิติด้านการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ มิติการตลาดพิจารณาจากแนวโน้มของผู้บริโภค มิติด้านการบริหารจัดการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) ของประเทศ การบูรณาการการเชื่อมโยงการพิจารณามิติต่าง ๆ ดังกล่าว ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพตนเอง ประกอบกับแนวโน้มสากล (Megatrend) ก็จะส่งผลให้ไทยจะเกิดการแก้ไขปัญหาที่จะตอบสนองนั้นมีหลายทางแล้วไทยจะมีบทบาทเป็นผู้นำด้านอาหารได้อย่างไร และจะเลือกดำเนินนโยบายใด? ก่อนที่เราจะถามคำถามนี้ เราต้องมีการกำหนด “ภาพ” ที่ตนเองอยากจะมี

เป็นนั้นเป็นอย่างไร เมื่อเห็นภาพแล้ว เราก็จะสามารถกำหนดทิศทางและเป้าหมายเพื่อให้ “ภาพฉายอนาคต” เป็น “ภาพจริง” ได้ โดยการสร้างภาพฉายในอนาคต หรือการสร้าง Scenario นั้น เป็นสิ่งสำคัญแรกสำหรับกระบวนการสร้างนโยบาย ที่จะทำให้ไทยสามารถกำหนดลำดับความสำคัญของกรอบกลยุทธ์ที่ควรสนับสนุนอย่างเหมาะสม สำหรับผู้เขียนขอเสนอ Scenario หลักที่เป็นไปได้ ดังนี้

Scenario I : แหล่งผลิตอาหารโลกจากไทย

ภาพฉายแรกของไทยควรมีทิศทางในการส่งเสริมเทคโนโลยีและโครงสร้างการผลิตแบบ Commercial Farm เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศ เนื่องจากแนวโน้มที่สำคัญมากที่สุดในอนาคตอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการอาหารในโลกเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีผลมาจาก 4 ปัจจัยหลักร่วมกัน ดังนี้ (1) ประชากรในโลกมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน โดยคาดว่าประชากรจะเพิ่มขึ้นจากกว่า 7 พันล้านคน เป็น 8 ถึง 10.5 พันล้านคนในระหว่างปี พ.ศ. 2583 ถึง 2593 (ข้อมูล: U.S. Bureau of the Census, International Data Base) (2) การบริโภคที่เพิ่มขึ้นของประเทศตลาดใหม่ เช่น จีน และอินเดีย ก็ส่งผลให้มีการบริโภคต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากความมั่งคั่งที่เพิ่มขึ้นของประเทศเหล่านั้น (3) การเพิ่มขึ้นของพื้นที่การเกษตรมีแนวโน้มน้อยลง และไม่เพียงพอต่อการเพิ่มขึ้นของความต้องการปริมาณอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการต่อต้านการขยายพื้นที่เพาะปลูกโดยการทำลายป่า ความเป็นเมืองที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และพื้นที่เพาะปลูกก็เสื่อมสภาพลง และ (4) ความไม่แน่นอนของสภาพอากาศ (Climate Change) และผลจากสภาวะโลกร้อน (Global Warming) ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การผลิตแบบ Mass Production จะมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยข้อคำนึงที่สำคัญ คือ ภาคธุรกิจจะต้องแสดงบทบาทเป็นผู้ควบคุมให้มีการเอาระเบียนกันระหว่างฝ่ายบริษัทขนาดใหญ่ และเกษตรกรรายย่อย รวมถึงข้อพึงระวังเรื่องการสูญเสียภูมิปัญญาพื้นบ้านและอัตลักษณ์ของสินค้าอาหารไทยจากการผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง

Scenario II : อาหารสุขภาพจากครัวไทย

ภาพฉายแห่งความเป็นประเทศผู้ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ก็ถือเป็นตลาดอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มว่าจะเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ (1) การเพิ่มขึ้นของประชากรที่มีการคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นนั้น ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตอาหารประเภทนี้จะสามารถผลิตได้อย่างคุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์เพิ่มมากขึ้น (2) สังคมสูงอายุ ก็ถือเป็นกลุ่มใหญ่ที่จะใส่ใจต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นวัยที่มีแนวโน้มว่าจะมีโรคภัยไข้เจ็บได้มากกว่าคนในวัยอื่น ซึ่งในปัจจุบันผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วน 11% ของประชากรทั้งโลก และจะเพิ่มสัดส่วนขึ้นเป็น 15% ในปี พ.ศ. 2568 และประเทศที่มีผู้

Scenario I



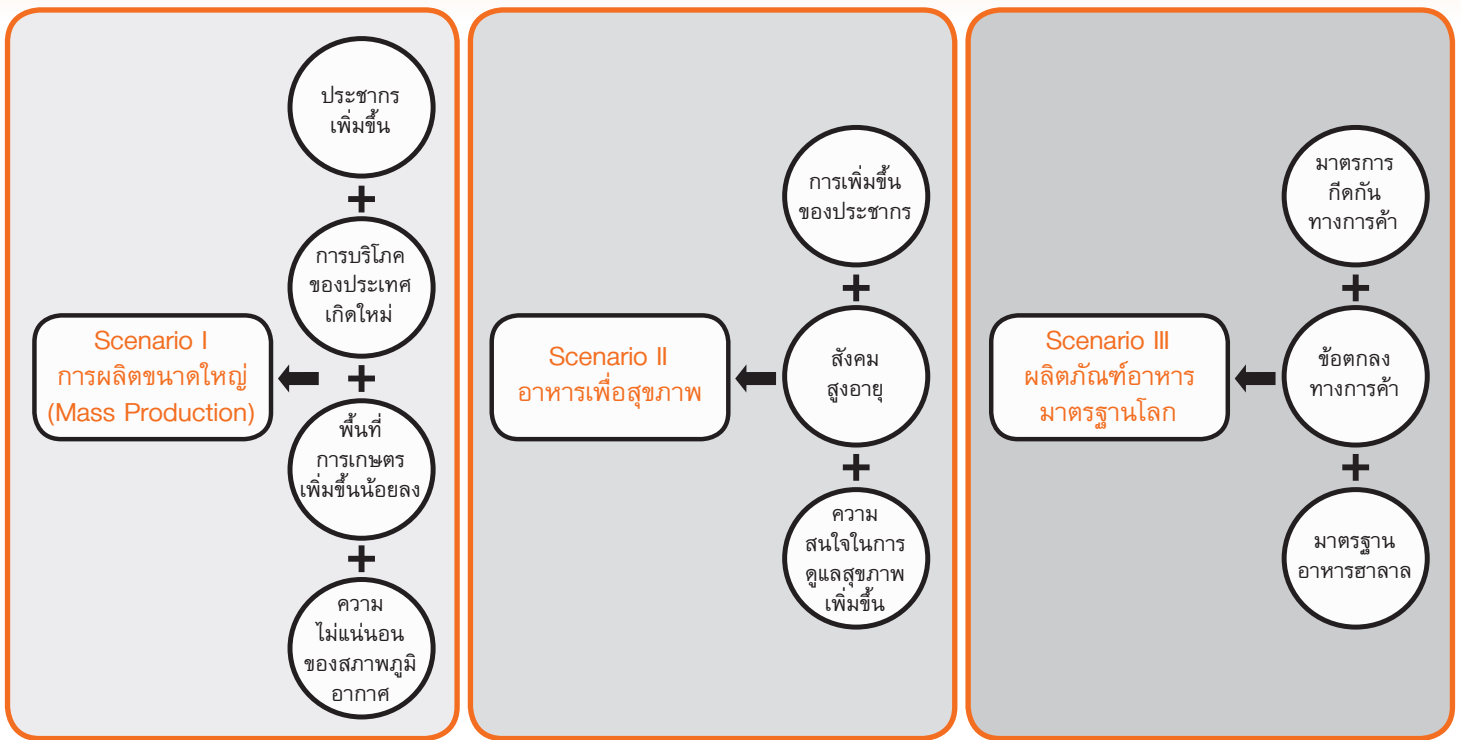
Scenario II



Scenario III



สูงอายุเป็นจำนวนมาก คือ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศในแถบยุโรป และ (3) ความสนใจในการดูแลสุขภาพมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น มลภาวะสิ่งแวดล้อมที่เป็นภัย รวมถึงการดำรงชีวิตภายใต้ภาวะความเครียดสูง ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพตามมา โดยสถาบันอาหารระบุว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เช่น ผลิตภัณฑ์ลดความเสี่ยงจากโรคหัวใจและหลอดเลือด โรค มะเร็ง โรคเบาหวาน โรคเครียด โรคในระบบย่อยอาหาร โรค อ้วน และผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ซึ่งไทยมีศักยภาพในด้านนี้มากเนื่องจากมีพืชสมุนไพรที่เป็นแหล่งวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของการพัฒนานโยบายนี้ คือ การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการส่งเสริมมาตรฐานให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค



Scenario III : ผู้ผลิตผลิตภัณท์อาหารที่ได้มาตรฐานโลก

ภาพฉายแห่งความเป็นผู้นำผลิตภัณท์ที่ได้มาตรฐานโลก โดยการผลิตสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานด้านคุณภาพต่าง ๆ ให้ปลอดภัย หรือการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานผลิตภัณท์เฉพาะนั้น เป็นอีกแนวโน้มหนึ่งที่มีความจำเป็นสูงยิ่งเรื่อย ๆ ในการส่งออกผลิตภัณท์อาหารสู่สากล ซึ่งก็จะเป็นผลของ 3 ปัจจัยด้วยกัน คือ (1) มาตรการกีดกันทางการค้า เป็นมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่น มาตรการสุขอนามัย (การตรวจสอบและกักกัน/การกำหนดปริมาณสารพิษตกค้าง/การติดฉลาก) มาตรการเทคนิคทางการค้า (มาตรฐานสินค้า/การตรวจสอบโรงงาน) มาใช้โดยอ้างเหตุผลเพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพของมนุษย์ สัตว์ พืช ในการสกัดกั้นการนำเข้าของสินค้าจากต่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารซึ่งประกอบด้วยสินค้าประเภทต่าง ๆ คือ ผักผลไม้ สินค้าเกษตร อาหารสำเร็จรูป กุ้ง ลำไย ทุเรียน อาหารแช่แข็ง (2) ข้อตกลงทางการค้า โดยทั่วไปจะเป็นผลดีต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารส่งออก เช่น การรวมตัวของกลุ่มประเทศในด้านต่าง ๆ เช่น กลุ่มประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรสำคัญ (Cairns) เพื่อผลักดันการปฏิรูปสินค้าเกษตรให้เป็นระบบและเสรีมากยิ่งขึ้น และสร้างศักยภาพเพิ่มอำนาจในการเจรจาต่อรองในกรอบต่าง ๆ ด้วยการระบบสิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศกำลังพัฒนา เขตการค้าเสรี (FTA) และ (3) มาตรฐานอาหารสากล ซึ่งการผลิตจะต้องถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม โดยในกลุ่มประเทศมุสลิม 57 ประเทศ หรือ OIC (Organization of the Islamic Conference) ก็มีจำนวนประชากรราว 1,500 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 95 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก ในปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับที่ 5 โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.2 (ข้อมูล: คณะ

กรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารสากล สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) จากปัจจัยการสนับสนุนดังกล่าวนับว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพอย่างสูง

จากภาพฉายอนาคตที่ได้นำเสนอ ทุกภาพมีโอกาสเป็นภาพจริงได้ ประเทศไทยไม่ควรพลาดโอกาสสำคัญที่จะรีบเร่งกำหนดยุทธศาสตร์ให้เกิดขึ้นจริง โดยภาครัฐควรมีการยกระดับโครงการครัวไทยสู่ครัวโลกให้เป็นวาระแห่งชาติ ด้วยการมุ่งให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตอาหารที่สำคัญในระดับโลก ผู้เขียนมองว่าไทยมีโอกาสและความสามารถพอเพียงที่จะทำหน้าที่ในบทบาทผู้นำเพื่อการจัดตั้งกลุ่มประเทศผู้ส่งออกอาหารเป็นสินค้าออก (Organization of Food Exporting Countries: OFEC) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้าวอำนาจโลกจากผู้ส่งออกน้ำมัน (OPEC) เป็นผู้ส่งออกอาหาร (OFEC) ท่ามกลางภาวะวิกฤตการณ์อาหารโลก ก็ไม่น่าไกลเกินฝัน ☺

ข้อมูลอ้างอิง :

- รายงานขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)
- U.S. Bureau of the Census, International Data Base
- คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารสากล สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



"วิกฤตน้ำมันพืช"

ระเบิดเวลาลูกแรก...อุตสาหกรรมอาหารไทย

บวร กิติไพศาลนนท์
สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

ท่ามกลางความกดดันทางเศรษฐกิจในประเทศไทยในปัจจุบันที่ราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้น หากมองจากปัจจัยภายนอก ปัจจัยด้านพลังงานที่เริ่มต้นด้วยระดับราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ไต่ระดับสูงขึ้น ตามความไม่มีเสถียรภาพของการเมืองในกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันในตะวันออกกลาง ส่งผลโดยตรงกับการผลักดันให้ระดับเงินเฟ้อในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกปรับตัวสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้แต่ประเทศไทยที่เป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรและอาหารรายสำคัญก็หลีกเลี่ยงปัญหานี้ไม่ได้ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ยังส่งผลโดยตรงกับผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะพืชน้ำมัน ที่เป็นพืชที่ประเทศไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันน้อย และยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบอย่างมาก

ในประเทศไทย น้ำมันพืชที่ครองตลาดสูงสุด คือ **น้ำมันปาล์ม และน้ำมันถั่วเหลือง** โดยปกติน้ำมันปาล์มจะได้จากผลผลิตในประเทศเป็นสำคัญ และมีราคาต่ำกว่าน้ำมันถั่วเหลืองที่ส่วนใหญ่ได้จากการนำเข้าเมล็ดถั่วเหลืองจากต่างประเทศ ซึ่งจุดประสงค์ของการใช้น้ำมันทั้งสองมีความแตกต่างกันเล็กน้อยในด้านคุณสมบัติของน้ำมันและลักษณะที่นำไปใช้ โดยน้ำมันปาล์มจะเหมาะสมกับการนำไปทอด เพราะมีความหนาแน่น ให้ความร้อนสูงกว่า และไม่มีกลิ่นเหม็นหืน ส่วนน้ำมันถั่วเหลืองจะเหมาะสมกับการผัด และผสมเพื่อทำสลัด แต่หากราคาไม่แตกต่างกันนัก ผู้บริโภคก็จะไม่เกี่ยงการใช้น้ำมันชนิดใดแทนกันได้

วิกฤตน้ำมันปาล์มขาดแคลน

สำหรับประเทศไทยเริ่มมีปัญหาส่อเค้ามาตั้งแต่ปลายปี 2550 ที่ผลผลิตปาล์มน้ำมันเกิดการพักตัว ทำให้ภาพรวมอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มตึงตัว โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มจึงต้องร้องขอให้รัฐบาลนำเข้าน้ำมันปาล์มดิบกึ่งใสจำนวน 30,000 ตัน (ผลผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ได้ประมาณ 22 ล้านลิตร) เพื่อนำมาผลิตเป็นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์เพื่อการบริโภค ในช่วงต้นปี 2551 ต่อมาผลผลิตปาล์มได้ออกสู่ตลาดในปริมาณปกติ จนกระทั่งกลางปี 2552 ผลผลิตปาล์มได้กลับออกสู่ตลาดมากจนทำให้ราคาผลปาล์มดิบลดต่ำลง ผลผลิตปาล์มมีเกินกว่ากำลังการผลิตของโรง

สกัดน้ำมันปาล์มที่สกัดและจะส่งต่อไปให้โรงกลั่นน้ำมันปาล์มผลิตออกสู่ตลาดน้ำมันบริโภคได้ทัน กระทรวงพลังงานจึงเข้ามาดำเนินการตั้งส่วนเกินออกจากตลาดโดยการเร่งบังคับใช้ไบโอดีเซล B100 และปรับการผสมไบโอดีเซลในน้ำมันดีเซลภาคบังคับเพิ่มขึ้นจาก B2 เป็น B3 ในช่วงปี 2553 และจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ B5 ในราคาที่ต่ำกว่าลิตรละเกือบ 2 บาท ทำให้ผู้ผลิตไบโอดีเซลต้องเพิ่มสำรองผลผลิตน้ำมันปาล์มดิบขึ้น ปัญหาเฉพาะหน้าในช่วงดังกล่าวจึงคลี่คลาย

แต่เมื่อปี 2553 เกิดภัยธรรมชาติทั้งภาวะภัยแล้งช่วงกลางปี และอุทกภัยในช่วงปลายปี ทำให้ผลผลิตปาล์มออกสู่ตลาดน้อยลง จนกระทั่งเกิดภาวะขาดแคลนน้ำมันปาล์มตั้งแต่กลางเดือนธันวาคม 2553 ผู้บริโภคเริ่มหาซื้อน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์จากชั้นวางของห้างสรรพสินค้าโดยปกติไม่ได้ หากได้ก็ต้องจำกัดปริมาณการซื้อซึ่งเริ่มจากครอบครัวยละ 3 ขวด 1 ขวด และไม่มีปรากฏบนชั้นวางเลยในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2554 อย่างไรก็ตามภาครัฐมีกลไกในการกำกับดูแลปาล์มน้ำมันโดยผ่านคณะกรรมการนโยบายปาล์มน้ำมันแห่งชาติ (กนป.) ซึ่งจากปัญหาที่เกิดขึ้น กนป. ได้มีการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหานี้ โดยอนุมัติให้นำเข้าน้ำมันปาล์มดิบกึ่งใสล็อตแรก จำนวน 30,000 ตัน เพื่อนำมาผลิตเป็นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์เพื่อการบริโภค ภายใต้สัญญาซื้อขายล่วงหน้า แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์กระจายน้ำมันขวดสู่ตลาดไม่ทั่วถึง และเกิดการตื่นตระหนก Panic ในกลุ่มผู้บริโภคและผู้ใช้น้ำมันปาล์ม ทำให้มีการกักตุนเพราะเกรงว่าราคาจะปรับขึ้นอีก ซึ่งราคาในตลาดค้าปลีกเริ่มปรับตัวสูงขึ้นทั้งที่รัฐกำหนดราคาขายไว้ที่ขวดลิตรละ 47 บาท เริ่มจากเดือนกุมภาพันธ์ 2554 (ปรับเพิ่มขึ้นตามที่สมาคมโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มร้องเรียน จากการคำนวณตามต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นจากราคาผลปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มดิบที่เพิ่มขึ้นจากเดิมลิตรละ 38 บาท)

นอกจากนี้ปัญหาการขาดแคลนน้ำมันปาล์มยังถูกซ้ำเติมด้วยข่าวลือที่ว่ามีการหาผลประโยชน์ส่วนเกินจากการกักตุนของกลุ่มการเมืองและโรงงานกลั่นน้ำมันปาล์ม ทำให้รัฐต้องพิจารณาสั่งเรื่องให้กรมสืบสวนคดีพิเศษ DSI เข้ามาดำเนินการตรวจสอบ และทำความเข้าใจกับการพิจารณาการนำเข้าน้ำมันปาล์มดิบล็อตใหม่จำนวน 120,000 ตัน *

จากการพิจารณาความต้องการทั้งภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร เช่น อุตสาหกรรมเบเกอรี่สำเร็จรูป อุตสาหกรรมไก่เพื่อส่งออก อุตสาหกรรมนมข้นหวาน ครีมเทียม และอื่นๆ ที่มีปัญหาไม่สามารถหาน้ำมันปาล์มมาใช้หรือสำรองใช้ได้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม กนป. จึงได้หารือกับสมาคมโรงกลั่น

น้ำมันปาล์ม สมาคมโรงสกัดน้ำมันปาล์ม และสมาคมปาล์มน้ำมัน และน้ำมันปาล์มที่เป็นผู้แทนเกษตรกร ถึงมาตรการชั่วคราวในการตรึงราคาน้ำมันปาล์มไว้ที่ 47 บาทต่อลิตร ซึ่งจะเป็นการชดเชยให้กับน้ำมันปาล์มที่ผลิตจากผลผลิตในประเทศจำนวน 15,000 ตัน (หรือ 11 ล้านลิตร) โดยให้ยืมน้ำมันปาล์มดิบในคลังสำรองของผู้ผลิตไบโอดีเซลไปผลิตจำนวน 5,000 ตัน และจากคลังสำรองของโรงสกัดน้ำมันปาล์มดิบ จำนวน 10,000 ตัน ในระหว่างวันที่ 1 - 15 มีนาคม 2554 ซึ่งต่อมาในทางปฏิบัติได้มีการใช้น้ำมันปาล์มดิบจากคลังสำรองของโรงสกัดน้ำมันปาล์มดิบทั้งหมด และโรงงานไบโอดีเซลหยุดรับซื้อน้ำมันปาล์มดิบในช่วงเวลาดังกล่าว และจากน้ำมันปาล์มดิบกึ่งใสจากการนำเข้าอีก 30,000 ตัน (หรือ 22 ล้านลิตร) หลังวันที่ 15 มีนาคม 2554 นอกจากนี้ยังขอให้กระทรวงพลังงานลดการผสมไบโอดีเซลภาคบังคับลงจาก B3 เป็น B2 เป็นการชั่วคราว ล้นสุด 31 มีนาคม 2554 โดยให้โรงงานไบโอดีเซลรับซื้อสเตียร์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมันปาล์มดิบกึ่งใสที่นำเข้าจากต่างประเทศมาผลิตเป็นน้ำมันบริโภคแล้วไปผลิตไบโอดีเซลเป็นการชั่วคราว (เดิม ไม้อนุญาตให้ใช้วัตถุดิบนำเข้าเพื่อผลิตเป็นไบโอดีเซล เพื่อพยุราคาลงปาล์มน้ำมันในประเทศเป็นสำคัญ) เพื่อนำมาผลิตเป็นน้ำมันปาล์มเพื่อบริโภคภายใต้สัญลักษณ์ฝาชีชมพู ซึ่งจะเริ่มกระจายเข้าสู่ตลาดในเดือนมีนาคม 2554 โดยรัฐกำหนดให้สามารถซื้อได้ไม่จำกัดจำนวน ในราคา 47 บาทต่อลิตร (ส่วนราคาที่โรงกลั่นน้ำมันปาล์มจะได้รับ คือ ราคา 44 บาทต่อลิตรในทุกบรรจุภัณฑ์ บวกกับเงินชดเชย) ทำให้สามารถแก้ปัญหาความขาดแคลนน้ำมันปาล์มได้จนถึงเดือนเมษายน และคาดว่าผลผลิตปาล์มในประเทศจะออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น คลัสเตอร์สถานการณ์ดังกล่าวลงได้

กล่าวโดยสรุป ปัญหาวิกฤตน้ำมันปาล์มเกิดจากสาเหตุ

1. ผลผลิตปาล์มน้ำมันออกสู่ตลาดน้อยกว่าปกติอย่างรุนแรง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับการเกรงว่าราคาผลปาล์มที่ขายได้จะลดลง ทำให้เร่งตัดปาล์มอ่อนและโรงงานสกัดน้ำมันก็เกรงว่าผลผลิตจะน้อยรับซื้อหมดโดยไม่เกี่ยงเรื่องคุณภาพ
2. การสำรองน้ำมันปาล์มดิบของผู้ผลิตไบโอดีเซลเดิม ใช้ไขปาล์ม และน้ำมันพืชใช้แล้ว แต่เมื่อบังคับผสมเพิ่มขึ้น และมีไบโอดีเซลชุมชนแย่งซื้อน้ำมันพืชใช้แล้ว ทำให้ต้องใช้น้ำมันปาล์มดิบสำรอง ประกอบกับการเกรงว่าราคาปาล์มน้ำมันจะเพิ่มขึ้น อำนางการซื้อของไบโอดีเซลจะสูงกว่าโรงกลั่น จากการใช้ที่ไม่ต้องเน้นคุณภาพและเงื่อนไขการชำระหนี้
3. การตกลงราคาระหว่างโรงกลั่นน้ำมันปาล์มและการกระจายของห้างสรรพสินค้า มีการปรับการบรรจุใส่ในภาชนะปีบมากขึ้น เนื่องจากราคาที่บังคับขายเฉพาะบรรจุภัณฑ์ขวดและถุง เป็นการกดดันให้เกิดการขอเจรจาขึ้นราคาจำหน่ายขึ้นต่ำเพิ่มขึ้นอีก
4. การตื่นตระหนกของผู้บริโภคและผู้ใช้น้ำมันปาล์มเนื่องจากเกรงว่าจะขึ้นราคาเพิ่มเติม ทำให้เกิดการกักตุนและการเก็งกำไร
5. การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากน้ำมัน

ปาล์มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลีเซอริน และไกลคอล ที่เป็นน้ำยาสารเคมีละลายหิมะ ซึ่งเป็นการต้องการของประเทศในยุโรป จากปัญหาพายุหิมะปกคลุมสถานที่สำคัญ เช่น สนามบิน ถนนและสถานที่ราชการต่าง ๆ

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1. การดำเนินการเพิ่มคุณภาพน้ำมัน โดยใช้มาตรการบังคับและมาตรการลงโทษ เช่น การไม่รับซื้อผลปาล์มอ่อนของโรงงานสกัด การเพิ่มประสิทธิภาพของโรงงานให้สามารถเพิ่มเปอร์เซ็นต์น้ำมัน หากสกัดได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ภาครัฐต้องมีมาตรการดำเนินการอย่างเข้มงวด เพื่อควบคุมคุณภาพ
2. ผู้บริโภคต้องใช้น้ำมันปาล์มโดยปกติ เนื่องจากการกักตุนจะยิ่งทำให้ปัญหาเพิ่มขึ้นและหากปริมาณผลผลิตในประเทศออกมากขึ้น จะเกิดปัญหาใหม่ตามมา นอกจากนี้การปรับวิธีการบริโภคโดยลดการบริโภคอาหารประเภททอดลงโดยหันไปนั่ง อบ อย่างแทน จะได้ประโยชน์ในด้านสุขภาพด้วย
3. นโยบายด้านพลังงานทดแทนต้องยืดหยุ่น สามารถปรับเพิ่มหรือลดลงได้ตามสถานการณ์ หากจำเป็น รัฐต้องพักการบังคับใช้นโยบายบังคับผสมไบโอดีเซล ซึ่งน่าจะกระทำได้ เพราะอุตสาหกรรมพลังงานทดแทนยังอยู่ได้ด้วยการอุดหนุนต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการดำเนินการด้วย
4. การดำเนินธุรกิจที่ไม่เน้นการแสวงหากำไรจนเกินควร ควรมีการทำโครงการรับผิดชอบต่อสังคม CSR เป็นการรับใช้สังคมและสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีให้กับองค์กรเอง
5. ในระยะยาว การเปิดเสรีนำเข้าส่งออกน้ำมันปาล์มและการกำหนดราคาจำหน่ายอย่างเสรี เป็นวิธีที่จะดำเนินการได้เมื่อประเทศมีความพร้อมในการผลิตอย่างเพียงพอและมีปริมาณเหลือพอที่จะสำรองเพื่อการใช้ในประเทศได้ แต่ยังคงจำเป็นต้องเป็นการเปิดเสรีในลักษณะที่รัฐยังสามารถกำหนดกลไกเข้าไปควบคุมในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ

วิกฤตน้ำมันถั่วเหลือง

ปัญหาการขาดแคลนน้ำมันถั่วเหลืองในประเทศไทย มีสาเหตุที่ต่างจากปาล์มน้ำมันอยู่บ้าง โดยผลจากการสอบถามผู้ประกอบการโรงกลั่นน้ำมันถั่วเหลืองในปัจจุบันที่เหลือเพียง 4 ราย พบว่า การที่รัฐกำหนดราคาขายไว้โดยที่มีสมมติฐานในการคำนวณต้นทุนที่ระดับหนึ่ง เมื่อเกิดปัญหาราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ประกอบกับสินค้าที่ทดแทนกัน คือ ปาล์มน้ำมัน มีการปรับราคาจนสูงกว่า จึงเกิดการปรับเปลี่ยนมาใช้ทดแทนเพิ่มขึ้น ในขณะที่การเพิ่มลดปริมาณการผลิตของน้ำมันถั่วเหลือง มีปัจจัยอื่นเข้ามากระทบด้วย คือ การผลิตน้ำมันถั่วเหลืองจะมีกากถั่วเหลืองเป็นสินค้าควบคู่กัน เดิมกากถั่วเหลืองจะถูกส่งจำหน่ายให้โรงงานผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ ทำให้มีความจำเป็นที่ต้องพึ่งพากันระหว่างอุตสาหกรรมทั้งสอง แต่หากโรงงานอาหารสัตว์มีปริมาณสำรองกากถั่วเหลืองอยู่มาก การผลิตน้ำมันถั่วเหลืองจะเริ่มมีปัญหาในเรื่องการเก็บกากถั่วเหลือง ซึ่งผู้ผลิตน้ำมันถั่วเหลืองในปัจจุบันหลายรายกำลังประสบอยู่ เนื่องจากผู้ผลิตอาหารสัตว์ ได้มีการนำเข้กากถั่วเหลืองมาสำรองไว้ช่วงปลายปี 2553 จำนวนมาก เป็นผลจากการคาดการณ์ระดับราคากาก

ถั่วเหลืองในต่างประเทศที่อาจปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับค่าเงินบาทที่เริ่มมีทิศทางอ่อนค่าลงในช่วงต้นปี 2554

ความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และอุตสาหกรรมน้ำมันถั่วเหลือง มีความสัมพันธ์ต่อกันไม่ตึงเครียดได้จากการที่สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารสัตว์มีการร้องขอให้รัฐลดอัตราภาษีนำเข้ากากถั่วเหลืองลงจากร้อยละ 2 เป็นร้อยละ 0 (จากเดิมก่อนปี 2553 อยู่ที่ร้อยละ 10 ปรับลดลงเป็นลำดับ เป็นร้อยละ 5 ในปี 2550 - 2547 ร้อยละ 4 ในปี 2547-2551 และร้อยละ 2 ในปี 2551-ปัจจุบัน) แต่สมาคมผู้ผลิตน้ำมันถั่วเหลืองได้คัดค้านมาโดยตลอด เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการลดอัตราภาษีนำเข้ามาจนเกือบไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ ส่งผลให้ผู้ผลิตที่ยังสามารถดำเนินธุรกิจได้เพียง 4 รายจากเดิม 7-8 ราย (ผู้ผลิต 4 ราย 4 แบรินด์ คือ ทิพ อุ่นกุก และศรทอง โดยแจ้งว่าประเทศผู้ส่งออกถั่วเหลืองจะอุดหนุนให้ส่งออกกากถั่วเหลืองมากกว่าเมล็ด ถั่วเหลือง ประกอบกับประเทศ ผู้ผลิตถั่วเหลือง เช่น จีน ยังกำหนดความแตกต่างของอัตราภาษีนำเข้าระหว่างเมล็ดถั่วเหลืองและกากถั่วเหลืองไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 2) นอกจากนี้การคำนวณต้นทุนการผลิตที่ไม่ได้พิจารณาการเพิ่มขึ้นของค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง และค่าการกระจายและวางจำหน่าย ผู้ผลิตน้ำมันถั่วเหลืองจึงขอให้รัฐพิจารณาทบทวนเพื่อขอขึ้นราคาจำหน่ายตามต้นทุนการผลิตที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้การผลิตน้ำมันถั่วเหลืองยังไม่สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตได้แม้ว่าจะมีความต้องการมากก็ตาม

กล่าวโดยสรุป ปัญหาวิกฤตน้ำมันถั่วเหลืองเกิดจากสาเหตุ

1. การปรับขึ้นของราคาสินค้าทดแทนกัน คือ น้ำมันปาล์ม ทำให้มีการหันไปใช้น้ำมันถั่วเหลืองเพิ่มขึ้นมากกว่าความสามารถที่จะผลิตได้ทัน
2. ปัญหาต่อเนื่องระหว่างกันของอุตสาหกรรมน้ำมันถั่วเหลืองกับอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ในเรื่องการรับซื้อกากถั่วเหลืองที่เกิดจากเมล็ดถั่วเหลืองนำเข้า และปริมาณสำรองของกากถั่วเหลืองที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก
3. ปัญหาด้านการเงินของโรงงานผลิตน้ำมันถั่วเหลืองบางแห่ง ในการเก็บและจำหน่ายกากถั่วเหลือง และการขอทบทวนให้ขึ้นราคาจำหน่ายตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นยังไม่มีกรณีพิจารณา

แนวทางการแก้ไขปัญหา

1. ในเบื้องต้นการขออนุมัติให้ส่งออกกากถั่วเหลืองไปต่างประเทศเป็นการชั่วคราว รัฐต้องเร่งพิจารณาดำเนินการเนื่องจากจะก่อให้เกิดความชัดเจนในการเจรจาต่อรองของภาคเอกชนเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่ต้องการในราคาที่ตามสภาพกากถั่วเหลืองที่ยังไม่เสื่อมสภาพ ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตน้ำมันถั่วเหลืองสามารถส่งต้นทุนการผลิตมาเพื่อขอปรับราคาให้ตรงกับสถานการณ์มากที่สุด และสามารถผลิตน้ำมันถั่วเหลืองมาจำหน่ายตามความต้องการที่มีอย่างต่อเนื่องได้ทันกาล (ต่อมารัฐได้ปรับเพิ่มราคาจำหน่ายน้ำมันถั่วเหลือง** เพิ่มขึ้นเป็น 55 บาทต่อลิตร จาก 46 บาทต่อลิตร ตั้งแต่วันที่ 6 เมษายน 2554

และจะมีการพิจารณาราคาจำหน่ายในทุก 3 เดือน ทำให้ปัจจุบันมีน้ำมันถั่วเหลืองออกมาจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้น ภายหลังที่มีการขออนุมัติส่งออกไปยังประเทศที่จำหน่ายได้ในราคาสูงกว่า)

2. การพิจารณากำหนดนโยบายเกี่ยวกับกากถั่วเหลืองในระยะต่อไป ต้องมีการเปิดเสรีนำเข้า-ส่งออก โดยที่รัฐยังมีการกำกับกับการนำเข้าส่งออกในลักษณะที่ยืดหยุ่น สามารถปรับได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

3. รัฐส่งเสริมงานวิจัยในระยะยาว ทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการปลูกถั่วเหลือง เพื่อเป็นมูลภัณฑ์กันชน Buffer Stock ที่อาจเกิดความผันผวนในต่างประเทศทำให้ผลผลิตและราคาถั่วเหลืองเกิดวิกฤตได้เหมือนกับที่เกิดขึ้นกับปาล์มน้ำมัน และการส่งเสริมการวิจัยเพื่อใช้กากถั่วเหลืองนอกเหนือจากการนำไปผลิตเป็นอาหารสัตว์ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปผลิตได้ เช่น การผลิตอาหารเสริมจากกากถั่วเหลืองที่สกัดน้ำมันออกแล้ว เพื่อทำให้เกิดความคล่องตัวในการผลิตน้ำมันถั่วเหลืองมากขึ้น ที่จากเดิมต้องรอการระบายปริมาณสำรองกากถั่วเหลืองให้อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เพียงแหล่งเดียว

จากสถานการณ์วิกฤตน้ำมันพืชในครั้งนี้ อาจเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาเรื่องวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหาร ที่เริ่มประทุจากปัญหารากฐานของอุตสาหกรรม สำหรับสินค้าตัวอื่นๆ ที่จะทยอยเกิดวิกฤตด้านราคาและปริมาณขาดแคลนตามมา ได้แก่ น้ำตาล เนื่องจากระดับราคาในตลาดโลกเริ่มทำสถิติสูงเป็นประวัติการณ์ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2554 โดยราคาน้ำตาลทรายดิบล่วงหน้าส่งมอบเดือนมีนาคม 2554 ณ ตลาดชิคาโก อยู่ที่ 36 เซนต์ต่อออนซ์ และน้ำตาลทรายขาว อยู่ที่ 857 เหรียญสหรัฐต่อตัน (หรือ 26 บาทต่อกิโลกรัม) ก่อให้เกิดความต้องการที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้นทั้งในรูปการค้าปกติและการค้าชายแดน ที่เป็นการลักลอบส่งออกน้ำตาลทรายไปประเทศเพื่อนบ้าน และเมื่อเริ่มมีกระแสการจะปรับราคาจำหน่ายในประเทศขึ้น ก็เกิดการกักตุนเพื่อเก็งกำไร การวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเริ่มเป็นไปทิศทางเดียวกับน้ำมันพืช เริ่มมีการควบคุมการจำหน่ายครอบครัวละไม่เกิน 3 กิโลกรัม และหากเกิดความตื่นตระหนกยิ่งจะผลักดันให้ปัญหาเกิดขึ้นเร็วกว่าปกติ จะเป็นระเบิดเวลาถูกต่อไปที่รัฐจะต้องแก้ และต้องเข้ามาควบคุมไม่ให้เกิดลุกลามในลักษณะเดียวกับน้ำมันพืช จะยังเป็นการซ้ำเติมให้อุตสาหกรรมอาหารไม่สามารถพัฒนาได้อย่างมั่นคงในอนาคต ☉

ที่มา : * มติคณะกรรมการนโยบายปาล์มน้ำมันแห่งชาติ ครั้งที่ 3/2554 (22 กุมภาพันธ์ 2554)

** มติคณะอนุกรรมการพิจารณาราคาพืชน้ำมัน กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (5 เมษายน 2554)

วิกฤตแรงงานลิ่งทอไทย.... แก้ปัญหานี้ไม่ได้แก้เชิงจับล่ำบาก

สันธนา ศรีศักดิ์สกุล
สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2



อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ถือเป็นอุตสาหกรรมดาวเด่นมานานกว่า 10 ปี เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงเป็นอันดับ 2 รองจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม หรือคิดเป็นร้อยละ 11.25 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคอุตสาหกรรม เป็นแหล่งสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนจำนวนมาก มีการจ้างงานไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มูลค่าการส่งออกมากกว่า 6,000 – 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลล่าสุด ปี 2553 มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 7,679 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจากการติดตามสถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในช่วงไตรมาส – ธันวาคม 2553 มีโรงงานจดทะเบียนประกอบกิจการใหม่ถึง 123 โรง มีจำนวนแรงงาน 11,797 คน และมีโรงงานที่ขยายกิจการ จำนวน 24 โรง รองรับแรงงานได้มากถึง 9,579 คน รองรับแรงงานเพิ่มขึ้นรวม 21,376 คน และในจำนวนนี้มีโรงงานเสื้อผ้าสำเร็จรูป และอุตสาหกรรมถักผ้าเป็นส่วนใหญ่ที่ขยายกิจการ

โดยที่โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยมีกระบวนการผลิตครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ทำให้ได้เปรียบเนื่องจากสิ่งทอต้นน้ำของไทยมีความแข็งแกร่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อีกทั้งคุณภาพสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้มาตรฐาน ฝีมือประณีต เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของตราสินค้าดังมากมายให้เป็นแหล่งผลิต นอกจากนี้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางคมนาคมของภูมิภาคที่ทำให้ได้เปรียบในเรื่องระยะทาง การส่งมอบสินค้ามีความรวดเร็ว ต้นทุนการขนส่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในความเป็นอุตสาหกรรมดาวเด่นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ย่อมมีปัญหา

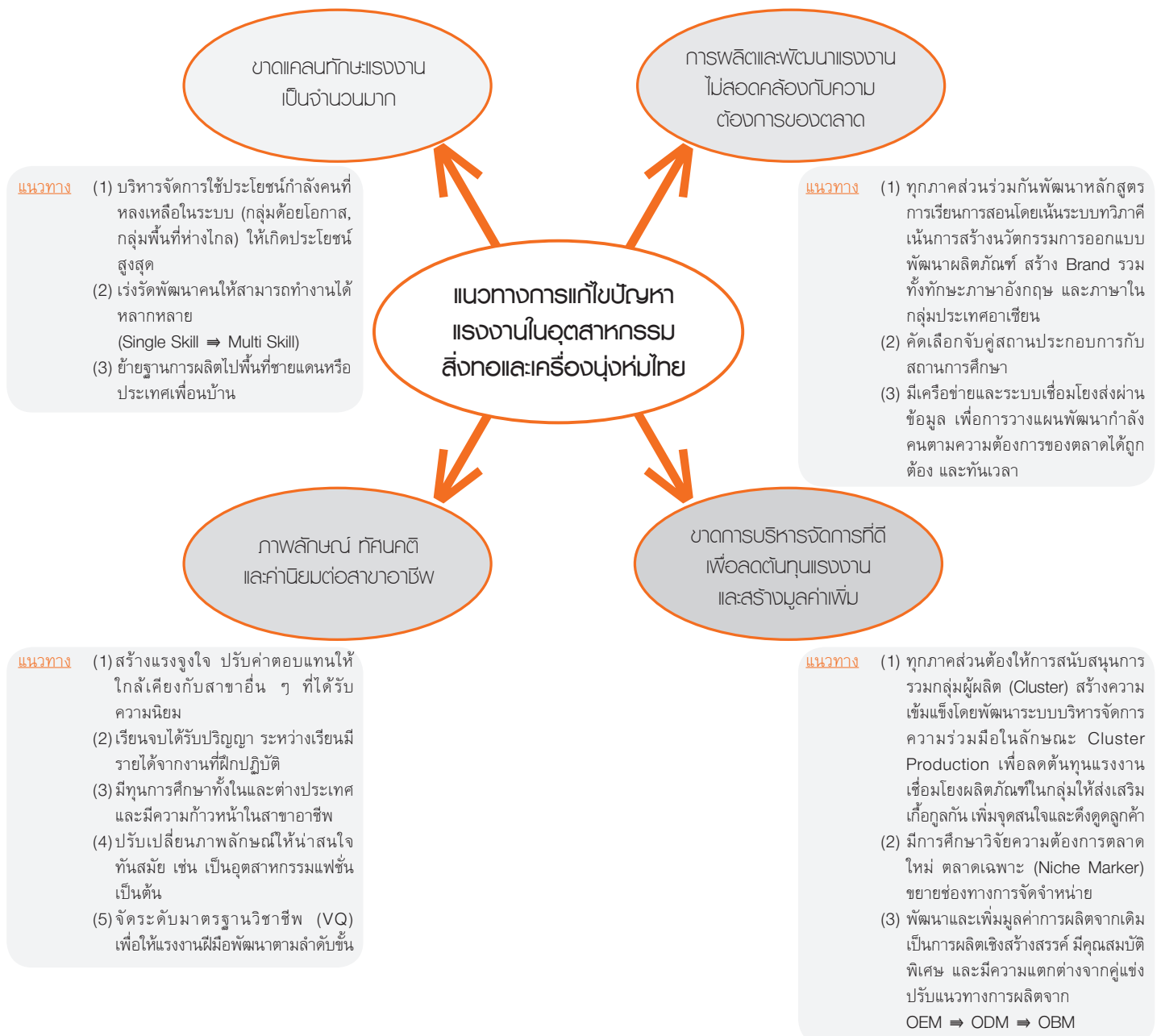
และอุปสรรค และวิกฤติต่าง ๆ เข้ามากระทบอุตสาหกรรมนี้ไม่น้อย เช่น วิกฤติแฮมเบอร์เกอร์เมื่อปี 2552 ส่งผลให้กำลังซื้อลดลง สถานประกอบการต้องปลดคนงาน แรงงานเหล่านั้นต้องหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน และจากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่าในช่วงไตรมาส – ธันวาคม 2553 มีโรงงานสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแจ้งยกเลิกกิจการมากถึง 270 โรง และมีแรงงานถูกเลิกจ้างถึง 14,359 คน ล่าสุดเมื่อปลายปี 2553 สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ รายงานสถานการณ์ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานนับแสนคน และอีก 3 ปีข้างหน้าปัญหาจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นซึ่งคาดว่าจะขาดแคลนแรงงานไม่ต่ำกว่า 1.3 แสนคน เนื่องจากเป็นสาขาอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นทำให้มีความจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมากต่อไป ซึ่งต้นทุนด้านค่าจ้างแรงงานมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 20 ของต้นทุนรวม แม้สถานประกอบการจะปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ต้องใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีมากขึ้นก็ตาม แต่แรงงานยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่อาจทดแทนได้ด้วยเครื่องจักร อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยจึงตกอยู่ในภาวะขาดแคลนแรงงานทักษะฝีมือ ทั้งปริมาณและคุณภาพ ซึ่งหากไม่มีมาตรการและแนวทางแก้ไขที่เป็นรูปธรรม จะส่งผลให้เกิดวิกฤตการแรงงานตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นอกจากนี้ยังมีภาวะคุกคามอื่น ๆ ได้แก่ปัญหาโครงสร้างประชากรกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จะเห็นได้จากข้อมูลของกระทรวงศึกษาธิการมีสถิติจำนวนนักเรียนที่เข้าเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ลดลงปีละประมาณ 1 แสนคน อีกทั้งค่าแรงสูงกว่าประเทศส่วนใหญ่ในแถบเอเชีย โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านสูงกว่า 2 – 3 เท่า ยังไม่รวมผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี เมื่อ AEC มีผลใช้บังคับในปี 2558 โดยที่ปัญหาและอุปสรรคที่สาขาอุตสาหกรรมนี้กำลังเผชิญอยู่มีทั้งปัญหาเก่าที่เรื้อรังมานาน ได้แก่การผลิตและพัฒนาคนไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นปัญหาทั้งหน่วยผลิตและกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ หน่วยผลิต (กระทรวงศึกษาธิการ) และหน่วยพัฒนา (กระทรวงแรงงาน) ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการทั้งปริมาณ และคุณภาพ สถานประกอบการยังคงต้องฝึกอบรม และสอนงานใหม่จึงจะปฏิบัติงานได้ ทำให้เสียเวลาและเป็นภาระค่าใช้จ่าย ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติไม่ดีต่อการเรียนในสายอาชีพ และยังคงมีค่านิยมของการเรียนเพื่อหวังปริญญา และยังไปกวนนั้นในสายอาชีพด้วยกัน สาขาส่งทอและเครื่องนุ่งห่มไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับสาขาอาชีพอื่น ๆ เช่น สาขายานยนต์ เป็นต้น ในขณะที่ ในตลาด

แรงงานผู้ที่จบปริญญาตรีสาขาทั่วไปตกงานเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการต้องหาทางแก้ไขปัญหาลักษณะเฉพาะหน้า โดยการเพิ่มรอบในการทำงานหรือแม้กระทั่งใช้แรงงานต่างด้าวเข้ามาทดแทน

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย มีทั้งศักยภาพและโอกาส ในขณะเดียวกันก็มีภาวะคุกคามและปัญหาอุปสรรคไปพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะปัญหาด้านแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตที่เข้าชั้นวิกฤต และผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีบทบาทเป็นผู้รับจ้างผลิต ซึ่งเจ้าของตราสินค้าที่เป็นผู้สั่งผลิตจะเคลื่อนย้ายไปยังประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าประเทศไทยได้ทุกเมื่อ แม้ไทยจะมีจุดแข็งในด้านฝีมือก็ตาม แต่ประเทศอื่น ๆ ก็มีแนวโน้มในการพัฒนาฝีมือแรงงานให้ทัดเทียมกับประเทศไทยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม แม้ในปัจจุบันสถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จะยังสามารถ

พัฒนาต่อไปได้ กล่าวคือ มีโรงงานที่ขอจดทะเบียนประกอบกิจการใหม่ และขยายกิจการสามารถรองรับแรงงานเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนไม่น้อย แต่ในขณะเดียวกันสถานประกอบการที่ปรับตัวไม่ทันต้องยกเลิกกิจการและมีแรงงานถูกเลิกจ้างเป็นจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งเป็นภาพสะท้อนว่าเงื่อนไขและบริบทที่เปลี่ยนไป การผลิตและบริหารจัดการแบบเดิม ๆ นั้นจะไม่เป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างตระหนักในปัญหาดังกล่าว สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมจึงได้ทำการศึกษารวบรวมปัญหาแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อกำหนดกรอบแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยแนวทางดังกล่าวได้ผ่านการกลั่นกรองและรับฟังความเห็นจากผู้ประกอบการ กลุ่มสมาคม และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแล้ว สรุปได้ดังนี้





“ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตหลัก เป็นแหล่งสะสมทักษะองค์ความรู้ในกระบวนการผลิต ซึ่งนับวันจะยิ่งมีข้อจำกัดในด้านปริมาณ ทางออกของปัญหาจึงต้องเป็นการแก้ปัญหาแรงงานในเชิงคุณภาพเป็นหลัก”

ถึงเวลาแล้วที่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจะต้องปรับตัวเข้าสู่จุดเปลี่ยน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยเฉพาะผู้ประกอบการและกลุ่มสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ต้องให้ความสำคัญและร่วมแรงร่วมใจกันแก้ปัญหาอย่างเร่งด่วน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งทั้งด้านการ

ปรับโครงสร้างเทคโนโลยีการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ ที่ทุกฝ่ายจะต้องลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยเฉพาะปัญหาขาดแคลนแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตหลักของอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งสะสมทักษะองค์ความรู้ในกระบวนการผลิต ซึ่งนับวันจะยิ่งมีข้อจำกัดในด้านปริมาณ ดังนั้น ทางออกของปัญหาจึงต้องเป็นการแก้ปัญหาแรงงานในเชิงคุณภาพเป็นหลัก กล่าวคือ ต้องพัฒนาขีดความสามารถของคนให้มีทักษะที่หลากหลาย สามารถทำงานได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งต้องพัฒนาระบบค่าตอบแทนให้มีมาตรฐานใกล้เคียงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่สนใจเลือกเป็นอาชีพ แต่หากผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวได้จะตกอยู่ในภาวะการแข่งขันที่ยากลำบาก และควรจะมีการนำแนวทางการแก้ไขปัญหาแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยดังกล่าวข้างต้นไปประยุกต์ใช้หรือบูรณาการให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงการวางแผน หรือกำหนดมาตรการรองรับการแก้ไขปัญหาทั้งระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว เพื่อให้ปรากฏผลอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในเวทีการแข่งขันที่เข้มข้น ทั้งในระดับภูมิภาค และเวทีโลก คงความเป็นอุตสาหกรรมดาวเด่นต่อไป ●



หากพูดถึงอุตสาหกรรมไทย ก็อาจแบ่งออกมาได้เป็นกลุ่ม ๆ ซึ่งต่างก็มีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมโดยรวมของไทย “สัมภาษณ์พิเศษ” ฉบับนี้เราท่านทำความรู้จักกับ...

สมศักดิ์ จุลเสน

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 1

อุตสาหกรรมรายสาขาไทย... พร้อมเดินหน้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



ผ่านทักษะและมุมมองในประเด็นที่น่าสนใจ ในฐานะที่มีหน้าที่ดูแลอุตสาหกรรมรายสาขาสำคัญ และความท้าทายมากมายรออยู่...



มองอนาคตอันใกล้เมื่ออาเซียนเป็นตลาดเดียว อุตสาหกรรมไทยจะเป็นอย่างไร ?



ภาคอุตสาหกรรมของไทยเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทำให้เรามีรายได้เข้าประเทศจากการส่งออกซึ่งเกิดจากภาคอุตสาหกรรมมีมากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ ของการส่งออกทั้งหมด การรวมตัวของประเทศในภูมิภาคอาเซียนที่จะเป็นตลาดเดียวกันภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ถือว่ามีความสำคัญที่ทำให้ภาคอุตสาหกรรมไทยจะต้องปรับตัว เพราะเป็นการเปิดประตูตลาดการค้าระหว่างประเทศที่นำไปสู่การเป็นตลาดร่วมกัน การผลิตร่วมกัน มาตรฐานสินค้าร่วมกัน กฎเกณฑ์ระเบียบเดียวกัน

ถ้าให้ง่ายก็ต้องพูดว่ามีเสรีห้า คือ เสรีการค้าขาย เสรีบริการ เสรีการลงทุน เสรีเงินทุน และเสรีด้านการงาน ทำให้โดยรวมแล้วตลาดก็จะใหญ่ขึ้น การแข่งขันก็ต้องมีมากขึ้น ถ้ามองให้ดีก็จะเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมไทย ได้พัฒนาศักยภาพ พัฒนา Productivity แรงงานเราก็ต้องพัฒนามากขึ้นคือต้องยกระดับทักษะความสามารถ เพราะเป็นไปตามหลักธรรมชาติซึ่งเป็นสัจจะของชีวิตที่ว่า **“ถ้าเสรีมากก็ต้องพัฒนามาก พัฒนามากก็ต้องแข็งแกร่งมากกว่า แข็งแกร่งมากกว่าจึงจะอยู่รอดได้มากกว่าและดีกว่า”**

ลำดับแรก ให้ไปดูที่ปัจจัยภายนอกที่มากกระทบกับอุตสาหกรรมไทย ซึ่งผู้ประกอบการก็ต้องทราบก่อนว่า AEC คืออะไร เราจะสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างไร เพื่อจะได้แข็งแกร่ง และในวันข้างหน้าจะทำให้พร้อมรับการแข่งขันที่มีมากขึ้นทั้งภายในและนอกประเทศ ต้องเรียนรู้ว่า

ตลาดอาเซียนที่เป็นก้อนเดียวกันแล้วมีจุดอ่อนจุดแข็งของการรวมกันอย่างไร เราต้องการอะไรบ้าง ทั้งสินค้าและบริการ เพื่อจะได้ปรับปรุงให้ดีขึ้นและเป็นไปตามหลักสากลที่เหมาะสมกับความต้องการและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

ส่วนลำดับต่อมา ให้ดูที่ปัจจัยภายในอุตสาหกรรมในเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภาพ ซึ่งต่อไปจะเป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่สำคัญมาก ถ้าผลิตมาก ๆ เป็นพวกอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ๆ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องทำให้มีต้นทุนสามารถแข่งขันได้ พัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจและ Supply chain เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมทั้งภายในกลุ่มสาขาเดียวกันและข้ามกลุ่มสาขา ถ้าไม่อยากผลิตมากหรือเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อมที่คุ้นเคยก็ต้องบอกว่าเป็น SMEs ต้องสร้างเครือข่ายการผลิตระหว่างกัน รวมกลุ่มกันให้ได้ด้วยเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง และลดการผลิตสินค้าที่ต้องต่อสู้กันในเรื่องราคาแล้วหันมาเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น



งานในการกิจหน้าที่รับผิดชอบของอุตสาหกรรมรายสาขา 1



ภารกิจหน้าที่ที่ดูแลอยู่จะเป็นเรื่องการเสนอแนะนโยบาย และแก้ปัญหาภาคอุตสาหกรรมรายสาขาที่รับผิดชอบ พูดให้เข้าใจชัดเจนก็ต้องบอกว่ามี 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ที่ดูแล

กลุ่มที่ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ผลิตวัตถุดิบให้อุตสาหกรรมทั้งของตัวเองและอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก ประกอบด้วยอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและพลาสติก งานสำคัญที่ผ่านมา ได้แก่ การพิจารณาความ

เหมาะสมในการจัดตั้งอุตสาหกรรมเหล็ก การวางแผนทาง การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก การจัดตั้งสถาบันพลาสติก รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้กฎ ระเบียบสหภาพยุโรป

กลุ่มที่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่ เป็น อุตสาหกรรมหลักในการส่งออก ใช้เงินลงทุนค่อนข้างมาก มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และมีอุตสาหกรรม ขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบ สนับสนุนการผลิต สินค้าที่ผลิตมีปริมาณมากจึงต้องเน้นการ ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ประกอบด้วย อุตสาหกรรม ยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ งานสำคัญที่ผ่านมา ได้แก่ การส่งเสริมผลิตและผลักดัน Eco-car E-85 รถยนต์ Hybrid และผลักดันการพัฒนา อุตสาหกรรมระบบรางในประเทศไทย

กลุ่มที่ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน เป็นกลุ่ม อุตสาหกรรมที่ผลิตปัจจัยการผลิตหรือบริการให้กับ อุตสาหกรรมอื่น ๆ โดยสนับสนุนให้มีการผลิตในสาขา อุตสาหกรรมต่าง ๆ ควบคู่ไปกับให้บริการในภาคธุรกิจ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล อุตสาหกรรมท่อเรือ และซ่อมเรือ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ที่ผ่านมากลุ่มนี้ ได้วางกรอบแผนงานการพัฒนาอุตสาหกรรมท่อเรือและซ่อม เรือ จัดทำ Supply Chain เครื่องจักรกลการเกษตร และ การวางแผนทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์

๑ ให้ความสำคัญและมุ่งพัฒนา อุตสาหกรรมเหล่านี้อย่างไร

๑ อย่างที่กล่าวมาแล้วว่าผมแบ่งกลุ่ม อุตสาหกรรมที่รับผิดชอบดูแลอยู่ออกเป็น 3 กลุ่ม ใหญ่ คือ **กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน** เป็นกลุ่ม อุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ประเทศ เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรม อื่น ๆ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มต่อ ระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้อีก เป็นจำนวนมาก จำเป็นที่จะต้องดำเนินการ ให้เกิดการผลิตที่ครบวงจร คือมีทั้งขั้น ต้น กลาง และขั้นปลาย ซึ่งจะทำให้ เกิดความได้เปรียบในเชิงต้นทุน อีกทั้ง ยังสามารถสร้างความเข้มแข็งและความมั่นคง ทางด้านวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

อื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากมาย อย่างไรก็ตามยังจำเป็นที่จะ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการจัดพื้นที่อุตสาหกรรมให้เหมาะ สมและสอดคล้องกับทุกด้านอีกด้วย ทั้งในเรื่องการขนส่ง การดูแลสิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ของชุมชนโดยรอบ

ในส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่ ผู้ ผลิตรายใหญ่ของโลกได้ใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตใน กลุ่มนี้มานานแล้ว ทำให้เกิดมี SMEs ที่แข็งแกร่งในการ ผลิตส่วนประกอบเป็นจำนวนมาก และไทยมีแรงงานที่มีฝีมือ



ความชำนาญและความปรารถนาดี เหมาะกับอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ไทยยังได้เปรียบในเรื่องที่ตั้งซึ่งเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ทำให้เหมาะที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกของภูมิภาคนี้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถขยายการค้าและการลงทุนได้มากขึ้น สามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างประเทศในอาเซียน เพื่อการจัดสรรการผลิต (Allocation) ขึ้นส่วนประกอบตามแต่ละประเทศมีศักยภาพ การบริหารการนำเข้าชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อประกอบรถยนต์ (JTEPA) โดยแนวทางของรัฐบาลเกือบทุกยุคทุกสมัยจะกำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่ต้องการให้ไทยเป็นศูนย์กลาง หรือเป็น Hub ของภูมิภาค ก็เป็นแรงผลักดันอีกประการหนึ่งที่จะต้องพิจารณาและดำเนินการในระยะต่อไป

สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน เป็นอุตสาหกรรมที่มีความพร้อมของจำนวนผู้ประกอบการที่กระจายตัวอยู่เป็นจำนวนมาก สามารถสร้างความเชื่อมโยงให้เกิดกับอุตสาหกรรมพื้นฐานและอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่ได้ดี ตัวอย่างก็จะมี อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้า อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่สามารถสนับสนุนภาคเกษตรและภาคบริการของเทคโนโลยีได้เป็นอย่างมาก ทั้งในเรื่องการประมง การแปรรูปสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการขนส่ง ทิศทางของการพัฒนาอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้จำเป็นต้องพัฒนาแรงงานฝีมือ โดยยกระดับทักษะความสามารถเพื่อใช้เป็นข้อได้เปรียบในการพัฒนาประเทศ และการได้เปรียบประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคนี้จะทำให้เราสามารถดึงดูดการลงทุนจากประเทศอื่นๆ ทั้งภายในภูมิภาคและนอกภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น และเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการของไทยสามารถขยายฐานการผลิตในอุตสาหกรรมสนับสนุนไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์กว่าในสาขาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล อุตสาหกรรมอู่ต่อและซ่อมเรือ และการบริการทางการแพทย์

 **มองครึ่งปีหลังอุตสาหกรรมไทยที่ท่านดูแลอยู่จะเป็นอย่างไร**

 **ผมมองว่าอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมไฟฟ้าและ**

อิเล็กทรอนิกส์ จะยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในปี 2554 ที่คาดว่าจะสามารถผลักดันให้มีการส่งออกในจำนวนที่มากกว่าเดิมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในช่วงต้นปี 2554 ที่ผ่านมา มีการลงทุนในโครงการผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบสนับสนุนการผลิตเพิ่มขึ้นกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับช่วงต้นปี 2553 ที่ผ่านมา โดยดูจากการยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนช่วงครึ่งปีแรกรวม 400 กว่าโครงการ มูลค่ารวมกว่า 100,000 ล้านบาท การลงทุนที่มากเช่นนี้ในช่วงต้นปี 2554 เป็นผลมาจากการผลักดันพัฒนาอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่ของประเทศ ให้เกิดการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนภายในประเทศ ยกตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เรายึดแนวนโยบาย International Car ที่ให้ความเสรีความเท่าเทียมกัน ความโปร่งใส แก่นักลงทุนทุกราย และพยายามสร้างบรรยากาศทางธุรกิจให้เอื้อต่อการเป็นฐานการผลิตและส่งออก การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ทั้ง OEM และ REM อย่างครบวงจร โดยเน้นในเรื่องการพัฒนาแรงงาน การทดสอบและการวิจัย ซึ่งก็จะมีโครงการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์สู่ความยั่งยืน ระยะ 10 ปี (ปี 2555-2564) ที่จะต้องดำเนินการและผลักดันต่อไป

การดำเนินการตามตัวอย่างที่กล่าวมานี้ เป็นเพียงสาขาหนึ่งที่ได้พยายามผลักดันและพัฒนา โดยเน้นไปที่เรื่องยกระดับทักษะฝีมือแรงงานของเราให้เข้มแข็ง เพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับประเทศไทย ในสาขาอุตสาหกรรมอื่นๆ ก็มีการดำเนินงานเช่นกัน เช่น โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ ระยะที่ 1 (ปี 2547-2552) และระยะ 2 (ปี 2553-2557) มุ่งหวังให้บุคลากรในอุตสาหกรรมยกระดับความสามารถทางด้านเทคโนโลยี การทำวิจัยประยุกต์ เพื่อให้เกิดการขยายการลงทุนทั้งในอุตสาหกรรมหลักและอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ได้

นอกจากนี้ สิ่งที่อุตสาหกรรมในแต่ละกลุ่มต้องเฝ้าระวัง ช่วงครึ่งปีหลัง ที่อาจจะส่งผลกระทบได้ จะเป็นในเรื่องของปัญหาการขาดแคลนแรงงานระดับล่างและมีฝีมือในกลุ่มอุตสาหกรรมหลักขนาดใหญ่และกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นอันเนื่องมาจากวิกฤติพลังงาน จะส่งผลต่อต้นทุนการขนส่ง รวมไปถึงวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและพลาสติก และภัยธรรมชาติจะเป็นปัจจัยที่สำคัญมากขึ้น ที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ที่ต้องดูแลต่อไป รวมทั้งปัจจัยทางด้านการเมืองด้วยครับ ●

ดัชนีอุตสาหกรรม

ไตรมาสที่ 1 ปี 2554

ส่วนดัชนีอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์
ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ในไตรมาสที่ 1/2554 (มกราคม - มีนาคม 2554) เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนพบว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ดัชนีการส่งสินค้า ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง และดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม **ลดลง** แต่ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม **เพิ่มขึ้น**

ดัชนีอุตสาหกรรม รายไตรมาส (53 กลุ่มอุตสาหกรรม)

ดัชนีอุตสาหกรรม	ไตรมาส 1/2553 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 4/2553 (ต.ค. - ธ.ค.)	ไตรมาส 1/2554* (ม.ค.-มี.ค.)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อน (%)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ ไตรมาส เดียวกันของปีก่อน (%)
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม)	191.78	185.21	187.67	-1.23	-2.14
ดัชนีการส่งสินค้า	191.01	185.66	191.49	-1.36	0.25
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	182.05	172.23	184.87	-0.46	1.55
ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	183.28	182.01	144.90	-1.59	-20.94
ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม	118.64	115.03	118.82	-1.28	0.15
ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม	144.87	137.41	155.20	9.77	7.13
อัตราการใช้กำลังการผลิต	62.83	60.52	62.58		

(ฐานเฉลี่ยรายเดือน ปี 2543 และเป็นดัชนีที่ยังไม่ปรับผลกระทบของฤดูกาล)

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนพบว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง ลดลง แต่ดัชนีการส่งสินค้า ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม และดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้น โดย

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม มี 35 อุตสาหกรรม ที่มีการผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตยานยนต์ การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตน้ำตาล การผลิตรถจักรยานยนต์ การผลิตเม็ดพลาสติก การผลิตรองเท้า การผลิตลวดและเคเบิลที่หุ้มฉนวน การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์อื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น เป็นต้น

ดัชนีการส่งสินค้า มี 33 อุตสาหกรรม ที่มีการส่งสินค้าเพิ่มขึ้น คือ การผลิตยานยนต์ การผลิตเครื่องจักรที่ใช้

งานทั่วไปอื่น ๆ การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตเม็ดพลาสติก การผลิตเคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน ยกเว้นปุ๋ยและสารประกอบไนโตรเจน การผลิตรถจักรยานยนต์ การผลิตรองเท้า การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์อื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น เป็นต้น

ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง มี 36 อุตสาหกรรม ที่มีสินค้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตเครื่องจักรสำนักงาน เครื่องทำบัญชีและเครื่องคำนวณ การผลิตยานยนต์ การผลิตเคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน ยกเว้นปุ๋ยและสารประกอบไนโตรเจน การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก การแปรรูปและการถนอมสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ การผลิตเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าขั้นมูลฐาน การผลิตน้ำตาล การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ

อิเล็กทรอนิกส์ การผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์และ
เครื่องอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ เป็นต้น

ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม มี 24
อุตสาหกรรมที่มีแรงงานเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตรถจักรยานยนต์
การผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอบ การผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในทาง
ทัศนศาสตร์และเครื่องอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ การผลิต
สตาร์ชและผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช การผลิตสิ่งทอสำเร็จรูป
ยกเว้นเครื่องแต่งกาย การผลิตสบู่และผงซักฟอก เคมีภัณฑ์ที่
ใช้ในการทำความสะอาดและขัดเงา เครื่องหอมและสิ่งปรุงแต่ง
สำหรับประติมากรรมหรือประติมากรรม การผลิตรองเท้า การ
ผลิตยานยนต์ การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบ
อิเล็กทรอนิกส์ การผลิตผลิตภัณฑ์จากดินชนิดไม่ทนไฟ ซึ่งใช้
กับงานก่อสร้าง เป็นต้น

ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม มี 37
อุตสาหกรรมที่มีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ได้แก่
การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งน้ำดื่มบรรจุขวด

การผลิตยานยนต์ การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัด
ประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตน้ำตาล การผลิตเครื่องแต่งกาย
ยกเว้นเครื่องแต่งกายที่ทำจากขนสัตว์ การแปรรูปและการ
ถนอมสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ การผลิตผลิตภัณฑ์
พลาสติก การผลิตเครื่องจักรที่ใช้งานทั่วไปอื่น ๆ การแปรรูป
ผลไม้และผัก การผลิตผลิตภัณฑ์จากคอนกรีต ซีเมนต์ และ
ปูนปลาสเตอร์ เป็นต้น

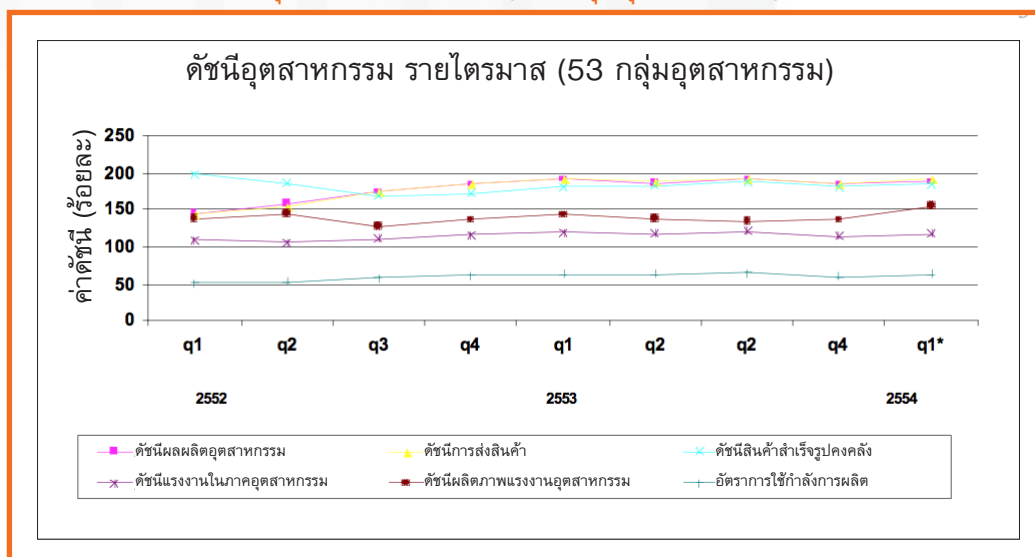
อัตราการใช้กำลังการผลิต มี 30 อุตสาหกรรม
ที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น คือ การผลิตยานยนต์
การผลิตรองเท้า การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์อื่นๆ ซึ่ง
มิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตเครื่องจักรที่ใช้งานทั่วไปอื่น
ๆ การผลิตเคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน ยกเว้นปุ๋ยและสารประกอบ
ไนโตรเจน การผลิตน้ำตาล การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน
ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตสิ่งทอสำเร็จรูป ยกเว้น
เครื่องแต่งกาย การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก การผลิตลวดและ
เคเบิลที่หุ้มฉนวน เป็นต้น

ดัชนีอุตสาหกรรม รายไตรมาส (53 กลุ่มอุตสาหกรรม)

ดัชนีอุตสาหกรรม	ปี 2552				ปี 2553				ปี 2554
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1*
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม)	146.21	158.48	174.62	185.21	191.78	186.39	191.77	185.21	187.67
ดัชนีการส่งสินค้า	143.07	154.01	175.38	185.66	191.01	188.30	193.36	185.66	191.49
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	198.11	187.17	169.25	172.23	182.05	183.65	188.09	172.23	184.87
ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	230.96	204.22	188.33	182.01	183.28	179.51	154.06	182.01	144.90
ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม	110.33	107.01	111.24	115.80	119.80	117.80	122.15	115.03	118.82
ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม	128.88	129.49	128.16	137.25	144.63	138.48	135.17	137.41	155.20
อัตราการใช้กำลังการผลิต	52.15	53.87	57.84	60.52	63.14	62.64	64.25	60.52	62.58

(ฐานเฉลี่ยรายเดือน ปี 2543 และเป็นดัชนีที่ยังไม่ปรับผลกระทบของฤดูกาล)

ดัชนีอุตสาหกรรมรายปี (53 กลุ่มอุตสาหกรรม)



หมายเหตุ: *ข้อมูลเบื้องต้น,

รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถเข้าไปดูได้ที่เว็บไซต์ สศอ. ที่ www.oie.go.th

เครือข่ายอุตสาหกรรมรองเท้าพบ สคอ.

กนกวรรณ บัวพุด
สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

อุตสาหกรรมรองเท้าในปัจจุบัน ต้องถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญประเภทหนึ่ง โดยมีตัวเลขการส่งออกเกือบ 30,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งถือเป็นตัวเลขที่ไม่ใช่น้อยเลยทีเดียว รวมทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และเนื่องจากรองเท้าเป็นของใช้ที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตคน แม้จะต้องเผชิญวิกฤติเศรษฐกิจหนักหนาสักเพียงไร คนเราก็ต้องใช้รองเท้ากันอยู่ จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าอุตสาหกรรมรองเท้าจะไม่วันล่มสลายไปจากसारบบอุตสาหกรรมของไทยอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม การผลิตอุตสาหกรรมรองเท้าที่ใช้แรงงานอย่างเข้มข้น ณ ปัจจุบัน ต้องเผชิญถึงจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ปัญหาการย้ายฐานการผลิตไปยังเพื่อนบ้าน เพื่อให้ต้นทุนการผลิตถูกลง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการกำลังเผชิญอย่างยากที่จะปฏิเสธได้ ดังนั้นการยกระดับอุตสาหกรรมในทุกๆ มิติเท่านั้น ที่จะทำให้อุตสาหกรรมรองเท้าไทยก้าวผ่านความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายได้อย่างปลอดภัย

การรวมกลุ่มหรือจัดตั้งเป็นเครือข่ายก็เป็นอีกหนึ่งมิติที่จะช่วยสนับสนุนให้อุตสาหกรรม

รองเท้าเกิดความแข็งแกร่งและพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมรองเท้ามีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือสมาคมหลายกลุ่มก่อกันด้วยกัน คือ กลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมรองเท้าไทย และสมาคมใหม่ที่เพิ่งจัดตั้งขึ้นเมื่อต้นปี 2554 ที่ผ่านมานี้ คือ **สมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทย** ก็เป็นสิ่งที่น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่งว่าการรวมกลุ่มเพื่อสร้างพลังในครั้งนี้จะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมได้อย่างไรบ้าง โดยได้รับคำยืนยันจาก นายครรชิต จันทนพรชัย นายกสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทย หลังจากนำคณะผู้บริหารสมาคมฯ เข้าเยี่ยมเพื่อแนะนำทีมงานกับผู้บริหารสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ว่า

“สมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทยได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2554 โดยผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายรองเท้า และชิ้นส่วนประกอบรองเท้า เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการทั้งระบบให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น สมาคมฯ ตั้งอยู่เลขที่ 20 อาคาร 6 ถนนราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 ปัจจุบันมีสมาชิกและสมาชิกสมทบ 101 ราย เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายซึ่งมีส่วนผลักดันรายได้ส่งออกรองเท้าปีละเกือบ 30,000 ล้านบาท” นายกสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมรองเท้าไทย ให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า “ปัจจุบันอุตสาหกรรมรองเท้ากำลังประสบปัญหาการขาดแคลน

แรงงานฝีมือ ถึงแม้ว่าจะมีสถาบันการศึกษาที่ฝึกสอนด้านวิชาชีพเกี่ยวกับเครื่องหนัง คือ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ ซึ่งเป็นสถานศึกษาของรัฐแห่งเดียวที่เปิดสอนหลักสูตรเครื่องหนัง โดยมีนักศึกษาที่จบประมาณปีละ 30 คน แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขณะที่การขาดแคลนวัตถุดิบความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการขาดแคลนบุคลากรด้านการออกแบบ ก็ยังเป็นปัญหาที่สำคัญยิ่ง” โดยสมาคมฯ ได้แก้ปัญหาในระยะสั้น 2 ข้อ คือ

1) การขาดแคลนแรงงานฝีมือในอุตสาหกรรมรองเท้า นั้น ผู้ประกอบการและทางวิทยาลัยศิลปหัตถกรรมกรุงเทพ ได้จัดหลักสูตรทวิภาคี โดยระหว่างเรียนก็สามารถทำงานในโรงงานควบคู่กันไปด้วย

2) สมาคมฯ ได้ร่วมกับวิทยาลัยฯ ในการจัดฝึกอบรมหลักสูตรฝึกอาชีพระยะสั้นแก่กลุ่มแรงงานต่างๆ เพื่อเข้าอบรม เช่น กลุ่มแรงงานแฝงแม่บ้าน กลุ่มด้อยโอกาส ชนกลุ่มน้อย กลุ่มพลตระเวนจากอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น สิ่งทอ กลุ่มแรงงานที่มีการจ้างตามฤดูกาล กลุ่มแรงงานใหม่ ตลอดจนกลุ่มแรงงานแฝงในครัวเรือน เป็นต้น เพื่อให้สามารถผลิตได้เองตามบ้านเรือน หรือการรับช่วงการผลิต (Subcontract) กับโรงงานในส่วนกลาง

นอกจากนี้ทางสมาคมฯ ได้เสนอความคิดเห็นต่อภาครัฐใน 2 ประเด็นสำคัญ คือ 1) จัดให้มีศูนย์ Material Center ที่สามารถผลิตสินค้าพวกวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิตและขายให้กับโรงงานผลิตรองเท้าได้ในราคาขายส่ง เพื่อลดต้นทุนการผลิต และทดแทนการนำเข้า 2) จัดทำสำมะโนประชากรของอุตสาหกรรมรองเท้าและชิ้นส่วน เพื่อสำรวจโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึงผู้ผลิต ผู้ค้า ทั้งระบบ เนื่องจากโรงงานในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นขนาดกลางและขนาดย่อม มีทั้งที่ได้จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมและไม่ได้จดทะเบียนจำนวนมากที่เป็นส่วนของผู้รับช่วงการผลิต (Subcontract) คงต้องลุ้นและเอาใจช่วยให้การดำเนินงานของสมาคมฯ ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความ

แข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมรองเท้าไทย เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น

หันมาทางหน่วยงานภาครัฐกับบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมรองเท้ากันบ้าง โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ปัจจุบันได้มีการดำเนินโครงการแผนแม่บทการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรม (Productivity) ให้กับอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง จำนวน 2 โครงการ คือ 1) โครงการจัดทำหลักสูตรและฝึกอบรมทักษะพื้นฐานเพื่อการพัฒนาบุคลากรในสายการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้า และ 2) โครงการเพิ่มทักษะแรงงาน (Human Skill) และประสิทธิภาพบุคลากรนักร้องแบบ Leather Fashion เพื่อช่วยผู้ประกอบการทั้งในอุตสาหกรรมรองเท้าและเกี่ยวโยงไปถึงอุตสาหกรรมเครื่องหนัง โดยเพิ่มทักษะฝีมือแรงงานและด้านการออกแบบช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น และนอกจากนี้ในปีงบประมาณ 2555 สศอ. ได้ขอตั้งงบประมาณ หมดเงินอุดหนุนให้กับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ จัดทำศูนย์ข้อมูลสิ่งทอและเครื่องหนังเชิงลึก เพื่อสำรวจรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง คำปลีก ทั้งระบบ ข้อมูลปัจจัยการผลิตและการตลาด และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งก็จะเป็นประโยชน์และสนองตอบการพัฒนาอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังได้ดียิ่งขึ้น

อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทยที่ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือร่วมใจกันสนับสนุนให้เกิดความเข้มแข็งและพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน การเชื่อมโยงและการสร้างเครือข่ายกันระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงการรวมกลุ่มกันเองระหว่างภาคเอกชนด้วยกัน เป็นหนึ่งกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมนี้ให้เติบโตเจริญก้าวหน้า และนำไปสู่ความสำเร็จที่ตั้งไว้ได้ในอนาคตอันใกล้... ●



“ความประทับใจ จากแผ่นดินไหวประเทศญี่ปุ่น”

อารียา สุภาพ
สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ

เมื่อต้นเดือนมีนาคมที่ผ่านมาผู้เขียนได้เดินทางไปเข้าร่วมประชุมกลุ่มการค้าและการลงทุน (Market Access Group) และคณะกรรมการการค้าและการลงทุน (Committee on Trade and Investment) ของเอเปค ที่กรุงวอชิงตัน ดีซี ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยได้เดินทางออกจากวอชิงตัน ดีซี ในวันที่ 10 มีนาคม 2554 เพื่อที่จะมาเปลี่ยนเครื่อง (Transit) กลับกรุงเทพ ที่สนามบินนาริตะ ประเทศญี่ปุ่น โดยจะมาถึงนาริตะในวันที่ 11 มีนาคม 2554 เวลา 15.15 น. ตามกำหนดการของสายการบิน

ระหว่างที่เครื่องกำลังจะเตรียมตัวลงจอดที่สนามบินนาริตะอยู่นั้น ก็ได้ยินเสียงของกัปตันประกาศให้ทราบว่าขณะนี้กำลังเกิดแผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่นทำให้ยังไม่สามารถนำเครื่องลงจอดได้ โดยทางสนามบินแจ้งให้เครื่องบินทำการบินวนรอบอยู่ก่อนจนกว่าจะได้รับแจ้งอีกครั้ง ซึ่งเครื่องบินของเราก็ได้บินรอบอยู่ประมาณ 1 ชั่วโมง จากนั้นก็ได้รับคำสั่งให้นำเครื่องไปลงจอดที่สนามบินฮาเนดะซึ่งเป็นสนามบินใกล้เคียงแทนเนื่องจากสนามบินนาริตะได้ปิดให้บริการชั่วคราวจากผลกระทบของแผ่นดินไหว และเมื่อหลังจากเครื่องบินได้ร่อนลงสู่สนามบินฮาเนดะแล้ว กัปตันก็ได้แจ้งเพิ่มเติมให้ทราบว่าได้รับคำสั่งให้นำเครื่องจอดรออยู่บนลานบินก่อนเนื่องจากยังมี After Shock อยู่เป็นระลอก ซึ่งจะต้องรอจนกว่าจะแน่ใจว่าปลอดภัยแล้ว ทางศูนย์บังคับการบินจึงจะอนุญาตให้นำผู้โดยสารเข้ามาในตัวอาคารได้

หลังจากที่นั่งผจญ After Shock อยู่บนเครื่องบินอีกประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้เขียนและผู้โดยสารอื่นๆ ก็ได้รับอนุญาตให้เข้ามาในตัวอาคาร โดยสิ่งแรกที่ต้องทำก็คือต้องมา Check-in ใหม่และดูว่าจะมีเที่ยวบินไหนที่เราสามารถกลับเมืองไทยได้บ้าง ซึ่งก็ปรากฏว่าที่สนามบินฮาเนดะนี้มีเที่ยวบินไปกรุงเทพแค่วันละ 1 เที่ยวบิน คือเวลา 00.30 น. ซึ่งก็ไม่มีทางเลือกอื่นโดยต้องรออีกประมาณ 6 ชั่วโมงกว่าจะได้ขึ้นเครื่องอีกครั้ง

หลังจากที่ได้ผ่านพิธีตรวจคนเข้าเมือง ผ่านด่านศุลกากร และเข้า Check-in ใหม่อีกครั้ง โดยทางสายการบินได้ออก Boarding Pass สำหรับเที่ยวบินถัดไปให้ใหม่ก็ทำให้ค่อนข้างรู้สึกใจชื้นขึ้นอีกครั้งและเริ่มมีกระจิตกระใจมองซ้ายมองขวามองว่ามีอะไรให้ทำในสนามบินฮาเนดะแห่งนี้บ้าง

ต้องขอชมชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมากว่าช่างมีสติและอยู่ในความสงบจริงๆ เพราะขณะที่ผู้เขียนอยู่ในสนามบินก็มีชาวญี่ปุ่น



๑ ข้าวของในร้านที่หล่นกระจายเสียหาย



๒ แถวรอรับแจกผ้าห่มที่เป็นระเบียบเรียบร้อย

มากมายหลายพันคนติดอยู่ในสนามบินด้วยเนื่องจากระบบขนส่งทั้งหมดหยุดให้บริการ ซึ่งถ้าหากไม่เห็นข้าวของที่หล่นแตกกระจายอยู่บนพื้นในร้านขายของ หรือเห็นแถวที่รอรับแจกผ้าห่มก็จะไม่รู้เลยว่าเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวในประเทศญี่ปุ่น

หลายชั่วโมงที่ติดอยู่ในสนามบินฮาเนดะทำให้ผู้เขียนมีเวลาเหลือเฟือในการเดินสำรวจส่วนต่างๆ ของสนามบิน โดยสนามบินฮาเนดะแห่งนี้เป็นสนามบินที่อยู่ใกล้เคียงโตเกียวที่สุดเดิมทีได้ถูกกำหนดให้ใช้เป็นสนามบินภายในประเทศแต่ต่อมาได้มีการปรับปรุงและเปิดให้เป็นสนามบินระหว่างประเทศเมื่อเดือนตุลาคม 2554 โดยในส่วนของ International Terminal ซึ่งผู้เขียนอยู่นี้เป็น Terminal ที่ใหม่ที่สุด โดยเมื่อ

เดินขึ้นบันไดเลื่อนไปบนชั้นลอยในส่วนของการออกก็จะพบกับร้านขายของและร้านอาหารจำนวนมากมายโดยตั้งชื่อไว้อย่างเก๋ไก๋ว่า Edo-Koji, Shopping area (Edo เป็นชื่อของเมืองหลวงใหม่ซึ่งย้ายมาจากเกียวโตและปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็นโตเกียวตนเอง) แต่น่าเสียดายที่ผู้เขียนมีโอกาสแค่เดินดูรอบๆ เพราะว่าผลกระทบจากแผ่นดินไหวทำให้ข้าวของหล่นลงมาหมด ทางร้านก็เลยต้องปิดเพื่อตรวจสอบความเสียหาย พร้อมทั้งต้องจัดของให้เป็นระเบียบเรียบร้อยก่อนที่จะเปิดขายอีกครั้ง นอกจากนี้ร้านรวงที่ทางสนามบินจัดให้เป็น Theme แบบสมัย Edo แล้ว พื้นที่สำหรับนั่งพักของผู้โดยสารก็มีการออกแบบให้เข้ากับสมัย Edo เช่นกัน เช่น มีการวางม้านั่งที่เป็นไม้พร้อมกับต้นไผ่และรั้วที่ทำด้วยผ้าสีแดง ดูๆ ไปราวกับว่ากำลังนั่งอยู่ในสวนสาธารณะ แทบจะลืมไปเลยว่ากำลังติดแผ่นดินไหวอยู่ในสนามบินซะด้วยซ้ำ

และเนื่องจากสนามบินเต็มไปด้วยผู้โดยสารที่ตกค้างจึงไม่มีที่ว่างให้นั่งเลย ผู้เขียนจึงเดินขึ้นบันไดเลื่อนไปอีกชั้นและก็พบว่าชั้นบนสุดเป็นชั้นที่เปิดให้ผู้โดยสารสามารถเดินออกไปชมวิวที่เป็นลานบินได้หรือเรียกว่า “Observation Deck” โดยโซนนี้ถือได้ว่าได้รับความนิยมมากที่สุดโดยเฉพาะสำหรับเด็กๆ แต่น่าเสียดายที่เหตุการณ์แผ่นดินไหวทำให้เจ้าหน้าที่ไม่อนุญาตให้ออกไปชมวิวได้ ซึ่งผู้เขียนก็ได้สัญญากับตัวเองไว้แล้วว่าหากคราวหน้ามีโอกาสมาที่สนามบินฮาเนดะอีกครั้งก็ต้องขึ้นมาชมวิวบริเวณนี้ให้ได้ สำหรับเมืองไทยนั้นเท่าที่จำได้ก็ทราบมาว่าจริงๆ แล้วที่สนามบินสุวรรณภูมิก็มีการทำ Observation Deck เหมือนกัน แต่ว่าไม่ได้มีการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนจึงไม่ค่อยมีคนรู้ อย่างไรก็ตามปัจจุบันทางสนามบินได้ปิดพื้นที่ดังกล่าวและแปรสภาพไปเป็นที่เก็บของหรือห้องทำงานเรียบร้อยแล้ว ซึ่งยิ่งพอรู้สึกยิ่งรู้สึกเสียดายแทนคนไทยจริงๆ น่าจะเก็บพื้นที่ดีๆ อย่างนี้เอาไว้แทนที่จะเอาไปทำเป็นที่เก็บของ

หลังจากเดินวนไปวนมาซักพักใหญ่ก็ไม่มีวีแววว่าร้านค้าไหนจะเปิดให้บริการ ผู้เขียนจึงตัดสินใจเดินผ่าน Immigration เข้าไปนั่งรอที่ Gate ต้องขอบอกว่าโชคดียิ่งๆ ที่ตัดสินใจเข้ามานั่งรอข้างใน เพราะว่าพอนั่งรอจนถึงประมาณ

เกือบ 3 ชม. ก็มีประกาศจากสนามบินว่าทุกเที่ยวบินถูกยกเลิกหมด ผู้เขียนและผู้โดยสารอื่นๆ ที่อยู่บริเวณ Gate ซึ่งออกไปไหนไม่ได้ก็ต้องนอนรอเที่ยวบินถัดไปกันแถวนั้นทั้งบนเก้าอี้และที่พื้น โดยต้องรออีกกว่า 24 ชั่วโมงกว่าจะมีเที่ยวบินเที่ยวถัดไปที่ไปเมืองไทยอีกครั้งและก็ไม่รู้เหมือนกันว่าจะยกเลิกอีกหรือไม่ ความรู้สึกตอนนั้นก็ต้องสารภาพเลยว่าทุกคนเครียดกันหมดคิดอย่างเดียวคืออยากออกจากประเทศญี่ปุ่นให้เร็วที่สุดและที่บอกว่าโชคดียิ่งๆ ที่ต้องนอนค้างในสนามบินก็เพราะมารู้ตอนหลังว่าคณะคนไทยอีก 4 คนที่มาด้วยกัน ด้วยความที่มัวเวลาอีกหลายชั่วโมงกว่าเครื่องจะออกทำให้ทุกคนมัวแต่ใจเย็นพากันเดินเล่นอยู่ด้านนอกทำให้กว่าจะตัดสินใจเดินเข้า Immigration ทางสนามบินก็ประกาศยกเลิกเที่ยวบินพอดี ทำให้ทั้ง 4 คนไม่สามารถเข้ามาใน Gate ได้ ประกอบกับ Boarding pass ที่ได้มาก็ใช้ไม่ได้แล้วทำให้ต้องออกไปหาโรงแรมนอนเองข้างนอกและมาเข้าคิวใหม่เพื่อออก Boarding Pass ในวันรุ่งขึ้น ซึ่งกว่าจะได้เที่ยวบินกลับเมืองไทยอีกทีคณะนั้นต้องรออีก 2 วัน กว่าจะได้กลับเมืองไทยก็คือเช้าวันจันทร์ที่ 14 มีนาคม 2554 ส่วนผู้เขียนนั้นหลังจากนอนอยู่ที่สนามบินประมาณ 30 ชั่วโมงก็ได้เที่ยวบินกลับเมืองไทยตอนประมาณเที่ยงคืนครึ่งของวันเสาร์ที่ 12 มีนาคม 2554

การที่ได้กลับถึงเมืองไทยในครั้งนี้ทำให้รู้ซึ่งถึงคำว่า “ไม่มีที่ไหนสุขใจเท่าบ้านเรา” อย่างถ่องแท้ และแม้ว่าเหตุการณ์ในครั้งนี้จะสร้างความตระหนกตกใจที่สุดในชีวิตให้กับผู้เขียน แต่ในขณะเดียวกันก็ได้สร้างความประทับใจแบบสุดๆ เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของความมีระเบียบวินัยของชาวญี่ปุ่น และทำให้ผู้เขียนแอบหวังเล็กๆ ในใจอยากเห็นประเทศไทยของเรามีความมีระเบียบเป็นเหมือนญี่ปุ่นบ้าง ซึ่งความมีระเบียบวินัยนั้นโดยส่วนตัวแล้วก็เห็นว่าไม่ใช่เรื่องที่ไกลเกินฝัน เพียงแค่เริ่มจากตัวของเราเองก่อนแล้วค่อยๆ ช่วยกันสอนลูกหลาน ซึ่งผู้เขียนก็หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ซักวันเราคนไทยคงจะได้รู้สึกภาคภูมิใจกับความมีระเบียบของคนในชาติของเราเหมือนกับที่ผู้เขียนมีความรู้สึกประทับใจกับชาวญี่ปุ่นอย่างเนิ่นนาน



๑ จากโซน check-in ขึ้นบันไดเลื่อนไปจะเป็นโซน Edo-Koji Shopping area ร้านค้าจะตกแต่งแบบโบราณสมัย Edo

กฎแห่งเลขสาม

จักรพันธ์ เด่นดวงบริพันธ์
สำนักนโยบายอุตสาหกรรมมหาก

ท่านผู้อ่านเคยได้ยินสำนวนว่า One Size Fits All ไหมครับ สำนวนนี้มีความหมายถึงสิ่งที่ผลิตหรือคิดขึ้นมา แล้วสามารถใช้ได้กับทุกสรรพสิ่ง เป็นแนวคิดที่สะท้อนถึงยุคหลังที่มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมใหม่ๆ ซึ่งตลาดเป็นของผู้ผลิต คือไม่ว่าจะผลิตอะไรออกมาขายได้หมด กรณีตัวอย่างได้แก่ รถยนต์ฟอร์ด โมเดลที ซึ่งรถยนต์เก็บบครั้งทีวิ่งอยู่ในสหรัฐอเมริกาสมัยนั้นเป็นรถยนต์รุ่นนี้ จุดเด่นคือมีสีดำเพียงสีเดียว โดยเฮนรี ฟอร์ด ถึงกับกล่าวไว้ว่า “ลูกค้าจะเลือกซื้ออะไรก็ได้ที่เขาต้องการ トラบเท่าที่มันยังเป็นสีดำ”

แต่ในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่ตลาดเป็นของผู้ซื้อ กลยุทธ์ One Size Fits All คงไม่เหมาะสมเสียแล้ว เพราะความต้องการของลูกค้ามีความแตกต่าง หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์ที่จะใช้ตอบสนองจึงต้องปรับให้เหมาะสมเช่นกัน โดยในเกร็ดความรู้ฉบับนี้จะเสนอเรื่อง “กฎแห่งเลขสาม” จากหนังสือชื่อเดียวกัน¹ โดยเนื้อหาของกฎนี้ คือ “ในอุตสาหกรรมใดๆ เราจะพบว่ามี 3 บริษัทที่ครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่เอาไว้ได้” เช่น รถยนต์ยี่ห้อ โตโยต้า ฮอนด้า และนิสสัน มีส่วนแบ่งตลาดรถยนต์นั่งรวมกัน 79.8 เปอร์เซ็นต์ หรือรถจักรยานยนต์ยี่ห้อ ฮอนด้า ยามาฮ่า และซูซูกิ รวมกันได้ 98 เปอร์เซ็นต์ (ท่านผู้อ่านลองนึกดูสิครับว่าธุรกิจของท่านสอดคล้องกับกฎนี้หรือไม่)

กฎแห่งเลขสามได้แบ่งผู้ประกอบการในธุรกิจใดๆ ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ บริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไป เป็นผู้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่ บริษัทผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นผู้ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่ม และบริษัทตรงกลาง หรือ “หลุม” ซึ่งเป็นบริษัทที่มีแนวโน้มที่จะถูกกลืนหรือล้มละลายลงในอนาคต โดยบริษัทสามอันดับแรก หรือที่เราเรียกว่าบริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไป มักครอบครองส่วนแบ่งตลาดได้ 70

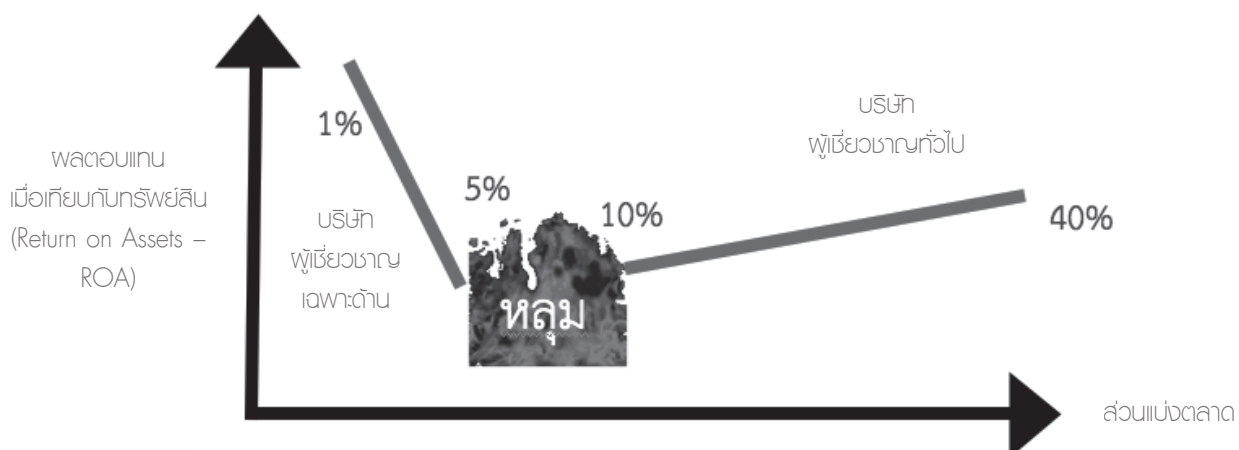
ถึง 90 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจะผลิตสินค้าหรือให้บริการเป็นที่พึงพอใจต่อผู้ใช้กลุ่มเล็กๆ ที่มีความต้องการพิเศษ จะครองส่วนแบ่งตลาดได้ 1 ถึง 5 เปอร์เซ็นต์ ส่วนบริษัทต่างๆ ที่ติดอยู่ในหลุมตรงกลาง มักจะครองส่วนแบ่งตลาดได้ 5 ถึง 10 เปอร์เซ็นต์ แต่ไม่สามารถแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพกับบริษัทสามอันดับแรก หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านได้

จากกราฟส่วนแบ่งตลาด และผลตอบแทนเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน เราพบว่าเมื่อผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น มักจะต้องลงทุนสินทรัพย์ให้เพิ่มขึ้นมาก ทำให้ยอดขายได้ (ต่อทรัพย์สิน) ลดลงอย่างรวดเร็ว ในขณะที่บริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไป การเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสามารถทำให้ยอดขายได้เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น² ดังนั้นเพื่อให้บริษัทอยู่รอดได้ จะต้องรักษาสภาพตัวเองไม่ให้ตกลงไปในหลุม โดยกฎแห่งเลขสามให้แนวทางการกำหนดนโยบายของบริษัทในแต่ละกลุ่ม และแต่ละอันดับดังนี้ครับ

นโยบายสำหรับบริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไป

บริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไป หรือบริษัทผู้นำตลาด 3 ราย มีจุดเด่น จากเรื่องความประหยัดจากขนาด ความสามารถในการตอบสนองสินค้าที่หลากหลาย และมีกลุ่มลูกค้าที่จงรักภักดี แต่บริษัททั้ง 3 อันดับก็มีการแข่งขันกันเองตลอดเวลา ทำให้มีนโยบายที่แตกต่างกันในแต่ละอันดับ คือ

บริษัทอันดับ 1 เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีประสิทธิภาพในการผลิตสูงสุด และได้รับความเชื่อถือจากตลาด จึงมีนโยบายต้นทุนต่ำ และเน้นที่ปริมาณการขายมากกว่าส่วนต่างผลกำไร โดยไม่ควรเป็นผู้วิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่เอง แต่ควรทุ่มงบประมาณไปกับการ



พัฒนาสินค้าที่ตลาดให้การยอมรับแล้ว และทำผลิตภัณฑ์ของตนให้เป็นมาตรฐานของตลาด

บริษัทอันดับ 2 มักจะวางตำแหน่งเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดี หูหามมีระดับกว่า เน้นการทำตลาดอย่างจำเพาะเจาะจง และมีเป้าหมายที่ชัดเจน ใช้งบการตลาดเพื่อแย่งเฉพาะลูกค้าชั้นดีมาจากบริษัทอันดับ 1 ทำการเลียนแบบผู้นำตลาดโดยเน้นสิ่งที่เหนือกว่าและเจาะเข้าไปที่จุดอ่อนของบริษัทอันดับ 1

บริษัทอันดับ 3 มักมีนโยบายในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดโดยการเข้าไปค้นหาบริษัทที่อยู่ในหลุมเพื่อจับมือเป็นหุ้นส่วนในการสร้างกลุ่มลูกค้าและสินค้าใหม่ ๆ เน้นการสร้างนวัตกรรมและความแตกต่าง

นโยบายสำหรับบริษัทผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

บริษัทผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านปกติจะผลิตสินค้าหรือให้บริการอันเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้กลุ่มเล็กๆ ที่มีความต้องการพิเศษ ดังนั้นในภาพรวมอาจมีส่วนแบ่งตลาดเพียง 1 – 5 % แต่ในส่วนแบ่งตลาดย่อยนั้นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแสดงตัวเหมือนกับเป็นผู้ผูกขาดหรือผู้นำตลาดนั้นๆ ไว้ด้วย ดังนั้น นโยบายสำหรับบริษัทผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน คือ มุ่งตลาดที่เจาะจง และพยายามผูกขาดตลาดนั้นเอาไว้ รักษาความพิเศษของตนโดยหลีกเลี่ยงการเข้าไปสู่ตลาดอื่นที่ขาดความถนัด แต่ใช้ความเชี่ยวชาญในการขาย การบริการส่วนตัวที่เป็นยอด เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีกว่า หลีกเลี่ยงการเพิ่มค่าใช้จ่ายคงที่ หรือค่าใช้จ่ายบางอย่างที่เป็นต้นทุนที่สูงเกินไป (เนื่องจากมีฐานลูกค้าที่จำกัด) แต่ควรหาวิธีเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนชั่วชีวิตของลูกค้า โดยไม่ลืมที่จะค้นหาลูกค้าใหม่ๆ ไปด้วย

นโยบายสำหรับบริษัทที่ตกอยู่ในหลุม

ส่วนมากบริษัทที่ตกอยู่ในหลุมจะมีสถานะทางการเงินที่ย่ำแย่ลง เนื่องจากมีฐานลูกค้าน้อยเกินไปที่จะเฉลี่ยค่าใช้จ่ายให้สินค้าออกมามีคุณภาพในราคาถูก แต่มีขนาดใหญ่เกินไปที่จะปรับแต่งสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในตลาดแคบๆ ได้ แนวทางที่จะออกจากหลุมได้นั้น คือ การมุ่งไปสู่การเป็นบริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไปครบวงจรในอันดับ 3 (โดยเป็นบริษัทที่มุ่งความแตกต่าง และการควบรวมกิจการให้มีฐานลูกค้าที่ใหญ่เพียงพอ) หรือหนทางที่น่าจะง่ายกว่า คือ การมุ่งไปเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยนำเสนอคุณลักษณะที่โดดเด่นมากที่สุดต่อตลาด และจัดสินทรัพย์ที่ไม่สอดคล้องกับคุณลักษณะดังกล่าวออกไป ใช้ประโยชน์จากยี่ห้อและช่องทางการจำหน่ายที่มีมาสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะ และหันมาทำเรื่องบริการมากขึ้น พร้อมทั้งปรับตลาดให้แคบลงตามความถนัด

นอกจากการประยุกต์ใช้แนวทางการปรับตัวของทั้ง 3 กลุ่มแล้ว บริษัทยังต้องใส่ใจถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เข้ามากระทบต่อธุรกิจอีก อาทิ การเปลี่ยนแปลงจากเทคโนโลยีใหม่ๆ (อย่างทีกล้องดิจิทัลเข้ามาแทนที่กล้องฟิล์ม) การเปลี่ยนแปลง

สภาพของตลาด (อย่างการเติบโตขึ้นของตลาดสินค้าออนไลน์ หรือการมีข้อตกลงกลุ่มประชาคมอาเซียน) พฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไป (อย่างการมีอายุยืนและใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น) และวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป (อย่างกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม) และการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของภาครัฐ (เช่น การเก็บภาษีสรรพสามิต การเข้มงวดเรื่องการปล่อยก๊าซสารพิษ ฯลฯ) ซึ่งอาจทำให้ทั้งโครงสร้างการผลิตและการตลาดที่มีอยู่มีการเปลี่ยนแปลงไปได้

กล่าวโดยสรุป คือ ในการกำหนดกลยุทธ์องค์กรต้องใส่ใจทั้งสภาพภาพของตนเองและสภาพแวดล้อมอย่างรอบด้าน และปรับตัวให้เท่าทัน โดยผู้เขียนขอฝากตัวอย่างของฟอร์ตโมเดลที่ไว้ที่ว่า แม้โมเดลที่ จะเป็นสุดยอดนวัตกรรมยานยนต์แห่งศตวรรษที่ 20 แต่การที่ เฮนรี ฟอร์ต ยึดติดกับความสำเร็จโดยไม่ใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้าและการปรับตัว ก็ทำให้เกิดหายนะอันใหญ่หลวง โดยฟอร์ตต้องปิดโรงงานนานกว่า 6 เดือน และคนงานกว่า 13,000 ชีวิตต้องตกงานไปพร้อมกันด้วย³

อย่าลืมนะครับว่า “ผู้ที่อยู่รอด มิใช่เป็นสายพันธุ์ที่แข็งแกร่งที่สุดหรือฉลาดที่สุด หากแต่่าเป็นผู้ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดีที่สุดต่างหาก” ...ด้วยความปรารถนาดีครับ ☺

เชิงอรรถ :

¹ รายละเอียดเพิ่มเติม ศึกษาจาก : จักรดิษฐ์ เชื้อ และ ราเจ นทรา ชิโซเคีย. กฎแห่งเลขสาม, แปลและเรียบเรียงโดย กิตติรัตน์ พรหมรัตน์. (กรุงเทพฯ : เอ. อาร์. บิซิเนส เพรส, พิมพ์ครั้งที่ 1. 2548)

² อย่างไรก็ตาม ดร.จักรดิษฐ์ ระบุว่าเมื่อบริษัทผู้เชี่ยวชาญทั่วไปมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ ตัวเลขรายได้ต่อทรัพย์สินจะมีแนวโน้มลดลงอย่างมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากต้องดำเนินการตามกฎหมายเรื่องการเป็นผู้ผูกขาดหรือมีอำนาจเหนือตลาด รวมถึงสัดส่วนต้นทุนคงที่จะมีอัตราเพิ่มที่สูงกว่าส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ศึกษาเพิ่มเติมได้ใน กฎแห่งเลขสาม, อ้างแล้ว, บทที่ 3 หน้า 88 - 120

³ รายละเอียดเกี่ยวกับเฮนรี ฟอร์ต และรถยนต์รุ่นโมเดลที่ ศึกษาเพิ่มเติมได้จาก <http://www.wiley.com/legacy/products/subject/business/forbes/ford.html>





วารสารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้เปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมจากบุคคลภายนอก

ความยาวไม่เกิน 2 หน้ากระดาษ A4

โดยส่งมาที่ กลุ่มประชาสัมพันธ์และบริการห้องสมุด สำนักบริหารกลาง
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ถนนพหลโยธิน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
หรือ e - mail : oielub@oie.go.th

เจ้าของความคิดเห็นและบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสาร สศอ. จะได้รับ
ของที่ระลึก หรือค่าตอบแทนตามความเหมาะสม โดยขอความกรุณาระบุ ชื่อ –
นามสกุลจริง พร้อมทั้งอยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ของท่านให้ชัดเจน

กองบรรณาธิการฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการตัดทอนความยาวหรือข้อความ
ในบางตอนออก เพื่อความเหมาะสม ในกรณีที่ผลงานของท่านได้รับการตีพิมพ์

.....



• “Goal Together” KM KICK OFF 2011

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) จัดกิจกรรม KM KICK OFF 2011 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Goal Together” โดยมีนางสุทธินีย์ พุ่มผกา ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเป็นประธานเปิดงาน และมีนายพิชัย ตั้งชนะชัยอนันต์ รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมกล่าวรายงาน ภายในงานมีการแนะนำคณะทำงาน KM ปี 2554 พร้อมทั้งเปิดโต๊ะเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้ในหัวข้อ “ยุทธศาสตร์ KM ปี 54” โดยเชิญวิทยากรจากกรมสุขภาพจิต และบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ร่วมสนทนา จัดขึ้น ณ ห้องประชุม 601 เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2554 โดยกิจกรรมนี้จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 และมีการพัฒนาก้าวหน้าตามลำดับ ●



• สศอ. แฉลงข่าว ดัชนีอุตสาหกรรมเดือนเมษายน 2554

นางสุทธินีย์ พุ่มผกา ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร สศอ. แฉลงข่าวในประเด็น “ดัชนีอุตสาหกรรมเดือนเมษายน ปี 54” โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) เดือนเมษายน 2554 ลดลง -7.81% เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน มีอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ 54.6% อุตสาหกรรมที่ทำให้ MPI ติดลบที่สำคัญได้แก่ การผลิตยานยนต์, Hard Disk Drive, เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ และอาหาร เป็นต้น การแถลงข่าวจัดขึ้น ณ ห้องประชุม 202 สศอ. เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2554 ●



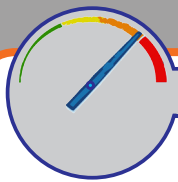
• เปิดตัว “อุตสาหกรรมสีเขียว”

นายวิฑูรย์ ลิ้มะโชคดี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม และผู้บริหารกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมจากทั่วประเทศ ร่วมในพิธีเปิด “โครงการอุตสาหกรรมสีเขียว” เพื่อนำพาภาคอุตสาหกรรมของไทยไปสู่การพัฒนาที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นมิตรกับชุมชน และวางเป้าหมายสู่การเป็นผู้นำอุตสาหกรรมสีเขียวของอาเซียน จัดขึ้น ณ สโมสรทหารบก กรุงเทพมหานคร โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) เข้าร่วมจัดแสดงนิทรรศการ และแจกจ่ายเอกสารเผยแพร่ให้ความรู้ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2554 ●



• สศอ. แฉลงข่าว ดัชนีอุตสาหกรรมไตรมาสแรกปี 2554

นางสุทธินีย์ พุ่มผกา ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร สศอ. เปิดแถลงข่าว “ดัชนีอุตสาหกรรมไตรมาสแรกปี 2554 หลังอาฟเตอร์ช็อก” โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ในไตรมาสที่ 1/2554 หดตัวเล็กน้อย -2.1 % เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2553 ส่วนกำลังการผลิตยังคงอยู่ในระดับสูงที่ 62.6 % ขณะที่บางสาขาอุตสาหกรรมเริ่มมีผลกระทบจากเหตุคลื่นยักษ์สึนามิถล่มญี่ปุ่น โดยการแถลงข่าวจัดขึ้น ณ ห้องประชุม 202 สศอ. เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2554 ●

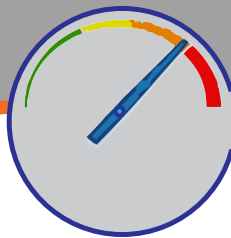


	ปี 2553				ปี 2554				ที่มา
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	
ตัวแปรชี้นำเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรม									
ปัจจัยภายในประเทศ									
ด้านการผลิต									
มูลค่าการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบ (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	16,699.9 (70.4)	18,097.1 (55.3)	18,908.3 (32.9)	19,357.5 (22.0)	20,762.1 (24.3)	6,776.5 (29.5)	6,450.7 (17.3)	7,534.9 (26.3)	รพท.
มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุน	10,361.5 (23.1)	11,408.8 (41.0)	11,944.5 (28.4)	11,669.4 (17.7)	14,141.4 (36.5)	4,459.9 (39.0)	4,216.5 (33.0)	5,465.0 (37.2)	รพท.
ดัชนีชี้บำธุรกิจระยะสั้น	119.7 (8.4)	119.1 (5.6)	121.6 (5.8)	122.9 (3.7)	126.4 (5.5)	125.5 (5.7)	126.7 (5.1)	126.9 (5.8)	กระทรวงพาณิชย์
ความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม 3 เดือนข้างหน้า	110.9 (49.5)	106.0 (18.9)	115.9 (15.2)	113.1 (0.5)	114.1 (2.9)	116.3 (4.8)	118.1 (3.1)	108.0 (0.7)	รพท.
ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน	174.2 (12.2)	182.7 (21.3)	187.6 (21.7)	185.8 (14.4)	196.8 (13.0)	192.4 (13.5)	195.0 (12.2)	203.1 (13.2)	รพท.
ราคาน้ำมันดิบ	78.6 (83.3)	77.8 (30.9)	76.1 (11.5)	85.1 (11.9)	93.5 (18.9)	89.2 (13.8)	88.6 (16.0)	102.9 (26.7)	รพท.
อัตราแลกเปลี่ยน บาท/ดอลลาร์สหรัฐ	32.8 (-6.9)	32.3 (-6.8)	31.6 (-6.9)	30.0 (-9.8)	30.6 (-7.0)	30.6 (-7.3)	30.7 (-7.2)	30.4 (-6.4)	รพท.
อัตราแลกเปลี่ยนบาท/100 เยน	36.2 (-4.1)	35.1 (-1.7)	36.8 (1.5)	36.3 (-2.1)	37.1 (2.5)	37.0 (2.3)	37.2 (1.5)	37.2 (3.7)	รพท.
อัตราแลกเปลี่ยนบาท/ยูโร	45.5 (-1.0)	41.1 (-12.9)	40.8 (-15.9)	40.8 (-17.1)	41.8 (-8.2)	40.8 (-13.4)	42.0 (-7.4)	42.5 (-3.5)	รพท.
ด้านการบริโภค									
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	23.9 (97.8)	16.1 (46.8)	22.6 (92.9)	24.4 (32.3)	18.5 (-22.3)	20.3 (-25.9)	19.3 (-22.5)	16.0 (-17.1)	กระทรวงพาณิชย์
ดัชนีอุปโภคบริโภคภาคเอกชน	133.6 (7.8)	135.0 (7.6)	134.9 (4.8)	135.7 (3.5)	139.3 (4.2)	138.4 (4.5)	137.8 (3.4)	141.7 (4.8)	รพท.
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	96.5 (12.8)	74.7 (15.0)	80.5 (18.4)	164.5 (17.7)	135.1 (40.0)	160.7 (42.0)	125.0 (34.8)	119.7 (42.9)	คำนวณโดย สศค. ข้อมูลจาก สศก.
ด้านตลาด									
ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET)	735.3 (69.6)	770.4 (40.1)	914.8 (37.6)	1,007.4 (43.3)	999.8 (36.0)	964.1 (38.4)	987.9 (36.9)	1,047.5 (32.9)	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ปัจจัยต่างประเทศ									
ดัชนีชี้บำเศรษฐกิจสหรัฐฯ	100.3 (12.7)	100.9 (11.3)	100.8 (6.5)	101.7 (3.9)	103.1 (2.8)	102.7 (3.0)	103.1 (2.8)	103.4 (2.6)	OECD
ดัชนีชี้บำเศรษฐกิจญี่ปุ่น*	100.1 (10.3)	100.8 (10.3)	101.1 (7.2)	102.6 (5.1)	-	104.2 (4.7)	104.9 (4.8)	-	OECD
ดัชนีชี้บำเศรษฐกิจยูโร	102.4 (12.9)	102.8 (9.8)	102.7 (5.0)	103.0 (2.1)	103.2 (0.8)	103.2 (1.2)	103.2 (0.8)	103.1 (0.5)	OECD
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคสหรัฐฯ	73.9 (26.8)	73.9 (8.4)	68.3 (-0.1)	71.3 (1.6)	75.1 (1.7)	74.2 (-0.3)	77.5 (5.3)	73.6 (0.0)	OECD
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคญี่ปุ่น	39.9 (46.0)	42.8 (21.4)	42.3 (5.7)	40.5 (3.2)	40.0 (0.3)	41.1 (5.4)	40.6 (2.0)	38.3 (-6.4)	OECD
ดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจยูโร	96.6 (35.1)	99.3 (31.3)	102.3 (21.6)	105.6 (14.9)	107.3 (11.1)	106.8 (11.3)	107.9 (12.5)	107.3 (9.6)	OECD

หมายเหตุ : () หมายถึง อัตราการขยายตัว (%)

* เนื่องจากเหตุภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นทำให้ไม่สามารถประมาณการดัชนีชี้ราคาเศรษฐกิจญี่ปุ่นในเดือนมีนาคม 2554 ได้

โดย : สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

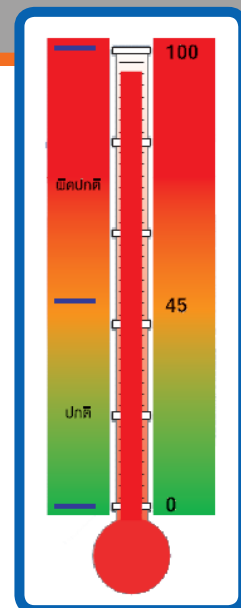


OIE BUSINESS INDICATORS

ตัวชี้วัดเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรม The Early Warning System of Industrial Economics: EWS-IE

● หลักการพิจารณา EWS-IE เทอร์โมมิเตอร์

EWS-IE เทอร์โมมิเตอร์เป็นเครื่องมือที่มีความสามารถในการชี้แนะภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเป็นระยะเวลา 2 เดือน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ระดับปกติ และ ระดับผิดปกติ โดยระดับของเหลวในเทอร์โมมิเตอร์ คือ ค่าความน่าจะเป็น (%) ถ้ามีระดับตั้งแต่ 0-45 ของเหลวจะเป็นสีเขียว หมายถึง ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอยู่ในเกณฑ์ปกติ หากมีระดับมากกว่า 45 ขึ้นไป ของเหลวจะเปลี่ยนเป็นสีแดง หมายถึง ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอยู่ในเกณฑ์ผิดปกติ



ปี 2553				ปี 2554				ที่มา
ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	

สถานการณ์ภาคการผลิตภายในประเทศ

ดัชนีพลผลิต	191.8 (31.2)	186.4 (17.6)	191.8 (9.8)	190.0 (2.6)	187.7 (-2.1)	186.9 (4.1)	177.8 (-3.0)	198.3 (-6.7)	สศอ.
ดัชนีการส่งสินค้า	191.0 (33.5)	188.3 (22.3)	193.4 (10.3)	194.1 (4.6)	191.5 (0.3)	182.8 (2.6)	183.6 (1.4)	208.1 (-2.7)	สศอ.
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	182.0 (-8.1)	183.6 (-1.9)	188.1 (11.1)	185.7 (7.8)	184.9 (1.6)	187.2 (4.5)	185.7 (1.1)	181.8 (-0.9)	สศอ.
ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม	118.6 (8.5)	116.6 (9.0)	121.0 (8.8)	120.4 (4.6)	118.8 (0.2)	117.8 (0.9)	115.7 (-0.2)	123.0 (-0.3)	สศอ.
อัตราการใช้จ่ายการลงทุน	62.8 (20.5)	62.4 (15.9)	64.2 (11.3)	63.3 (4.6)	62.6 (-0.4)	62.3 (3.8)	59.5 (-1.3)	65.9 (-3.3)	สศอ.

สถานการณ์ภาคการผลิตโลก

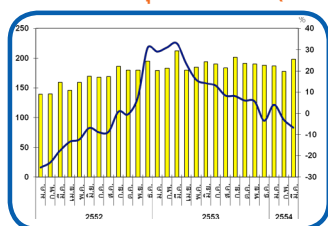
Global Manufacturing PMI	56.1 (55.7)	56.6 (26.6)	53.5 (2.8)	54.4 (0.3)	56.7 (1.1)	57.1 (1.8)	57.4 (3.6)	55.7 (-1.9)	JPMorgan
Global Manufacturing Output Index	58.9 (77.9)	59.0 (27.8)	55.0 (-1.4)	55.8 (-3.1)	58.2 (-1.2)	58.7 (-2.5)	59.1 (2.4)	56.8 (-3.6)	JPMorgan
Global Manufacturing New Orders Index	58.5 (80.2)	58.3 (23.7)	52.6 (-6.4)	54.7 (-4.5)	58.1 (-0.7)	59.7 (0.3)	59.5 (4.0)	55.0 (-6.5)	JPMorgan
Global Manufacturing Input Prices Index	63.9 (85.8)	65.9 (63.6)	59.3 (14.0)	67.0 (20.1)	74.9 (17.2)	73.3 (15.8)	76.0 (22.4)	75.3 (13.6)	JPMorgan
Global Manufacturing Employment Index	51.4 (43.7)	53.6 (34.0)	53.1 (15.1)	53.4 (7.3)	55.7 (8.4)	55.2 (9.5)	56.2 (8.5)	55.7 (7.1)	JPMorgan

หมายเหตุ: () หมายถึง อัตราการขยายตัว (%)

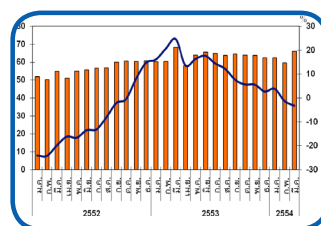
EWS-IE เดือนพฤษภาคม 2554 อยู่ในภาวะปกติ

ตัวแปรชี้แนะเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมของระบบ EWS-IE มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยมูลค่านำเข้าสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป มูลค่านำเข้าสินค้าทุน ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน และดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งขยายตัวร้อยละ 8.5, 24.3, 13.2 และ 4.8 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรชี้แนะเปรียบเทียบกับเดือนก่อนหน้า พบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตัวแปรเช่นกัน ●

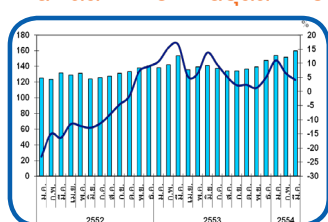
● ดัชนีพลผลิตอุตสาหกรรม (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม)



● อัตราการใช้จ่ายการลงทุน



● ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม



● มูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบ (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

