



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

วารสาร

เศรษฐกิจ

อุตสาหกรรม

ปีที่ 7 ฉบับที่ 25 เดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2554 ISSN : 1905-0992

20th



- 20 ปี สศอ.
: หมายเหตุการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย
- การพัฒนาอุตสาหกรรมไทยสู่อนาคต กับ

ดร.ณัฐพล รังสิตพล

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2



: ความท้าทายทางภาคอุตสาหกรรมไทย





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

วารสาร

เศรษฐกิจ

อุตสาหกรรม

ปีที่ 7 ฉบับที่ 25 เดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2554

บทณาธิกาณดล

5 กันยายน 2554 ที่ผ่านมา เป็นวันสถาปนาครบรอบ 20 ปี ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม นับย้อนหลังไปตั้งแต่ก่อตั้ง เมื่อปี 2534 และเมื่อเป็นวาระสำคัญเช่นนี้ วารสารฯ จึงขอบันทึก เหตุการณ์ในช่วงระยะเวลานี้ไว้ เป็นช่วงเวลาที่มี **สุทธิชัย พุฒา** ได้สร้างสรรคความสำเร็งให้เกิดขึ้นแก่ภาคอุตสาหกรรมมากมาย

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC เป็นกระแสที่มาแรง แต่ละคนมองเห็นถึงอนาคตข้างหน้าไปต่างๆ นานา ตามแต่ละมุมมองเห็น อ่าน “AEC : ความท้าทายอุตสาหกรรมไทย” และหากต้องการความรู้ เพิ่มเติมดูได้จากข้อมูลงาน OIE Forum ที่ สศอ. ได้จัดสัมมนาวิชาการ ใหญ่ประจำปีไปเมื่อ 8 กันยายน 2554

“สัมภาษณ์พิเศษ” **ณัฐพล รังสิตพล พอ.ส. 2** : มาให้นุมมองหลักการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในอนาคต

“เก็บตกจากสภาการแพ” **ไปดูการแยกขยะของคนญี่ปุ่น** และ **หยุดเวลาไว้ที่ร่ม (ญี่ปุ่น)**

“เกร็ดความรู้คู่อุตสาหกรรม” กับ **การตรวจสอบ กฎระเบียบ EU ผ่านระบบเว็บไซต์** และ **WIN WIN WIN ฉบับนี้** นำเสนออย่างละ 2 เรื่อง

พบกับใหม่อีกครั้งปลายปี 2554 นะคะ

ด้วย ความปรารถนาดี

บทณาธิกาณ

ที่ปรึกษา

นางสุทธิชัย พุฒา

นายอภิวัฒน์ อสมารณ

นายพิชัย ตั้งชนะชัยนันต์

นายวิรัชศักดิ์ คุปประเสริฐ

นางอัจฉริยา เทพพัฒนพงศ์

นายอิทธิชัย ปัทมสิริวัฒน์

บทณาธิกาณบริหาร

นางวารี จันทร์นตร

คณะบทณาธิกาณ

นายอานนท์ เศรษฐกิจยงไกร, นางสาวสมพิศ นาคสุข, นางสาววรางคณา พงศาปาน,

นางอารียา สุภาพ, นางสาวอุบลวรรณ หลอดเงิน, นายชัยพร มานะกิจจงกล,

นายกฤษฎา บุรุษ, นายบุญอนันต์ เสวตสิทธิ์

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้น้ำและต่อนภัยอุตสาหกรรม

ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

สารบัญ

20 ปี สศอ. : หมายเหตุการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย	1
AEC : ความท้าทายอุตสาหกรรมไทย	6
เตรียมพร้อมอุตสาหกรรมยาง รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	9
แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับสู่การเป็น “ศูนย์กลางอัญมณี และเครื่องประดับโลก	12
ณัฐพล รังสิตพล พอ.ส. 2 : การพัฒนาอุตสาหกรรมไทยสู่อนาคต	17
ดัชนีอุตสาหกรรมไตรมาส 2/2554	20
ถอดรหัสเรียนรู้องค์กร CAT	22
วัฒนธรรมการแยกขยะของชาวญี่ปุ่น	24
หยุดเวลาไว้ที่ร่ม	26
BOMcheck : การตรวจสอบกฎระเบียบ EU ผ่านระบบเว็บไซต์	28
WIN WIN WIN	30
“รอบรู้ เศรษฐกิจอุตสาหกรรม”	31
OIE CLUB	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


 สำนักงาน
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม
OFFICE
OF INDUSTRIAL ECONOMICS

 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
THE OFFICE OF INDUSTRIAL ECONOMICS

20 ปี สศอ.

: หมายเหตุการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย

ในปี 2554 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม หรือ สศอ. กระทรวงอุตสาหกรรม ได้สถาปนาครบรอบ 20 ปี ในฐานะเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในการจัดทำและเสนอแนะนโยบาย และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศอย่างต่อเนื่องหลายยุคสมัย เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ เสริมสร้างเศรษฐกิจให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2552 วันแรกที่สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ได้มีโอกาสต้อนรับ **นางสุทธินีย์ พุ่มภา** เข้ารับตำแหน่ง **ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม** หรือ ผศอ. จนถึงปัจจุบัน ซึ่งในห้วงระยะเวลาดังกล่าวภาวะเศรษฐกิจโลกกำลังอยู่ในช่วงชะลอตัวครั้งรุนแรงเป็นประวัติการณ์ การนำเสนอแนะนโยบายและมาตรการต่างๆ จึงต้องมีทั้งรุกและเตรียมความพร้อมโดยผ่านการศึกษาอย่างรอบคอบรัดกุม จนถูกผลักดันออกมาเป็นนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมและลงสู่ภาคปฏิบัติขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยให้ก้าวหน้าและผงาดอยู่ได้ วารสารฯ ฉบับนี้ขอหมายเหตุ

การดำเนินงานในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา (พ.ศ. 2552-ปัจจุบัน) เพื่อฉายภาพให้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วและจะส่งผลกระทบต่อในอนาคตในประเด็นและเหตุการณ์สำคัญๆ ที่ได้หยิบยกมาดังนี้

● **จับตา 3 กระทรวงผนึกกำลังแก้ปัญหาแรงงาน**

ภาคอุตสาหกรรมเป็นหัวจักรขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ โดยมีสัดส่วนต่อ GDP ประมาณร้อยละ 70 มีตัวเลขการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมปีละหลายแสนล้านบาท ซึ่งจากการพบปะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน หรือมีแรงงานที่ไม่สอดคล้องกับลักษณะงาน เมื่อรับเข้าทำงานแล้วต้องมีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะก่อนปฏิบัติงานได้จริง ซึ่งถือเป็นการเสียเวลา เสียโอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถของบริษัทไปอย่างน่าเสียดาย ดังนั้น สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดทำโครงการอุปสงค์อุปทานกำลังคนรองรับการวางแผนพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยได้การร่วมมือกับอีก 2 กระทรวงหลัก ได้แก่ กระทรวงแรงงาน และกระทรวงศึกษาธิการ เข้ามาบูรณาการแก้ปัญหาอย่าง



ลงตัว โดยกระทรวงแรงงานจะได้รับข้อมูลความต้องการแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและจัดหาแรงงานหรือสนับสนุนแรงงานให้มีฝีมือทักษะที่จะไปขับเคลื่อนในอุตสาหกรรมนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง ขณะที่กระทรวงศึกษาธิการเมื่อได้รับทราบข้อมูลความต้องการแรงงานแล้วจะสามารถพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้ในระยะยาว

โดยได้จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เพื่อจัดทำฐานข้อมูลอุปสงค์อุปทานกำลังคนรองรับการวางแผนพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2554 ณ โรงแรมสยามซิตี้ กรุงเทพฯ และล่าสุด สศอ. ได้พัฒนาความร่วมมือ ร่วมกับพันธมิตรเพิ่มอีก 2 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่เล็งเห็นความสำคัญของโครงการนี้ และได้จัดให้มีพิธีลงนามในบันทึกความร่วมมือในการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้ง 5 หน่วยงานขึ้น เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2554 ณ โรงแรมเซ็นจูรี พาร์ค กรุงเทพฯ ซึ่งการร่วมมือกันในครั้งนี้ถือเป็นการแก้ปัญหา กำลังคนภาคอุตสาหกรรมที่เคยเกิดในอดีตได้อย่างถูกต้องที่สุด และเป็นการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน

● ผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco car) ยกระดับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์โลกกำลังเผชิญกับประเด็นท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาโลกร้อน (Global Warming) และกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความผันผวนของราคาเชื้อเพลิง ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การพัฒนาเทคโนโลยีด้านยานยนต์โลกมุ่งไปสู่การผลิตที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การวางยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) จึงระบุไว้ชัดเจนว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยจะก้าวไกลไปได้ก็ต้องมีโปรดักส์แชมป์เป็นต้นตัวใหม่ เพื่อเป็นแรงเสริมให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย หลังจากที่รถปิกอัพขนาด 1 ตัน ได้กระฉ่อนโลกไปแล้ว ซึ่งคำตอบจึงมาลงตัวที่รถยนต์นั่งขนาดเล็กจิ๋วแต่แจ๋ว โดยดำเนินการส่งเสริมโครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล

หรือที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในชื่อ Eco car ขึ้นในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2550 เพื่อสร้างฐานการผลิตรถยนต์นั่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะ (Niche Product) แตกต่างจากรถยนต์ทั่วไปที่มีการผลิตในประเทศและต่างประเทศ โครงการ Eco car ได้รับการตอบรับจากผู้ผลิตรถยนต์หลายราย ทั้งผู้ผลิตรถยนต์ที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และนักลงทุนรายใหม่ โดยภายหลังจากที่ได้รับอนุมัติส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแล้ว ผู้ผลิตรถยนต์เหล่านี้ได้ใช้เวลาประมาณ 2 - 3 ปี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตและวางจำหน่ายรถยนต์นั่งภายใต้กรอบคุณสมบัติ “สะอาด ประหยัด ปลอดภัย” โดยมีปรัชญาที่ว่า “คุณภาพต้องมาก่อนและรักษาล้างแวล้อมเป็นสำคัญ”

ซึ่งหลังจากปีโอโอเปิดให้มีการลงทุนรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco car) เมื่อปี 2550 เราก็ได้เห็น “Nissan March” วังโอบอวดโฉมความสง่างามตามท้องถนนกันเป็นค่ายแรกในปลายปี 2552 และค่าย Honda ก็ได้มี “Brio” ตามมาในปี 2554 สะท้อนความสนใจของลูกค้าที่ยากจะปฏิเสธ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านยานยนต์ของ สศอ. ยืนยันว่าประเทศไทยขณะนี้กำลังเป็นที่จับตามองของคู่แข่งทั่วโลกถึงความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยเฉพาะโครงการอีโคคาร์ที่จะส่งผลให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นผู้ผลิตอันดับ Top 10 ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของโลก แม้จะเป็นเพียงก้าวแรกๆ ของโครงการอีโคคาร์ หลังจากปลูกปั้นและผลักดันมาอย่างยาวนาน แต่ด้วยความมุ่งมั่นของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงทำให้สามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ ไปได้อย่างราบรื่น และเป็นความภาคภูมิใจของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมกัน

● การจัดตั้งสถาบันพลาสติก

อุตสาหกรรมพลาสติก เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกมาก ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับประเทศกว่า 2.2 แสนล้านบาท การจ้างงาน 350,000 คน

การพัฒนาให้อุตสาหกรรมพลาสติกมีศักยภาพขีดความสามารถในการแข่งขัน สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดการ การเพิ่มความสามารถทางการตลาด และการสร้างฐานข้อมูลเพื่อผลักดันให้ไทยเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในภูมิภาคอาเซียน และสนับสนุนการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ของไทยอย่างยั่งยืน

และเพื่อให้แผนงานต่างๆ ได้รับการผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ภาคอุตสาหกรรมได้รับการพัฒนาขีดความสามารถ

ในการแข่งขันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง การดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด จึงเห็นควรให้มีการจัดตั้ง “สถาบันพลาสติก” ในรูปแบบองค์กรอิสระ เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกของไทย โดยมุ่งหวังให้มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเอกชนที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ (กอกช.) เห็นชอบเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2553 และนำเสนอคณะรัฐมนตรี เห็นชอบในหลักการยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก และการจัดตั้งสถาบันพลาสติก ตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอ เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2553

ทั้งนี้ การจัดตั้งสถาบันพลาสติกจะอยู่ภายใต้อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ ได้เห็นชอบรับเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2554 และได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสถาบันพลาสติกเพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานของสถาบันพลาสติก และมีการแต่งตั้งรักษาการผู้อำนวยการสถาบันพลาสติก เพื่อทำหน้าที่คัดเลือกผู้อำนวยการสถาบันพลาสติก บุคลากร รวมทั้งพิจารณาสถานที่ตั้งสถาบันพลาสติกต่อไป

สำหรับงบประมาณดำเนินการประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ งบประมาณจากภาคเอกชนเพื่อใช้ในการบริหารสถาบัน และงบประมาณจากภาครัฐเพื่อดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก ขณะนี้สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้จัดทำโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกจำนวนทั้งสิ้น 7 โครงการ เพื่อของบประมาณในปี 2555 จำนวน 53 ล้านบาท สำหรับนำมาใช้พัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติก ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งทางหนึ่งที่สามารถผลักดันให้อุตสาหกรรมพลาสติกและอุตสาหกรรมต่อเนื่องของไทยเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว และแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

● **เร่งพัฒนาทักษะ 15,000 คน รองรับทิศทางเศรษฐกิจอนาคต**

สศอ. เดินเครื่องเต็มทักษะบุคลากรอุตสาหกรรม ภายใต้แผนแม่บทการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพภาคอุตสาหกรรม (Productivity) โครงการด้านการยกระดับบุคลากรทั้งสิ้น 8 โครงการ ได้แก่ 1. โครงการพัฒนาบุคลากรยานยนต์ภายใต้ความร่วมมือ JTEPA 2. โครงการเพิ่มทักษะด้านการปฏิบัติงาน การบริหาร และการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย 3. โครงการพัฒนาศักยภาพแรงงานในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 4. โครงการเพิ่มผลิตภาพการผลิตโดยการจัดทำและใช้ระบบมาตรฐานฝีมือแรงงาน 5. โครงการพัฒนาการออกแบบอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทย 6. โครงการเพิ่มทักษะแรงงาน (Human Skill) และประสิทธิภาพบุคลากรนักออกแบบ Leather Fashion 7. โครงการจัดทำ

หลักสูตรและฝึกอบรมทักษะพื้นฐานเพื่อการพัฒนาบุคลากรในสายการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้า และ 8. โครงการเตรียมความพร้อมบุคลากรเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพและการจ้างงาน ด้านมาตรฐานระบบการจัดการของสากล

โดยตั้งเป้าเพิ่มทักษะฝีมือทั้งในระดับปฏิบัติการไปจนถึงระดับผู้บริหาร จำนวน 15,000 คน ซึ่งจะเน้นการพัฒนาทักษะจากการปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเตรียมพร้อมรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ในปี 2558 เนื่องจากการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมจะยิ่งสูงขึ้น และรูปแบบของการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมเริ่มเปลี่ยนไป ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้านเท่านั้นจึงจะช่วยให้สามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ สศอ. จึงมุ่งเน้นในการยกระดับผู้ประกอบการในทุกด้าน โดยเฉพาะการเตรียมพร้อมของบุคลากร เมื่อบุคลากรมีความพร้อมมากเท่าไร สามารถใช้เทคโนโลยีหรือมีการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพให้สูงขึ้น ย่อมเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ในขณะเดียวกัน สศอ. พยายามที่จะผลักดันในการยกระดับให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วยการมีค่าจ้างที่สอดคล้องกับความสามารถ เชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้ภาคอุตสาหกรรมยิ่งขึ้นต่อไป

● **สศอ. - ธปท. บรรลุข้อตกลงบูรณาการข้อมูลอุตสาหกรรมร่วมกัน**

การจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมของ สศอ. มีพัฒนาการและความก้าวหน้ามาเป็นลำดับ โดยปัจจุบันฐานข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรม และรายงานตัวเลขอุตสาหกรรม ทั้งรายเดือน รายไตรมาส และรายปีได้มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ถูกต้องตามหลักวิชาการและครอบคลุมภาคอุตสาหกรรมมากที่สุด เพื่อสอดคล้องกับทิศทางความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย โดยฐานข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์มีถึง 2,121 โรงงาน 53 กลุ่มอุตสาหกรรม และ 216 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งครอบคลุม GDP ภาคการผลิตอุตสาหกรรมถึงประมาณร้อยละ 75 ทำให้ดัชนีอุตสาหกรรมของ สศอ. ได้รับความเชื่อถือในความถูกต้อง แม่นยำ และมีการนำไปใช้อย่างกว้างขวางในปัจจุบันทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน นักธุรกิจ และนักวิชาการ



การดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวด้านเศรษฐกิจยุคใหม่ ได้ดำเนินการอย่างมุ่งมั่นจนนำมาซึ่งการบรรลุข้อตกลงร่วมกับกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2553 เพื่อให้ สคอ. เป็นหน่วยงานเดียวที่จัดทำข้อมูลและดัชนีอุตสาหกรรมของประเทศ เพื่อรายงานต่อสาธารณชนอย่างเป็นทางการ และ ธปท. จะได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป

● **ผนึก 11 หน่วยงาน สร้างอุตสาหกรรม เครื่องมือแพทย์**

กระทรวงอุตสาหกรรม ได้เร่งผลักดันยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยได้ตั้งเป้าหมายภายในปี 2563 ประเทศไทยจะต้องก้าวไปสู่การมีอุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพแห่งอาเซียน (Medical and Health Industry) เพื่อลดการขาดดุลด้านการนำเข้าเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ ที่ปัจจุบันไทยเสียดุลอยู่ประมาณ 4,000 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีการนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ 19,000 ล้านบาท และส่งออกกว่าปีละ 15,000 ล้านบาท ขณะที่การติดตามตัวเลขมูลค่าการตลาดของสินค้าในกลุ่มนี้มีข้อมูลตัวเลขที่น่าสนใจมาก โดยปี 2553 มูลค่าการตลาดสูงถึง 25,928 ล้านบาท คาดว่าในปี 2558 จะมีมูลค่าการตลาด 38,000 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 9.1% และเชื่อมั่นว่าประเทศไทยมีศักยภาพเพียงพอที่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ ระยะสั้น ภายในปี 2558 สามารถผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในประเทศเพิ่มมากขึ้น และพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ รวมทั้งประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการผลิตวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ ขณะที่ในระยะยาวภายในปี 2563 เน้นผลิตวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีสูงขึ้นและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นและนำประเทศไทยให้ก้าวสู่ทำเนียบผู้ผลิตอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และสุขภาพแห่งอาเซียน

ในการดำเนินการดังกล่าว สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สคอ.) ได้จัดให้มีพิธีลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) ขึ้น ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 11 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข, กระทรวงศึกษาธิการ, กระทรวง



วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, แพทยสภา, คณะแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี, คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล, สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และหอการค้าไทย เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2554 เพื่อผลักดันให้การดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ตามยุทธศาสตร์นี้เกิดความก้าวหน้าประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้

● **ผนึก 22 สถาบัน หนุนอุตสาหกรรม เกษตร**



กระทรวงอุตสาหกรรมมีนโยบายชัดเจนในการยกระดับอุตสาหกรรมเกษตร ให้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ เนื่องจากมีความสำคัญต่อการยกระดับอาชีพเกษตรกรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการสร้างอุตสาหกรรมเกษตรให้แข็งแกร่งจะมีส่วนช่วยแก้ปัญหาในเรื่องราคาสินค้าเกษตรตกต่ำได้อีกทางหนึ่ง โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมเกษตรมีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสูง สามารถนำรายได้เข้าประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 1 ล้านล้านบาท มีมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 18 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด โดยมาจากสินค้าเกษตรขั้นต้นประมาณร้อยละ 11 และสินค้าเกษตรแปรรูปประมาณร้อยละ 7

กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สคอ.) จึงได้ทำความร่วมมือทางวิชาการด้านอุตสาหกรรมเกษตรกับสมาคมสภาวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งมีเครือข่ายสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ 22 หน่วยงาน การสร้างความร่วมมือในครั้งนี้จะทำให้อุตสาหกรรมเกษตรเกิดการยกระดับเป็นอีกมิติใหม่ ที่จะสร้างความหลากหลายเป็นทางเลือกมากขึ้น ความได้เปรียบของประเทศไทยที่เป็นแหล่งแหล่งผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เมื่อได้รับการเติมเต็มด้านการวิจัยพัฒนาจะทำให้อุตสาหกรรมเกษตรของไทยมีความโดดเด่นเป็นผู้นำแห่งภูมิภาคอาเซียน

โดย สคอ. ได้จัดให้มีพิธีลงนามบันทึกความตกลง (MOU) กับสมาคมสภาวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร ขึ้นเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2554 ณ ห้อง 601 สคอ. เพื่อที่จะร่วมกันพัฒนางานวิจัยคุณภาพ เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรมต่อไปและยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งประเทศและทั่วโลก

● การจัดตั้งสถาบันพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา

อุตสาหกรรมยางพารา เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทยมาช้านาน มีบทบาทสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรชาวสวนยางกว่า 1 ล้านครอบครัว มีพื้นที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 16.89 ล้านไร่ โดยในปี 2553 สามารถผลิตยางธรรมชาติได้ 3.25 ล้านตัน ซึ่งเป็นอันดับ 1 ของโลก แม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ส่งออกยางธรรมชาติอันดับ 1 ของโลก แต่การส่งออกยางพาราส่วนใหญ่ของไทย ยังคงส่งออกในรูปของวัตถุดิบ ได้แก่ ไม้ยางแปรรูป และยางแปรรูปขั้นต้น ในปัจจุบันราคายางเพิ่มขึ้นสูง จึงสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรชาวสวนยางตลอดจนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหากมีการนำวัตถุดิบยางธรรมชาติมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นปลายมากขึ้น จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้กับประเทศได้มากกว่าที่เป็นอยู่อีกหลายเท่าตัว ซึ่งในการเปลี่ยนจากประเทศผู้ส่งออกวัตถุดิบยางพารามาเป็นประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างครบวงจร ทั้งทางด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การพัฒนาบุคลากร และฐานข้อมูลอุตสาหกรรม

ดังนั้น กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) จึงได้ดำเนินการและผลักดันการจัดตั้ง “สถาบันพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา” ขึ้นโดยเป็นสถาบันอิสระ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ภายใต้อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ เพื่อใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราให้เกิดประสิทธิผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในการจัดตั้งสถาบันฯ เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2554 เพื่อดำเนินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราของประเทศไทย ให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก โดยจะเป็นหน่วยงานหลักในการวิจัยและพัฒนา ถ่ายทอดองค์ความรู้เทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรมในการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราอย่างเป็นระบบและมีความหลากหลายต่อเนื่อง โดยมีแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนา 3 แนวทาง ได้แก่ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะประกอบด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาการทดสอบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาคุณภาพของวัตถุดิบกลางน้ำเพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ 2) การพัฒนาบุคลากร เป็นการพัฒนาบุคลากรทางด้านวิจัย ออกแบบ และด้านเทคนิคในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา 3) การสร้างและพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา ประกอบด้วยการสำรวจ รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร และทิศทางเทคโนโลยี เกี่ยวกับ

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพารา รวมทั้งศึกษา วิจัยธุรกิจ และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา

การดำเนินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราของสถาบันฯ จะเพิ่มปริมาณความต้องการใช้ยางธรรมชาติและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้วัตถุดิบยางธรรมชาติในการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ความต้องการใช้ยางธรรมชาติที่เพิ่มขึ้น จะทำให้อายุการใช้งานยางเพิ่มขึ้น และมีเสถียรภาพ ไม่ผืนผวน ส่งผลทำให้เกษตรกรชาวสวนยางมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืนอีกด้วย

● เปิดพิมพ์เขียว 20 ปีข้างหน้า อุตฯ สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ภาวะโลกร้อน (Global Warming) เป็นกระแสที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ซึ่งขณะนี้เริ่มส่งผลกระทบอย่างเป็นลูกโซ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกิดปรากฏการณ์ความแปรปรวนของดินฟ้าอากาศ หลายประเทศต้องเผชิญกับพายุฝนที่โหมกระหน่ำอย่างรุนแรงกว่าที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ซึ่งภาคอุตสาหกรรมถูกมองว่าเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาดังกล่าว และคำถามที่ตามมาคือจะแก้ไขอย่างไร

สำหรับประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ได้เล็งเห็นความสำคัญต่อประเด็นนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงได้ลงมือศึกษาวิจัยอย่างจริงจังเพื่อกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในอีก 20 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2552-2572) โดยกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนา คือ “มุ่งสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน” เน้นให้น้ำหนักกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน มีขีดความสามารถแข่งขันที่สูงขึ้นและที่สำคัญมุ่งเน้นไปที่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยลดภาวะโลกร้อนได้อีกทางหนึ่ง โดยมีกรอบทิศทางการพัฒนา 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งจะเป็นการบูรณาการและกำหนดแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งระบบเพื่อให้สามารถก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลก โดยแผนงานทั้ง 3 ระยะดังกล่าว ได้ถูกกำหนดเป็นโครงการ ตลอดจนส่งต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการความร่วมมือในการขับเคลื่อนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว มองไกล ไปอีก 20 ปีข้างหน้า ภาคอุตสาหกรรมไทยจะต้องยืนหยัดอยู่ได้แม้กระแสธารแห่งความเปลี่ยนแปลงนั้นจะรุนแรงเพียงไร เพราะการมองไกล ย่อมดีกว่ามองใกล้ๆ แก้ปัญหาระยะสั้นๆ เป็นแน่แท้

หมายเหตุที่กล่าวมานั้นนับเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาของ สุทธิณีย์ พุ่มกา ผู้อำนวยการ สศอ. แม้อยู่ในตำแหน่งประมาณแค่ 2 ปีก็ว่าได้ แต่ก็เป็นทุนข้อใหญ่ที่ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงมากมายให้ภาคอุตสาหกรรมไทยได้สานต่อ ●



AEC : ความท้าทายอุตสาหกรรมไทย

วิรัชศักดิ์ ฤกษ์ประเสริฐ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการนำเข้าและต่อยอดอุตสาหกรรม

“หากประเทศไทยไม่มีความพร้อมในเรื่องต่างๆ ที่จำเป็นอย่างเพียงพอและเหมาะสม บางทีการเดินทางเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 อาจกลายเป็นจุดเริ่มต้นนับถอยหลังของประเทศไทยก็ได้”

ในระยะ 3-4 ปี ข้างหน้า นับเป็นช่วงเวลาที่ทำลายของประเทศไทยอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะอาเซียนกำลังเดินทางไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ภายในปี พ.ศ. 2558 จึงนับเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าประเทศไทยในฐานะสมาชิกผู้หนึ่งของประชาคมแห่งนี้จะได้รับผลบวก - ลบอย่างไร มีโอกาสและประเด็นปัญหาอะไรที่รออยู่บ้าง มีเส้นทางให้เลือกเดินไปสู่ความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคส่วนต่างๆ ของประเทศจะต้องมีบทบาทและมีการเตรียมความพร้อมอย่างไร สิ่งเหล่านี้ล้วนติดอยู่ในใจของคนจำนวนมากและดูเหมือนว่าเราจะยังคงกำลังค้นหาคำตอบ ในอีกด้านหนึ่งผู้คนก็อาจได้รับผลกระทบจำนวนมากยังมีความรู้และให้ความใส่ใจกับเรื่องของ AEC นี้น้อยมาก ทั้งๆ ที่เหลือเวลาอีกไม่นานแล้ว หากประเทศไทยไม่มีความพร้อมในเรื่องต่างๆ ที่จำเป็นอย่างเพียงพอและเหมาะสม บางทีการเดินทางเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 อาจกลายเป็นจุดเริ่มต้นนับถอยหลังของประเทศไทยก็เป็นได้

เนื่องจากบทความชิ้นนี้ มีความมุ่งหมายหลักเพื่อที่จะชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่น่าจะเกิดขึ้น รวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่ประเทศจะต้องเตรียมความพร้อม มีการบ้านอะไรบ้างที่แต่ละภาคส่วนจะต้องรีบไปจัดการให้แล้วเสร็จทันเวลาหรือก่อนเวลา เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประเทศและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการอุตสาหกรรมซึ่งได้กลายเป็นเครื่องยนต์หลักขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญของประเทศในปัจจุบัน

และอนาคต ดังนั้นจะขออนุญาตอธิบายเกี่ยวกับ AEC เพียงสังเขปเท่านั้น เพราะท่านสามารถหารายละเอียดจากรายงานต่างๆ ที่กระทรวงพาณิชย์และสถาบันที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ให้บริการในช่องทางที่มากมายหลากหลายอยู่แล้ว

จุดมุ่งหมายหลักของการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนตามที่ประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศตกลงกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา คือ การผนวกอาเซียนให้เป็นทั้งตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจโดยรวมของอาเซียน เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค ตลอดจนเสริมสร้างเศรษฐกิจของอาเซียนให้สามารถบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกได้เป็นอย่างดี โดยมีการเปิดเสรีใน 5 เรื่องหลัก อันได้แก่ การเปิดเสรีการค้าสินค้า การเปิดเสรีการค้าบริการ การเปิดเสรีการลงทุน การเปิดเสรีด้านเงินทุนเคลื่อนย้าย และการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี ส่วนเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากนี้ จะใช้กลไกความร่วมมือในแต่ละเรื่องมาเสริมความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจของอาเซียน เช่น ความร่วมมือด้าน SMEs ความร่วมมือด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากสาระหลักข้างต้น สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สคอ.) โดยสำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ ได้วิเคราะห์ผลกระทบของ AEC ต่อภาคอุตสาหกรรมของไทยทั้งเชิงบวกและเชิงลบไว้อย่างน่าสนใจสรุปได้ดังนี้

❖ **ผลเชิงบวก** การลดและยกเลิกมาตรการทางภาษี เป็นการเพิ่มโอกาสการส่งออกของไทยเพราะตลาดอาเซียนซึ่งมีผู้บริโภคเกือบ 600 ล้านคน จะเปลี่ยนเป็นตลาดที่มีสถานะคล้ายกับตลาดในประเทศซึ่งปัจจุบันมีเพียง 65 ล้านคนเท่านั้น หรือโตขึ้นเกือบ 10 เท่า สามารถนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลางที่ใช้ในการผลิตได้ในราคาที่ถูกลง ช่วยลดต้นทุนการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมไทยต่ำลง สร้างโอกาสและทางเลือกให้กับนักลงทุนไทยเมื่อสามารถเคลื่อนย้ายเงินทุนภายในอาเซียนได้อย่างเสรีมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการไทยมีหนทางที่จะเพิ่มพูนขีดความสามารถทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีการใช้ฐานทรัพยากรการผลิตร่วมกันหรืออาจใช้ยุทธวิธีสร้างพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับนักธุรกิจที่เข้มแข็งในประเทศอาเซียนอื่นๆ ซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองของไทยและพันธมิตรในเวทีการค้าโลกมากยิ่งขึ้นในระยะยาว

❖ **ผลเชิงลบ** ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม SMEs จะเผชิญกับภาวะการแข่งขันมากขึ้นเมื่อสินค้าจากประเทศอาเซียนอื่นๆ สามารถเข้ามาจำหน่ายในตลาดของไทยได้อย่างเสรีโดยไม่มีการกีดกันปกป้องอย่างที่เคยมีมา รวมทั้งอาจมีการย้ายฐานการผลิตและการลงทุนของต่างชาติจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่นๆ ในอาเซียนที่เหมาะสมกว่าหากประเทศไทยไม่พัฒนาปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่จำเป็น ไม่สามารถเพิ่มผลิตภาพของแรงงาน และไม่มีการปรับปรุงกฎระเบียบกฎหมาย ตลอดจนระบบบริหารจัดการที่มีความทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อนักลงทุนได้ดีเพียงพอ อีกประเด็นหนึ่งที่อุตสาหกรรมไทยอาจได้รับผลกระทบในเชิงลบค่อนข้างมากหากไม่มีการเตรียมการอย่างเหมาะสมเพียงพอ คือ ผลที่เกิดจากการเคลื่อนย้ายแรงงานโดยเสรี เพราะอาจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานที่มีฝีมือของไทยซึ่งมีค่อนข้างจำกัดอยู่แล้วไปยังประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อขีดความสามารถการแข่งขันของธุรกิจไทย และเกิดการสูญเสียโอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในด้านอื่นๆ อีกมากมาย เพราะเหตุว่าแรงงานที่มีฝีมือและมีทักษะความเชี่ยวชาญสูงนับเป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าที่จะนำพาความสำเร็จของการพัฒนาประเทศชาติทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยเฉพาะในยุคที่ตลาดโลกมุ่งทิศทางไปสู่การแข่งขันที่เน้นเรื่องนวัตกรรมและการสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้เป้าหมายการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยและการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพสูงอาจเกิดปัญหาอุปสรรค หากตลาดภายในของไทยขาดกลไกในการป้องกันหรือจัดการกับสินค้าคุณภาพต่ำราคาถูกจากประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นที่ทะลักเข้ามาขายในประเทศมากขึ้น



ผู้ประกอบการไทย และการลงทุนจากต่างประเทศ ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการผลิต (Production Networks) ที่เข้มแข็งเพื่อให้เกิด Economy of Scale และ Economy of Speed ในการแข่งขันจนถึงระดับโลก อีกทั้งควรปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบและระบบบริหารจัดการภาครัฐที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนสร้างกลไกที่ก่อให้เกิดความเสมอภาคในการเข้าสู่ตลาดภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

เท่าที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่พอจะมองเห็นหรือคาดการณ์ได้เท่านั้น แต่ที่จริงแล้วประเทศไทยยังมีเรื่องหรือการบ้านที่จะต้องดำเนินการอยู่อีกมากมายและกว้างขวาง ลำพังแค่ภาคอุตสาหกรรมของไทยถึงตอนนี้ยังไม่มีชัดเจนในเรื่องยุทธศาสตร์ว่าจะรุกหรือรับอย่างไร ควรวางระบบการบริหารจัดการอย่างไรจึงจะเหมาะสมและทันสถานการณ์ทั้งระดับภาพใหญ่และภาพย่อย แต่ละสาขาใครจะต้องเป็นเจ้าภาพในส่วนไหน จะต้องศึกษาวิจัยและเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศในเรื่องอะไรบ้าง แม้ว่าหน่วยงานภาค

“ ดังนั้นสิ่งที่สำคัญเร่งด่วนที่สุดขณะนี้ก็คือ ใครเหมาะสมจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำในการระดมมันสมองของประเทศไทยในเรื่องนี้ ”

สำหรับข้อเสนอแนะที่ประเทศไทยรวมทั้งภาคอุตสาหกรรมของไทยจำเป็นต้องปรับปรุงและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC ที่สำคัญได้แก่ การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตด้านแรงงานและเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ การเตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและระบบโลจิสติกส์เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ การหาตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นโดยปรับปรุงการผลิตให้สามารถปฏิบัติตามกฎถิ่นกำเนิดสินค้าของอาเซียนได้ รวมถึงการบริหารจัดการการจัดหาวัตถุดิบราคาถูก และมีคุณภาพดีในอาเซียน การปรับปรุงระบบโครงสร้างภาษีของไทยทั้งระบบเพื่อให้เอื้อประโยชน์แก่

รัฐและภาคเอกชนตลอดจนสื่อสารมวลชนต่างๆ จำนวนมากจะมีความพยายามวิเคราะห์และเสนอแนะแนวความคิดสู่สาธารณะเกี่ยวกับเรื่องของ AEC และสิ่งที่คาดว่าจะเกิดผลกระทบต่อภาคส่วนต่างๆ ของประเทศไทยอย่างมาก แต่ทั้งหมดก็ยังเป็นลักษณะของการวิเคราะห์และวิจารณ์เชิงคาดการณ์ โดยใช้มุมมองในฐานะผู้ที่เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีส่วนร่วมและรับผิดชอบในแต่ละภาคส่วนเป็นหลัก เช่น ภาคราชการแต่ละกระทรวง ภาคธุรกิจแต่ละสาขา ภาคสถาบันการเงิน ภาคสถาบันการศึกษา ภาคกลุ่มวิชาชีพ องค์กรพัฒนาภาคเอกชนและสื่อสารมวลชนแทบทุกสาขา เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่น่าสนใจและมีประโยชน์

แทบทั้งสิ้น นำเสียดายที่ขาดระบบหรือองค์กรที่สามารถรวบรวมแต่ละส่วนย่อยทั้งหมดมาเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อการศึกษาวิจัยอย่างถูกหลักวิชาการ ทั้งในเชิงเจาะลึกหรือต่อยอดให้ได้ภาพใหญ่และภาพย่อยที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการระดมสรรพกำลังและทรัพยากรทุกส่วนของชาติมาร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์และเส้นทาง (Road Maps) ที่แต่ละภาคส่วนจะใช้เดินทางร่วมกันเข้าสู่ยุคทองของ AEC ตามที่คาดหวังได้อย่างแท้จริง ดังนั้นสิ่งที่สำคัญเร่งด่วนที่สุดขณะนี้ก็คือ ใครเหมาะสมและต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำในการระดมมันสมองของประเทศไทยในเรื่องนี้

ล่าสุดจากแนวความคิดของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ที่ได้เตรียมนำเสนอรัฐบาลใหม่ให้ยกเรื่องของ AEC ขึ้นเป็นวาระแห่งชาติ นับว่าเป็นแนวทางที่ถูกทิศทางและควรสนับสนุนอย่างยิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากจะสามารถระดมสรรพกำลังและทรัพยากรทุกภาคส่วนของชาติได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ประเทศไทยมีแนวทางและเป้าหมายหลักในการขับเคลื่อนประเทศที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าการจัดให้เรื่อง AEC เป็นวาระแห่งชาติจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ประเด็นนี้อาจจะสำคัญเร่งด่วนในช่วงแรกของการดำเนินการควรประกอบด้วยแผนงานหลักอย่างน้อย 2 แผนงานดังนี้

❖ **แผนสร้างองค์ความรู้และเตรียมความพร้อม** เพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง AEC อย่างถูกต้องและเห็นภาพที่ใกล้เคียงกันมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่อาจจะเป็นประโยชน์หรือผลเสียที่คนแต่ละกลุ่มจะได้รับทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีเช่นนั้นการขับเคลื่อนนโยบายต่างๆ จะทำได้ยากลำบากและไม่เท่าทันสถานการณ์เหมือนหลายๆ เรื่องที่ผ่านมา ดังนั้นจุดเริ่มต้นที่ต้องเร่งดำเนินการก่อนใครเพื่อนก็คือ หน่วยงานภาครัฐทั้งหมดจะต้องมีองค์ความรู้ในเรื่อง AEC ที่ชัดเจนและเป็นภาพเดียวกัน เพราะมีเช่นนั้นการสร้างองค์ความรู้ให้กับประชาชนที่อยู่ในความรับผิดชอบดูแลของแต่ละหน่วยงานทั้งที่อยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมีโอกาสสูงที่จะเกิดความสับสนและคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงได้อย่างไม่รู้ตัว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการมีระบบกลางที่มีประสิทธิภาพสูงมาช่วยสนับสนุนเพื่อให้หน่วยงานรัฐสามารถทำ

“จุดเริ่มต้นที่ต้องเร่งดำเนินการก่อนใครเพื่อนก็คือ หน่วยงานภาครัฐทั้งหมดจะต้องมีองค์ความรู้ในเรื่อง AEC ที่ชัดเจนและเป็นภาพเดียวกัน”

หน้าที่สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนได้อย่างเหมาะสมและตรงกับสิ่งที่ประชาชนแต่ละกลุ่มต้องการได้อย่างแท้จริง

❖ **แผนพัฒนาประเทศไทยในกรอบ AEC** เพื่อใช้เป็นแผนที่นำทาง (Road Map) ให้ทุกภาคส่วนของประเทศใช้เป็นหลักในการวางแผนดำเนินกลยุทธ์ได้อย่างสอดคล้องประสานมุ่งสู่ทิศทางและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งภายในแผนพัฒนาประเทศไทยจะประกอบด้วยยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาทั้งในระดับภาพรวม ภาพย่อยแยกตามสาขา แยกตามภูมิภาค แยกตามประเด็นความต้องการของชาติ และระยะเวลาที่เหมาะสม ความเชื่อมโยงระหว่างแผนภาพรวมกับภาพย่อยต่างๆ การกำหนดตำแหน่งของไทยในกรอบ AEC ทางเลือกในการพัฒนาของแต่ละกลุ่ม แนวทางการบูรณาการแผนงานและการทำงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนภาคประชาสังคมต่างๆ แผนงานปรับปรุงพัฒนาระบบและองค์กรการบริหารจัดการที่สามารถดูแลการขับเคลื่อนของแผนพัฒนาในทุกระดับได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง รวมทั้งแผนพัฒนาสิ่งต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญทั้งหมดที่จะทำให้บรรลุเงื่อนไขความสำเร็จของแผนพัฒนาประเทศไทย นอกจากนี้ยังต้องดูความเหมาะสมเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาด้านอื่นๆ ของประเทศ เพื่อสร้างความสมดุลและความยั่งยืนของการพัฒนาในระยะยาว

มีคำกล่าวว่าการเริ่มต้นที่ดีสามารถสร้างโอกาสความสำเร็จได้ครั้งหนึ่ง ดังนั้นพวกเราจึงจำเป็นต้องช่วยกันสร้างจุดเริ่มต้นที่ดีและเหมาะสมให้ได้โดยเร็วที่สุด เพราะวาระเวลาเริ่มเหลือน้อยลงเรื่อยๆ แล้ว ●



**AEC 2015 ความท้าทาย
และโอกาสอุตสาหกรรมไทย**

“เตรียมพร้อมอุตสาหกรรมของ รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”

พัทธธิดา รื่นพิทักษ์

สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ

อย่างพารา

เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของ ไทยทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2554 อุตสาหกรรมยางมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 3,574.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 85.58 (รายงานภาวะเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมรายไตรมาส สคอ.) ซึ่งตลาดหลักที่มีการนำเข้า ยางพาราจากไทย ได้แก่ เยอรมนี จีน และญี่ปุ่น โดยพื้นที่การ ปลูกยางพาราของไทยนั้นมีมากในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ รวมพื้นที่ ปลูกถึง 11,339,698 ไร่ และได้มีการขยายพื้นที่ปลูกในกลุ่ม ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกประมาณ 2,799,209 ไร่ (ข้อมูล จากสถาบันวิจัยยาง กรมวิชาการเกษตร ณ ปี 2551¹) ซึ่งจาก ข้อมูลนี้จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกยางเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ไทยสามารถผลิตยางได้มากตามไปด้วย แม้พื้นที่ปลูก ยางภายในไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ปัจจัยภายนอกและปัญหา ภายในที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยางพาราในไทยนั้น หาก ไม่มีการเตรียมการวางแผนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ก็อาจจะ ส่งผลต่อทั้งภาคเกษตรกร และภาคธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันก็จะเห็นถึง ความผันผวนของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้ราคายางขึ้นลงอย่าง รวดเร็ว บางครั้งจะเห็นเกษตรกรที่ปลูกยางในบางช่วงเวลามีราย ได้มากจนสามารถซื้อรถยนต์ได้ แต่เมื่อราคายางต่ำก็มีเกษตรกร บางส่วนที่ได้เปลี่ยนจากการปลูกจากยางเป็นปาล์มหรือพืชอื่น ส่งผลให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เป็นลูกโซ่ตามมาได้ อาทิ ปัญหาน้ำท่วม ดินถล่ม เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากร เกิดความไม่ เสถียรของวัตถุดิบที่ต้องป้อนให้กับโรงงาน ทำให้โรงงานในบาง พื้นที่ต้องประสบปัญหาการจัดเตรียมวัตถุดิบ นักลงทุนไม่แน่ใจ ในการลงทุนเพิ่ม เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในพื้นที่ มีความเสี่ยง กับปัญหาความไม่มั่นคงตามมา โดยเฉพาะพื้นที่ภาคใต้ชายแดน

เมื่อพิจารณาปัจจัยภายนอกที่สำคัญ คือ การที่ประเทศ ต่าง ๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะใช้ยางพารามากขึ้น เนื่องจากยางพารา เป็นส่วนประกอบของวัสดุต่าง ๆ อาทิ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ยางรถยนต์ และวัสดุภายในรถยนต์ โดยเฉพาะในจีนซึ่งได้มี การขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่เกิดจากการสนับสนุน

มาตรการซื้อรถยนต์ใหม่ (Cash for Clunker) และมาตรการ ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการซื้อรถยนต์เครื่องยนต์ไม่เกิน 1,600 ซี.ซี. ทำให้จีนต้องการผลิตวัตถุดิบยางพาราเพื่อป้อนโรงงาน ภายในประเทศเอง จึงได้ขยายพื้นที่ปลูกภายในจีนเองรวมไปถึง ประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ลาว และเวียดนาม โดยจีนจะเลือกซื้อ ยางพาราจากประเทศเหล่านั้นก่อนเนื่องจากความสะดวกทางด้านการ ขนส่งและโลจิสติกส์ นอกจากนั้นประเทศดังกล่าวก็ยังทำการ ลงทุนและขยายพื้นที่ปลูกเองเพื่อตอบสนองความต้องการของ ตลาดอุตสาหกรรมยางพารามากขึ้นด้วย อีกทั้งการที่ประเทศ ในอาเซียนจะรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะส่งผลให้การลงทุนและบริการเคลื่อนไหวอย่างเสรี จึง มีแนวโน้มว่า อาจมีการเคลื่อนย้ายการลงทุนด้านยางพารา ไป ยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าไทย ทำให้ในระยะยาวไทยจะเสียเปรียบทั้งต้นทุนด้านโลจิสติกส์ ค่าแรง และปัญหาสินค้าราคา ถูกเข้ามาแข่งขันกับสินค้าของไทย

นอกเหนือจากไทยต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกแล้ว ยังมีปัญหาภายในที่พบในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ด้านการผลิต โดย ผลผลิตต่อไร่หรือปริมาณน้ำยางที่ได้ต่ำและขึ้นลงไม่แน่นอน ซึ่ง ต้องจัดการให้ครอบคลุมทุกฤดูกาลรวมถึงฤดูผลัดใบ 2) ด้าน การตลาด เช่น ขนาดตลาดของยางคอมปาวด์ภายในประเทศ มีจำกัด หรือบางผลิตภัณฑ์มีปัจจัยในเรื่องตราสินค้าซึ่งเป็น ปัจจัยหลักในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการไทยยังมีจุด ด้อย เช่น ยางล้อรถ ยางล้อเครื่องบิน เป็นต้น ซึ่งต้องคำนึงด้าน คุณภาพประกอบเพื่อสร้างความมั่นใจกับนักลงทุนที่จะนำยาง ดิบไปเป็นวัตถุดิบป้อนโรงงานอุตสาหกรรมทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับส่งออก และ 3) ปัญหาด้านพื้นที่เพาะปลูก ซึ่งต้อง คำนึงถึงการจัดการพื้นที่ปลูก (Zoning) อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องควบคุมไม่ให้มีการตัดไม้ใหญ่ปลูกพืชเศรษฐกิจ ต้องมี การบังคับใช้กฎหมายให้เกิดประสิทธิผล และไม่ให้เกิดปัญหา อื่น ๆ ตามมาภายหลัง อาทิ ปัญหาน้ำท่วม เป็นต้น 4) ปัญหา ด้านการบริหารจัดการ เช่น โครงสร้างคณะกรรมการที่มีภาค รัฐเป็นหลักทำให้ไม่เกิดความคล่องตัว อีกทั้งทิศทางการพัฒนา อุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงตามนโยบายของผู้นำรัฐบาลในแต่ละ

¹ ข้อมูลจากเว็บไซต์สถาบันวิจัยยาง ณ วันที่ 19 กันยายน 2554

ช่วงเวลา หรือการจัดการที่ไม่ครอบคลุมทุกด้าน เช่น อัตราการจัดเก็บเงินสงเคราะห์ (Cess) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เน้นไปที่การพัฒนาที่ดินน้ำเพียงอย่างเดียว

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น หากไทยจะมีแนวทางยุทธศาสตร์เพียงด้านขยายพื้นที่หรือด้านการพัฒนาผลผลิตนั้นคงไม่เพียงพอ โดยภาครัฐของไทยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา อาทิ คณะกรรมการนโยบายยางธรรมชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสำนักตลาดกลางยางพารา ได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนายางพารา พ.ศ. 2554-2556 โดยมีแผนในเรื่องของกลไกการตลาดและความมั่นคงของราคายางไว้ แต่ถ้าไทยยังต้องการเป็นผู้นำตลาดยางของโลกท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง กลยุทธ์การจัดการกลไกทางตลาด การจัดทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า รวมถึงแผนการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรในระยะสั้นคงไม่เพียงพอกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น ไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากยางพารามากกว่าการส่งออกวัตถุดิบต้นน้ำที่เป็น ยางสด ยางแผ่นดิบ และซียาง (cup lump) จากการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มโดยใช้ประโยชน์จากการวิจัยและเทคโนโลยีเพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม พัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมารวมถึงการเพิ่มคุณภาพด้วย การเพิ่มมูลค่ายางพาราสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ระดับกลาง และระดับสูง กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มระดับต่ำ เช่น ยางรัดของ ยางรถจักรยาน และสายพานลำเลียง ตัวอย่างของกลุ่มที่มีมูลค่าเพิ่มระดับกลาง เช่น ยางล้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และกลุ่มที่มีมูลค่าเพิ่มระดับสูง เช่น ถุงมือทางการแพทย์ ถุงยาง ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มถึง 130-380 เท่า ดังนั้นกลยุทธ์เชิงรุกที่ผู้เขียนเห็นว่าไทยควรดำเนินการ คือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยาง โดยทำควบคู่กับกลยุทธ์เสริม ซึ่งได้แก่การพัฒนาตลาดยาง การสนับสนุนงานวิจัย และการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการและบุคลากรด้านอุตสาหกรรมยางพารา นอกจากนี้ไทยควรเตรียมการรับมือวางแผนยุทธศาสตร์เรื่องยางในระยะยาวอย่างรอบคอบ โดยผู้เขียนเห็นว่าไทยควรมีแนวทางยุทธศาสตร์ Roadmap ของยางพารา โดยใช้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากยางพารา

กลยุทธ์ที่ 2: กลยุทธ์การพัฒนาระบบตลาดยางพาราในประเทศและต่างประเทศ

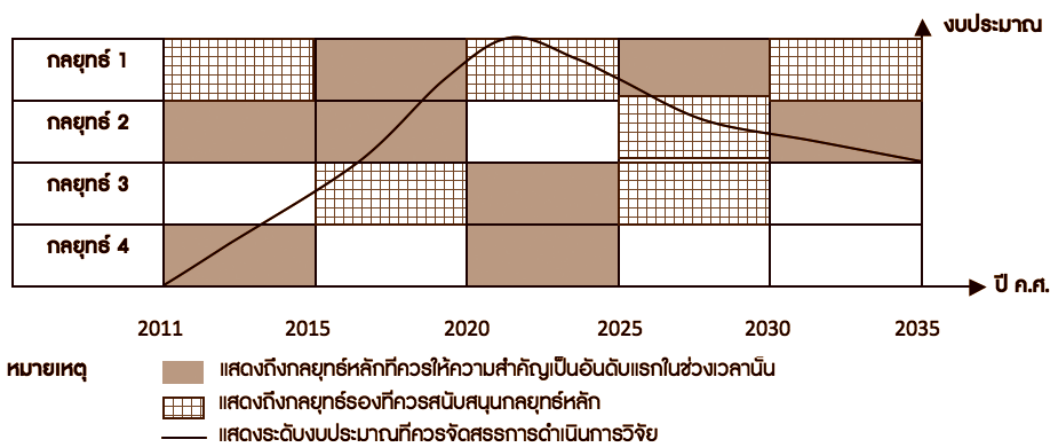
กลยุทธ์ที่ 3: กลยุทธ์การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์ที่ 4: กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการและบุคลากรด้านอุตสาหกรรมยางพารา

โดยการดำเนินการ Roadmap ในแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ควรมีกลยุทธ์หลักและกลยุทธ์เสริมตามสถานการณ์และบริบทที่เปลี่ยนไป ซึ่งจะนำเสนอเป็นรอบ 25 ปี ซึ่งเป็นอายุการปลูกของยางพาราที่มีประมาณ 25-30 ปี

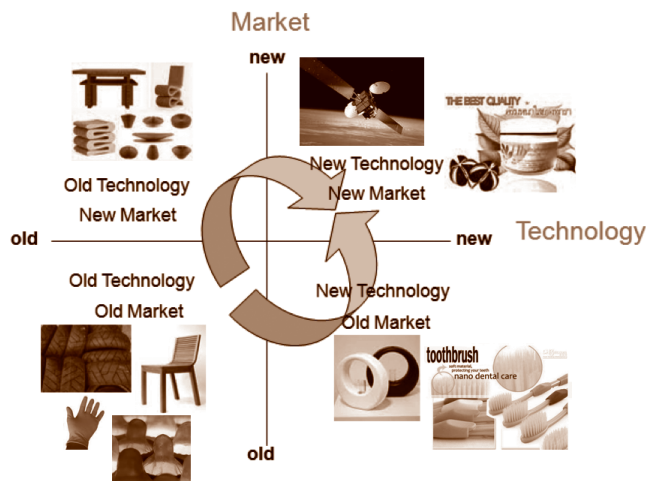
❖ **ปี ค.ศ. 2011-2015 :** เนื่องจากในปี 2015 การจัดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะสมบูรณ์ และมีการเปิดการค้าเสรี ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ที่ 2 และ 4 ในแนวทางการเร่งการศึกษาผลกระทบตลาดยางพาราทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเตรียมการบุคลากรให้มีความรู้ในการปรับตัวและการใช้ประโยชน์จากนโยบายการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับมาตรการที่เหมาะสม ทั้งมาตรการภาษีและไม่ใช้ภาษี ที่จะรองรับการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ของยางพารา เช่น การลงทุนที่มีสิทธิได้รับประโยชน์จากภาษี มาตรการจูงใจสำหรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การลงทุนในระบบอัตโนมัติของอุตสาหกรรม การลงทุนด้านการป้องกันมลภาวะ และการลงทุนในอุปกรณ์ที่ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (สร้างความเชื่อมั่นให้แก่คู่ค้า เพื่อลดการกีดกันทางการค้า)

❖ **ปี ค.ศ. 2015-2020 :** ภายหลังจากการรวมกลุ่มประเทศ อุตสาหกรรมยางพาราของแต่ละประเทศจะเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงและนักลงทุนจะเริ่มแสวงหาพื้นที่การลงทุนใหม่ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ เช่น ในเวียดนามที่มีต้นทุนด้านตลาดแรงงานที่ต่ำกว่าไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยางมีรูปแบบความหลากหลายที่ไม่สูงนัก ดังนั้นกลยุทธ์สำคัญที่ต้องดำเนินการ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 และ 2 มาใช้ควบคู่กันไป โดยต้องมีการสร้างนวัตกรรมให้แก่ผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งแสวงหาตลาดใหม่หรืออุตสาหกรรมใหม่ โดยใช้วัตถุดิบเดิม (Paradigm shift) เช่น การใช้สารสกัดจากยางหรือจากไม้ยางพาราเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เป็นต้น โดยกลยุทธ์ที่ต้องดำเนินการควบคู่กันได้แก่กลยุทธ์ที่ 3 คือ ต้องมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาเพื่อรองรับกับเทคโนโลยีใหม่



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในแต่ละส่วน :

Old market / Old technology	- ยางรถยนต์
New market / Old technology	- ไม้ยางพาราที่มีการออกแบบเป็นเฟอร์นิเจอร์
Old market / New technology	- การพัฒนายางคอมปาวด์ที่ใช้เทคโนโลยีสูงแต่ขายในตลาดเดิมเช่นขายให้แก่อุตสาหกรรมรถยนต์เหมือนเดิม
New technology / New Market	- การพัฒนาวัตถุดิบยางไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ ซึ่งเป็นนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด (Radical Innovation) เช่น อุตสาหกรรมเครื่องสำอางจากสารสกัดเปลือกไม้ยางพาราหรือยางพารา



❖ ปี ค.ศ. 2020-2025 : เมื่อเริ่มมีการแสวงหาตลาดใหม่ ควรมีการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการในระดับประเทศเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานและการพัฒนาทักษะให้มีความพร้อมต่อเทคโนโลยีใหม่ให้มีระดับแรงงานที่สามารถรองรับได้ ดังนั้น กลยุทธ์ที่ 4 จึงเป็นกลยุทธ์หลักที่ภาครัฐของไทยควรนำมาใช้ในช่วงนี้ โดยใช้กลยุทธ์ที่ 1 เป็นกลยุทธ์รองควบคู่กันไปด้วย ควรมีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาโครงสร้างการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมทั้งระบบ ซึ่งครอบคลุมถึงการทดสอบผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ และศูนย์การทดสอบผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการโดยความร่วมมือของภาคเอกชน สมาคม และสถาบันการศึกษาเป็นหลักมากกว่าภาครัฐ เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และขั้นตอนที่สำคัญคือการประชาสัมพันธ์มาตรฐานที่สร้างมาให้เกิดความเชื่อมั่นกับนักลงทุน และผู้บริโภคในระดับสากล

❖ ปี ค.ศ. 2025-2030 : การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ปลายน้ำที่สูงขึ้น และมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ดังนั้นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยอาจจะเป็นการเพิ่มมูลค่าในระดับ Incremental Innovation (เป็นการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น) จนไปถึงระดับ Radical Innovation (นวัตกรรมที่เปลี่ยนอย่างฉับพลันที่จะสามารถเคลื่อนย้ายลูกค้าในตลาดเดิมมาสู่ตลาดใหม่ได้ทั้งหมด เพราะมีทางเลือกสินค้าทดแทนที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า) ควรมีการสร้างการแข่งขันโดยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาขีด

ความสามารถในการแข่งขัน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เทคโนโลยี การผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าและความหลากหลายของสินค้า

❖ ปี ค.ศ. 2030-2035 : รอบอายุของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) และความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของผู้บริโภคตามยุคสมัยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง รวมไปถึงการเกิดใหม่ของเทคโนโลยี ดังนั้นควรเริ่มที่จะแสวงหาตลาดใหม่ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยใช้กลยุทธ์ที่ 1 และ 2 การพัฒนาของเทคโนโลยีที่สูงขึ้นอาจทำให้เกิดวัสดุขึ้นมาทดแทนยาง เทคโนโลยีใหม่อาจจะเข้ามาโดยที่เราไม่ทันตั้งตัว เหมือนกับ ซีดี ที่เข้ามาแทนแผ่นม้วนเทป หรือ กล้องดิจิทัล แทนกล้องฟิล์ม ดังนั้นการเตรียมความพร้อมที่ดีการมองการณ์ไกลในเรื่องวัสดุทดแทนยางก็เป็นส่วนสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม ซึ่งในปัจจุบันก็เริ่มมียางสังเคราะห์และพลาสติกที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่ามาใช้แทนวัสดุจากยางธรรมชาติแล้ว โดยหน่วยงานที่จะต้องทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในช่วงเวลานี้ ควรจะเป็นกรมวิชาการเกษตร สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) รวมไปถึงสถาบันพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางและไม้ยางพาราที่กำลังจะจัดตั้งขึ้น ซึ่งต้องมีการวางแผนร่วมกันกับภาคเอกชนด้วย โดยมีแนวทางการร่วมมือกันเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถนำผลงานการวิจัยมาต่อยอดเพื่อที่ภาคอุตสาหกรรมจะสามารถนำไปประยุกต์เพื่อผลิตต่อไป

หากไทยได้เตรียมการวางแผนระยะยาวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ช่วยกันดำเนินการตามแผนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันก็จะทำให้ไทยยังสามารถครองตำแหน่งการส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยางได้อย่างยั่งยืนต่อไปได้ ●

อ้างอิง :

- รายงานโครงการศึกษาทิศทางพัฒนาอุตสาหกรรมไทยไปสู่ระดับโลก สศอ.
- รายการการเสนอนโยบายส่วนภูมิภาค (จังหวัดยะลา) ภายใต้โครงการนักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่รุ่นที่ 3 โดย พัทธิธรา รื่นพิทักษ์
- Managing Innovation, Joe Tidd, John Bessant, Keith Pavitt, Third Edition, John Wiley & Son, Ltd.



แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ สู่การเป็น “ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลก”

อาบนันท์ เศรษฐกรียงไกร
สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

• ความสำคัญ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ใน 10 อันดับแรกของสินค้าส่งออกของไทยมาตลอด โดยในปี 2553 ส่งออกมีมูลค่าสูงเป็นลำดับที่ 3 และคิดเป็นร้อยละ 5.94 ของมูลค่าส่งออกโดยรวมของไทย โดยอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการผลิตทั้งในส่วนของไทยและนำเข้า เช่น ทองคำและเงิน รวมทั้งอัญมณี โดยเฉพาะเพชร พลอย เพื่อทำการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มในการส่งออกค่อนข้างสูง

การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับมีการพัฒนามาจากอุตสาหกรรมขนาดเล็กในครัวเรือน ซึ่งใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตไม่ซับซ้อน แต่อาศัยการใช้ฝีมือแรงงานเป็นหลัก จนปัจจุบันมีการพัฒนาไปสู่การผลิตเพื่อการส่งออกที่ใช้แรงงานฝีมือ และเครื่องจักรทันสมัย ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศและมีราคาสูง ทำให้มีผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้นที่สามารถใช้เทคโนโลยีระดับสูงได้ อย่างไรก็ตามสัดส่วนของผู้ผลิตร้อยละ 90 ยังคงเป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่กระจายอยู่ทั้งในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคที่สำคัญ เช่น จันทบุรี ตราด กาญจนบุรี ตาก พะเยา เชียงราย เป็นต้น การที่ประเทศไทยมีศักยภาพและปัจจัยการผลิตที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยแรงงานที่มีทักษะฝีมือและความประณีต ละเอียดอ่อน และมีความโดดเด่นในการเผยแพร่ลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ยังคงความเป็นพลอยสยามหรือทับทิมสยาม ทำให้มีโอกาสที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกได้ในอนาคต

• สถานภาพการผลิตและการตลาด

• การผลิต

โครงสร้างอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำแนกตามลักษณะการผลิตได้ 2 ประเภท

1. อุตสาหกรรมอัญมณี แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การเจียระไนพลอย และการเจียระไนเพชร

โดยมีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 198 ราย จ้างแรงงานประมาณ 20,000 คน ส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานในโรงงานขนาดใหญ่ ซึ่งมีขั้นตอนการผลิตที่สำคัญต้องอาศัยทักษะ ฝีมือ ความชำนาญและความประณีตของแรงงานในการผลิตที่ไม่สามารถทดแทนได้ด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต โดยเป็นเงินทุนของคนไทย สัดส่วนร้อยละ 45 และเป็นเงินลงทุนของต่างชาติ สัดส่วนร้อยละ 55 โดยโรงงานส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

- อุตสาหกรรมเจียระไนพลอย เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับทั่วโลก โดยส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็กที่ทำในครัวเรือน ใช้แรงงานฝีมือ มีทักษะและใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ไม่ซับซ้อน ผู้ประกอบการมีการใช้เทคนิคในการหุงพลอย (เผาพลอย) ที่เป็นสูตรลับเฉพาะโรงงาน ทั้งนี้ผู้ประกอบการเหล่านี้อยู่ในจังหวัดที่เคยเป็นแหล่งวัตถุดิบพลอยที่สำคัญในอดีต เช่น จันทบุรี ตราด และกาญจนบุรี

- อุตสาหกรรมเจียระไนเพชร เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินทุนสูง เนื่องจากต้องใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความซับซ้อน เทคโนโลยีสูงและมีราคาแพง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่

ซึ่งเป็นนักลงทุนต่างชาติ หรือเป็นการร่วมทุนระหว่างไทยกับต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีชื่อเสียงในการเจาะในเพชร เช่น เบลเยียม อิสราเอล และอังกฤษ โดยการนำเข้าวัตถุดิบเพชรเทคโนโลยี เครื่องมือ เครื่องจักร เพื่อมาอาศัยแรงงานฝีมือในไทย อุตสาหกรรมเจาะในเพชรของไทยเป็นการเจาะในเพชรขนาดเล็กๆ โดยมีบริษัทที่สำคัญ คือ De Beers ซึ่งเป็นผู้จัดหาและจำหน่ายเพชรใหญ่ที่สุดในโลก เป็นผู้จัดหาเพชรแก่ผู้ผลิตในไทย

2. อุตสาหกรรมเครื่องประดับ มีผู้ผลิตในประเทศไทยที่ผลิตเครื่องประดับเพชร พลอย จำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งนี้ที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 552 ราย มีการจ้างงาน 44,000 คน มีการใช้แรงงานตั้งแต่การออกแบบ คัดแยกอัญมณี และสีหิน ขนาดที่เหมาะสม การประกอบตัวเรือนต้องทำด้วยมือที่ต้องใช้ความชำนาญและประณีต ผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อการส่งออกส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดใหญ่และขนาดกลาง ที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เนื่องจากต้องใช้เครื่องมือ เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูง และเงินลงทุนเพื่อสต็อกวัตถุดิบอัญมณีและโลหะมีค่า ดังนั้นส่วนใหญ่จึงเป็นการลงทุนจากต่างประเทศ สำหรับผู้ผลิตที่มีการผลิตครบวงจรในไทยมีเพียงรายเดียว คือ บริษัท แพรนด้าจิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลิตตั้งแต่การทำเหมืองไปจนถึงเครื่องประดับ ส่วนการผลิตในส่วนภูมิภาคจะยังคงมีลักษณะการผลิตในครัวเรือน ซึ่งเป็นการผลิตแบบรับช่วงการผลิต (Sub-contract) กับโรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งแรงงานฝีมือส่วนใหญ่มีลักษณะสืบทอดกันมานาน และได้รับการพัฒนาทักษะฝีมือที่ต้องผลิตตามความต้องการของโรงงานผู้ว่าจ้าง ซึ่งผู้ผลิตรายย่อยกลุ่มนี้มีจำนวนมากที่สุด ประมาณ 90,000 ราย มีการจ้างแรงงานประมาณ 1,000,000 คน ที่กระจายอยู่ในส่วนภูมิภาค กรุงเทพฯ และปริมณฑล

• การตลาด

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือร้อยละ 20 เป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ ผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ บริเวณห้างสรรพสินค้า พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมพัก เช่น สีลม สุรวงศ์และบางรัก ทั้งนี้สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีสมาชิกซึ่งเป็นผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ประมาณ 1,500 บริษัท

การนำเข้า ประเทศไทยมีสถานะเป็นผู้นำเข้า (Importer) เนื่องจากไม่มีแหล่งวัตถุดิบเพียงพอ โดยโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน แพลทินัมและอัญมณี เช่น เพชร พลอย ไข่มุก เป็นต้น โดยมีการนำเข้าในปี 2553 มีมูลค่า 10,437.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แหล่งนำเข้าสำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮองกง สวิตเซอร์แลนด์

อิสราเอล อินเดีย จีนและเบลเยียม

การส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นลำดับที่ 3 ของสินค้าส่งออกหรือคิดเป็นร้อยละ 5.94 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทยในปี 2553 โดยส่วนใหญ่เป็นการส่งออกเครื่องประดับแท้จากทองคำและเงิน รองลงมา คือ อัญมณี โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2553 มูลค่า 11,652.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ของโลก ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย ฮองกง อิสราเอล ญี่ปุ่น เป็นต้น โดยเฉพาะตลาดออสเตรเลียมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มสูงมากขึ้นทุกปี ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดเสรีทางการค้าไทย-ออสเตรเลีย ส่วนประเทศคู่แข่งของไทยในตลาดสำคัญๆ เช่น อิสราเอล อินเดีย แอฟริกาใต้ เบลเยียม แคนาดา จีน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา รัสเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และปาปัวนิวกินี

• กฎระเบียบของประเทศสำคัญในการนำเข้า-ส่งออก

สหรัฐอเมริกา กำหนดให้มีการระบุน้ำหนัก/ส่วนผสม/สัดส่วน และหากต้องใช้เครื่องหมายคุณภาพ ต้องประทับเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ โดยอาจจะระบุไว้บนตัวสินค้า/ฉลาก/บรรจุภัณฑ์ ให้มีรายละเอียดชัดเจน ทั้งนี้การปิดฉลากเพื่อแสดงความบริสุทธิ์ (Fineness) และมูลค่า (Value) ของสินค้ากำหนดไว้ภายใต้กฎหมาย National Stamping Act. (NSA) ของกระทรวงการคลังสหรัฐฯ กำหนดให้สินค้าที่นำเข้าสหรัฐฯ ต้องระบุประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิดสินค้า เช่น Made in Thailand เป็นต้น และไทยยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ซึ่งจะสิ้นสุดในเดือนมิถุนายน 2554 ซึ่งรัฐบาลไทยยังอยู่ในระหว่างขอเจรจาเพื่ออุทธรณ์เลื่อนออกไปอีกระยะหนึ่ง

สหภาพยุโรป กำหนดให้สินค้าต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประทับตราแสดงสัดส่วน/ค่าความบริสุทธิ์ของโลหะมีค่า (Hallmarking) บนตัวเรือนเครื่องประดับ

ออสเตรเลีย กำหนดให้ต้องปิดฉลากแหล่งกำเนิดสินค้าลงบนบรรจุภัณฑ์ และการนำเข้าเพชรที่ยังไม่ได้เจาะในต้องมีใบรับรองจากประเทศผู้ส่งออก ซึ่งเป็นภาคี Kimberley Process ต้องมี Kimberley Process Certificate (เพื่อต่อต้านการนำเงินที่ได้จากการซื้อขายเพชรไปสนับสนุนการสู้รบในอัฟริกา)

จีน ห้ามจำหน่ายทองคำจากต่างประเทศ การนำเข้าทองคำต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารกลางของจีน การซื้อขายต้องทำผ่านธนาคารหรือสถาบันการเงินที่ได้รับอนุญาตให้เป็นตัวแทน โดยเปิดบัญชีเพื่อซื้อขายทองคำ สำหรับเครื่องประดับทองคำสามารถทำได้โดยเสรี ตั้งแต่เมษายน 2546

ญี่ปุ่น การนำเข้าเพชรต้องมี Kimberley Process Certification ญี่ปุ่นเข้มงวดในการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าและในการออกแบบ หากละเมิดจะถูกทำลายและลงโทษทางอาญานอกจากนี้ห้าม/จำกัดการนำเข้าที่ทำจากงาช้าง/ปะการัง สำหรับการติดเครื่องหมายคุณภาพ (Hallmarking) ให้เป็นไปตามสมัครใจและญี่ปุ่นได้สร้างระบบ Bonding Procedure เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ผลิตต่างประเทศ และผู้ซื้อในญี่ปุ่น โดยการตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ ณ Banded Area ที่ Jewelry Trade Center ภายใต้การดูแลของ Tokyo Customs Office

อินเดีย สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่นำเข้าต้องมีใบอนุญาต ซึ่งมีอายุ 24 เดือน นับตั้งแต่วันออกและต่ออายุได้ 6 เดือน ทั้งมีระยะเวลาต่ออายุไม่เกิน 12 เดือนและอินเดียห้ามนำเข้า/ส่งออกเพชรที่ยังไม่เจียระไน ยกเว้นกรณีมี Kimberley Process Certification ตามกระบวนการที่กำหนด นอกจากนี้การนำเข้าทองคำ 18 K ขึ้นไป ต้องมีใบรับรองระบุปริมาณโลหะความบริสุทธิ์และน้ำหนัก

ตะวันออกกลาง สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับต้องมีความพิถีพิถัน/คุณภาพดี ได้มาตรฐานและรัฐบาลให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับเครื่องประดับ โดยเฉพาะที่เป็นทองคำหรือโลหะมีค่าอื่น ๆ ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้า ต้องระบุค่าความบริสุทธิ์ตามมาตรฐานที่กำหนด และสลักเครื่องหมายรับประกันคุณภาพลงบนตัวสินค้าด้วย

• ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัด

1) **ขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศต้องพึ่งพาการนำเข้า** เช่น เพชร พลอย ทองคำและเงิน ทั้งในปริมาณและคุณภาพ การสำรวจและการทำเหมืองแร่ของผู้ประกอบการในไทยส่วนใหญ่ไม่ทันสมัย และไม่ค่อยพัฒนาเชิงวิชาการ และเทคโนโลยี การแสวงหาวัตถุดิบจากต่างประเทศ และการบุกเบิกทำเหมือง/ร่วมทุนในต่างประเทศยังมีไม่มาก นอกจากนี้ไทยยังขาดแหล่งผลิตโลหะมีค่าภายในประเทศ เช่น ทองคำ เงิน ทองคำขาว เป็นต้น

2) **ขาดช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการผลิต** เช่น ช่างเจียระไนเพชร/พลอย ช่างตัวเรือน ช่างออกแบบช่างเทคนิค และนักวิเคราะห์/ตรวจสอบอัญมณี ทั้งนี้จะมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม การเพิ่มคุณภาพการปรับเปลี่ยนลักษณะภายนอกได้ การมีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับการหักเห การกระจายของแสง เพื่อกำหนดเหลี่ยมมุมในการเจียระไนตามแนวหลัก และหลีกเลี่ยงตำหนิต่าง ๆ ซึ่งให้เหลือน้ำหนักและสะท้อนแสงมากที่สุด

3) **การพัฒนาเทคโนโลยียังอยู่ในวงจำกัด** โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีศักยภาพสูง/ผู้ผลิตรายใหญ่ ทำให้การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังมีการนำเข้าเทคโนโลยี เพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพในการผลิต และเพิ่มมูลค่าสินค้าค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เทคนิคที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นเทคนิคง่าย ๆ อาศัยความชำนาญ/ประณีตของช่างฝีมือ ขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพการผลิต

4) **การออกแบบอัญมณี และเครื่องประดับของไทย** ขาดการพัฒนาและความหลากหลายตามความต้องการของต่างประเทศ โดยเฉพาะความแปลกใหม่/น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ รวมทั้งยังมีการเลียนแบบต่างประเทศ

5) **ขาดการวิจัย/ศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดสำคัญๆ** เพื่อให้สามารถปรับตัวสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค/ลูกค้าได้ทันสถานการณ์และแนวโน้มแฟชั่นตามฤดูกาล

6) **การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต่อเนื่องยังไม่เข้มแข็ง** ตั้งแต่ขั้นต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมทั้งอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การถักสร้อย การปั๊มโลหะ และการทำทองกลวง เป็นต้น

7) **เผชิญการแข่งขันอย่างรุนแรง** โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของตัวเอง ทั้งคุณภาพ ราคา มาตรฐาน รูปแบบ โดยเฉพาะตลาดระดับบนต้องแข่งขันกับอิตาลี ฝรั่งเศส และฮ่องกง ส่วนตลาดระดับรองต้องแข่งขันกับจีน อินเดีย และศรีลังกา ซึ่งมีวัตถุดิบโดยเฉพาะจีน แต่อินเดียมีแรงงานจำนวนมากและราคาถูกด้วย

• ศักยภาพของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ และสถานการณ์ทางการผลิตและการตลาดแล้วจะเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของโลก เนื่องจากมีปัจจัยและสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยหลายประการ อาทิเช่น

1) ปัจจุบันประเทศไทยแม้จะมีแหล่งพลอยสีเหลืออยู่ภายในประเทศจำนวนไม่มากนัก และต้องนำเข้าพลอยสีจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ แต่ไทยก็ยังถูกจัดให้เป็นศูนย์กลางการค้าพลอยสีที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก อันเป็นผลมาจากภูมิปัญญาไทยในการปรับปรุงคุณภาพพลอย และทักษะฝีมือในการเจียระไน

2) ประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับทั่วทุกภูมิภาคทั่วโลกได้โดยสะดวก และมีระบบการคมนาคมขนส่งที่สะดวก และระบบการสื่อสารที่รวดเร็ว รวมถึงระบบสาธารณูปโภคที่พร้อมสรรพ ประกอบกับคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีเป็นมิตรกับผู้อื่น ปราศจากการแบ่งแยกในเรื่องวัฒนธรรมเชื้อชาติและศาสนา

3) ประเทศไทยมีแรงงานฝีมือในการเจียระไนเพชร

และพลอยอยู่มากกว่า 500,000 คน ในโรงงานประมาณ 500 แห่ง และแรงงานที่รับจ้างผลิต (Sub-contract) อยู่ตามบ้านอยู่อีกเป็นจำนวนมาก ที่มีฝีมือประณีต ละเอียดอ่อน มีทักษะและความชำนาญสูงมาก

4) ประเทศไทยมีสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานที่ปฏิบัติงานในลักษณะสำคัญ 3 ด้าน คือ

- ห้องปฏิบัติการวิเคราะห์และตรวจสอบอัญมณี (Gem Testing Laboratory) ที่มีเครื่องมือทันสมัยและได้รับการยอมรับ และสามารถให้การวิเคราะห์ตรวจสอบ ออกใบรับรองคุณภาพ ตามมาตรฐานสากลและการตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการโลหะอื่นๆ

- ศูนย์ฝึกอบรมให้บริการวิชาการ ฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ครบวงจร

- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นศูนย์การรวบรวมและวิเคราะห์การตลาดประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง และเผยแพร่ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นผ่านสื่อต่างๆ ทุกแขนง

5) สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกสำคัญที่ทำรายได้จากการส่งออกใน 10 รายการแรกมาตลอด และทำรายได้แก่ประเทศไทยจำนวนมหาศาล ดังนั้นภาครัฐจึงให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง เช่น การชดเชยภาษีอากรสินค้าเพื่อการส่งออก การจัดตั้งนิคมอัญมณี การจัดงานแสดงสินค้านอรัญมณีและเครื่องประดับทั้งในและต่างประเทศ

• แนวทางการพัฒนา

เพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพ สามารถเพิ่มมูลค่าสูงขึ้น และคงความเป็นเอกลักษณ์ “อัญมณีไทย สูดยอต่ออัญมณีโลก” ควรมีแนวทางพัฒนา ดังนี้

1) การหาประโยชน์จากการรับข้อตกลงการค้า FTA โดยที่อัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีศักยภาพในการแข่งขันพอสมควร ควรสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับแห่งหนึ่งของโลก โดยมีอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบเป็น 0 และควรผลักดันให้เปิดเสรีการค้ากับประเทศคู่เจรจา และแสวงหาโอกาสจากการค้าเสรีเพิ่มขึ้น

2) ให้ความสำคัญกับการแสวงหาวัตถุดิบและแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น เช่น ออสเตรเลียมีเหมืองเพชร Argyle ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และพลอยจากประเทศในทวีปแอฟริกา เช่น เคนยา แทนซาเนีย โมซัมบิก มาดากัสการ์ โดยการสำรวจแหล่งแร่ และการร่วมมือด้านการลงทุนและแลกเปลี่ยนการถ่ายทอดความรู้ความชำนาญในการผลิตพลอยแก่ประเทศเหล่านั้นอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรมมากขึ้น

3) แสวงหาความร่วมมือกับจีน ที่มีแห่งอัญมณี และยังไม่ถูกสำรวจในเชิงพาณิชย์อีกจำนวนมาก และร่วมมือวิจัยและพัฒนาไข่มุกน้ำจืดกับจีนให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

4) การจัดทำมาตรฐานพลอยสีเพื่อรับประกันคุณภาพ โดยการจัดให้มีตราสัญลักษณ์ร้านค้าให้เป็นที่ยอมรับ และการให้ใบรับรองคุณภาพและมาตรฐานร้านค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายด้วยความมั่นใจ (Buy with Confident) เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค และป้องกันการหลอกลวง

5) จัดตั้ง Gem Bank โดยธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการพัฒนาเกณฑ์และวงเงินการให้สินเชื่อและรายละเอียดอื่นๆ

6) การจัดงานแสดงสินค้า (Road Show) ในจังหวัดเป้าหมายที่มีการผลิตและการค้า การท่องเที่ยวสำคัญ เช่น กรุงเทพมหานคร พัทยา-ชลบุรี นครราชสีมา กาญจนบุรี หาดใหญ่-สงขลา ภูเก็ต แม่สอด-ตาก เป็นต้น โดยการประสานผู้ประกอบการในการมอบใบประกาศนียบัตรรับรอง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เป็นต้น

7) การพัฒนาการเผาพลอยสี การออกใบรับรองคุณภาพการเผาโดยไม่มีสารเคมี และผ่านการทดสอบคุณภาพจาก Lab ของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

8) การยกระดับการจัดงานสินค้า Bangkok Gem and Jewelry ให้เป็นงานระดับภูมิภาค รวมทั้งการจัดงานแสดงสินค้าเผยแพร่ความเป็น “พลอยไทย สูดยอต่ออัญมณีโลก” ทั้งในตลาดเฉพาะ และตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ยุโรป รัสเซีย ตะวันออกกลาง เป็นต้น

9) การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการออกแบบ รวมทั้งการประกวดแฟชั่นอัญมณีที่มุ่งเน้นการพัฒนา การสร้างมูลค่าเพิ่ม การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนานักออกแบบรุ่นใหม่ที่สามารถออกแบบได้ตามแนวโน้มความต้องการของตลาดโลก (Trend)

10) การจัดตั้งตลาดกลางวัตถุดิบที่จันทบุรี เพื่อเปิดเสรีให้มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้โดยสะดวก และลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ

11) การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เชื่อมโยงกับการผลิตพลอย/การเผาพลอย พิพิธภัณฑ์อัญมณี ตลาดกลางจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และการเยี่ยมชมการตลาด การซื้อขายพลอย (การเดินพลอย) ที่ผู้ซื้อจะนั่งประจำที่โต๊ะแต่ผู้ขายจะเดินมาเสนอขายอัญมณีถึงที่โต๊ะรับซื้อ ซึ่งมีความแปลกและแตกต่างจากการซื้อขายโดยทั่วไป

12) การที่มีความสามารถเพิ่มคุณค่าด้วยศักยภาพในการเผาและการเจียรไนได้เองภายในประเทศ จึงควรพัฒนาจาก

ที่เคยรับจ้างผลิต (OEM) ไปสู่การออกแบบด้วยตัวเอง (ODM) และเป็นผู้ผลิตที่มีตราสินค้าของตนเอง (OBM)

ทั้งนี้ จากปัจจัยด้านศักยภาพที่กล่าวมาข้างต้น เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยนำพาประเทศขึ้นสู่การเป็นศูนย์กลางการค้า อัญมณีและเครื่องประดับของโลกและการยกระดับ “อัญมณีไทยสู่การเป็นสุดยอดอัญมณีโลก” โดยไม่ละเลยที่จะพัฒนานักออกแบบเครื่องประดับที่สามารถออกแบบ และพัฒนารูปแบบสินค้าได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นที่ต้องการของตลาดโลก โดยการสร้างตราสินค้าเครื่องประดับไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์พลอยสีสุด ยอดพลอยสยาม การมุ่งเน้นบริการแบบ One Stop Service ที่ขยายเพิ่มเติมไปยังสินค้าหรือจุดต่าง ๆ นอกเหนือจากที่มีอยู่เพียงในเขตนิคมอัญมณี และจุดบริการในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนลดความล่าช้าในกระบวนการทางศุลกากร และการขอสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีของผู้ส่งออก รวมถึงการสนับสนุนการศึกษาข้อมูลการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดต่าง ๆ และด้านวัตถุดิบที่มีความโปร่งใสด้านการเพาะและการเพิ่มมูลค่าพลอยที่มีปัญหาหัวใจของบางองค์กรอยู่ ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ อย่างจริงจังภายในระยะเวลาไม่นานนัก ก็เชื่อได้เลยว่าโอกาสที่ประเทศไทยจะก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลกคงอยู่ไม่ไกล

สำหรับในส่วนของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) ได้จัดสรรงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนภายใต้โครงการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานักออกแบบ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมาแล้วหลายโครงการ ตลอดจนการจัดทำโครงการพัฒนาฐานข้อมูลเชิงเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าและคู่แข่งหลายประเทศ อาทิเช่น อิตาลี อินเดีย เวียดนาม และจีน ซึ่งมีส่วนช่วยในการผลักดันการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอีกทางหนึ่งด้วย เพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่มีชื่อเสียงมานานว่า “พลอยสยามหรือทับทิมสยาม” ที่มีความสวยงามด้วยฝีมือการเจียรไนที่มีความประณีตและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสนับสนุนการผลักดันให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นหนึ่งในศูนย์กลางอัญมณีของโลกได้ในอนาคต ทั้งหมดนี้ล้วนมาจากทักษะฝีมือและภูมิปัญญาไทยที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่ายๆ นั่นเอง ●

อ้างอิง :

- รายงานการประชุมคณะกรรมการพัฒนาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย. กระทรวงพาณิชย์, เมษายน 2554
- ครบเครื่องเรื่องอุตสาหกรรม. กรมการค้าระหว่างประเทศ



ตลอด 10 ปีที่ผ่านมา ดร.ณัฐพล รังสิตพล เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์สำคัญในการกำหนดและผลักดันให้เกิดกลไกการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ขึ้นใหม่หลายประการ เช่น การผลักดันให้เกิด 2nd Product Champion ที่พัฒนาไปสู่โครงการ “The Best Little Car”, “ACEs car” และโครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือที่มักรู้จักกันทั่วไปในชื่อของ ECO car รวมทั้งมียุทธศาสตร์สำคัญในเวทีการประชุมระดับนานาชาติหลายเวที ดร. ณัฐพลฯ จึงเป็นที่รู้จักดีในกลุ่มผู้คลุกคลีในอุตสาหกรรมยานยนต์ในภาคราชการและภาคเอกชน ทั้งภายในประเทศและในเวทีระหว่างประเทศ

ปัจจุบัน ดร.ณัฐพลฯ ได้เข้ามารับผิดชอบในตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2 หรือ สร.2 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) วารสารฯ จึงถือโอกาสนี้ สัมภาษณ์ถึงบทบาทความรับผิดชอบของ สร.2 ตลอดจนหลักการในการพัฒนาอุตสาหกรรม ของ ดร.ณัฐพล รวมทั้งมุมมองและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในยุคต่อจากนี้ไป

“ความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมในโลกนี้จากอดีตถึงปัจจุบัน เราจะพบสิ่งที่น่าสนใจว่าหลายประเทศที่มีพื้นฐานคล้ายๆ กัน แต่ประสบความสำเร็จในสาขาอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดคำถามขึ้นว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จเกิดขึ้นจากอะไร และความแตกต่างเกิดจากอะไร”

มองผ่านกระจกนะ...

การพัฒนาอุตสาหกรรมไทยสู่อนาคต

กับ **ดร.ณัฐพล รังสิตพล**

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

“ความเข้าใจอย่าง
ถ่องแท้ในสถานภาพและแนว
โน้มของสาขาอุตสาหกรรม
จะเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่
จำเป็นต่อการวางแผนจัดทำ
นโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมราย
สาขานั้น”



บทบาทความรับผิดชอบของ สร.2
ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม



ภายใต้วิสัยทัศน์ ที่จะเป็นองค์กรชั้นนำ
การพัฒนาอุตสาหกรรม สศอ. มีพันธกิจหลัก 3
ประการ คือ การจัดทำนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรม
การเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม และการพัฒนาองค์
ความรู้ของ สศอ. ในการพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่ง
ในส่วนของ สร.2 นั้น ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ
การจัดทำนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา
หลักของประเทศไทยหลายสาขา เช่น อุตสาหกรรม
แปรรูปสินค้าเกษตร เช่น อาหาร ผลิตภัณฑ์ยาง
ไม้ เฟอร์นิเจอร์ และเคมีชีวภาพ, อุตสาหกรรม
แฟชั่น เช่น สิ่งทอ รองเท้า เครื่องหนัง อัญมณี
อุตสาหกรรม, และอุตสาหกรรมหลักอื่นๆ เช่น
ปูนซีเมนต์ เซรามิกซ์ กระดาษ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น
และเนื่องจากแต่ละสาขาอุตสาหกรรมล้วนมี
ลักษณะ สถานภาพ และแนวโน้มอุตสาหกรรม



“ปัจจุบันจึงเห็นที่ขอมุขกันว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จในยุคนี้ จำเป็นต้องใช้ทั้งกลไกชั้นนำของภาครัฐประจวบกับแรงกระตุ้นของตลาดเสรี ในการสนับสนุนให้เกิด ‘กระบวนการค้นพบด้วยตัวเอง’ ของภาคเอกชน”

ที่ต่างกันออกไปในแต่ละช่วงเวลา สร.2 จึงมีการสร้างองค์ความรู้ที่เกิดจากการศึกษาและติดตาม สถานภาพของแต่ละสาขาอุตสาหกรรมเหล่านี้อยู่ตลอดเวลา เพราะความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในสถานภาพและแนวโน้มของสาขาอุตสาหกรรม จะเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นต่อการวางแผนจัดทำนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขานั้น นั่นคือ บทบาทความรับผิดชอบของ สร.2 ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา คือการที่ สร.2 จะต้องสร้างองค์ความรู้พื้นฐานในรายสาขาอุตสาหกรรมที่อยู่ในความรับผิดชอบ ที่เพียงพอต่อการคาดการณ์และเตือนภัย ซึ่งจะเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่นำไปสู่การจัดทำนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมในที่สุด



หลักการในการพัฒนาอุตสาหกรรม

ถ้าวิเคราะห์ถึงความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมในโลกนี้จากอดีตถึงปัจจุบัน เราจะพบสิ่งที่น่าสนใจว่า หลายประเทศที่มีพื้นฐานคล้าย ๆ กัน แต่ประสบความสำเร็จในสาขาอุตสาหกรรมที่ต่างกัน ทำให้เกิดคำถามขึ้นว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จเกิดขึ้นจากอะไร และความแตกต่างเกิดจากอะไร ซึ่งมีผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัย Harvard ที่ได้ศึกษารวบรวมและทำการวิเคราะห์ข้อมูลความสำเร็จ และความล้มเหลวของการพัฒนาอุตสาหกรรมทั่วโลก ตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 และได้สรุปไว้ว่า ความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรม เกิดขึ้นจาก ‘กระบวนการค้นพบด้วยตัวเอง’ ของผู้ประกอบการ ว่าธุรกิจใดประสบความสำเร็จได้เมื่อประกอบการในประเทศใด และเมื่อความสำเร็จของผู้ประกอบการรายแรกถูกค้นพบจนเป็นที่ประจักษ์แล้ว ก็จะเริ่มผู้ประกอบการรายอื่นๆ เข้ามาเริ่มเดินตามและเกิดเป็นกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมใหม่ขึ้นในประเทศนั้น ๆ ในที่สุด



นอกจากนี้ยังพบว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมโดยอาศัยกลไกของภาครัฐเพียงอย่างเดียวดังเช่นในยุคแรกเริ่มของการพัฒนาอุตสาหกรรม แม้จะสามารถผลักดันให้เกิดการสร้างอุตสาหกรรมใหม่ขึ้นในประเทศใดประเทศหนึ่งได้จริง แต่อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นก็มักจะไม่มีขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้กลไกตลาดเสรี ในทางตรงกันข้ามการอาศัยแรงกระตุ้นจากกลไกทางการตลาดเสรีเพียงอย่างเดียว ก็ไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งได้ตามที่นักเศรษฐศาสตร์ได้คาดหวังกันไว้ในยุคต่อมา ปัจจุบันจึงเป็นที่ยอมรับกันว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จในยุคนี้ จำเป็นต้องใช้ทั้งกลไกชั้นนำของภาครัฐประจวบกับแรงกระตุ้นของตลาดเสรี ในการสนับสนุนให้เกิด ‘กระบวนการค้นพบด้วยตัวเอง’ ของภาคเอกชน ในธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีทิศทางสอดคล้องกับการขึ้นทางนโยบายของประเทศ ซึ่งการวางกลไกชั้นนำของภาครัฐเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในลักษณะนี้เอง ที่เป็นวิสัยทัศน์ของ สศอ.



มุมมองและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในยุคต่อจากนี้

ในอดีตเป้าหมายของการพัฒนาอุตสาหกรรมก็คือ การยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมในยุคต่อจากนี้ จะมีความซับซ้อนยิ่งขึ้นอันเนื่องมาจากบริบทและข้อ

“อุตสาหกรรมที่จะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในยุคต่อจากนี้ จะต้องมีความสำเร็จใน 3 ด้านพร้อมกัน คือ ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ด้านการยอมรับชุมชน และด้านการยอมรับของประชาคมโลก”

จำกัดใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งบริบทและข้อจำกัดเหล่านี้ เกิดจากการพัฒนาการของเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนของประเทศไทยเอง กรอบของโลกาภิวัตน์ทั้งในแง่มุมของความเชื่อมโยง เป้าหมายร่วม และความคาดหวัง ของประชาคมโลก ซึ่งความสลับซับซ้อนของบริบทและข้อจำกัดใหม่ๆ นี้ ทำให้เราไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมเพียงเพื่อการยกระดับเศรษฐกิจของประเทศอีกต่อไป แต่อุตสาหกรรมที่จะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในยุคต่อจากนี้ จะต้องมีความสำเร็จใน 3 ด้านพร้อมกัน คือ ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ด้านการยอมรับชุมชน และด้านการยอมรับของประชาคมโลก

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ มีรากฐานมาจากการพัฒนาการของระดับการศึกษา ชีวิตความเป็นอยู่ ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของโลก และระบบข่าวสารที่ไร้พรมแดน ซึ่งล้วนมีผลความคาดหวังของชุมชน และประชาคมโลกต่อภาคอุตสาหกรรมมีมากขึ้น สมัยนี้อุตสาหกรรมจะสร้างขึ้นไม่ได้ ขยายไม่ได้ หรือแม้กระทั่งประกอบการไม่ได้ หากไม่ได้รับการยอมรับของชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การต่อต้านอุตสาหกรรมของชุมชนในหลายรูปแบบ เช่น การประท้วงการรื้อเรียนโรงงานอุตสาหกรรมในเรื่องต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รวมถึงการคัดค้านการตั้งโรงงานต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็มาจากข้อเท็จจริงบางครั้งก็มาจากความเข้าใจผิดหรือไม่รู้

“ ภาครัฐไม่มีทรัพยากรมากพอที่จะตามแก้ปัญหาและปิดจุดอ่อนทั้งหมดให้กับทุกอุตสาหกรรม แต่ภาครัฐสามารถสร้าง ‘กรอบ’ ในการลงทุนและการประกอบอุตสาหกรรมด้วยการปรับปรุงรายละเอียดกลไกต่างๆ ที่ภาครัฐมีอยู่แล้ว ”

ข้อมูล ซึ่งไม่ว่าการคัดค้านจะมีรูปแบบใดและเกิดจากสาเหตุใด ผู้ประกอบอุตสาหกรรมในยุคต่อจากนี้ จำเป็นต้องได้รับความเชื่อถือและการยอมรับจากชุมชน ซึ่งต้องเกิดขึ้นจากการแสดงความรับผิดชอบของผู้ประกอบการเอง ประกอบกับการกำกับควบคุมโรงงานอุตสาหกรรมอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมของภาครัฐ จนเป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของประชาชน

สำหรับด้านการยอมรับของประชาคมโลก นั้น ปัจจุบันเราจะเห็นข้อกำหนดทางการค้ามากมายและกำลังมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่วนใหญ่มีพื้นฐานจากประเด็นสภาพสิ่งแวดล้อมโลกและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น ในอดีตเคยมีการต่อต้านการใช้สารทำความเย็นที่มีผลต่อการทำลายบรรยากาศ ปัจจุบันก็มีเรื่อง การควบคุมที่มาของไม้ ฉลากคาร์บอนและคาร์บอนเครดิต มาตรฐานประหยัดพลังงานของสินค้า ฯลฯ ซึ่งผู้ประกอบการอุตสาหกรรมและประเทศผู้ผลิตสินค้าในยุคนี้จำเป็นต้องตระหนักและปรับตัวหรือปฏิบัติตามข้อกำหนดทางการค้าเหล่านี้ให้ทัน

“ ไม่มีธุรกิจอุตสาหกรรมใดที่สมบูรณ์แบบแม้กระทั่งธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีความแข็งแกร่งและผู้นำ ”

ห่วงที่ เพื่อมิให้ถูกกีดกันทางการค้าหรือสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับคู่แข่ง

๑ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เหมาะสมกับประเทศไทย

๒ ไม่มีธุรกิจอุตสาหกรรมใดที่สมบูรณ์แบบแม้กระทั่งธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีความแข็งแกร่งและเป็นผู้นำ ซึ่งจากประสบการณ์การออกแบบกลไกการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ผ่านมาพบว่า การใช้จุดแข็งและโอกาสที่แต่ละสาขาอุตสาหกรรมมีอยู่เป็นกรอบในการออกแบบกลไกพัฒนาสำหรับแต่ละสาขาอุตสาหกรรมนั้น เป็นวิธีที่ได้ประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพดีกว่าการตามแก้ไขปัญหาหรือขจัดจุดอ่อนที่ละจุดที่ละจุด

ภาครัฐไม่มีทรัพยากรมากพอที่จะตามแก้ปัญหาและปิดจุดอ่อนทั้งหมดให้กับทุกอุตสาหกรรม แต่ภาครัฐสามารถสร้าง ‘กรอบ’ ในการลงทุนและการประกอบอุตสาหกรรมด้วยการปรับปรุงรายละเอียดกลไกต่างๆ ที่ภาครัฐมีอยู่แล้ว ในการสนับสนุนให้เกิดการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้รับการยอมรับจากภาคชุมชน และเป็นที่เชื่อมั่นของประชาคมโลกได้ ซึ่งน่าจะเป็นรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมรูปแบบหนึ่ง ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในยุคนี้

ทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งในทรรศนะมุมมองและการเสนอแนวทางที่มีต่อภาคเอกชนและรวมทั้งภาครัฐของผู้บริหารหนุ่มรุ่นใหม่แต่คร่ำหวอดประสบการณ์มายาวนาน และสร้างความสำเร็จมาแล้วในวงการอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยจุดประกายให้ท่านผู้อ่านได้คิดและลงมือทำ (เพื่ออนาคต) ร่วมกัน... ๐

ดัชนีอุตสาหกรรม

ไตรมาสที่ 2 ปี 2554

ส่วนดัชนีอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์
ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม ในไตรมาสที่ 2/2554 (เมษายน - มิถุนายน 2554) เมื่อเทียบกับไตรมาศก่อนพบว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ดัชนีการส่งสินค้า ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม และดัชนีผลผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม **ลดลง** แต่ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง **เพิ่มขึ้น**

ดัชนีอุตสาหกรรม รายไตรมาส (53 กลุ่มอุตสาหกรรม)

ดัชนีอุตสาหกรรม	ไตรมาส 2/2553 (เม.ย.-มิ.ย.)	ไตรมาส 1/2554 (ม.ค.-มี.ค.)	ไตรมาส 2/2554* (เม.ย.-มิ.ย.)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ ไตรมาศก่อน (%)	อัตราการเปลี่ยนแปลง เมื่อเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (%)
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม)	186.39	187.66	181.36	-3.35	-2.69
ดัชนีการส่งสินค้า	188.30	191.61	179.99	-6.06	-4.41
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	183.65	184.99	185.83	0.46	1.19
ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	179.51	144.80	148.32	2.43	-17.38
ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม	116.64	118.87	116.22	-2.22	-0.36
ดัชนีผลผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม	138.75	155.23	139.92	-9.86	0.84
อัตราการใช้กำลังการผลิต	62.37	62.62	58.94		

(ฐานเฉลี่ยรายเดือน ปี 2543 และเป็นดัชนีที่ยังไม่ปรับผลกระทบของฤดูกาล)

เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน พบว่า ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม) ดัชนีการส่งสินค้า ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง และดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ลดลง แต่ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง ดัชนีผลผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม เพิ่มขึ้น โดย

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม มี 28 อุตสาหกรรม ที่มีการผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตน้ำตาล การผลิตรถจักรยานยนต์ การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การแปรรูปผลไม้และผัก การผลิตผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม เคมีภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรค และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร การผลิตรองเท้า การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น เป็นต้น

ดัชนีการส่งสินค้า มี 26 อุตสาหกรรม ที่มีการส่งสินค้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตเคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน ยกเว้นปุ๋ยและสารประกอบไนโตรเจน การผลิตรถจักรยานยนต์

การผลิตน้ำตาล การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์อื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม เคมีภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรค และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร การผลิตรองเท้า เป็นต้น

ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง มี 33 อุตสาหกรรม ที่มีสินค้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตน้ำตาล การผลิตเครื่องจักรสำนักงาน เครื่องทำบุญและเครื่องคำนวณ การแปรรูปและการถนอมสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตกระดาษลูกฟูกและกระดาษแข็งลูกฟูก และการผลิตภาชนะที่ทำจากกระดาษและกระดาษแข็ง การผลิตเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ และของที่เกี่ยข้อง การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก การผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในทาง

ทัศนศาสตร์และเครื่องอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ การผลิตแก้วและผลิตภัณฑ์แก้ว เป็นต้น

ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม มี 21 อุตสาหกรรม ที่มีแรงงานเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตรถจักรยานยนต์ การผลิตน้ำตาล การผลิตเครื่องจักรสำนักงาน เครื่องทำบัญชีและเครื่องคำนวณ การผลิตสิ่งทอสำเร็จรูป ยกเว้นเครื่องแต่งกาย การผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอบ การผลิตอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตสตาชและผลิตภัณฑ์จากสตาช การผลิตอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์และเครื่องอุปกรณ์เกี่ยวกับการถ่ายภาพ การผลิตสบู่และผงซักฟอก เคมีภัณฑ์ที่ใช้ในการทำความสะดวกและขัดเงา เครื่องหอมและสิ่งปรุงแต่งสำหรับประติณร่างกายหรือประเทืองโฉม การผลิตรองเท้า เป็นต้น

ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม มี 33 อุตสาหกรรม ที่มีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งน้ำดื่มบรรจุขวด การแปรรูปผลไม้และผัก การผลิตเครื่องใช้

ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การแปรรูปและการถนอมสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การผลิตผลิตภัณฑ์จากคอนกรีต ซีเมนต์ และปูนปลาสเตอร์ การผลิตมอลต์ลิกเคอและมอลต์ การผลิตเครื่องแต่งกาย ยกเว้นเครื่องแต่งกายที่ทำจากขนสัตว์ การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป เป็นต้น

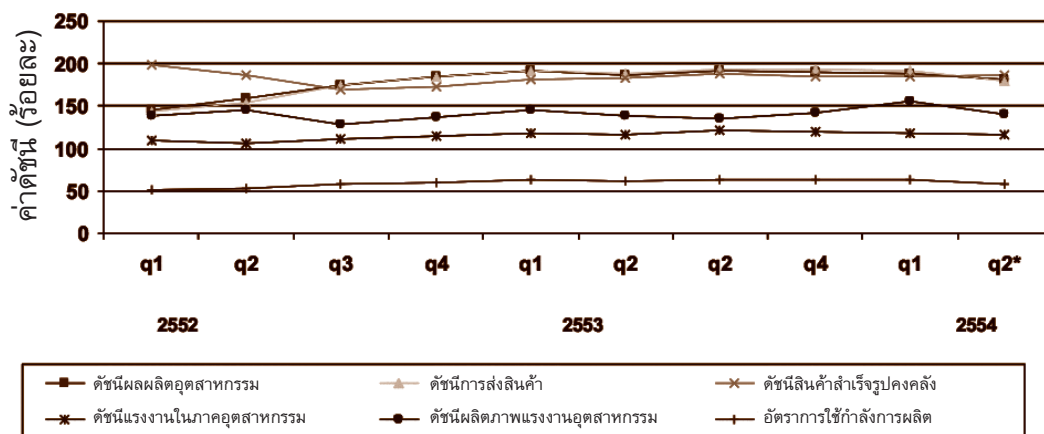
อัตราการใช้กำลังการผลิต มี 27 อุตสาหกรรม ที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตหลอดอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะประดิษฐ์อื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก การแปรรูปผลไม้และผัก การผลิตรองเท้า การผลิตเครื่องใช้ในบ้านเรือน ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น การผลิตเครื่องจักรที่ใช้กันทั่วไปอื่น ๆ การผลิตน้ำตาล การผลิตเคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน ยกเว้นปุ๋ยและสารประกอบไนโตรเจน เป็นต้น

ดัชนีอุตสาหกรรม รายไตรมาส (53 กลุ่มอุตสาหกรรม)

ดัชนีอุตสาหกรรม	ปี 2552				ปี 2553				ปี 2554	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2*
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (มูลค่าเพิ่ม)	146.21	158.48	174.62	185.21	191.78	186.39	191.77	190.01	187.66	181.36
ดัชนีการส่งสินค้า	143.07	154.01	175.38	185.66	191.01	188.30	193.36	194.13	191.61	179.99
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	198.11	187.17	169.25	172.23	182.05	183.65	188.09	185.73	184.99	185.83
ดัชนีอัตราส่วนสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	230.96	204.22	188.33	182.01	183.28	179.51	154.06	147.24	144.80	148.32
ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม	110.33	107.01	111.24	115.03	118.64	116.64	120.99	120.37	118.87	116.22
ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม	128.88	129.49	128.16	137.41	144.87	138.75	135.42	141.38	155.23	139.92
อัตราการใช้กำลังการผลิต	52.15	53.87	57.84	60.52	62.83	62.37	64.17	63.29	62.62	58.94

(ฐานเฉลี่ยรายเดือน ปี 2543 และเป็นดัชนีที่ยังไม่ปรับผลกระทบของฤดูกาล)

ดัชนีอุตสาหกรรมรายไตรมาส (53 กลุ่มอุตสาหกรรม)



หมายเหตุ: *ข้อมูลเบื้องต้น,

รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถเข้าไปดูได้ที่เว็บไซต์ สศอ. ที่ www.oie.go.th



กฤษฎา บุรักษ์
สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สศอ. พบผู้ประกอบการฉบับนี้ ขอพาท่านผู้อ่านทุกท่าน ไปเยี่ยมชมรูปแบบการจัดการความรู้ Knowledge Management (KM) ของบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT หน่วยงานทางด้านธุรกิจสื่อสารในระดับแนวหน้าของไทย และเป็นหน่วยงานที่มีความสามารถในการพัฒนาองค์กรก้าวข้ามไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization : LO) โดยคณะเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีโอกาสไปเยี่ยมชมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2554 ที่ผ่านมามาดูวิสัยทัศน์ ขององค์กรกำหนดไว้ดังนี้

“CAT เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ต้นแบบในการพัฒนาคน พัฒนางาน สร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันเชิงรุกในธุรกิจ ICT อย่างยั่งยืน”

สำหรับพันธกิจ มีด้วยกัน 4 ข้อ ได้แก่

1. สร้างค่านิยมของคนในองค์กรแห่งการเรียนรู้
2. พัฒนาระบบการเรียนรู้โดยใช้ ICT ที่ทันสมัย
3. พัฒนาและส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม
4. สร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทุกภาคส่วน

มีคำขวัญ CAT KM คือ

“เรียนรู้จากงาน ประสบการณ์แบ่งปัน เรียนรู้ร่วมกัน สร้างสรรค์ CAT”

♦ บริบทการไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT KM ได้กำหนดเอาไว้อย่างชัดเจนดังนี้

1. การจัดทำแผนการจัดการความรู้และแผนพัฒนาเพื่อไปสู่องค์กรการเรียนรู้
2. การประชาสัมพันธ์แผนการจัดการความรู้และแผนพัฒนาเพื่อไปสู่องค์กรการเรียนรู้
3. การจัดอบรม/สัมมนาหลักสูตรการจัดการความรู้และการพัฒนาองค์กรการเรียนรู้
4. การจัดกิจกรรมกระตุ้นส่งเสริมการจัดการความรู้และการพัฒนาองค์กรการเรียนรู้
5. การรวบรวมองค์ความรู้ เผยแพร่ในคลังความรู้เว็บไซต์ CAT KM
6. การพัฒนา KM เทคโนโลยี
7. การส่งเสริมและพัฒนาห้องสมุด CAT
8. การสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในและนอกหน่วยงาน
9. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม CAT KM

ในงาน CAT DAY

10. การประเมินผล/สรุปผลการดำเนินกิจกรรม KM

◆ “คน” ทรัพยากรอันทรงคุณค่า

CAT KM มีการฝึกอบรม KM & LO แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับในองค์กรหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

1. การบรรยายพิเศษ KM & LO สำหรับคณะทำงาน, การจัดการความรู้ผู้บริหารและพนักงาน
2. หลักสูตรแนวคิดวินัย ๕ ประการสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้
3. การสัมมนา KM Camp
4. การสัมมนา LO Camp
5. หลักสูตรผู้นำการจัดการความรู้
6. หลักสูตรเทคนิคการถอดความรู้
7. หลักสูตรการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการเขียน

Blog

8. การเสวนาจัดทำ Knowledge Map
9. การสัมมนาถอด Tacit Knowledge

◆ พัฒนาความรู้ในองค์กรอย่างไม่หยุดนิ่ง

CAT KM จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในหลาย ๆ รูปแบบ ได้แก่

1. บทความเรื่องเล่าชาว KM ผ่าน Blog
2. แผนที่ความรู้ Knowledge Map
3. ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice : CoP)
4. ทำเนียบผู้เชี่ยวชาญ (CAT Expert)
5. คลังความรู้ (e-Document , Video on Demand)
6. คลังสมอง (Brain Bank)
7. แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)
8. การเรียนรู้ออนไลน์ (CAT e-Learning)
9. ตลาดนัดความรู้ (CAT Day)
10. โครงการระบบศูนย์กลางความรู้ (CAT Knowledge

Center : CKC)

◆ รางวัลแห่งความตั้งใจ

CAT KM มีการจัดประกวดผลงาน KM ประจำปี (CAT KM Award) เพื่อกระตุ้น ส่งเสริมการทำงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- ชุมชนนักปฏิบัติตัวอย่าง : CAT CoP Award
- รางวัล Blog ในดวงใจและรางวัลเปิด Blog ล็อกเรื่องเด็ด : CAT Blog Award
- KM Best Practice Award



ของธุรกิจอยู่ไม่ไกล

การเจริญเติบโตของความรู้และความสำเร็จในการร่วมมือกันภายในองค์กร ความมุ่งมั่น ตั้งใจในการเรียนรู้และความสามัคคีในการทำงาน เพื่อมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน สำหรับ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT

อ้างอิง :

1. สมหมาย จตุทอง ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT
2. <http://Catkm.cattelcom.com> , catkm@cat-telecom.com

วัฒนธรรมการแยกขยะของชาวญี่ปุ่น

นางอารียา สุภาพ

สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ

ผู้เขียนได้มีโอกาสไปสัมภาษณ์ Mr. Eric E. Garnier เจ้าของบริษัท Kanmon International Co.,Ltd. ซึ่งประกอบธุรกิจค้าของเก่า (เซียงกง) ที่ประเทศญี่ปุ่นมาเกือบ 10 ปี ธุรกิจของ Mr. Eric นั้นเป็นการส่งออกมอเตอร์ไซด์ทั้งคัน อะไหล่มอเตอร์ไซด์ ไปจนถึงซากมอเตอร์ไซด์ โดยมีลูกค้าอยู่เกือบทั่วโลกโดยเฉพาะแถบแอฟริกา รัสเซีย รวมถึงกัมพูชาเพื่อนบ้านเรา

การไปเห็นสถานที่จริงของบริษัท Kanmon International Co.,Ltd. ได้สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้เขียนและคณะเป็นอย่างมาก เพราะบริเวณส่วนใหญ่ของบริษัทนั้นเป็นลานจอดมอเตอร์ไซด์ซึ่งไม่ว่าจะมองไปทางไหนก็จะเห็นมอเตอร์ไซด์จอดเรียงรายกันเต็มไปหมด

Mr. Eric ได้อธิบายให้ฟังว่า ในบริเวณนี้นอกจากตัวเก่าที่ทำธุรกิจมอเตอร์ไซด์เก่าแล้วยังมีผู้ประกอบการค้าของเก่าอื่นๆ อีกหลายสิบคน โดยสินค้าของแต่ละบริษัทก็จะแตกต่างกันออกไปซึ่งมีทั้ง อุปกรณ์ก่อสร้าง รถแทรกเตอร์ เครื่องมือการเกษตร และสินค้าอื่นๆ

คำถามในใจของผู้เขียนในขณะนั้นก็คือ แค่นี้เฉพาะหนึ่งเซียงกงที่เข้ามาเยี่ยมชมยังมีข้าวของเยอะขนาดนี้ แล้วถ้ารวมสินค้าอีกหลายสิบเซียงกงแล้วปริมาณของจะมากขนาดไหน แล้วสินค้าพวกนี้มาจากไหนกัน ทำไมคนญี่ปุ่นถึงใช้ข้าวของกันอย่างสิ้นเปลืองเช่นนี้ และด้วยความขี้สงสัยผู้เขียนเลยเข้าไปสอบถาม Mr. Eric และได้คำตอบว่า มอเตอร์ไซด์เก่าเหล่านี้ส่วนใหญ่ได้มาจากการซื้อต่อจากบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายโดยจะเป็นมอเตอร์ไซด์ที่ถูกค้าเอามาเทิร์น และมีอีกส่วนหนึ่งที่ได้มาจากการเอารถบรรทุกไปขับเร่ตามหมู่บ้านเพื่อรับของเก่าที่ต้องการจะทิ้ง (เหมือนโครงการของพระพยอมที่วัดสวนแก้ว) ซึ่งวิธีหลังนี้ Mr. Eric ได้อธิบายเพิ่มเติมให้ฟังว่า เนื่องจากบ้านเรือนของชาวญี่ปุ่นนั้นมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัด การที่จะซื้อของใหม่เข้าบ้าน

จำเป็นต้องกำจัดของเก่าออกไปก่อน สินค้าบางอย่างถ้าไม่เก่ามากจนใช้การไม่ได้ก็อาจจะนำไปเทิร์นเป็นของใหม่ แต่สินค้าบางอย่าง เช่น ตู้เย็นเก่า ที่วิตกรุ่น หรือพวกเตียงนอนลำสมัยบางที่เอาไปขายคืนไม่ได้ หรือจะยกให้ใครก็ไม่มีใครเอา การนำไปทิ้งเจ้าของจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมแก่เทศบาลในการกำจัดไม่เหมือนเมืองไทยที่แค่ขนลงมากองไว้ข้างถังขยะแล้วรอให้เทศบาลมาเก็บหรือขายชาเล้ง ดังนั้นที่ญี่ปุ่นจึงเกิดธุรกิจเกี่ยวกับการรับของเก่าตามบ้านและขายของเก่าอย่าง Mr. Eric ทำอยู่นั่นเอง

หลังจากกลับมาเมืองไทยแล้ว เรื่องการทิ้งขยะของชาวญี่ปุ่นนี้ยังสร้างความค้างคาใจแก่ผู้เขียนเป็นอย่างมาก โชคดีที่ผู้เขียนมีญาติที่แต่งงานกับชาวญี่ปุ่นและอาศัยอยู่ที่โตเกียวมาหลายปี พอกลับจากญี่ปุ่นก็รีบโทรหาป๊าเพื่อถามให้คลายสงสัยในทันที

ญาติเล่าให้ฟังว่าการทิ้งขยะของชาวญี่ปุ่นนั้นส่วนใหญ่มักจะมีข้อปฏิบัติและวิธีการทิ้งที่คล้ายๆ กัน โดยแต่ละเมืองอาจมีรายละเอียดปลีกย่อยของการทิ้งขยะที่แตกต่างกันบ้าง เช่น วันที่ที่กำหนดให้ทิ้งขยะแต่ละชนิดหรือบริเวณที่กำหนดให้เป็นที่ทิ้งขยะ ซึ่งก็จะขึ้นอยู่กับเทศบาลของแต่ละเขตที่เป็นผู้กำหนด

การทิ้งของชาวญี่ปุ่นมีเทคนิคที่ซับซ้อนหลายขั้นตอนพอสมควร โดยหัวใจหลักก็คือการแยกขยะออกเป็นแต่ละประเภทเพื่อให้สะดวกแก่การจัดและการรีไซเคิล ซึ่งผู้เขียนขออธิบายคร่าวๆ ให้เข้าใจได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เริ่มจากการแยกขยะออกเป็น 2 ประเภท คือ ขยะที่สามารถนำไปเผาได้เลยกับขยะที่ยังเผาไม่ได้



ขยะที่ยังเผาไม่ได้

ขยะที่สามารถเผาได้

ขยะที่สามารถนำไปเผาได้เลย ก็คือ ขยะจากครัวเรือน ประเภทเศษอาหารและขยะเล็กๆ น้อยๆ ภายในบ้าน ซึ่งจะไม่รวมหนังสือพิมพ์และเศษใบไม้/ท่อนไม้

ขยะที่ยังเผาไม่ได้ ก็คือ ขวดแก้ว พลาสติก กระป๋อง ยาง เครื่องหนัง ฯลฯ

ขยะที่สามารถนำไปเผาได้เลยนั้น เมื่อบรรจุลงในถุงขยะตามมาตรฐานที่รัฐบาลกำหนดไว้ให้แล้วก็สามารถนำไปทิ้งได้เลย



ลานจอดมอเตอร์ไซด์ทั้งสองฟังกนของบริษัท
Kanmon International Co.,Ltd

โดยจะมีเจ้าหน้าที่มาเก็บทุกวัน ส่วนหนังสือพิมพ์จะต้องแยกออกมาและมัดไว้เป็นตั้ง ๆ (ห้ามใส่ถุง) เศษต้นไม้ใบหญ้าก็เหมือนกัน เมื่อกวาดแล้วก็ต้องเอามารวมไว้ในถุง โดยจะมีเจ้าหน้าที่มาเก็บเดือนละหน



คู่มือการแยกขยะซึ่งเทศบาลจะแจกให้ทุกบ้าน



หนังสือพิมพ์จะต้องแยกออกมาและมัดไว้เป็นตั้งๆ

ขยะที่เผาไม่ได้จะมีความซับซ้อนมากกว่า โดยการทิ้งจะต้องแยกทิ้งตามแต่ละประเภท โดยใส่ถุงแยกไว้ เวลาเอาไปทิ้งก็ต้องเทใส่ในภาชนะที่เทศบาลจัดไว้และนำถุงกลับบ้าน ห้ามทิ้งลงถังขยะโดยเด็ดขาด โดยวันที่กำหนดให้ทิ้งสำหรับขยะแต่ละชนิดก็จะแตกต่างกันออกไปเช่นกัน

มีตัวอย่างการแยกขยะที่น่าสนใจที่อยากจะเล่าให้ฟังก็คือ ขวดพลาสติก โดยเวลาทิ้งจะต้องล้างขวดให้สะอาดก่อน จากนั้นต้องแยกฝา ขวด และฉลากออกจากกัน เนื่องจากทั้ง 3 ส่วนถือว่าเป็นขยะคนละประเภท นอกจากนี้ ขวดน้ำดื่มของประเทศญี่ปุ่นยังมีการออกแบบเอาไว้ล่วงหน้า โดยจะมีรอยปรุที่ฉลากเพื่อให้ง่ายต่อการแกะฉลากออกด้วย



นอกจากขยะ 2 ประเภทข้างต้น ขยะขนาดใหญ่ เช่น ตู้เย็น ที่นอน จักรยาน ฯลฯ ถือเป็นอีกประเภทที่เวลาจะทิ้งเจ้าของจะต้องไปแจ้งต่อเทศบาลล่วงหน้า โดยจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียม เพื่อนัดวันและ เวลาในการเก็บที่แน่นอนด้วย นอกจากนี้ ยังมีขยะอีกประเภทที่เป็นอันตรายหรือมีพิษ อย่างหลอดฟลูออเรสเซนต์และถ่านไฟฉาย ซึ่งจะต้องแยกออกมาทิ้งต่างหาก โดยเทศบาลจะเตรียมกล่องสำหรับทิ้งขยะพวกนี้ไว้ให้โดยเฉพาะ ซึ่งจะมีการกำหนดวันและเวลาในการทิ้งอีกเช่นกัน

นอกจากเรื่องของการแยกขยะแล้ว ชาวญี่ปุ่นยังมีวิธีการเก็บขยะรวมถึงสถานที่ในการทิ้งขยะที่ไม่เหมือนใคร การทิ้งขยะนั้นขยะแต่ละประเภทจะมีการกำหนดวันที่สามารถทิ้งได้อย่างชัดเจน โดยสามารถนำไปทิ้งได้ตั้งแต่ตอนเช้าตรู่จนถึงก่อน 9 โมงเช้า ขอย้ำว่าต้องเป็นเช้าตรู่จนถึงก่อน 9 โมงเช้าเท่านั้นและไม่สามารถเอาไปทิ้งตั้งแต่ตอนกลางคืนได้ที่ย่ำแบบนี้เนื่องจากว่าบริเวณที่กำหนดให้เป็นที่ทิ้งขยะนั้นจริงๆ แล้วก็คือพื้นที่ปกติซึ่งอาจจะเห็นหน้าบ้านใครหน้าบ้านหนึ่ง



ค่าธรรมเนียมในการทิ้งขยะที่มีลักษณะเฉพาะ

เพียงแค่เทศบาลจะกำหนดให้เป็นพื้นที่สำหรับทิ้งขยะในเวลานั้นเท่านั้น ซึ่งหลังจากได้เวลาและพนักงานมาเก็บขยะไปแล้ว บริเวณดังกล่าวก็จะมีร่องรอยหลงเหลืออยู่เลยว่าเป็นที่ทิ้งขยะ (เหตุผลนี้เองที่ทำให้เราถึงไม่เห็นขยะบนถนนที่ประเทศญี่ปุ่นเลย ถ้าไม่เดินออกมาเดินแต่เช้าจริง ๆ) นอกจากนี้ การทิ้งขยะของแต่ละบ้านก็มีการกำหนดสถานที่ไว้อย่างชัดเจนและห้ามทิ้งข้ามเขต ยกตัวอย่างเช่น สมมติเทศบาลกำหนดให้บ้านเราทิ้งขยะในบริเวณทางซ้ายมือของบ้าน เราจะต้องไปทิ้งด้านซ้ายเท่านั้น จะไปทิ้งด้านขวามือหรือฝั่งตรงข้ามไม่ได้แม้ว่าจะอยู่ใกล้บ้านเรามากกว่า โดยหากไม่ปฏิบัติตามก็จะถูกรื้อเรียนจากเพื่อนบ้าน

การทิ้งขยะของชาวญี่ปุ่นนั้นมีการแยกขยะที่ชัดเจนและเป็นระเบียบ แม้ว่าหลายคนรวมถึงชาวญี่ปุ่นเองจะยอมรับว่ายุ่งยากซับซ้อน แต่การแยกขยะนั้นหากทำอย่างเป็นนิสัยก็จะไม่ใช่เรื่องยุ่งยากอีกต่อไป สำหรับประเทศไทยนั้น เราเองก็มีนโยบายรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เช่น การรณรงค์ให้ลดการใช้ถุงพลาสติก ซึ่งหากมองให้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับชาวญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับหีบห่อเป็นอย่างมาก สินค้าของไทยอาจก่อให้เกิดปริมาณขยะที่น้อยกว่าและทำให้เราอาจมีปริมาณการทิ้งขยะในแต่ละวันน้อยกว่าคนญี่ปุ่นด้วยซ้ำ อย่างไรก็ตาม การที่ชาวญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมการแยกขยะที่ดีมีการทิ้งขยะอย่างมีวินัยทำให้ขยะปริมาณมากมายถูกเก็บกลับมาเพื่อกำจัดและรีไซเคิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับคนไทยเองการแยกขยะความจริงแล้วก็คงไม่ใช่เรื่องลำบากลำบากอะไรหากเรามีจิตสำนึกที่ดีในการจัดการกับขยะในขณะที่มันยังมีความร้อนอยู่ อย่าลืมนะว่าหากเราทุกคนผลัดภาระออกไปจากตัวโดยทิ้งขยะออกไปแบบไม่ใส่ใจ สุดท้ายขยะเหล่านั้นก็จะเน่า ส่งกลิ่นเหม็น ยากต่อการกำจัด และยังคงค้างอยู่ในสังคมและส่งผลกระทบต่อเราในที่สุด ดังนั้นเพื่อรักษาสังคมของเราให้น่าอยู่ขึ้น เราจะต้องให้ความสำคัญต่อการแยกขยะให้มากขึ้น เริ่มตั้งแต่การมีวินัยในการแยกขยะทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ทิ้งขยะให้ถูกประเภท เพื่อบ้านเมืองเราจะได้สะอาด สวยงาม น่าอยู่ตลอดไป ☺



เมืองไทยยังมีกองขยะที่ทิ้งกันอย่างไม่มีระเบียบอยู่



บ้านเมืองญี่ปุ่นสะอาดสะอ้านมาก

หยุดเวลาไว้ที่ร่ม

สพพิก นาคสุข
ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



ร่ม เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศที่แปรปรวน บางวันแดดเปรี้ยง บางวันฝนตกหนัก บางวันฝนตกโปรยปราย การมีร่มพกติดตัวไว้ใช้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในทุกวันนี้ เกือบเรื่องร่มมาก็ไม่มีอะไรมาก แค่อยากนำเสนอความรู้ และประสบการณ์จากการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น เมื่อไม่นานนี้

เมื่อค้นข้อมูลจากเว็บไซต์วิกิพีเดีย (www.wikipedia.org) ให้ความหมายของร่มไว้อย่างน่าสนใจว่า “ร่ม” หรือร่มที่เรียกว่า Umbrella มีรากศัพท์มาจากคำว่า Umbra ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า “บังแดด” ร่มกำเนิดขึ้นในดินแดนเมโสโปเตเมีย เมื่อประมาณ 3,500 ปีมาแล้ว ซึ่งดินแดนนี้จะมีพื้นที่เป็นทะเลทรายเกือบทั้งหมด นาน ๆ จะมีฝนตกลงมา ร่มจึงมีการใช้บังแดดมากกว่ากันฝน

เวลาผ่านไป 1,200 ปีก่อนคริสตกาล ในสังคมอียิปต์เชื่อกันว่า ท้องฟ้าคือร่างกายของเทพธิดานามว่า “นัต” ซึ่งปกคลุมโลกจุร่มอันมหัศจรรย์ จึงได้คิดสร้างร่มขึ้นไว้เป็นตัวแทนของเทพธิดานัต เพื่อใช้ปกป้องคุ้มครองผู้ที่อยู่ใต้ร่มเงา ซึ่งสมัยนั้นส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้ร่มได้จะเป็นผู้สูงศักดิ์ โดยเฉพาะกษัตริย์ เวลาต่อมาชาวกรีกได้รับเอาวัฒนธรรมการกางร่มมาจากอียิปต์ โดยยุคแรก ๆ มีความเชื่อกันว่าผู้ที่กางร่มได้จะต้องเป็นผู้มีอำนาจเท่านั้น แต่ระยะหลังความเชื่อนี้เริ่มจางลง ทำให้คนธรรมดาก็สามารถเดินทางร่มได้ แต่การกางร่มอยู่เฉพาะในวงสตรีเท่านั้น วัสดุที่ใช้ในการทำร่มก็คือ กระดาษ ต่อมาสตรีรู้วิธีการทำร่มที่สามารถกันฝนได้ด้วย โดยใช้น้ำมันทาลงบนร่มกระดาษให้ทั่ว

ขณะที่ข้อมูลเด็กดีดอทคอม (www.Dek-D.com) ให้ความหมายของร่มญี่ปุ่น ว่า ร่มญี่ปุ่น เรียกว่า คาระคาซา ในอดีตนั้นนำเข้าร่มมาจากประเทศจีน จะสามารถเห็นภาพร่มตามกำแพงของหลุมฝังศพก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งจะมีรูปขุนนางติดตามด้วยคนรับใช้สองคนคอยถือร่มให้เจ้านายของตน จึงเห็นได้ว่าร่มในญี่ปุ่นนั้นเป็นอุปกรณ์สำคัญมากในชีวิตประจำวันของขุนนาง

ในสมัยก่อนร่มทำด้วยผ้า ซึ่งจะเป็นผ้าไหมเป็นส่วนใหญ่ และไม่สามารถหุบร่มมาเก็บไว้ได้ ทำให้ไม่ได้ใช้ร่มนี้สำหรับใช้กันแดดหรือฝน แต่มีไว้เพื่อแสดงอำนาจและฐานะของขุนนางในสมัยนั้น ซึ่งแม้แต่พระก็ยังมีย่อมไว้แสดงยศศักดิ์ ร่มบางคนก็จะมีตราประจำตระกูล ซึ่งใช้สืบเนื่องกันมานานนับพันปี เวลาผ่านไปร่มญี่ปุ่นที่ไม่สามารถเปิดปิดได้ก็ไม่เป็นที่นิยมใช้กันอีกต่อไป

จนในสมัยเอโดะหรือยุคโตเกียวเก่า ได้มีการพัฒนาการทำร่มให้มีความสวยงาม ทำโดยช่างฝีมือ และทำให้ร่มสามารถใช้กันแดดกันฝนได้ดีขึ้น มีการนำร่มที่ทำด้วยผ้าหรือกระดาษมาชุบน้ำมันเพื่อให้ง่ายแก่การพับเก็บได้ สีของร่มญี่ปุ่นในสมัยนั้นจะจัดจ้าน และยังมีน้ำหนักเบาอีกด้วย ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศ

ญี่ปุ่นมีการผลิตร่มขึ้นในรูปแบบอุตสาหกรรมจากร่มผ้าและร่มกระดาษ กลายเป็นร่มพลาสติก เน้นสีเข้ม และใช้กันอย่างแพร่หลาย

การไปญี่ปุ่นในครั้งนี้ ทำให้ผู้เขียนได้นึกคิดเรื่องราวความทรงจำขึ้นมา ซึ่งคล้ายกับว่าเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อวานนี้ แม้เวลาผ่านมากกว่า 10 ปีที่เคยใช้ชีวิตอยู่ในประเทศญี่ปุ่นระยะเวลาหนึ่ง จำได้ว่า ไปไหนมาไหนก็ต้องมีร่มพกติดตัวไว้กันฝนตลอดเวลา ซึ่งร่มนั้นสามารถหาซื้อได้สะดวกและราคาไม่แพง ไม่ว่าจะซื้อในร้านค้าตั้งแต่แผงลอยข้างทาง ร้านค้าในบริเวณทางเข้าวัด ในสถานีรถไฟลอยฟ้าและใต้ดิน ไปจนถึงในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีร้านขายร่มเยอะมาก ร่มมีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ มีสีสันดึงดูดความสนใจจากสายตาเป็นอย่างยิ่ง บางครั้งถือร่มอยู่ในมือแท้ ๆ ยังต้านทานแรงดึงดูดจากร่มที่มีสีสันอันสวยงามดีไซน์ที่ทันสมัย จนอดที่จะซื้อติดมือกลับมาอีกไม่ได้ และเมื่อจะกลับเมืองไทย ก็ได้ซื้อร่มกลับมาเป็นของที่ระลึกและใช้กันของฝากอีกมากมาย ที่ผู้รับต่างชอบใจเป็นอย่างมาก เพราะร่มญี่ปุ่นเสมือนเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของประเทศญี่ปุ่นไปแล้ว ผู้ให้และผู้รับของฝากได้ร่มต่างก็จะยิ้มไม่หุบเหมือนร่มกางกลางแดดจ้า (อิอิ.55)

ครั้งนี้ ผู้เขียนไปประเทศญี่ปุ่น รุ่นพี่รุ่นเพื่อน และรุ่นน้อง ซึ่งเป็นผู้หญิง ต่างก็ชื่นชอบการซื้อร่มญี่ปุ่นกลับมาเป็นของฝาก ใช้เอง

เป็นเขาอุทด้วยต้นใบเลอากาศที่ปรปรวน





และเป็นทีระลึก ไปที่ไหนมาที่ไหน ต่างต้องรีบแะดูร่ม แะซื้อ ร่ม ตามที่ต่าง ๆ ที่ได้แะไป ส่วนใหญ่จะเจอเจอกันในร้านขาย ร่มทั้งโดยนัดหมายและมีได้นัดหมายเป็นประจำ สร้างความรู้สึก สนุกสนานและขบขันจนอดที่จะหัวเราะต่อกันไม่ได้ (555) ทุก ครั้ง แะจะพูดต่อกันว่า “ซื้อร่มอีกแล้ว” ทั้งที่ซื้อกันมาก่อนหน้า เป็นจำนวนมากมาย แม้กระทั่งวันเดินทางกลับประเทศไทย ยัง อดที่จะแะดูร่มแะซื้อร่มที่ร้านค้าในบริเวณสนามบินอีกต่าง หาก ทำให้ต้องรื้อแะจัดระเบียบกระเป๋าเดินทางที่ต้องนำลง เก็บใต้ท้องเครื่องบินกันอีกครั้ง (ร่มถือว่าเป็นอาวุธ ไม่นุญาติ ให้พกติดตัวขึ้นเครื่องบิน) แะนึกคิดคุยกันว่า กลับมาต้องรวม ตัวก่อตั้งชมรมที่ชื่อว่า “ชมรมคนรักร่ม” (ไม่ใช่ชมรมคนรักร่ม) จะดีไหม!

ช่วงหนึ่งของเวลาผ่อนคลาจรอขึ้นเครื่องบินเดินทาง กลับ เกิดคำถามเหล่านี้ผุดขึ้นมา

ทำไม ไปญี่ปุ่น ถึงต้องเจอร้านค้าร่มอยู่ทั่วไป ?

ทำไม ไปญี่ปุ่น จึงเห็นทั้งคนญี่ปุ่น แะนักท่องเที่ยว นิยมพร่ม จนกลายเป็นแฟชั่น ?

ทำไม ไปญี่ปุ่น ถึงต้องซื้อร่มเป็นของฝาก ?

จึงค้นคำตอบเพื่อไม่ให้ค้างคาใจ นักคิดวิเคราะห์ไป หลายประเด็นทำให้ถึงบางอ้อด้วยเหตุผลง่าย ๆ (ไม่ต้องรอคำ ตอบจากพี่หนุ่มคงกะพาน)

เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศซึ่งประกอบไปด้วยหมู่เกาะ มากมาย มีทะเลรายล้อมอยู่ทั่วประเทศ พื้นที่ 3 ใน 4 ของญี่ปุ่น จะเป็นภูเขาแะเนินเขาซึ่งอุดมไปด้วยป่าไม้ ภูมิประเทศเช่นนี้จึง ทำให้สภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวน แะมีฝนตกชุกจนเป็นเรื่อง เคยชินของชาวญี่ปุ่นไปแล้ว ดังนั้น การมีร่มพกติดตัวไว้ใช้เป็น ส่วน หนึ่งของร่างกายเพื่อป้องกันผลกระทบที่เกิดจากฝนตกจึงเป็น เรื่องใกล้ตัวของชาวญี่ปุ่นแะกลายเป็นสิ่งจำเป็นของชาวญี่ปุ่น

จากสิ่งจำเป็นจึงกลายเป็นแฟชั่น เป็นวัฒนธรรมไปโดย ธรรมชาตินั่นเอง นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ใน ญี่ปุ่นจึงได้ซึมซับวัฒนธรรมการใช้ร่มโดยไม่รู้ตัว เพราะร่มเป็นสิ่ง จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ลองหลับตานึกดูแล้วกัน หากเดินบน ท้องถนนไปท่าฤดูที่ไหนสักแห่ง อยู่ดี ๆ ฝนตกลงมาแบบไม่มี ปี่ไม่มีชุล่ย แล้วยจะทำอย่างไรหากไม่มีเครื่องกำบังแะสถานที่ ให้หลบฝน จึงทำให้มีการตั้งร้านค้าขายร่มอยู่ทั่วไป แล้วย่อมเป็น

ของใช้ที่จำเป็น จนในที่สุด ร่มก็สร้างรายได้มหาศาล กลายเป็น ของใช้ของฝากอันทรงคุณค่าเป็นที่นิยมของผู้มาเยือน เนื่องจากร่ม ญี่ปุ่นมีสีสันแะลวดลายที่มีความหลากหลาย สวยงาม มีหลาย เกรดให้เลือก น้ำหนักเบาพกติดตัวสะดวก

ประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นเจ้าแห่งการพัฒนาเพิ่มมูลค่าสินค้า อย่างไม่หยุดยั้ง หรือ Productivity ร่มจึงเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตได้ พัฒนาการผลิตอย่างไม่หยุดยั้ง จนสามารถเพิ่ม Productivity เพื่อ สนองความต้องการของผู้ใช้ทั้งด้าน คุณภาพ สวยงาม ทันสมัย นั้นก็คือการสร้าง Productivity ให้สูงขึ้น ไม่เฉพาะร่มเท่านั้น ที่ ญี่ปุ่นยังเพิ่ม Productivity จนเป็นที่นิยมมากมายไม่ว่าจะเป็นการ สร้างบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อบรรจุขนม ซึ่งสามารถดึงดูดความ สนใจแะซื้อกลับมาเป็นของฝาก พบเห็นอย่างนี้แล้วไม่น่าสงสัย ว่าทำไมประเทศที่แพ้สงครามโลกสามารถผงาดเป็นมหาอำนาจ เศรษฐกิจที่สำคัญของโลกอันดับที่ 3 ในปัจจุบัน

เข้มน่าพิกาายังเดินบอกเวลาไปเรื่อย ๆ ขณะที่ผู้เขียน หยุดเวลาไว้ที่ร่ม เพราะยังคิด ยิ่งสุข สนุกสนาน เห็นแง่มุม ที่งดงามแะสร้างสรรค์ แล้วท่านละ หยุดเวลาไว้ที่ใด! ☺



คนรักร่ม



BOMcheck

: การตรวจสอบกฎระเบียบ EU ผ่านระบบเว็บไซต์

นางเพ็ญวิภา ไตรศรีพานิช
สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 1

กระแสการตื่นตัวเกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นไปอย่างกว้างขวางทั่วโลก ดังจะเห็นได้จากประเทศต่าง ๆ ได้ออกกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อปกป้องคุ้มครองความปลอดภัยของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม นำโดยสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นเจ้ายุทธจักรแห่งการออกกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมและได้ทยอยออกกฎระเบียบมาเป็นระยะ ๆ โดยมีระเบียบที่ใช้แพร่หลาย ดังนี้

◆ **ระเบียบว่าด้วยการจำกัดการใช้สารอันตรายในผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Directive on Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment : RoHS)** โดยห้ามใช้สารอันตราย 6 ประเภท ได้แก่ ตะกั่ว (Pb) ปรอท (Hg) แคดเมียม (Cd) โครเมียมเฮกซะวาเลนต์ (Cr-VI) โพลีโบรมิเนตเตดไบไฟนิล (PBB) โพลีโบรมิเนตเตดไดฟีนิลอีเทอร์ (PBDE)

ประเทศที่นำระเบียบนี้มาใช้บังคับ สรุปได้ดังนี้
China RoHS นำมาใช้เป็น 2 ระยะ โดยควบคุมสารเคมีประเภทเดียวกับที่สหภาพยุโรปควบคุมระยะที่ 1 เริ่มมีผลตั้งแต่ 1 มีนาคม 2550 ประกอบด้วยข้อกำหนดด้านเครื่องหมายและฉลากบนผลิตภัณฑ์ หากผลิตภัณฑ์มีสารต้องห้ามตามระเบียบ RoHS ต้องมีตารางสารอันตรายเป็นภาษาจีน ซึ่งระบุว่าพบสารดังกล่าวในส่วนใดของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ผู้ผลิตจัดทำฉลากบนบรรจุภัณฑ์ และต้องใช้วัสดุติดฉลากที่ไม่เป็นพิษ ไม่อันตราย และพร้อมจะสลายตัวและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ระยะที่ 2 เริ่มในปี 2551 โดยรัฐบาลจีนได้กำหนดบัญชีรายการผลิตภัณฑ์ที่ต้องปฏิบัติตามระเบียบ RoHS รวมทั้งมีข้อยกเว้นสำหรับบางรายการด้วย

Korea RoHS ควบคุมสารเคมีประเภทเดียวกับของสหภาพยุโรป เริ่มใช้บังคับเมื่อ 1 มกราคม 2551

Japan RoHS ภายใต้การแก้ไขเพิ่มเติม

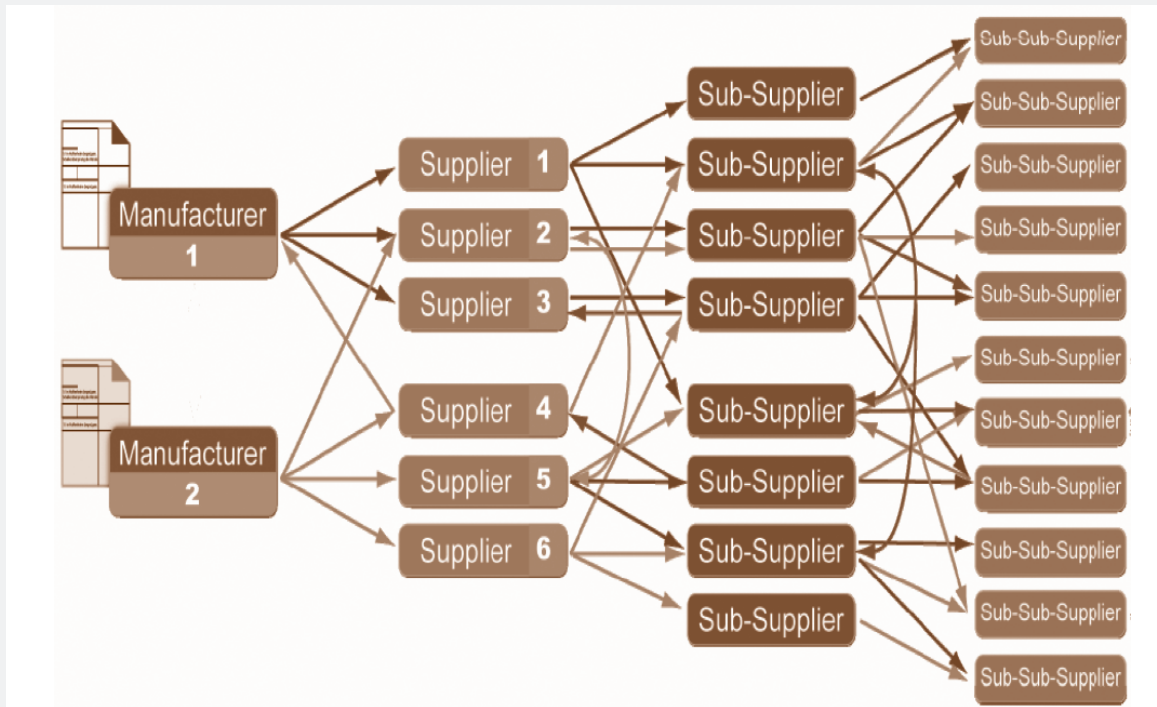
กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการใช้ทรัพยากร ญี่ปุ่นได้กำหนดมาตรฐานการติดฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนและวัสดุอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ถ้ามีสารแคดเมียมเกินกว่าร้อยละ 0.01 โดยน้ำหนัก หรือมีตะกั่ว ปรอท โครเมียมเฮกซะวาเลนต์ PBB หรือ PBDE เกินกว่าร้อยละ 0.1 โดยน้ำหนัก ต้องติดฉลากมีเครื่องหมาย “R” สีส้ม หากไม่มีสารต้องห้ามดังกล่าว ให้ติดฉลากมีเครื่องหมาย “G” สีเขียว

◆ **ระเบียบว่าด้วยการควบคุมเคมีภัณฑ์ REACH (Registration Evaluation Authorization and Restriction of Chemicals)** เป็นอีกระเบียบหนึ่งที่สหภาพยุโรปนำมาใช้บังคับเพื่อควบคุมความเสี่ยงจากการใช้สารเคมี โดยกำหนดให้ผู้ผลิต/นำเข้ามีหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลความปลอดภัยของสารเคมี ให้ผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน จนถึงผู้บริโภค เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบข้อมูลและวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องในการบริโภคสินค้าอย่างปลอดภัย ผ่าน 4 กลไกหลัก ได้แก่ การจดทะเบียนสารเคมี การประเมินข้อมูลสารเคมี การขออนุญาตใช้งาน และการห้ามใช้สารเคมีอันตรายบางชนิด หากสารเคมีรายการใดที่มีลักษณะเข้าข่ายเป็นสารที่น่าห่วง (Substances of Very High Concerns : SVHC) สารเหล่านี้จะถูกเสนอเพื่อพิจารณาศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม หากพบว่ามีความเสี่ยงสูง จะมีขั้นตอนการประกาศรายชื่อ “Candidate List” ให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบเป็นระยะ ๆ ผู้ผลิต/นำเข้าผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของ SVHC ที่มีในบัญชีดังกล่าวในปริมาณเกินร้อยละ 0.1 โดยน้ำหนัก ต้องแจ้งข้อมูลต่อเจ้าหน้าที่

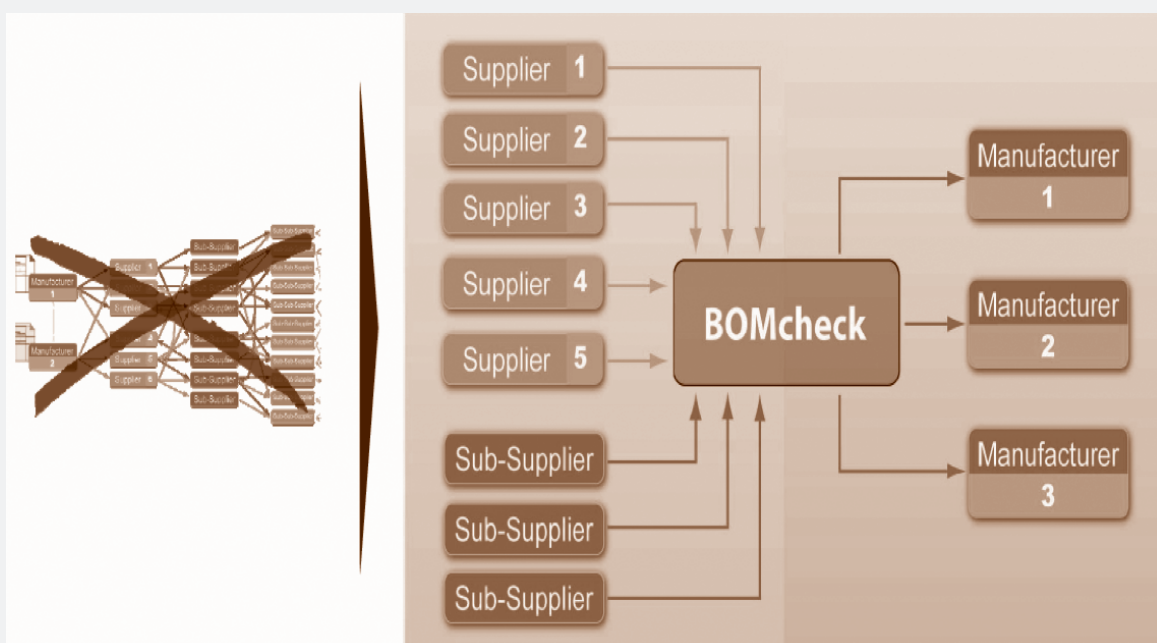
ข้อกำหนดภายใต้ REACH มีผลบังคับใช้กับผู้ประกอบการในสหภาพยุโรป (EU) ดังนั้น จึงไม่มีผลกระทบทางตรงต่อผู้ผลิตนอก EU แต่ผู้ผลิตนอก EU มีหน้าที่ทางอ้อมในฐานะผู้ขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการใน EU ที่นำเข้า หรือผู้ใช้ในสายโซ่การผลิต เพื่อให้ลูกค้าดังกล่าวสามารถปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด

จากตัวอย่างการนำระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้บังคับดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ผลิตมีภาระหน้าที่ในการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อสำแดงว่าสินค้าที่ผลิตเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎระเบียบ

ข้อมูลสำคัญและจำเป็นดังกล่าว ได้แก่ ข้อมูลบัญชีรายชื่อและปริมาณของวัตถุดิบที่ใช้ หรือเรียกว่า BOM (Bill of Material) ซึ่งรวมถึงวัตถุดิบย่อย ส่วนประกอบ หรือชิ้นส่วนที่จำเป็นในการผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย สามารถบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านการออกแบบ การผลิต หรือการจำหน่าย ทั้งนี้ ผู้ผลิตต้องขอข้อมูลรายการวัตถุดิบ BOM จากซัพพลายเออร์ในแต่ละช่วงการผลิตตลอดสายโซ่การผลิต [ดังภาพที่ 1](#)



ขณะนี้ มีผู้จัดทำโปรแกรมเพื่อช่วยในการจัดทำบัญชีรายการวัตถุดิบ (BOM) และช่วยตรวจสอบรายการวัตถุดิบว่าเป็นไปตามระเบียบต่างๆ หรือไม่ เช่น สหภาพยุโรป ได้จัดทำโปรแกรมตรวจสอบและให้บริการผ่านเว็บไซต์ BOMcheck.net โดยผู้ผลิตที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ BOMcheck จะส่งจดหมายแจ้งซัพพลายเออร์และซัพพลายเออร์ย่อยตลอดสายโซ่การผลิต ให้จัดทำข้อมูลรายการวัตถุดิบ BOM และจัดส่งให้ศูนย์ BOMcheck ผู้ผลิตสามารถเข้าใช้บริการ BOMcheck เพื่อตรวจสอบรายการวัตถุดิบว่าเป็นไปตามกฎระเบียบ RoHS, REACH หรือไม่ โดยโปรแกรม BOMcheck จะวิเคราะห์ข้อมูลจาก รายการวัตถุดิบ BOM ของซัพพลายเออร์ในสายโซ่การผลิตและตรวจสอบกับฐานข้อมูลกฎระเบียบ หากมีการปรับเปลี่ยนรายการสารเคมีตามระเบียบ REACH หรือระเบียบอื่นๆ ผู้ผลิตสามารถเข้าตรวจสอบข้อมูลที่เป็นปัจจุบันได้โดยใช้บริการ BOMcheck ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอน ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบได้อย่างมาก [ดังภาพที่ 2](#)





WIN WIN WIN

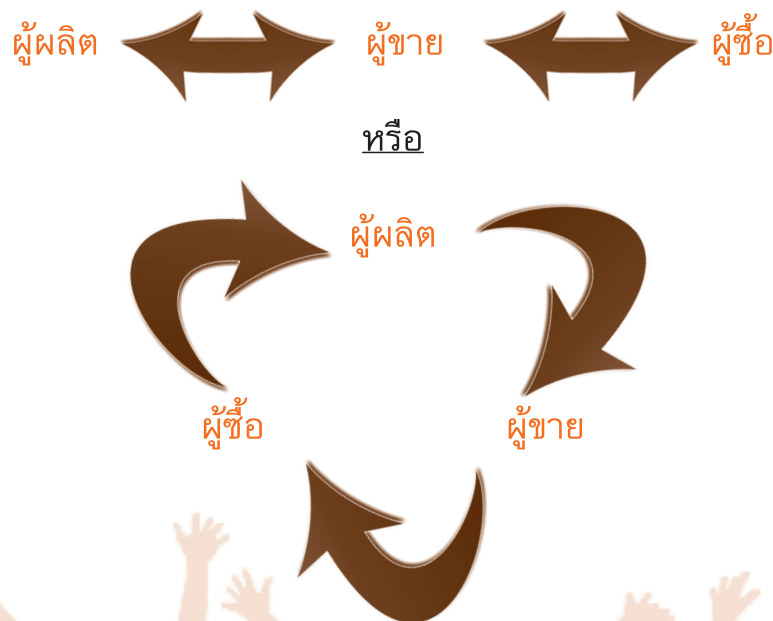
นางสาวจริยา เด่นดวง
กลุ่มตรวจสอบภายใน

เดี๋ยวนี้การสร้างภาพพจน์ไม่ใช่จะคิดแค่ 2 WIN หรือ WIN WIN อย่างที่เราคุ้นเคย แต่ ควรจะคิดเพื่อเป็น 3WIN หรือ WIN WIN WIN (ถ้าเขียนวิน วิน วิน อาจจะเริ่มเวียนหัว)

ทฤษฎี WIN WIN ช่วยทำให้การประสานงานระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือองค์กรต่อองค์กรดีขึ้น ซึ่งในระยะหลังได้เพิ่มความพึงพอใจขึ้นอีก 1WIN หมายความว่าคนขายพอใจ คนซื้อพอใจและผู้ผลิตก็พอใจ เดิมคิดแค่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายพอใจ ในการเจรจาต่อรองทางธุรกิจก็ใช้ทฤษฎีนี้

อย่างไรก็ตามทั้ง 2 ทฤษฎีก็ให้ความสำคัญต่อผู้ซื้อคือ ลูกค้า เป็นหลัก

ดังนั้นทฤษฎี WIN WIN จึงมองกลับไปที่กลับมา หรือมองเป็นวงจรได้เช่นเดียวกัน คือ



ซึ่งในความเป็นจริง ความสัมพันธ์ระหว่างกันก็ไม่ใช่มีแค่ 2 หรือ 3 ฝ่าย เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบขึ้นมาจากหลายส่วน เช่น เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ชุมชน สังคม ประเทศ ฯ ดังนั้นเวลาคิดหรือการใช้มุมมองควรเป็นภาพกว้าง รวมทั้งการคิดในเชิงบวกซึ่งสำคัญมาก ไม่เช่นนั้นจะกลายเป็นว่าทั้งสองฝ่ายหรือหลายฝ่ายมุ่งหวังผลประโยชน์จากการใช้ทฤษฎีนี้ ผลที่ได้จะกลับกลายเป็นความล้มเหลวจากความไม่จริงใจต่อกัน

เมื่อเราใช้ทฤษฎี WIN WIN เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อเจ้าของโรงงาน ผู้ขาย และผู้ซื้อ หรือเจ้าของร้านสปา ผู้ให้บริการ และลูกค้า ก็จะทำให้เกิดการขยายความพึงพอใจออกไปเรื่อย ๆ เป็นผลดีต่อองค์กร สังคม ประเทศ และโลกที่น่าอยู่ของเรา



วารสารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้เปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมจากบุคคลภายนอก

ความยาวไม่เกิน 2 หน้ากระดาษ A4

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

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

กองบรรณาธิการฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการตัดทอนความยาวหรือข้อความ
ในบางตอนออก เพื่อความเหมาะสม ในกรณีที่ผลงานของท่านได้รับการตีพิมพ์

.....



- สศอ. แดลงข่าวดัชนีอุตสาหกรรม เดือน มิถุนายน ปี 2554

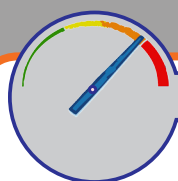
- สศอ. จัดพิธีลงนามความร่วมมือ (MOU) ทางวิชาการด้านอุตสาหกรรมเกษตร

- สศอ. เปิดสัมมนา การใช้ประโยชน์ ของภาคอุตสาหกรรมไทยจาก FTA

นายอภิวัฒน์ อสมภรณ์ รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร สศอ. จัดแถลงข่าวในประเด็น “ดัชนีอุตสาหกรรมเดือนมิถุนายน ปี’54” โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ในไตรมาสที่ 2/2554 หดตัว -2.7 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มีอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ 62-64 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่เดือนมิถุนายน 2554 ดัชนีอุตสาหกรรมพลิกกลับมาเป็นบวกเพิ่มขึ้น 3.32 เปอร์เซ็นต์ หลังติดลบมา 4 เดือนติดต่อกัน การแถลงข่าวจัดขึ้น ณ ห้องประชุม 202 สศอ. เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554 ●

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการด้านอุตสาหกรรมเกษตร ระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรม กับสมาคมสภาวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร โดยมีนายวิฑูรย์ สิมะโชติ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธานสักขีพยานในการลงนามร่วมกันระหว่างนางสุทธินีย์ พุ่มกา ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และ รศ.ดร.สิริ ชัยเสรี นายกสมาคมสภาวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร, ผศ.ดร. สุเชษฐ์ สมุหเสนีโต เลขาธิการสมาคมสภาวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร, รศ.ดร. ประภาศรี เทพรักษา กรรมการผู้อำนวยการสมาคมสภาวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร และนายเพชร ชินบุตร ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร เพื่อร่วมกันยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรไปสู่การแปรรูปแบบครบวงจร โดยพิธีลงนามฯ ดังกล่าว จัดขึ้น ณ ห้องประชุม 601 สศอ. เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2554 ●

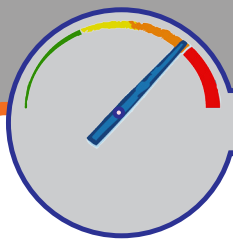
นางสุทธินีย์ พุ่มกา ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นประธานเปิดการสัมมนาเรื่อง “การใช้ประโยชน์ของภาคอุตสาหกรรมไทยจาก FTA กฎแหล่งกำเนิดสินค้าและเครือข่ายการผลิตในอาเซียน” ซึ่งจัดขึ้นโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) โดยมีการนำเสนอผลการศึกษการใช้ประโยชน์ของภาคอุตสาหกรรมไทยจาก FTA โดยคณะวิจัยจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ และการเสวนาประสบการณ์จริงในการใช้ประโยชน์จาก FTA โดยผู้แทนจากกรมการค้าต่างประเทศ, สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย, กลุ่มโรงงานทอผ้ากรุงเทพ และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย การสัมมนาจัดขึ้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2554 ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมเซ็นจูรี่พาร์ค กรุงเทพฯ ●



	ปี 2553				ปี 2554				ที่มา
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	พ.ค.	มิ.ย.	
ตัวแปรชี้นำเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรม									
ปัจจัยภายในประเทศ									
ด้านการผลิต									
มูลค่าการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบ (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	16,725.6 (70.6)	18,096.5 (55.3)	18,906.1 (32.9)	19,356.6 (22.0)	20,762.1 (24.1)	22,938.8 (26.8)	7,626.1 (30.4)	7,927.0 (24.2)	รพท.
มูลค่าการนำเข้าสินค้าทุน	10,363.7 (23.1)	11,406.8 (41.0)	11,943.6 (28.4)	11,668.8 (17.7)	14,141.4 (36.5)	13,767.7 (20.7)	4,169.0 (14.6)	5,101.9 (22.6)	รพท.
ดัชนีชี้ราคาธุรกิจระยะสั้น	119.7 (8.4)	119.1 (5.6)	121.6 (5.8)	122.9 (3.7)	127.2 (6.2)	128.6 (8.0)	130.3 (10.7)	128.8 (6.6)	กระทรวงพาณิชย์
ความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม 3 เดือนข้างหน้า	110.9 (49.5)	106.0 (18.9)	115.9 (15.2)	113.1 (0.5)	114.1 (2.9)	113.6 (7.2)	111.2 (5.9)	113.5 (7.4)	รพท.
ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน	176.1 (12.9)	185.0 (22.1)	190.3 (22.5)	188.3 (14.9)	200.2 (13.7)	204.2 (10.4)	206.5 (11.4)	201.1 (7.4)	รพท.
ราคาน้ำมันดิบ	78.6 (83.3)	77.8 (30.9)	76.1 (11.5)	85.1 (11.9)	93.5 (18.9)	102.2 (31.4)	100.9 (36.8)	96.3 (27.8)	รพท.
อัตราแลกเปลี่ยน บาท/ดอลลาร์สหรัฐ	32.8 (-6.9)	32.3 (-6.8)	31.6 (-6.9)	30.0 (-9.8)	30.6 (-7.0)	30.3 (-6.4)	30.2 (-6.5)	30.5 (-5.9)	รพท.
อัตราแลกเปลี่ยนบาท/100 เยน	36.2 (-4.1)	35.1 (-1.7)	36.8 (1.5)	36.3 (-2.1)	37.1 (2.5)	37.1 (5.7)	37.3 (6.0)	37.9 (6.3)	รพท.
อัตราแลกเปลี่ยนบาท/ยูโร	45.5 (-1.0)	41.1 (-12.9)	40.8 (-15.9)	40.8 (-17.1)	41.8 (-8.2)	43.5 (5.9)	43.3 (6.7)	43.9 (10.9)	รพท.
ด้านการบริโภค									
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	23.9 (97.8)	16.1 (46.8)	22.6 (92.9)	24.4 (32.3)	18.9 (-20.9)	19.8 (23.2)	20.0 (52.7)	22.4 (12.6)	กระทรวงพาณิชย์
ดัชนีอุปโภคบริโภคภาคเอกชน	133.6 (7.8)	135.0 (7.5)	134.9 (4.8)	135.7 (3.5)	139.3 (4.3)	140.9 (4.3)	141.3 (5.1)	141.3 (3.5)	รพท.
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	96.5 (12.8)	74.7 (15.0)	80.5 (18.4)	164.5 (17.7)	135.1 (40.0)	91.0 (21.9)	80.2 (6.0)	75.1 (-1.7)	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)	1,069.6 (38.8)	1,073.8 (43.1)	1,041.5 (30.6)	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ปัจจัยต่างประเทศ									
ดัชนีชี้นำเศรษฐกิจสหรัฐฯ	99.7 (12.5)	100.4 (11.3)	100.4 (6.7)	101.4 (4.1)	102.9 (3.2)	103.3 (2.8)	103.3 (2.8)	103.1 (2.8)	OECD
ดัชนีชี้นำเศรษฐกิจญี่ปุ่น*	99.9 (10.1)	100.7 (10.2)	101.0 (7.1)	102.3 (4.9)	103.9 (4.0)	103.9 (3.2)	103.8 (3.2)	103.6 (2.9)	OECD
ดัชนีชี้นำเศรษฐกิจอียู	102.5 (13.2)	103.0 (10.1)	103.0 (5.3)	103.3 (2.3)	103.3 (0.8)	102.1 (-0.9)	102.1 (-0.9)	101.5 (-1.5)	OECD
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคสหรัฐฯ	73.9 (26.8)	73.9 (8.4)	68.3 (-0.1)	71.3 (1.6)	73.1 (-1.1)	71.9 (-2.8)	74.3 (1.0)	71.5 (-5.9)	OECD
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคญี่ปุ่น	39.9 (46.0)	42.8 (21.4)	42.3 (5.7)	40.5 (3.2)	40.0 (0.3)	34.8 (-18.6)	34.8 (-18.7)	36.2 (-16.8)	OECD
ดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจอียู	98.2 (42.7)	100.6 (35.6)	102.7 (21.9)	105.0 (13.9)	106.8 (8.8)	105.0 (4.3)	105.4 (5.5)	104.4 (4.4)	OECD

หมายเหตุ : () หมายถึง อัตราการขยายตัว (%)

* เนื่องจากเหตุภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นทำให้ไม่สามารถประมาณการดัชนีชี้ราคาเศรษฐกิจญี่ปุ่นในเดือนมีนาคม 2554 ได้

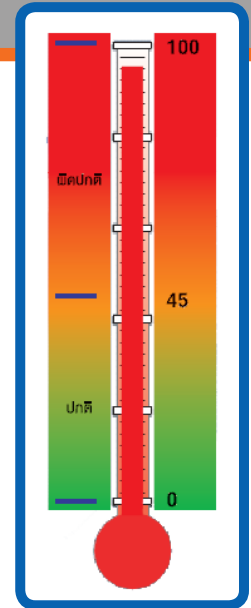


OIE BUSINESS INDICATORS

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	ไตรมาส 2	พ.ค.	มิ.ย.	

สถานการณ์ภาคการผลิตภายในประเทศ

ดัชนีผลผลิต	191.8 (31.2)	186.4 (17.6)	191.8 (9.8)	190.0 (2.6)	187.7 (-2.1)	181.4 (-2.7)	178.1 (-3.7)	200.6 (3.3)	สศอ.
ดัชนีการส่งสินค้า	191.0 (33.5)	188.3 (22.3)	193.4 (10.3)	194.1 (4.6)	191.6 (0.3)	180.0 (-4.4)	174.3 (-7.5)	203.1 (1.1)	สศอ.
ดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	182.0 (-8.1)	183.6 (-1.9)	188.1 (11.1)	185.7 (7.8)	185.0 (1.6)	185.8 (1.2)	185.5 (-2.2)	190.7 (4.7)	สศอ.
ดัชนีแรงงานในภาคอุตสาหกรรม	118.6 (8.5)	116.6 (9.0)	121.0 (8.8)	120.4 (4.6)	118.9 (0.2)	116.2 (-0.4)	116.5 (0.2)	119.3 (-1.6)	สศอ.
อัตราการใช้จ่ายการลงทุน	62.8 (21.0)	62.4 (16.3)	64.2 (11.2)	63.3 (4.6)	62.6 (-0.3)	58.9 (-5.5)	58.8 (-8.0)	63.6 (-2.5)	สศอ.

สถานการณ์ภาคการผลิตโลก

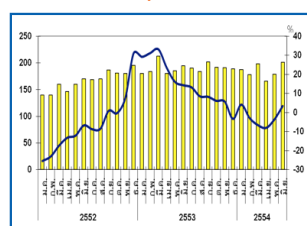
Global Manufacturing PMI	56.1 (55.7)	56.6 (26.6)	53.5 (2.8)	54.4 (0.3)	56.7 (1.1)	53.4 (-5.6)	53.0 (-7.0)	52.3 (-4.9)	JPMorgan
Global Manufacturing Output Index	58.9 (77.9)	59.0 (27.8)	55.0 (-1.4)	55.8 (-3.1)	58.2 (-1.2)	53.6 (-9.3)	53.4 (-9.9)	52.6 (-7.6)	JPMorgan
Global Manufacturing New Orders Index	58.5 (80.2)	58.3 (23.7)	52.6 (-6.4)	54.7 (-4.5)	58.1 (-0.7)	52.2 (-10.4)	51.9 (-11.9)	51.0 (-8.4)	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)	66.6 (1.1)	66.7 (-2.8)	60.8 (3.2)	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)	54.0 (0.8)	53.6 (-0.6)	53.4 (0.4)	JPMorgan

หมายเหตุ: () หมายถึง อัตราการขยายตัว (%)

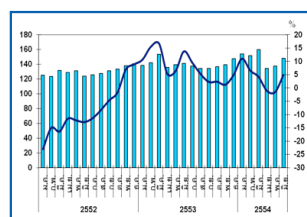
EWS-IE เดือนสิงหาคม 2554 อยู่ในภาวะปกติ

แต่ได้ส่งสัญญาณถึงความผิดปกติเล็กน้อย เนื่องจากตัวแปรชี้นำบางตัวเริ่มหดตัวลงจากเดือนก่อนหน้า ได้แก่ ดัชนีการลงทุนภาคเอกชนที่หดตัวลงร้อยละ -2.6 เป็นผลจากปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ในประเทศลดลง อย่างไรก็ตาม ในเดือนสิงหาคม 2554 ยังคงคาดว่าเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะปกติ ●

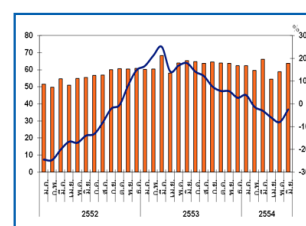
● ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (ถ่วงน้ำหนักมูลค่าเพิ่ม)



● ดัชนีผลิตภาพแรงงานอุตสาหกรรม



● อัตราการใช้จ่ายการลงทุน



● มูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบ (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

