



สำนักงาน
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OFFICE
OF INDUSTRIAL ECONOMICS

IOIE SHARE

ปีที่ 3 ฉบับที่ 32 เดือนพฤศจิกายน 2557



การวิเคราะห์ต้นทุนค่าเสียโอกาส
ของอุตสาหกรรมไทยเปรียบเทียบกับ **CLMV**
ด้วยเทคนิค Domestic Resource Cost Ratio (DRC)



Contents

ประจำเดือนพฤศจิกายน 2557



Econ Focus: “การวิเคราะห์ต้นทุนค่าเสียโอกาสของอุตสาหกรรมไทย
เปรียบเทียบกับ CLMV ด้วยเทคนิค Domestic Resource Cost Ratio (DRC)”

3

Econ Review: สรุปสถานการณ์การผลิตภาคอุตสาหกรรม
เดือนกันยายน 2557

7

Sharing: ญี่ปุ่นกับมุมมองการส่งเสริมการใช้รถจักรยานยนต์

9

Life: คุณคิดอย่างไร?...มองต่างมุม ต่างมุมมอง

12

Movement

15



Editor 's Note

สวัสดีค่ะคุณผู้อ่านทุกท่าน สำหรับฉบับนี้ Econ Focus พบกับ
หัวข้อ “การวิเคราะห์ต้นทุนค่าเสียโอกาสของอุตสาหกรรมไทย
เปรียบเทียบกับ CLMV ด้วยเทคนิค Domestic Resource Cost
Ratio (DRC)”

ส่วนสถานการณ์การผลิตอุตสาหกรรมประจำเดือนกันยายน
2557 จะเป็นอย่างไรพลิกเข้าไปดูได้เลยค่ะ และ Sharing พบกับแนวทาง
การส่งเสริมการใช้รถจักรยานยนต์ของประเทศญี่ปุ่น

สุดท้ายพลาดไม่ได้กับคอลัมน์ **Life คุณคิดอย่างไร?...
มองต่างมุม ต่างมุมมอง** กับ “ทฤษฎีหมวกนักคิด 6 ใบ” และฉบับนี้
เรายังเปิดรับความคิดเห็นของท่านทุกช่องทาง

พบกันใหม่ฉบับหน้า

สวัสดีค่ะ

ที่ปรึกษา

นายอุดม วงศ์วิวัฒน์ไชย

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สมศักดิ์ จันทรวงทอง

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

กองบรรณาธิการ

ศุภิดา เสมอสุข

ศุภชัย วัฒนวิทย์กรรม

ชาลี ชันศิริ

สมานลักษณ์ ดันติกุล

ชัตติยา วิสารตัน

ศักดิ์ชัย สนิทมนัส

กุลชลี โหมตพลาย

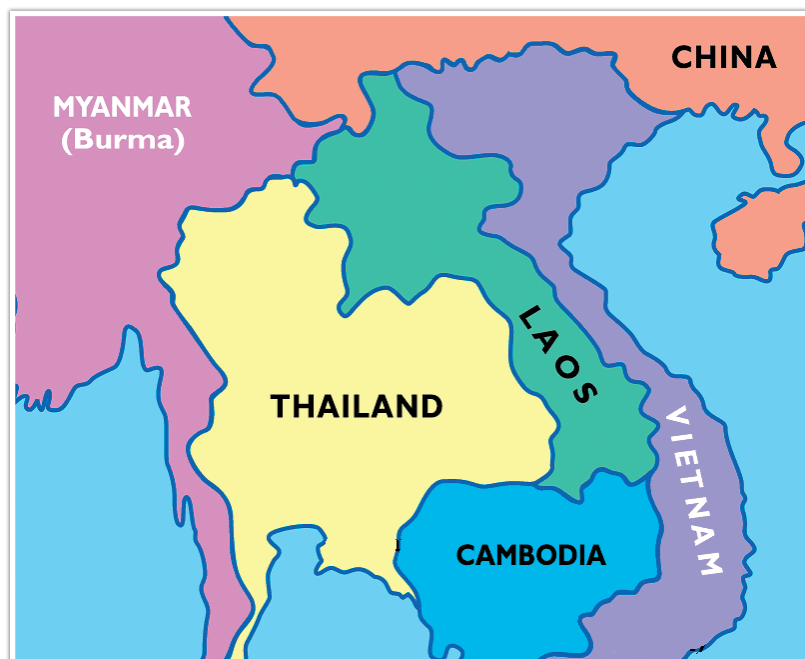
บุญอนันต์ เศวตสิทธิ์

OIE SHARE ยินดีรับฟังความคิดเห็น คำชี้แนะ และข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ ติดต่อได้ที่ กองบรรณาธิการ OIE SHARE
กลุ่มประชาสัมพันธ์และบริการห้องสมุด สำนักบริหารกลาง สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 อีเมล : oieshare@oie.go.th

ข้อความที่ปรากฏใน OIE SHARE เป็นทัศนะของผู้เขียน

“การวิเคราะห์ต้นทุนค่าเสียโอกาส ของอุตสาหกรรมไทยเปรียบเทียบกับ CLMV ด้วยเทคนิค Domestic Resource Cost Ratio (DRC)”

• สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ



นับตั้งแต่การปฏิวัติอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษ
ที่ 18 ที่ประเทศอังกฤษสามารถพัฒนาอุตสาหกรรม
ทอผ้าได้เป็นอันดับแรก จากความพร้อมของปัจจัยที่สำคัญ
ได้แก่ เครื่องจักรหรือนวัตกรรม วัตถุดิบ พลังงานและตลาด
นอกจากนี้ยังมีนโยบายของภาครัฐในขณะนั้นที่สนับสนุน
เศรษฐกิจระบบทุนนิยม ทำให้การปฏิวัติอุตสาหกรรมในครั้งนั้น
ประสบความสำเร็จและยังเกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่น ๆ
ตามไปด้วย จะเห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรม
ไม่ว่าจะยุคสมัยใด ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้นก็ยังคงมีความสำคัญ
เช่นเดิม

ในปัจจุบัน ปัจจัยหลาย ๆ ด้านในประเทศที่มีการ
พัฒนาอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องเริ่มที่จะมีข้อจำกัดมากขึ้นทั้ง
ด้านปริมาณที่มีน้อยลง และคุณภาพที่ไม่สามารถนำมาใช้เป็น
ปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมได้ ดังเช่นปัญหาด้านแรงงาน

ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน ที่การเจริญเติบโตของ
ภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นทำให้ภาคอุตสาหกรรม
ต้องเผชิญกับปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากจำนวนแรงงานที่
เข้าสู่ภาคการผลิตมีจำนวนไม่เพียงพอ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก
โครงสร้างของประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปประเทศไทยเริ่มเข้าสู่
สังคมผู้สูงอายุ จำนวนประชากรที่เป็นกำลังแรงงานมีสัดส่วน
ลดลง และความไม่สอดคล้องกันของความต้องการแรงงาน
กับคุณสมบัติของแรงงาน (Mismatch) เมื่อพิจารณาจาก
จำนวนกำลังแรงงาน และอัตราการว่างงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549
ถึง พ.ศ. 2556 พบว่ากำลังแรงงานที่เข้าสู่ระบบมีการเปลี่ยนแปลง
ไม่มากนัก ขณะที่สัดส่วนของแรงงานในภาคการผลิตกลับลดลง
จากร้อยละ 15 ในปี พ.ศ. 2549 มาเป็นร้อยละ 13 ในปี
พ.ศ. 2556 และเมื่อพิจารณาอัตราการว่างงานที่ลดลงเรื่อย ๆ
จนกระทั่งเข้าสู่ภาวะตึงตัวในปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่าปัญหา



ด้านแรงงานของภาคอุตสาหกรรมยังมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น จนอาจส่งผลให้อุตสาหกรรมจำนวนหนึ่งต้องสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลก

จากภาวะตึงตัวของแรงงาน และความต้องการใช้แรงงานทักษะต่ำในอุตสาหกรรมการผลิตที่มีโครงสร้างการใช้แรงงานเข้มข้น ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นจำนวนมากต้องพึ่งพิงแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านเพื่อทดแทนแรงงานที่มีการเคลื่อนย้ายออกจาก

ภาคการผลิตไปสู่ภาคเกษตร และภาคบริการ โดยปัญหาด้านแรงงานของไทยที่อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นประสบอยู่ในปัจจุบันนั้น ไม่ใช่เรื่องจำนวนกำลังแรงงานไม่เพียงพอเท่านั้น แต่ยังมีปัญหาด้านต้นทุนแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นจากการปรับค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาท ปัญหาด้านแรงงานที่กล่าวข้างต้นนอกจากส่งผลต่อผู้ประกอบการแล้ว หากมองในภาพรวมของอุตสาหกรรมเอง ปัญหาดังกล่าวจะกลายเป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้น ดังนั้นผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยจึงมีแนวคิดในการขยายฐานการผลิต หรือย้ายฐานการผลิตเนื่องจากความต้องการใช้กำลังแรงงานที่มีอยู่จำนวนมากในประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เมียนมาร์ และเวียดนาม หรือ กลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศในอาเซียนที่เริ่มมีการลงทุนจากต่างชาติมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ และระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการขยายฐานการผลิตมากขึ้น นอกจากนี้ที่เป็นกลุ่มประเทศที่มีความได้เปรียบเรื่องต้นทุนแรงงานจากค่าจ้างที่ต่ำ และมีชายแดนติดกับไทยแล้ว การบริโภครถของครัวเรือนยังขยายตัวในอัตราที่สูง จึงถือว่าเป็นเป้าหมายในการลงทุน หรือการย้ายฐานการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะสั้น รวมถึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต

การศึกษาว่าอุตสาหกรรมไหนควรจะขยายฐานการผลิต หรือลงทุนที่ใดนั้น นอกเหนือจากการพิจารณาเรื่องแรงงานแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญอีกด้วย เช่น ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา โครงข่ายการคมนาคม ซึ่งปัจจัยนี้จะสะท้อนถึงต้นทุนการผลิตนั่นเอง ดังนั้นการศึกษารั้วนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการขยายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น¹ โดยพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนในการผลิตให้ครอบคลุมมากที่สุด จึงเลือกใช้ทฤษฎีอัตราส่วนต้นทุนค่าเสียโอกาสของปัจจัยการผลิตภายในประเทศ (Domestic Resource Cost Ratio : DRC²) ซึ่งจะศึกษา DRC ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่ม CLMV

โดยผลการศึกษาในส่วนแรกที่จะพิจารณาความได้เปรียบในการผลิตของอุตสาหกรรมไทยพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้

¹ การคัดเลือกอุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่ใช้แรงงานเข้มข้น ด้วยการเปรียบเทียบอัตราส่วนของปัจจัยทุนต่อแรงงาน โดยสาขาการผลิตที่มีอัตราส่วนทุนต่อแรงงานน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมการผลิตโดยรวมเกินกว่าร้อยละ 10 เป็นสาขาที่ใช้แรงงานเข้มข้น โดยใช้ข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต ปี 2553 ของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

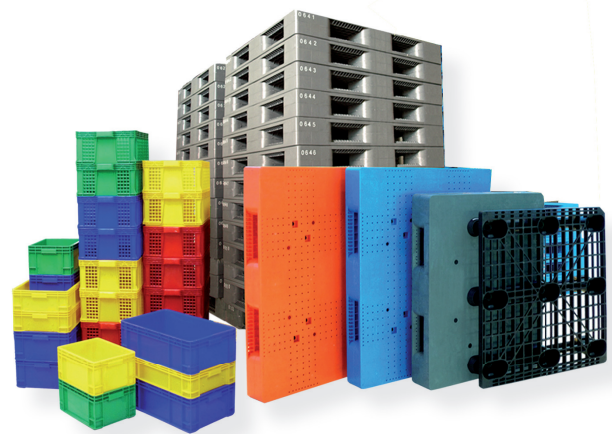
² ตัวแปรที่ใช้คำนวณ DRC ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย MLR ค่าจ้างแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ค่าจ้างแรงงานนอกภาคอุตสาหกรรม ราคาโดยเปรียบเทียบของราคาส่งออกและนำเข้า



แรงงานเข้มข้นที่ทำการศึกษานี้ได้แก่ 1) สิ่งทอ สิ่งถัก และการฟอกย้อม 2) เครื่องนุ่งห่ม พรม และเชือก 3) ผลิตภัณฑ์พลาสติก 4) เหล็กและเหล็กกล้า 5) ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง 6) การแปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ 7) อัญมณีและเครื่องประดับ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม

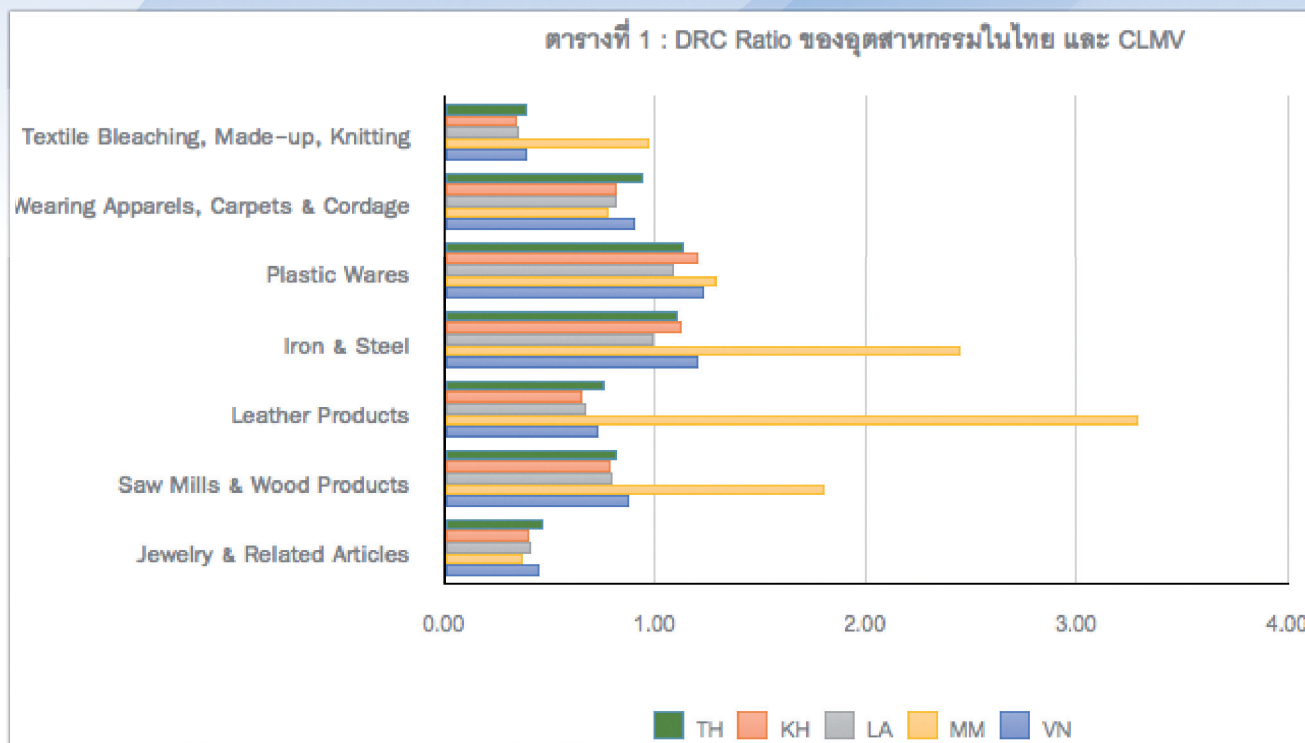
1. กลุ่มอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยยังคงความได้เปรียบในการผลิต ($DRC < 0.5$) ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอ และอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณี และเครื่องประดับ โดยอุตสาหกรรมทั้ง 2 อุตสาหกรรมที่ยังคงมีความได้เปรียบในการผลิตอยู่นั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมทั้งสองต้องการใช้แรงงานที่มีทักษะสูง ซึ่งแรงงานทักษะฝีมือของไทยอยู่ในระดับที่ได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ใน CLMV ประกอบกับความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ประเทศไทยมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน

2. กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใกล้สูญเสียความได้เปรียบในการผลิต ($0.5 \leq DRC < 0.5$) ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมการผลิตไม้ และผลิตภัณฑ์จากไม้ และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องหนัง เป็นผลมาจากวัตถุดิบทั้งหนัง และไม้ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติของประเทศไทยมี



จำนวนลดลงเรื่อยๆ การพึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างประเทศมีมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้าน และในกลุ่มอาเซียน ส่งผลให้อุตสาหกรรมดังกล่าวใกล้สูญเสียความได้เปรียบในการผลิต สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นอย่างชัดเจน ทำให้มีต้นทุนด้านแรงงานสูง อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตแบบรับจ้างผลิต ซึ่งทำให้มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมนี้อยู่ในระดับไม่สูงมากนัก

3. กลุ่มอุตสาหกรรมที่สูญเสียความได้เปรียบในการผลิต ($DRC > 1$) ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเหล็ก และเหล็กกล้า และอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก ซึ่งทั้ง 2 อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิต



ที่มา : จากการคำนวณของผู้ศึกษา โดยอาศัยข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) และ Department of Labor and Employment, Philippines

ค่อนข้างสูง อีกทั้งประเทศไทยยังเสียเปรียบในเรื่องวัตถุดิบหรืออุตสาหกรรมต้นน้ำด้วย

การศึกษาในส่วนที่ 2 เปรียบเทียบความได้เปรียบในการผลิตของอุตสาหกรรมไทยและกลุ่มประเทศ CLMV พบว่าความได้เปรียบในการผลิตของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นในไทยมีค่าใกล้เคียงกับอุตสาหกรรมในกลุ่มประเทศ CLMV ดังตารางที่ 1

สำหรับประเทศที่มีความได้เปรียบในการผลิตสูงกว่าไทยมากที่สุด คือ กัมพูชา ซึ่งมีอุตสาหกรรมที่ควรขยายฐานการผลิตไป ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอ เครื่องหนัง ไม้ และผลิตภัณฑ์จากไม้ เนื่องจากต้นทุนการผลิตด้านแรงงานต่ำที่สุดและมีความพร้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัยใกล้เคียงกับไทย รวมทั้งต้นทุนค่าไฟฟ้าที่ต่ำกว่าไทย ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคของกัมพูชาอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่ม CLMV

สำหรับเมียนมามีความได้เปรียบในการผลิตรองลงมา โดยอุตสาหกรรมที่ควรขยายฐานการผลิตไป ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและอัญมณีและเครื่องประดับ ขณะที่สปป.ลาวมีเพียงอุตสาหกรรมสิ่งทอเท่านั้นที่ควรขยายฐานการผลิตสำหรับเวียดนามนั้น เมื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบในการผลิตแล้ว ยังคงมีความได้เปรียบในการผลิตน้อยกว่า

ประเทศอื่น เนื่องจากต้นทุนแรงงานที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่ม CLMV อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานและความพร้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัยยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ นอกจากนั้น อัตราค่าไฟฟ้าในเวียดนามก็เป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งในโครงสร้างการผลิตซึ่งมีค่าสูงกว่าไทย

จากผลการศึกษาดังกล่าวเป็นการพิจารณาเพียงความได้เปรียบในการผลิตของอุตสาหกรรมไทยเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมใน CLMV ซึ่งจะเห็นว่ากัมพูชาและสปป.ลาวมีความได้เปรียบในการผลิตมากกว่าไทยในทุกอุตสาหกรรมการผลิต ขณะที่ประเทศเมียนมาร์และเวียดนามมีบางอุตสาหกรรมที่มีความได้เปรียบมากกว่าไทย แต่โครงสร้างพื้นฐานระบบสาธารณูปโภค และความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยยังเสียเปรียบประเทศไทย ซึ่งการตัดสินใจที่จะขยายฐานการผลิตของผู้ประกอบการนั้น นอกจากการพิจารณาด้านต้นทุนการผลิตแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนเพื่อขยายฐานการผลิตอีก เช่น เสถียรภาพทางการเมือง กฎระเบียบ มาตรการทางการค้า และการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ความพร้อมของอุตสาหกรรมต้นน้ำ และอุตสาหกรรมสนับสนุน ดังนั้น การพิจารณาในการขยายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมไทยไปยัง CLMV จึงจะต้องศึกษาให้ครอบคลุมทุกด้าน

สรุปสถานการณ์ การผลิตภาคอุตสาหกรรม เดือนกันยายน 2557



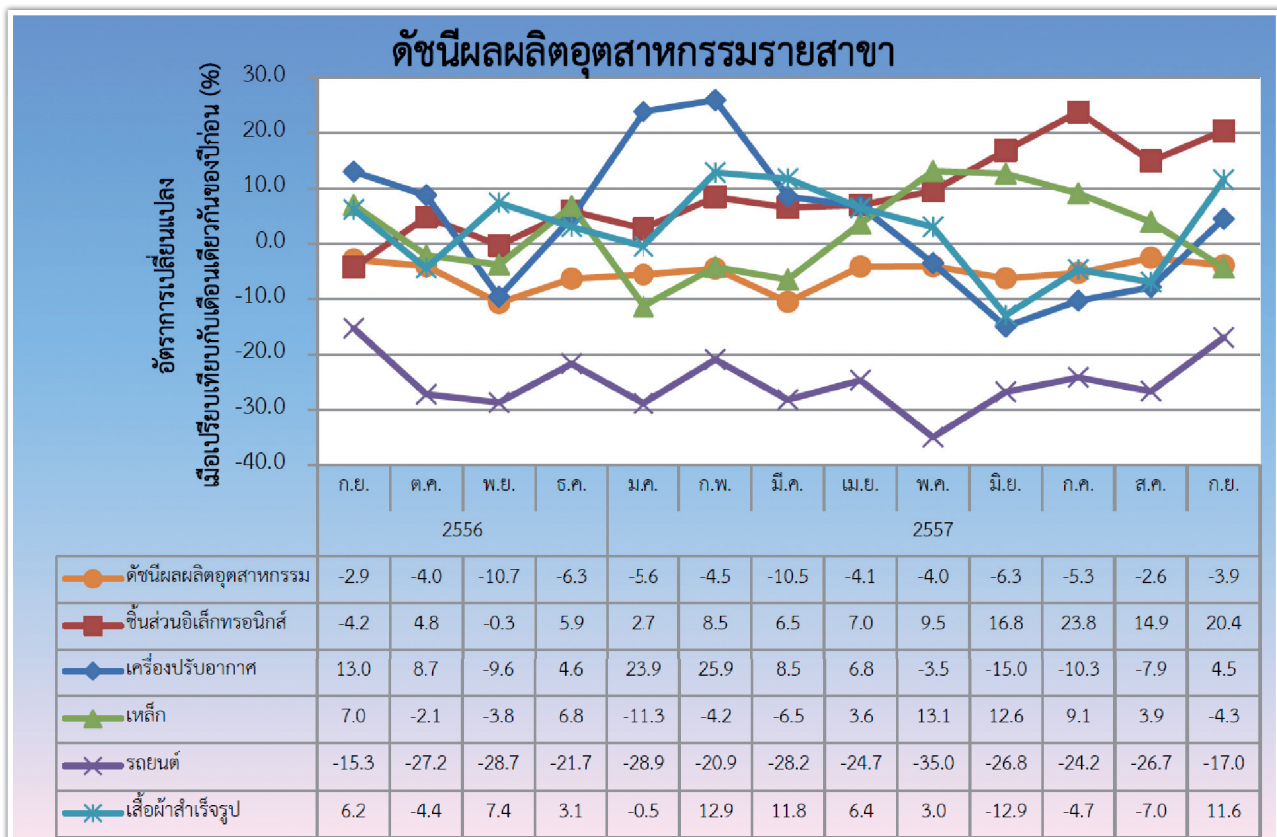
● สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

การผลิตภาคอุตสาหกรรมในเดือนกันยายน 2557 หดตัวร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากกำลังซื้อภายในประเทศชะลอตัว ประกอบกับการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลักขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามสภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างช้า ๆ สำหรับอัตราการใช้กำลังการผลิตในเดือนกันยายน 2557 อยู่ที่ร้อยละ 61.10

การผลิตอุตสาหกรรมสำคัญในเดือนกันยายน 2557 ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากกำลังซื้อภายในประเทศที่ยังคงชะลอตัวลง แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์ของอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลัก โดยอุตสาหกรรมการผลิต

ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในเดือนกันยายน 2557 ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 20.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากความต้องการชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในสินค้าประเภทโทรศัพท์มือถือ และแท็บเล็ต (Tablet) ที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนการผลิตเครื่องปรับอากาศ การผลิตกลับมาขยายตัวหลังจากหดตัวต่อเนื่องในช่วง 3 เดือนก่อนหน้า

สรุปสถานการณ์การผลิตภาคอุตสาหกรรม



เนื่องจากมีการปรับระบบรองรับเครื่องปรับอากาศที่ใช้สารทำความเย็นชนิดใหม่ ประกอบกับมีความต้องการจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 4.48 สำหรับอุตสาหกรรมการผลิต Hard Disk Drive การผลิตหดตัวร้อยละ 8.8 เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหญ่ปิดสายการผลิตเพื่อซ่อมบำรุง

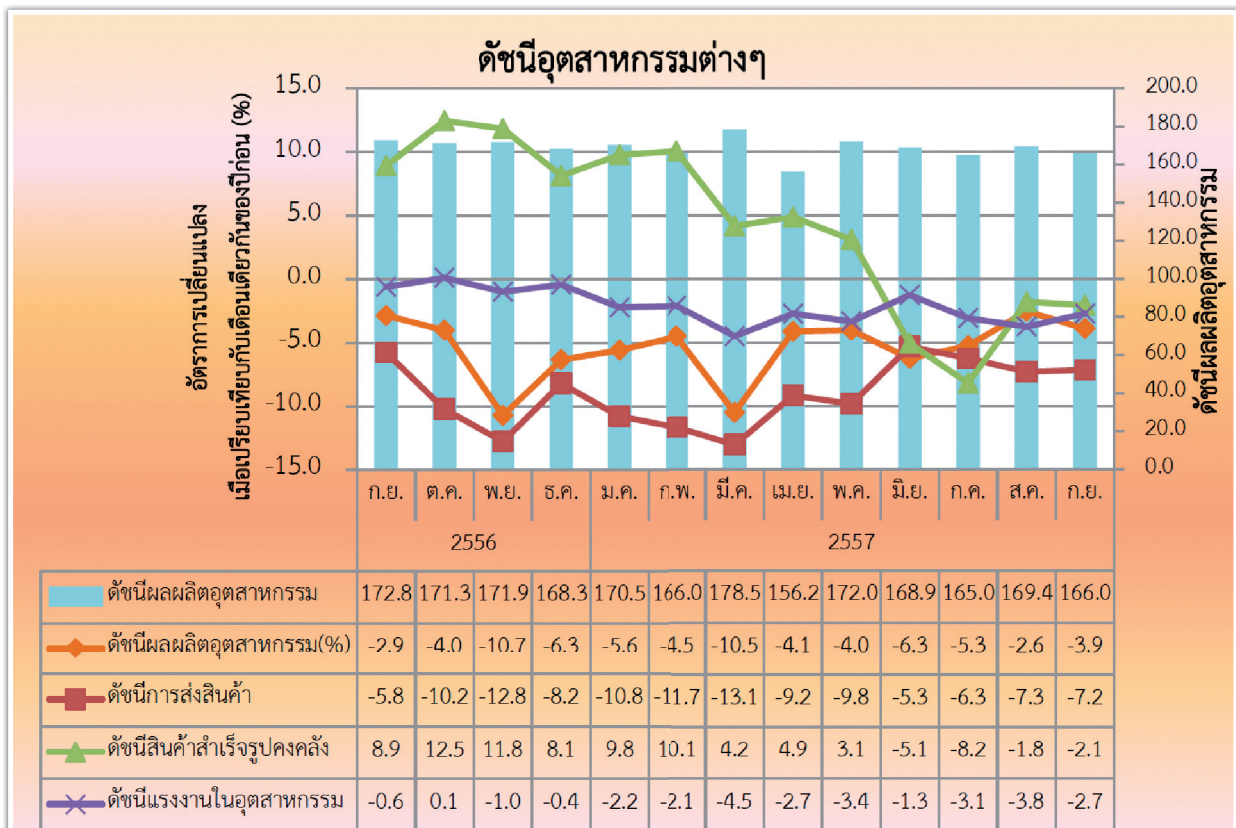
สถานการณ์การผลิตเหล็ก การผลิตหดตัวร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากความต้องการใช้เหล็กภายในประเทศชะลอตัว ประกอบกับมีการนำเข้าเหล็กราคาถูกจากประเทศจีน ถึงแม้จะมีมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดออกมาแล้วก็ตาม สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์มีดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 17.0 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากความต้องการภายในประเทศอืดตัว แต่อย่างไรก็ตามการส่งออกมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เนื่องจากมีการผลิตรถยนต์รุ่นใหม่ออกสู่ตลาด

การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดัชนีผลผลิตกลับมาขยายตัวร้อยละ 11.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเข้าสู่ฤดูหนาว สำหรับการผลิตสิ่งทอต้นน้ำ ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 0.42 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากความต้องการสินค้ากลุ่มเส้นด้ายเส้นใย และผ้าผืนในกลุ่มประเทศอาเซียนลดลง

การจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมในเดือนกันยายน 2557 มีระดับลดลง โดยดัชนีการส่งสินค้าหดตัวร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศที่ชะลอลงเป็นปัจจัยหลัก ส่วนดัชนีสินค้าสำเร็จรูปคงคลังหดตัวร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สำหรับดัชนีแรงงานในอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตในเดือนกันยายน 2557 อยู่ที่ร้อยละ 61.10



สรุปสถานการณ์การผลิตภาคอุตสาหกรรม



ญี่ปุ่นกับมุมมอง การส่งเสริมการใช้ฉลากสิ่งแวดล้อม

• สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2

จะเป็นอย่างไรหากสินค้าที่ผลิตขึ้นมาด้วยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรสิ่งแวดล้อม แต่กลับไม่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเท่าที่ควร? ... เน้นย้ำว่าการจะช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแพร่หลาย คงไม่ใช่เรื่องง่ายเมื่อไม่มีตลาดรองรับ

หากพูดถึงประเทศญี่ปุ่น นอกจากจะนึกถึงภาพการเป็นประเทศผู้นำเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวแล้ว อีกประเด็นหนึ่งที่จะลืมไปไม่ได้เลย คือ เรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนอกจากจะมีการจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้ประเทศสามารถลดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดควบคู่กับความเจริญแล้ว ยังให้ความสำคัญกับการใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจะมีฉลากบ่งบอก ซึ่งตัวอย่างฉลากสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่น เช่น ฉลาก EcoLeaf เป็นฉลากที่เริ่มใช้ในเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2545 เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ/ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคให้ตระหนักและใส่ใจต่อการผลิต เพื่อความยั่งยืนและเลือกบริโภคสินค้า/บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ข้อมูลที่แสดงบนฉลาก EcoLeaf บอกถึงปริมาณผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ จากการผลิตสินค้านั้น ๆ ได้แก่ การก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน ฝนกรดตลอดจนปริมาณการใช้พลังงานตลอดวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์



ปัจจุบันมีการกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับสินค้าประเภทเดียวกัน (Product Category Rule: PCR) ที่จะขอฉลาก EcoLeaf แล้ว จำนวน 1,327 รายการ ประเภทสินค้าที่



NO. AG-10-066

ถูกกำหนดหลักเกณฑ์มากที่สุด คือ เครื่องพิมพ์เอกสารทั้งแบบเลเซอร์และอิงค์เจ็ท เครื่องโทรสาร และกระป๋องเครื่องดื่มตามลำดับ

นอกจากฉลาก EcoLeaf แล้ว ฉลากสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจอีก 1 ฉลาก คือ ฉลาก Carbon Footprint เป็นฉลากที่เริ่มใช้เมื่อเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2555 เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการป้องกันโลกร้อน ฉลาก Carbon Footprint แสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปริมาณเท่าใด



ปัจจุบันได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับ PCR ที่จะขอฉลาก Carbon Footprint สำหรับผลิตภัณฑ์แล้วจำนวน 833 รายการ ประเภทสินค้าที่ถูกกำหนดหลักเกณฑ์มากที่สุด คือ ของใช้ในบ้าน อาหาร และสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกฉลากในประเทศญี่ปุ่นต้องการให้มี PCR ของฉลาก EcoLeaf และฉลาก Carbon Footprint รวมกัน 4,500 ฉลากในปีพ.ศ.2558 ซึ่งการดำเนินการ



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้ฉลาก EcoLeaf

เพื่อไปสู่เป้าหมายดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องสร้างความตระหนักและยอมรับฉลากสิ่งแวดล้อม ซึ่งตัวอย่างแนวทางการสร้างการยอมรับ/การเพิ่มปริมาณสินค้าสิ่งแวดล้อมที่น่าสนใจ ได้แก่

Donguri Campaign แคมเปญ Donguri

ดำเนินการควบคู่กับโครงการ Carbon Offset¹ และโครงการฉลาก Carbon Footprint ซึ่งหากสินค้า/บริการของผู้ประกอบการได้รับการตรวจสอบว่ามี การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นศูนย์ ผู้ประกอบการจะได้อนุญาตให้ใช้สัญลักษณ์ที่มีสัญลักษณ์ Donguri บนสินค้า/บริการนั้น



การดำเนินโครงการนี้มีเป้าหมายหลักเพื่อส่งเสริมสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่ยอมรับ ตลอดจนเพิ่มความตระหนักในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ

และผู้บริโภค สินค้า/บริการที่มีสัญลักษณ์ Donguri ติดอยู่ แสดงให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้า/บริการนั้นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรว่ามีส่วนร่วมลดปัญหาโลกร้อนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคที่เลือกบริโภคสินค้า/บริการนั้น ถือว่ามีส่วนร่วมสนับสนุนองค์กรที่มีการดำเนินกิจกรรมการผลิตอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเช่นกัน

ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าที่มีสัญลักษณ์ Donguri สามารถสะสมแต้มจากการซื้อ แล้วนำไปแลกสินค้า/บริการ เช่น ต้นไม้ หลอด LED และ กระเป๋า Eco-Bag จากหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับแลกคะแนน โดยสินค้า/บริการที่นำมาให้ผู้บริโภคแลกนั้นมาจากการบริจาคและการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐ

กิจกรรมรณรงค์ให้ใช้สินค้าที่มีสัญลักษณ์ Donguri การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็น

มิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในปีพ.ศ. 2543 รัฐบาลญี่ปุ่นได้ออกกฎหมายส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมภาครัฐเพื่อส่งเสริมให้ภาครัฐจัดซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกฎหมายฉบับนี้ กำหนดให้ผู้บริหารหน่วยงานระดับกระทรวง ต้องจัดทำและเผยแพร่นโยบายการจัดซื้อสินค้าสีเขียว



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้ฉลาก Carbon Footprint

¹ การที่องค์กรต่าง ๆ เช่น ห้างร้าน บริษัท มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เข้าไปในชั้นบรรยากาศ และต้องการทดแทนการปล่อยก๊าซเรือนกระจกชนิดนี้ โดยคำนวณออกมาว่ากิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทนั้นทำให้เกิดคาร์บอนไดออกไซด์ในอัตราเท่าไร และทดแทนด้วยการบริจาคเงินเข้าโครงการต่าง ๆ ที่มีการรณรงค์และทำกิจกรรมลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในแหล่งอื่น



ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าที่มีสัญลักษณ์ Donguri สามารถสะสมแต้มจากการซื้อ แล้วนำไปแลกสินค้า/บริการ เช่น ต้นไม้ หลอด LED และกระเป๋ Eco-Bag จากหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับแลกคะแนน โดยสินค้า/บริการที่นำมาให้ผู้บริโภคแลกนั้นมาจากการบริจาคและการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐ

ของหน่วยงานเป็นประจำทุกปี และต้องมีมาตรการดำเนินการ และติดตามผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยจะต้องมีการ รายงานผลลัพธ์และผลสำเร็จของการดำเนินการทุกปี นโยบายการจัดซื้อที่พัฒนาขึ้นนี้ต้องนำไปสู่การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวัฏจักรชีวิต และต้องไม่นำไปสู่การเพิ่ม ปริมาณสินค้าหรือบริการที่จะจัดซื้อ

ต่อมาในปี พ.ศ. 2555 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้จัดทำแนวทางการพัฒนาเกณฑ์การเลือกสินค้าและบริการ ให้สูงขึ้น โดยเน้นสินค้าที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดวัฏจักรชีวิต มีตัวเลขแสดงผลกระทบอย่างชัดเจน และสินค้าที่ได้ฉลาก EcoLeaf หรือ ฉลาก Carbon Footprint จะได้รับการพิจารณาเป็นสินค้าที่ได้รับการส่งเสริม ซึ่งแนวทาง ใหม่นี้คาดว่าจะนำไปกำหนดในเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้างสินค้า และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใน 2-5 ปีนี้

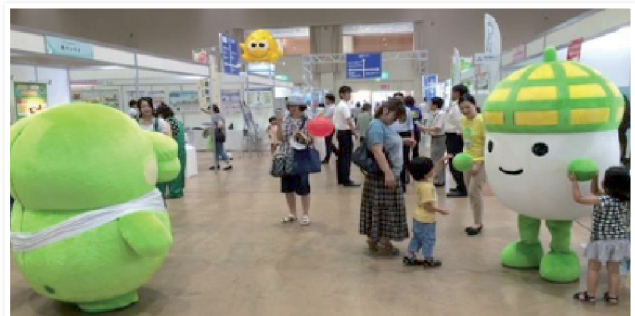
การให้คำแนะนำ/ความรู้การใช้อฉลากสิ่งแวดล้อม ตามเกณฑ์ PCR แก่ผู้ประกอบการ และมีแนวโน้มจะขยาย จำนวนเกณฑ์ PCR ให้ครอบคลุมสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น เช่น บ้าน และที่พัก ตลอดจนปรับปรุงขั้นตอนการขึ้นทะเบียน ให้ยุ่งยากน้อยลง เพื่อจูงใจผู้ประกอบการ

การร่วมมือกับต่างประเทศ เช่น สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาแนวทางการต้องการสินค้า สิ่งแวดล้อม เพื่อปรับใช้ในญี่ปุ่น และเพื่อผลิตสินค้าสิ่งแวดล้อม ตามความต้องการของตลาดส่งออก

ผู้ประกอบการดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้า สิ่งแวดล้อมของตนด้วยช่องทางหนึ่ง เช่น เมื่อทำการ จำหน่ายสินค้า/อุปกรณ์การเรียนที่ได้ฉลากสินค้าสิ่งแวดล้อม แล้ว ควรเผยแพร่ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้เด็กทราบ เพื่อที่ เด็กจะได้นำไปเผยแพร่ให้ถึงผู้ปกครองอีกทางหนึ่ง

มรใช้ Social Media เช่น Facebook เพื่อให้ความรู้ ด้านสิ่งแวดล้อม

การจัดนิทรรศการด้านสิ่งแวดล้อม Eco Products เป็นนิทรรศการสิ่งแวดล้อมที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น ในแต่ละปี มีผู้เข้าร่วมมากกว่า 180,000 คน



กิจกรรมรณรงค์ให้ใช้สินค้าที่มีสัญลักษณ์สิ่งแวดล้อม Donguri

จากตัวอย่างแนวทางการส่งเสริมการใช้อฉลากสินค้า สิ่งแวดล้อมของประเทศญี่ปุ่นข้างต้น พบว่าแนวทางที่น่าสนใจ และควรลองนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย คือ แคมเปญ Donguri เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการใช้สินค้า/บริการ ที่มีฉลากสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อสินค้า/บริการมีช่องทางการตลาด จะนำไปสู่การจูงใจให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้ มีข้อสังเกตว่าแคมเปญ ดังกล่าวยังออกแบบสัญลักษณ์ให้ดูสดใส เพื่อดึงดูดความสนใจ และให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมกับเด็ก ทั้งนี้ เพื่อให้ เด็กเป็นผู้บอกต่อผู้ปกครองในการเลือกซื้อสินค้า/บริการนั่นเอง ดังนั้น ในอนาคตหากประเทศไทยมีการดำเนินกิจกรรมลักษณะ ดังกล่าวบ้าง อย่างลุ่มสืบสนุนและเลือกซื้อสินค้า/บริการที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงความตระหนักและมีส่วนร่วม รักษาสิ่งแวดล้อมในประเทศและโลกของเรา

ที่มา : <http://www.jemai.or.jp>
<http://www.donguripoint.jp>
<https://th-th.facebook.com/ausantethailandteam/posts/310859489047647>

Life

คุณคิดอย่างไร? ...มองต่ำบนมูม ต่ำบนมูมมอม

• สำนักนโยบายยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย 2

ในการทำงานแต่ละอย่างไม่ว่าจะเป็นงานวิชาการ งานปฏิบัติหรือการวางแผนธุรกิจ หากมีการจัดกระบวนการ คิดอย่างมีระบบแล้ว การทำงานเหล่านั้นจะสามารถบรรลุ ผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งนายแพทย์ ชาวมอลตา (Maltese) ชื่อว่า เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน (Edward De Bono) ได้พัฒนาแนวคิดในการแยกความคิด แต่ละมุมมองออกจากกันให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ มากที่สุดในลักษณะการคิดแบบคู่ขนาน (Parallel Thinking) โดยอาศัย “ทฤษฎีหมวกนักคิด 6 ใบ” (Six Thinking Hats) ซึ่งหมวกแต่ละใบจะมีสีแตกต่างกันตามบทบาทและมุมมอง ความคิดที่เป็นลักษณะของหมวกสีนั้น ๆ





หมวกสีขาว (White hat)

เน้นการใช้ข้อมูลข้อเท็จจริง บนพื้นฐานของความเป็นกลางและปราศจากทัศนคติ



หมวกสีน้ำเงิน (Blue hat)

เน้นการควบคุมกระบวนการคิดและติดตามสถานการณ์ ส่วนใหญ่หัวหน้าทีมจะสวมหมวกใบนี้



หมวกสีแดง (Red hat)

เน้นการใช้ความรู้สึกอารมณ์ ตามสัญชาตญาณแบบไม่ต้องมีเหตุผล



หมวกสีดำ (Black hat)

เน้นการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผลและระมัดระวัง โดยจะชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนหรือสิ่งผิดปกติที่เกิดขึ้น



หมวกสีเหลือง (Yellow hat)

เน้นการคิดเชิงบวก โดยการคิดหาโอกาสความเป็นไปได้และประเมินประโยชน์สูงสุด



หมวกสีเขียว (Green hat)

เน้นการคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อหาทางเลือก หรือวิธีการใหม่

การประยุกต์ใช้ “ทฤษฎีหมวกนักคิด 6 ใบ”

ในแต่ละครั้งที่ทีมงานจะเลือกสวมหมวกเพียงใบเดียว และเป็นสีเดียวกัน เพื่อหลีกเลี่ยงความเห็นที่ขัดแย้งกัน และเพื่อให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระตามบทบาทของหมวกนั้น และเวียนไปจนครบทุกสีหมวก โดยทั่วไป **หมวกสีน้ำเงิน** จะเริ่มกระบวนการความคิด ด้วยการบอกวัตถุประสงค์ของการทำงาน และจบกระบวนการความคิด ด้วยการสรุปผลทั้งหมด

ทั้งนี้ลำดับของสีหมวกไม่ได้มีการกำหนดตายตัว โดยจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์และการตัดสินใจของหัวหน้าทีม ยกตัวอย่าง เช่น หลังจากทุกคนรับทราบและเข้าใจถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการทำงานแล้ว หัวหน้าทีมอาจจะให้ทุกคนเริ่มจากการสวม **หมวกสีแดง** เพื่อให้เห็นความรู้สึกต่อประเด็นที่กำลังถกเถียงว่ามีความสงสัยหรือความสับสนอะไรหรือไม่ หรือคิดว่าจะงานที่ได้รับมอบหมายมีความเป็นไปได้ที่จะบรรลุผลสำเร็จ



มากนักน้อยเพียงใด โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลประกอบ หลังจากนั้นอาจจะให้เปลี่ยนไปสวม **หมวกสีขาว** เพื่อค้นหาและรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงที่จำเป็นอย่างแท้จริงเท่านั้น รวมถึงวิธีการได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านั้นด้วย ต่อมาอาจจะเปลี่ยนเป็น **หมวกสีเขียว** เพื่อหาวิธีการหรือแนวทางการทำงานที่สร้างสรรค์ ก่อนจะให้สวม **หมวกสีเหลือง** และ **หมวกสีดำ** เพื่อหาข้อดีหรือประโยชน์ที่จะได้รับ และข้อด้อยหรือความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากวิธีการนั้น โดยอาจจะมีการให้สวมหมวกสีแดงอีกครั้งเพื่อประเมินความรู้สึกของทุกคนต่อสิ่งที่ได้ร่วมกันคิด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทฤษฎีนี้ไม่ได้กำหนดลำดับของการคิดตามหมวกสีต่าง ๆ ไว้ชัดเจน ดังนั้น อาจมีการสลับกันระหว่างหมวกสีขาว สีเขียว สีเหลือง สีดำ และสีแดงก็ได้

กล่าวโดยสรุปคือ ทฤษฎีหมวกนักคิด 6 ใบนี้ เป็นเครื่องมือหนึ่งในการปรับรูปแบบความคิดของแต่ละบุคคลให้มีมุมมองที่หลากหลาย และมองในมุมที่แตกต่างไปจากกรอบความคิดเดิมของตน โดยไม่ยึดติดหรือมีอคติเพียงด้านเดียว ซึ่งองค์กรธุรกิจชั้นนำของโลกหลายรายได้นำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้ เพื่อกำหนดแผนพัฒนาธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่ประสบความสำเร็จมาแล้วเป็นจำนวนมาก

แหล่งข้อมูลอ้างอิง

1. http://www.debonogroup.com/six_thinking_hats.php
2. http://en.wikipedia.org/wiki/Six_Thinking_Hats



ภาพประกอบในเล่มจาก :

<http://khiripet.blogspot.com/2010/05/six-thinking-hats.html>

<http://www.ramvasan.com/2013/09/team-agreements-as-social-contracts.html>

<http://blog.karlshochschule.de/2014/09/11/six-thinking-hats/>

Movement



● ดร.อรรชกา สีบุญเรือง ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เข้าตรวจเยี่ยมและมอบนโยบายแก่ผู้บริหารสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม โดยมี ดร.สมชาย หาญหิรัญ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ เข้าร่วมการประชุมในครั้งนี้ เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2557 ณ สศอ.



● สำนักวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม จัดเสวนาโต๊ะกลมเรื่อง “ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม หลัง คสช. เข้าบริหารประเทศ” โดยมี ดร.สมชาย หาญหิรัญ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) เป็นประธานในการบรรยายครั้งนี้ ซึ่งมีผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเสวนา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2557 ณ สศอ.



● ดร.อรรชกา สีบุญเรือง ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธานกล่าวเปิดงานสัมมนา “Thailand Medical Devices : Ready to Move Forward” ภายใต้โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์ดูแลสุขภาพ โดยมี ดร.ณัฐพล รังสิตพล ผู้อำนวยการสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 1 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) เป็นผู้กล่าวรายงาน ทั้งนี้ มีผู้ให้ความสนใจจากหน่วยงานและสถาบันต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมสัมมนา จัดขึ้นเมื่อวันอังคารที่ 14 ตุลาคม 2557 ณ โรงแรมเซ็นจูรี่ พาร์ค กรุงเทพฯ



● นายอนันต์ อศวโสภณกุล ผู้อำนวยการศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) เผยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) เดือนกันยายน 2557 หดตัวร้อยละ 3.9 ด้านอัตราการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ร้อยละ 61.10 เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2557 ณ สศอ.

“หนังสือทำเนียบอุตสาหกรรม”

เล่ม 1 และ เล่ม 2

รวบรวมเนื้อหาอุตสาหกรรม 16 สาขาสำคัญ ได้แก่
อุตสาหกรรมยา

อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน

อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง

อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

อุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมพลาสติก

อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า

อุตสาหกรรมยานยนต์

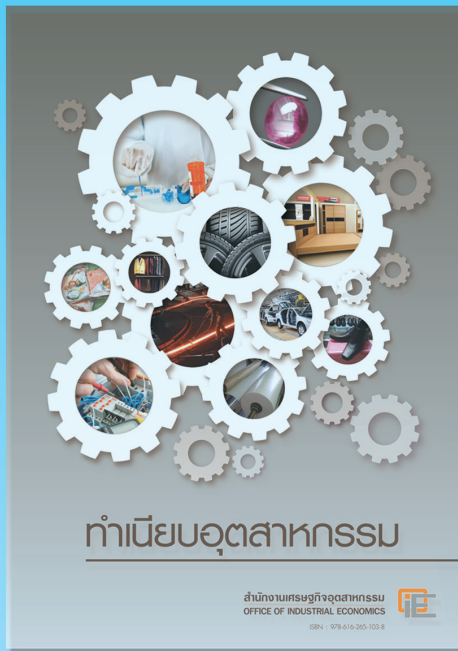
อุตสาหกรรมเซรามิก

อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์

อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษ กระดาษและสิ่งพิมพ์

อุตสาหกรรมปิโตรเคมี

อุตสาหกรรมแม่พิมพ์



สนใจติดต่อขอรับได้ที่

กลุ่มประชาสัมพันธ์และบริการห้องสมุด

โทรศัพท์ 0 2202 4284

หรือ Download ได้ที่เว็บไซต์ www.oie.go.th



สำนักงาน | OFFICE
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OF INDUSTRIAL ECONOMICS

75/6 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4274, 0 2202 4284 โทรสาร 0 2644 7023
www.oie.go.th