



สำนักงาน | OFFICE
เศรษฐกิจอุตสาหกรรม | OF INDUSTRIAL ECONOMICS

DIE SHARE

ปีที่ 9 ฉบับที่ 95 กุมภาพันธ์ 2563

ศูนย์กระจายสินค้า

Alibaba ใน EEC

มองให้ดีจะเห็นโอกาส

SHARING

กระทรวงอุตสาหกรรมจับมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ต้นประเทศก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า
ที่สำคัญของโลก

เก็บมาเล่า

หมอกสีขาว ภัยร้ายที่ไม่ควรมองข้าม

สามารถติดตามข่าวสาร
สาระน่ารู้ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้ที่



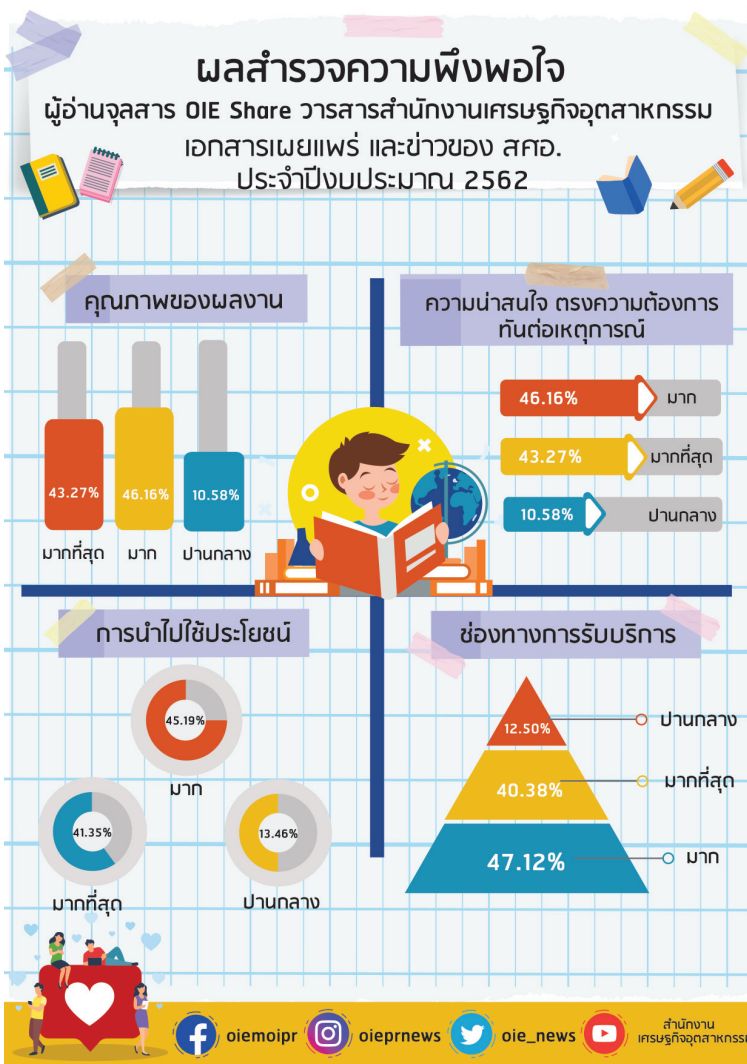
Editor's Note

สวัสดีคุณผู้อ่านจตุรัส OIE SHARE ฉบับที่ 95 เดือนกุมภาพันธ์ พร้อมกับบทความสาระน่ารู้เริ่มกันที่คอลัมน์ Econ Focus เรื่อง ศูนย์กระจายสินค้า Alibaba ใน EEC มองให้ดีจะเห็นโอกาส ต่อกันที่คอลัมน์ Sharing เรื่อง กระทรวงอุตสาหกรรมจับมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดันประเทศก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก และปิดท้าย เรื่อง หมอกสีขาว ภัยร้ายที่ไม่ควรมองข้าม ในคอลัมน์ เก็บมาเล่า

ขอบคุณคุณผู้อ่านที่ติดตาม OIE SHARE กันมาตลอดค่ะ

ด้วยความปรารถนาดี

Econ Focus	ศูนย์กระจายสินค้า Alibaba ใน EEC มองให้ดีจะเห็นโอกาส	3
Econ Review	สรุปสถานการณ์การผลิตภาคอุตสาหกรรมเดือนธันวาคม และภาพรวมปี 2562	6
Sharing	กระทรวงอุตสาหกรรมจับมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดันประเทศก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก	8
เก็บมาเล่า	หมอกสีขาว ภัยร้ายที่ไม่ควรมองข้าม	10
Movement		11



ที่ปรึกษา
ทองชัย ขวลิขิตพิเชฐ
ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
อิทธิชัย ยศศรี
รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
พะเยาว์ คำมุง
รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
นীর สุขุม
ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ
ดวงดาว ขาวเจริญ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม
ดุสิต อนันตรักษ์
ผู้เชี่ยวชาญด้านการชี้แนะและเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม

บรรณาธิการบริหาร
สมจิตต์ เอี่ยมวรชัย
เลขานุการกรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

กองบรรณาธิการ
กฤษฎา นุรักษ์
ชาญชัย ไฉลกคงถาวร
เรวดี แก้วมณี
วรรณพร บุญยรัตพันธุ์
ประวีรา โพธิ์สุวรรณ
ญาดา ว่องวัฒนากุล
อัมพร สุวรรณรัตน์
บุญอนันต์ เศรษฐสิทธิ์
ภคอร ประสิทธิ์สุข
เทพยุดา วงศ์วีรติ
พิมพ์กมล ไชยสมภาร

OIE SHARE ยินดีรับฟังความคิดเห็น คำชี้แนะ และข่าวประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ติดต่อได้ที่ กองบรรณาธิการ OIE SHARE กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 อีเมล : oieprnews@gmail.com

ข้อความที่ปรากฏใน OIE SHARE เป็นทัศนะส่วนตัวของผู้เขียน
หากต้องการนำข้อเขียนหรือบทความในฉบับ ไปตีพิมพ์ เผยแพร่ หรือเพื่อประโยชน์อื่นใด กรุณาอ้างอิงแหล่งที่มา

ศูนย์กระจายสินค้า Alibaba ใน EEC มองให้ถึงจะเห็นโอกาส



กองนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค

เป็นที่กล่าวขานและสร้างความกังวลใจให้กับผู้ประกอบการไทยพอสมควรกรณีที่ยักษ์ใหญ่อีคอมเมิร์ซจากแดนมังกร “อาลีบาบา กรุ๊ป (Alibaba Group)” ตัดสินใจทุ่มเงินมูลค่ากว่า 11,000 ล้านบาท เข้ามาลงทุนจัดตั้งศูนย์ดิจิทัลอัจฉริยะ (Smart Digital Hub) ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) พร้อมเตรียมจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอัจฉริยะแห่งแรกในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ คำถามคือจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอะไรขึ้นหลังจากนี้ และผู้ประกอบการไทยยังมีโอกาสจากความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการอีคอมเมิร์ซไทยในครั้งนี้อีกหรือไม่

ย้อนกลับไปทำความเข้าใจกับ Alibaba ซึ่งเป็นอาณาจักรอีคอมเมิร์ซจีนที่ไม่ได้มีดีแค่อีคอมเมิร์ซแต่ Alibaba ยังมีธุรกิจในเครือ เช่น ธุรกิจ Cloud Computing สื่อและบันเทิง เทคโนโลยีและนวัตกรรมอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม อีคอมเมิร์ซยังเป็นธุรกิจหลักในการสร้างรายได้ให้กับ Alibaba โดยมีทั้งโมเดลค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งมีทั้งในประเทศเองและแบบข้ามพรมแดน อาทิ Alibaba, 1688, Taobao, AliExpress, Tmall, และ Lazada เป็นต้น ไม่ใช่แค่เว็บอีคอมเมิร์ซที่ Alibaba พัฒนาขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังมีเหมา (Hema Stores) ซูเปอร์มาร์เก็ตไร้เงินสดที่ผสมผสานโลกออนไลน์และออฟไลน์เข้าไว้ด้วยกัน โดยวิธีการชำระเงิน

จะต้องมีแอปพลิเคชันของเหมามาก่อน เพื่อที่จะเชื่อมต่อกับอาลีเพย์ (Alipay) อีกหนึ่งในธุรกิจของ Alibaba นอกจากนั้นยังมีบริการด้านโลจิสติกส์ (Logistics) ที่ Alibaba เข้าไปลงทุนเพิ่มเติม นั่นก็คือ ไซเนียว (Cainiao Network) โดยวางแผนให้เป็น Global Hub ในการขยายการค้าข้ามพรมแดนให้กว้างไกลขึ้น ซึ่งเบื้องต้นมีอยู่ 5 แห่ง ได้แก่ ทางโจว-จินตูไบ-สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย กัวลาลัมเปอร์-มาเลเซีย ลีเกอ-เบลเยียม และมอสโก-รัสเซีย

Alibaba เป็นอาณาจักรของ แจ็ค หม่า ผู้ซึ่งนิตยสารฟอร์บส์ ที่จัดอันดับบุคคลร่ำรวยที่สุดในประเทศจีน ยกให้เป็นมหาเศรษฐีผู้ร่ำรวยที่สุดในจีนประจำปี 2562 ซึ่งครองแชมป์อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 นับจากปี 2561 โดย แจ็ค หม่า เป็นผู้ก่อตั้งและประธานกลุ่มบริษัท Alibaba ซึ่งเคยจุดประกายและได้ฝากมุมมองเพื่อพัฒนา “**ยิ่งเล็กยิ่งสวยงาม ยิ่งเล็กยิ่งทรงพลัง ยิ่งเล็กยิ่งวิเศษสุด**” ในคราวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยอย่างเป็นทางการเพื่อนำเสนอผลการประชุม ACD Connect Business Forum 2016 กระตุ้นให้ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการรายเล็ก (SMEs) และพัฒนาระบบอีคอมเมิร์ซเพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพแก่ธุรกิจ SMEs แจ็ค หม่า ได้ใจผู้ประกอบการทั้งหลายด้วยการประกาศว่าในอีก 20-30 ปีข้างหน้า โลกจะก้าวสู่ภาวะ Small is beautiful. Small is powerful. Small is wonderful พุดง่าย ๆ คือจะต้องให้โอกาส “**คนตัวเล็ก**” ได้มีที่ยืน โดยที่ “**คนตัวใหญ่**” จะต้องให้การส่งเสริม เปิดทาง และเสียสละเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจส่วนรวม นี่คือนโยบายความมีวิสัยทัศน์ของ แจ็ค หม่า บวกกับฝีมือที่เก่งกาจที่ไม่มีใครปฏิเสธได้

เมื่อเดือนสิงหาคม 2562 อาลีบาบาตัดสินใจลงทุน 13,480 ล้านบาท จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอัจฉริยะใน EEC เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและบริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) นี้ มีเนื้อที่ 232 ไร่ ตั้งอยู่บริเวณถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 34 ถนนบางนา-ตราด อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งถูกพัฒนาโดยบริษัทดับบลิวเอชเอ เวเนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด ด้วยเงินลงทุน 5 พันล้านบาท แบ่งพื้นที่เป็น



让天下没有难做的生意
To make it easy to do business anywhere

ศูนย์กระจายสินค้า และเขตปลอดอากร รวมทั้งพื้นที่สำนักงานสำหรับผู้ประกอบการวิจัยและพัฒนา และสำนักงานศุลกากร โดยได้ลงนามบันทึกความร่วมมือ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อส่งออกสินค้าเกษตร และ OTOP 2) การพัฒนา SMEs เพื่อเข้าสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซ 3) การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง และ 4) การลงทุน Smart Digital Hub ด้วยความยิ่งใหญ่ของ Alibaba การเข้ามาปักธงจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอัจฉริยะในประเทศไทยจึงทำให้เกิดความกังวลใจอย่างมากในวงการอีคอมเมิร์ซไทย เช่น

- มองว่าการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มสินค้าจากต่างประเทศ (Cross Border) ให้ทะลักเข้ามาจำนวนมหาศาล อ้างอิงข้อมูลจาก Priceza แพลตฟอร์มเพื่อการค้นหาสินค้าและบริการเปรียบเทียบราคา ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลของสินค้า Cross Border เปรียบเทียบกับสินค้าภายในประเทศ (Local) ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 30 มิถุนายน 2562 พบว่า ในแพลตฟอร์ม Priceza มีสัดส่วนสินค้า Cross Border ร้อยละ 58 ในขณะที่มีสินค้า Local ร้อยละ 42 จากจำนวนสินค้านับ 50 ล้านชิ้น โดยสินค้า Cross Border ส่วนใหญ่นั้นเป็นสินค้าจากประเทศจีน

- ความกังวลถึงความได้เปรียบ/เสียเปรียบของผู้ประกอบการไทยในเรื่องภาษี เมื่อออกลิขิตมาตั้งศูนย์กระจายสินค้าใน EEC อาลีบาบาสามารถนำสินค้าเข้ามาล็อตใหญ่ ซึ่งจะถือว่าอยู่ในเขตปลอดอากรสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 1,500 บาท ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าและภาษีมูลค่าเพิ่ม และสามารถส่งมาขายถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรงผ่านเว็บไซต์อีมาร์เก็ตเพลสในเครืออย่าง Lazada ที่มีฐานความนิยมจากผู้บริโภคชาวไทยต่อเนื่องมาหลายปี โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

- การจัดส่งสินค้าจะสามารถทำได้รวดเร็วขึ้น จากปกติที่สั่งซื้อสินค้าจากจีนต้องใช้เวลาอย่างน้อย 7-14 วัน ในการผ่านกระบวนการต่าง ๆ แต่เมื่อมีศูนย์กระจายสินค้าในไทยจะช่วยย่นระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าให้ลดลงเหลือเพียง 1-3 วัน ได้ไม่ยาก และยังมีความเป็นไปได้ว่า Cainiao Network จะเข้ามาตั้งในพื้นที่ EEC เพื่อยกระดับสู่การเป็น Global Hub ด้วย

- ความกังวลในระบบนิเวศอาลีบาบา การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าไม่ได้มีผลต่ออีคอมเมิร์ซเท่านั้น หากกล่าวถึงระบบนิเวศอีคอมเมิร์ซ หรือ E-Commerce Ecosystem จะมีเรื่องของระบบการชำระเงิน (E-Payment) ระบบขนส่ง (E-Logistics) เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องเสมอ ซึ่งธุรกิจของอาลีบาบาเองนั้นเรียกได้ว่าครอบคลุมทั้งระบบชำระเงินอย่าง Alipay ระบบขนส่งอย่าง Cainiao Network ซึ่งอาจทำให้เกิดการผูกขาดในระบบตลาดได้

อย่างไรก็ดี ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นครั้งใหญ่ในวงการอีคอมเมิร์ซไทย จะพบว่า ยังมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย ไม่ว่าจะเป็น 1) โอกาสในการส่งสินค้าไปขายเงินมากขึ้น ผ่าน Platform ยอดฮิต เช่น Lazada โดยช่องทางออนไลน์มีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะใช้ในการทำตลาดสร้างแบรนด์ไทยให้เป็นที่รู้จักในจีน เพราะประเทศจีนขึ้นชื่อว่ามีความต้องการสินค้าจากประเทศไทยมากที่สุดในโลก จากบทวิจัยของ eMarketer ในเดือนพฤษภาคม ปี 2562 คาดว่าจะมีการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซในปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 27.3

Top 10 Countries, Ranked by Retail Ecommerce Sales, 2018 & 2019 billions and % change

	2018	2019	% change
1. China*	\$1,520.10	\$1,934.78	27.3%
2. US	\$514.84	\$586.92	14.0%
3. UK	\$127.98	\$141.93	10.9%
4. Japan	\$110.96	\$115.40	4.0%
5. South Korea	\$87.60	\$103.48	18.1%
6. Germany	\$75.93	\$81.85	7.8%
7. France	\$62.27	\$69.43	11.5%
8. Canada	\$41.12	\$49.80	21.1%
9. India	\$34.91	\$46.05	31.9%
10. Russia	\$22.68	\$26.92	18.7%

Note: includes products or services ordered using the internet via any device, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes or money transfers, food services and drinking place sales, gambling and other vice good sales; *excludes Hong Kong

Source: eMarketer, May 2019

คิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.93 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ มีขนาดใหญ่กว่าสหรัฐฯ ที่คาดว่าจะมีการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซอยู่ที่ร้อยละ 14.0 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 0.59 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และจีนได้กลายเป็นตลาดค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดค้าปลีกในจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องก็คือ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาผู้บริโภคชาวจีนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีกลุ่มคนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้นนับล้านคน ทำให้มีกำลังซื้อต่อคนมากขึ้นเช่นกัน

ทั้งนี้ จากข้อมูลการวิเคราะห์ของผู้จัดการออนไลน์ พบว่า 5 อันดับสินค้าไทยที่ได้รับความนิยมในประเทศจีนในช่องทางออนไลน์ ได้แก่ 1) กลุ่มขนมขบเคี้ยว มีมูลค่า 906 ล้านบาท และส่วนใหญ่เป็นผลไม้แปรรูป เนื่องจากไทยขึ้นชื่อเรื่องผลไม้รสอร่อย มีคุณภาพ เช่น มะม่วงอบแห้งทุเรียนทอดกรอบ และตามมาด้วยประเภทขนมอบกรอบ 2) ผลิตภัณฑ์จากยางพารา มีมูลค่า 2,880 ล้านบาท 3) สกินแคร์ มีมูลค่า 595 ล้านบาท 4) เครื่องสำอาง มีมูลค่า 468 ล้านบาท และ 5) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ มีมูลค่า 34 ล้านบาท เช่น ยาหม่อง กอเอี้ยะ เป็นต้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการรายใหญ่หลายรายที่เติบโตขึ้นมาเป็นผู้ประกอบการในระดับโลก

สินค้าไทยที่ได้รับความนิยมในประเทศจีน 5 อันดับแรก

- 01: วนขอบเคี้ยวจากผลไม้แปรรูปและขนมขบเคี้ยว
- 02: ผลิตภัณฑ์จากยางพารา
- 03: สกินแคร์
- 04: เครื่องสำอาง
- 05: ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น ยาหม่อง กอเอี้ยะ

ไม่ว่าจะเป็น Alibaba Huawei Oppo Xiaomi ต่างก็มีจุดเริ่มต้นจากการเป็น SMEs ใน E-Commerce Park เช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงถือได้ว่าผู้ประกอบการไทยยังมีโอกาสอยู่มาก 2) ผู้ประกอบการมีโอกาสเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยจาก Alibaba ซึ่งที่ผ่านมา Alibaba ได้ร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจความร่วมมือด้านการพัฒนา SMEs และบุคลากร

ด้านดิจิทัลระหว่างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ Alibaba Business School ซึ่งเป็นสถาบันอบรมภายใต้อาลีบาบา กรุ๊ป เพื่อร่วมถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี ให้กับผู้ประกอบการชาวไทยในหลายภาคส่วน ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งจะทำให้คนไทยมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้นในยุคที่อีคอมเมิร์ซจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต โดยข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) ณ เดือนพฤศจิกายน 2562 พบว่า มีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรไปแล้วกว่า 600 ราย และในเดือนเดียวกัน Alibaba Business School ได้ประกาศการจบหลักสูตรอบรม Netpreneur ประเทศไทยของผู้ประกอบการจำนวน 43 ราย ที่จัดขึ้นร่วมกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ DEPA สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และบริษัทกองทุนร่วมลงทุนข้ามชาติ Gobi Partners ซึ่งหลักสูตรอบรมจัดขึ้นที่สำนักงานใหญ่ Alibaba เมืองหังโจว ประเทศจีน เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการที่รูปแบบธุรกิจดั้งเดิม และรูปแบบดิจิทัลให้มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจอีคอมเมิร์ซและสามารถนำความรู้มาใช้ในการแข่งขันที่ดุเดือดระหว่างผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซและจะเป็นตัวหนุนให้อุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยเติบโตก้าวขึ้นไปอีกขั้น **3) โอกาสในการจ้างงานจะเพิ่มขึ้น** จากการลงทุนของ Alibaba หลักหมื่นล้านดังกล่าว โดยที่การเข้ามาของศูนย์กระจายสินค้า นั้น หลายส่วนจะถูกดำเนินการโดยแรงงานคนที่ต้องคอยควบคุมดูแลและจัดการ รวมไปถึงการขนส่งในปัจจุบันก็ยังจำเป็นต้องใช้แรงงานคนอยู่จึงทำให้ Alibaba ต้องมีการจัดจ้างแรงงานกว่า 10,000 อัตรา ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งโอกาสที่ดีของคนที่กำลังมองหางานในอนาคต **4) โอกาสที่สินค้าบางประเภทจะมีราคาถูกลง** คนไทยจะสามารถหาซื้อสินค้าจากจีนได้ง่ายขึ้นในราคาที่ถูกลง เพราะการเข้ามาลงทุนตั้งของศูนย์กระจายสินค้า Alibaba ที่จะเป็นเขตปลอดภาษีนำเข้านั้น จะทำให้สินค้าที่เข้ามามีมูลค่าเท่ากับต้นทุนรวมกับค่าขนส่ง ซึ่งนั่นหมายความว่าสินค้าเหล่านั้นจะมีราคาที่ถูกลงอย่างแน่นอน

ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรเร่งเตรียมความพร้อมในการปรับตัวเรียนรู้เพื่อให้อยู่รอดในอนาคต เพราะหากสามารถเรียนรู้และรับมือกับความท้าทายรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ย่อมเป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นว่า คุณคือ **“ตัวจริง”** ในโลกแห่งการแข่งขัน ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า โจทย์ที่ยากที่สุดในการทำธุรกิจ ณ เวลานี้ ไม่ใช่ว่าจะขายสินค้าอะไร แต่ต้องรู้ว่าลูกค้าคือใคร เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด คำถามต่อมาคือ เมื่อรู้แล้วจะปรับอย่างไร? ในมุมมองของผู้เขียนสิ่งแรกที่ต้องปรับให้เร็วที่สุดคือ **“Mind Set”** ปรับวิสัยทัศน์มุมมองและวิธีคิดในการทำธุรกิจ ซึ่งแน่นอนว่าการทำธุรกิจทุกอย่างย่อมมีความเสี่ยงเสมอ อย่างกลัวการเปลี่ยนแปลง อย่างกลัวความล้มเหลวจนทำให้ต้องหยุดนิ่ง การจะอยู่รอดได้ในยุค 4.0 จำเป็นต้อง **“Disrupt ตัวเอง ก่อนถูก Disrupt”** การคิดต่างเพื่อสร้าง Business Model ใหม่ ๆ ออกมาพิชิตใจลูกค้า หรือมองหาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำธุรกิจอย่างไม่หยุดนิ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรลงมือทำ ยกตัวอย่างเช่น บางกิจการอาจจะเคยทำเฉพาะธุรกิจแบบ Offline ควรเพิ่มมาทำแบบ Online เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กว้างขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ ในด้านของ**คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า**เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความ

ได้เปรียบในการแข่งขันทั้งการขายสินค้าภายในประเทศ และต่างประเทศ เพราะคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าจะเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดการยอมรับในตัวสินค้านั้น ๆ **สร้างแบรนด์ของตัวเอง** ต้องสร้างคาแรคเตอร์ สร้างคอนเทนต์ รวมทั้งสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ซึ่งแน่นอนว่าไม่ใช่เรื่องง่าย ยิ่งในยุคนี้มีตัวเลือกให้ผู้บริโภคมากมายเรียกได้ว่าแทบทุกวันมีแบรนด์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นมานับไม่ถ้วน แต่ก็ไม่ยากจนเกินไปถ้ายังมีความมุ่งมั่นมากพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าสามารถสื่อสารเรื่องราวของแบรนด์ออกมาให้ผู้บริโภครับรู้ได้อย่างน่าสนใจ โอกาสที่ลูกค้าจะจดจำแบรนด์นั้นจะมีสูงกว่าแบรนด์ทั่ว ๆ ไป **การเพิ่มมูลค่าให้กับบริการ** การให้บริการนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ลูกค้านำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แม้ราคาและโปรโมชั่นอาจจะเป็นตัวดึงดูดหรือเรียกร้องให้ลูกค้าเกิดความสนใจ แต่ราคาไม่ใช่เหตุผลทั้งหมด ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรเพิ่มมูลค่าด้านการบริการเพื่อแข่งขันกับสินค้า Cross Border และผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่จะเข้ามาลงทุนในไทย เช่น บริการรับประกันคุณภาพสินค้า บริการรับเปลี่ยนคืนสินค้า บริการเก็บเงินปลายทาง บริการรับสินค้าจากจุดกระจายสินค้าใกล้บ้าน เป็นต้น **การเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วย** ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนและมีรายได้เพิ่มขึ้น และสุดท้ายคือ **ต้องเรียนรู้ที่จะนำข้อมูล (DATA) ของลูกค้ามาใช้ประโยชน์ในการทำตลาด** ถึงแม้ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่ม SMEs ซึ่งการได้มาซึ่งข้อมูลของลูกค้าอาจจะเป็นเรื่องยาก แต่ก็ควรต้องเร่งแสวงหาข้อมูลและนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยเร็วที่สุดเพื่อให้มีแต้มต่อในการแข่งขัน มีผู้กล่าวไว้ว่า **“ไม่มีสิ่งใดไร้ประโยชน์.. สิ่งใดเกิดขึ้นแล้วสิ่งนั้นดีเสมอ”** ทุกการเปลี่ยนแปลงย่อมมีผู้ได้เปรียบและเสียเปรียบอยู่ที่มุมมอง มองมุมบวกย่อมจะเกิดความคิดสร้างสรรค์ เกิดพลังที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองและสิ่งรอบตัว ในแง่การทำธุรกิจก็เช่นเดียวกัน

จัดทำโดย :

นางสาวเรวดี แก้วมณี

แหล่งข้อมูลอ้างอิง :

1. ศูนย์กระจายสินค้า “อาลีบาบา” อีคอมเมิร์ซไทยรับมืออย่างไร, Priceza Insights by Phattarasaya, 3 กันยายน 2562, <https://www.priceza.com>
2. คนจีนคลั่งแบรนด์ไทยสุดขีด อยากรู้เกิดต้องยึดโซเชียล, 10 พฤศจิกายน 2562, <https://mgronline.com>
3. วิเคราะห์ “ศูนย์กระจายสินค้า Alibaba” ถ้ามาแล้วจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง?, ทศพล กฤษญางค์พร, 9 สิงหาคม 2562, <https://www.beartai.com>
4. หลากมุมมองเขตปลอดอากร E-Commerce ที่ EEC, บงกชรัตน์ สร้อยทอง, 5 พฤศจิกายน 2562, <https://stockradars.news>

สรุปสถานการณ์การผลิต

ภาคอุตสาหกรรมเดือนธันวาคม และภาพรวมปี 2562

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

การผลิตภาคอุตสาหกรรมเดือนธันวาคม 2562 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการหดตัวของอุตสาหกรรมสำคัญ ๆ อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ อุตสาหกรรมการผลิตน้ำตาล และอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันปาล์ม อัตราการใช้กำลังการผลิตในเดือนธันวาคม 2562 อยู่ที่ร้อยละ 64.0 การผลิตภาคอุตสาหกรรมภาพรวมปี 2562 หดตัวร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน อัตราการใช้กำลังการผลิตปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 66.3

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมรายสาขาสำคัญ

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเดือนธันวาคม 2562 หดตัวร้อยละ 4.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สาขาอุตสาหกรรมการผลิตสำคัญที่หดตัว อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ อุตสาหกรรมการผลิตน้ำตาล และอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันปาล์ม



• **อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์** ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 19.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เป็นการลดลงเกือบทุกประเภท (ยกเว้นรถยนต์นั่งขนาดใหญ่) โดยเฉพาะรถปิกอัพ 1 คัน เนื่องจาก ความต้องการรถยนต์ในประเทศลดลงจากการที่ผู้บริโภคชะลอการซื้อจากการมีรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด รวมทั้งการส่งออกที่ลดลงจากภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัว



• **อุตสาหกรรมการผลิตน้ำตาล** ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 21.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีการเปิดหีบช้ากว่าปีก่อน รวมทั้งสภาพอากาศแห้งแล้งไม่เอื้อต่อการปลูกอ้อย ทำให้ผลผลิตน้ำตาลได้น้อยลง



• **อุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันปาล์ม** ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 31.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงจากน้ำมันปาล์มดิบและน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์เป็นหลัก เนื่องจากสภาพอากาศแปรปรวน ส่งผล

ให้ผลผลิตปาล์มออกสู่ตลาดน้อย

สำหรับสาขาอุตสาหกรรมการผลิตสำคัญที่ขยายตัว อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปรับอากาศ และอุตสาหกรรมการผลิตสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำสด แช่เย็นหรือแช่แข็ง



• **อุตสาหกรรมการผลิตคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง** ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 18.6 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เป็นการเพิ่มขึ้นจากสินค้า Hard Disk Drive เป็นหลัก เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่มีคำสั่งผลิตและส่งมอบสินค้าเพิ่มขึ้นจากการปิดฐานการผลิตที่ประเทศมาเลเซีย และความต้องการใช้ยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง



• **อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปรับอากาศ** ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 23.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน ลดพื้นที่และลดต้นทุนค่าดูแลรักษา



• **อุตสาหกรรมการผลิตสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำสด แช่เย็นหรือแช่แข็ง** ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 13.1 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยเพิ่มขึ้นทุกผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก มีปริมาณวัตถุดิบล้นตลาด ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถจัดหาวัตถุดิบมาป้อนกระบวนการผลิตได้มากขึ้น และเร่งผลิตเพื่อเก็บเป็นสต็อกไว้

การผลิตภาคอุตสาหกรรมภาพรวมปี 2562 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมหดตัวร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นผลมาจากการหดตัวของอุตสาหกรรมสำคัญ ๆ อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ และอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเคมี สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตสำคัญที่ขยายตัว อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปรับอากาศ และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อัตราการใช้กำลังการผลิตในปี 2562 อยู่ที่ร้อยละ 66.3

สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตสำคัญที่ขยายตัว อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปรับอากาศ และอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



• **อุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์** ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 6.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นการลดลงจากรถบรรทุกปิกอัพน้ำหนักบรรทุกทุก 1 ตัน เป็นหลัก เนื่องจากความต้องการรถยนต์ในประเทศลดลงจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศ และการจำกัดสินเชื่อของสถาบันการเงิน ประกอบกับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศลดลงจากภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ชะลอตัว



•อุตสาหกรรมการผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม

ดัชนีผลผลิตหดตัวร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจาก ช่วงครึ่งปีหลังของปี 2562 มีโรงกลั่นบางแห่งหยุดซ่อมบำรุงบางเดือน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น

สำหรับอุตสาหกรรมผลิตที่สำคัญขยายตัว อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปรับอากาศ และอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



•อุตสาหกรรมผลิตเครื่องปรับอากาศ

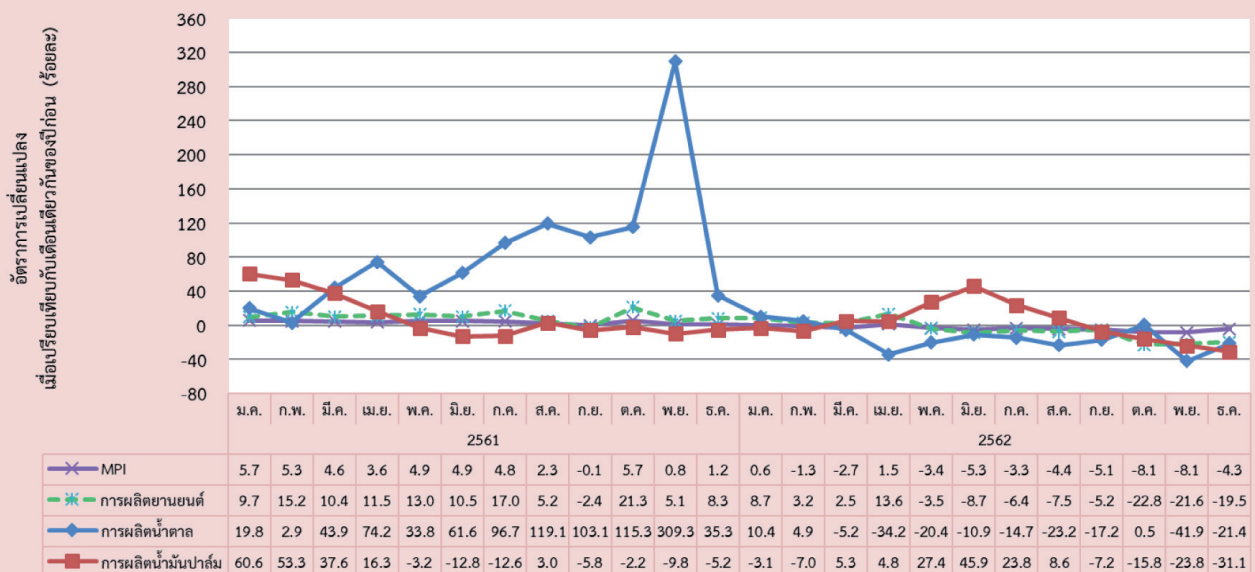
ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 10.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอาเซียนและอินเดีย ทำให้มีการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น



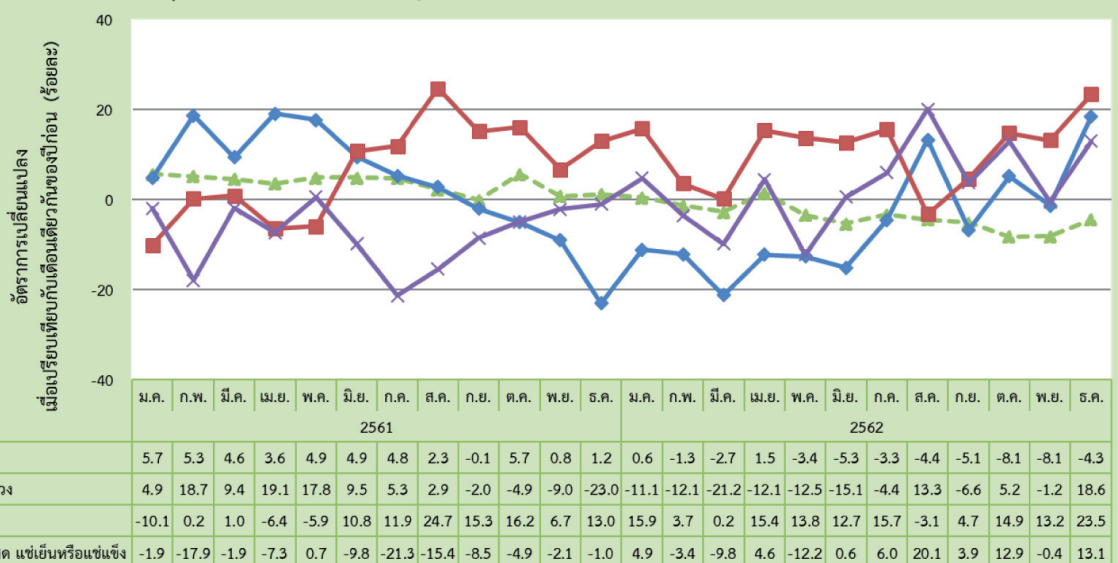
•อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ดัชนีผลผลิตขยายตัวร้อยละ 21.0 เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นการเพิ่มขึ้นจากเบียร์เป็นหลัก เนื่องจากมีการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย ส่งผลให้ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศขยายตัว

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมรายสาขาสำคัญที่หดตัวในเดือนธันวาคม 2562



ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมรายสาขาสำคัญที่ขยายตัวในเดือนธันวาคม 2562





กระทรวงอุตสาหกรรมจับมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผลักดันประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นฐานการผลิต

ยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญของโลก



ด ากกระแสเทคโนโลยี นวัตกรรม และสิ่งแวดล้อม ทำให้ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง โดยประเทศต่าง ๆ ได้กำหนดให้นโยบาย EV เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม (อก.) ร่วมกับ กระทรวงพลังงาน (พณ.) บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการผลักดันให้เกิดคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ เพื่อเป็นกลไกในการกำหนดนโยบาย และขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน ผู้มีส่วนได้เสีย และสิ่งแวดล้อม เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

กระทรวงอุตสาหกรรมในฐานะเจ้าภาพขับเคลื่อนประเด็นแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต โดยส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมยานยนต์ไปสู่ยานยนต์สมัยใหม่ เกิดการพัฒนาต่อยอดจากฐานอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของโลก เพื่อผลักดันให้เกิดกลไกในการกำหนดนโยบาย และขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศไทย ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้ลงนามในคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 38/2563 แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2563 โดยมีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมายเป็นประธาน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรี

ว่าการกระทรวงคมนาคม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน ปลัดกระทรวงการคลัง ปลัดกระทรวงคมนาคม ปลัดกระทรวงพลังงาน เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เลขาธิการสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประธานสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย นายกษมาคม อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง เป็นกรรมการ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นกรรมการ และเลขานุการ และผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน ร่วมเป็นกรรมการ และผู้ช่วยเลขานุการ มีหน้าที่ กำหนดทิศทาง และเป้าหมาย รวมทั้งบูรณาการ และติดตามประเมินผลการดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศไทยให้เป็นไปตามแผนงานและกรอบแนวทางที่กำหนด ตลอดจนให้คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้นโยบายการพัฒนาของประเทศไทยเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะรัฐมนตรี โดยที่ผ่านมาระบบอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดมาตรการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้าที่สำคัญ อาทิ มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อสร้างอุปทาน (Supply) มาตรการกระตุ้นตลาดภายในประเทศ (Demand) มาตรการเตรียมความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน มาตรการจัดทำมาตรฐานรถยนต์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ และมาตรการอื่น ๆ อาทิ การพัฒนาบุคลากร โดยมีผลการดำเนินการที่สำคัญ คือ มีผู้ได้รับ



การส่งเสริมการลงทุนภายใต้นโยบายส่งเสริมการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของ BOI ประกอบด้วย กลุ่มรถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle : HEV) จำนวน 4 ราย กลุ่มรถยนต์ไฟฟ้าไฮบริดปลั๊กอิน (Plug-in Hybrid Electric Vehicle : PHEV) จำนวน 6 ราย และกลุ่มรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle : BEV) จำนวน 7 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 25 มกราคม 2563 นอกจากนี้ยังสนับสนุนงบประมาณในการติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้า รวมกว่า 80 หัวจ่าย และการประกาศมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมด้านยานยนต์ไฟฟ้า รวม 11 ฉบับ ใน 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มตัวเสียบและเต้ารับของรถไฟฟ้า (2) กลุ่มระบบการประจุไฟฟ้าของรถไฟฟ้า (3) กลุ่มความปลอดภัยยานยนต์ไฟฟ้า และ (4) กลุ่มด้านสมรรถนะ

อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินการตามมาตรการสนับสนุนการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย พบว่า ยังมีปัญหาอุปสรรค โดยเฉพาะยานยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (BEV) ได้แก่ รถยนต์สาธารณะไฟฟ้า และรถยนต์ส่วนบุคคล ที่มีราคาสูงเกินไป ทำให้



ประชาชนไม่สามารถเข้าถึงได้ และเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาโครงข่ายสถานีอัดประจุไฟฟ้า รวมไปถึงการเตรียมการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต เพื่อให้ไทยก้าวไปสู่การเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สำคัญ อาทิ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และดิจิทัล จำเป็นต้องมีกลไกเฉพาะในการกำหนดนโยบาย และขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ เพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์และส่งเสริมการสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Eco-System) ที่จำเป็น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม



จากปัญหาอุปสรรคดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรม เห็นว่าการจัดตั้งกลไกเฉพาะเพื่อบูรณาการกำหนดนโยบาย และขับเคลื่อนการพัฒนาของยานยนต์ไฟฟ้า จะทำให้การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเกิดประโยชน์ต่อประเทศสูงสุด รวมทั้งคำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน โดยการระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเร่งรัดการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า ชิ้นส่วน และอุปกรณ์ รวมทั้งอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี นวัตกรรม และการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้น กระทรวงอุตสาหกรรม ในฐานะกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ พร้อมมุ่งมั่นผลักดันเพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพที่สำคัญของโลกในอนาคต และที่สำคัญ คือ การพัฒนาที่ยานยนต์ที่ช่วยลดการปล่อยมลพิษทางอากาศ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เศรษฐกิจและสังคมไทยเติบโตอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืน

จัดทำโดย :
กองบรรณาธิการ

แหล่งข้อมูลอ้างอิง :
คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 38/2563
เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ





“หมอกสีขาว”

ภัยร้ายที่ไม่ควรมองข้าม

กองวิจัยเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

“หมอกสีขาว” ในตอนเช้าจริง ๆ แล้วไม่ใช่หมอกนะ มันคือฝุ่นละอองขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอนหรือที่เรารู้จักกันในชื่อ “PM2.5” วันนี้เราจะมาทำความรู้จักกับ PM ซึ่งย่อมาจาก Particulate Matter หรือหน่วยวัดขนาดของอนุภาคที่อยู่ในอากาศ ดังนั้น PM2.5 ที่เรารู้จักกันดีคือ อนุภาคที่มีขนาดไม่เกิน 2.5 ไมครอนหรือไมครอน หากนำไปเปรียบเทียบกับขนาดเส้นผมของเราที่มีขนาด 50 – 70 ไมครอน โดยฝุ่นละอองนี้มีขนาดเพียง 1 ใน 25 ส่วนของเส้นผ่านศูนย์กลางเส้นผมของมนุษย์ ซึ่งจะเล็กมากจนขนจมูกของมนุษย์ไม่สามารถกรองได้ทำให้สามารถแพร่กระจายเข้าสู่ร่างกายได้ การเกิดฝุ่นละออง PM2.5 มีที่มาจากปัจจัยมากมาย อาทิ ยานพาหนะจำพวกที่ใช้ น้ำมันดีเซลเป็นหลัก การเผาในที่โล่ง จากฝุ่นดิน และฝุ่นโลหะ หรือ จะเกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมโดยเฉพาะโรงงานที่มีการเผาไหม้เชื้อเพลิงต่าง ๆ ที่มีองค์ประกอบ



ภาพจาก : kapook.com

ของซัลเฟอร์สูงจำพวก น้ำมันดีเซล ถ่านหิน น้ำมันเตา และส่วนประกอบของไบโอดีเซล (เศษหญ้า เศษไม้ เศษวัสดุเหลือทิ้งจากเกษตรหรือจากอุตสาหกรรม) และการเกษตรกรรม โดยการทำนาของเกษตรกรยังใช้การเผาหน้าดินเป็นส่วนหนึ่งของการทำนา การทำเหมืองแร่และการขุดเจาะหินของภาคอุตสาหกรรมเหมืองแร่และหิน เป็นต้น นอกจากนี้ในช่วงปลายปี 2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีความกดอากาศค่อนข้างสูงจากจีน รวมถึงในช่วงที่ผ่านมาลมสงบจึงทำให้ฝุ่นละอองไม่กระจายตัวเกิดการสะสมในอากาศ ส่งผลให้หลายพื้นที่ในประเทศไทย ปกคลุมไปด้วยฝุ่นละออง PM2.5 จำนวนมากเกินกว่ามาตรฐาน (100 ไมโครกรัม/ลูกบาศก์เมตร)

ฝุ่นละออง PM2.5 นั้นอาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ยกตัวอย่างเช่น การที่ฝุ่นละออง PM2.5 ปกคลุมไปทั่วทำให้ประชาชนไม่ยอมออกมาใช้จ่ายรวมไปถึงการท่องเที่ยว และไม่ใช่แต่ประชาชนในประเทศเท่านั้น ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากฝุ่นละออง PM2.5 ที่เกินมาตรฐานอาจต้องชะลอตัวจากผลกระทบด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมของไทยชะลอตัวได้ โดยอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจะเป็นอุตสาหกรรมจำพวกที่จำเป็นต้องใช้การเผาไหม้เชื้อเพลิงต่าง ๆ ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมอาจจะมียอดการผลิตที่ลดลงจากเดิม เนื่องจากนโยบายของรัฐต้องขอความร่วมมือเพื่อตรวจสอบกระบวนการการผลิตต่าง ๆ ในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อการผลิตที่อาจล่าช้าลงไปบ้าง และยังมีผลต่อด้านแรงงานเนื่องจากฝุ่นละออง PM2.5 เมื่อได้รับเข้าร่างกายในปริมาณที่มากจะส่งผลกระทบต่อ

ต่อสุขภาพร่างกายของแรงงานทำให้มีความเสี่ยงในการเกิดโรคในระบบทางเดินหายใจ โรคหลอดเลือดในสมอง โรคหัวใจขาดเลือด โรคมะเร็งปอด ระบบประสาทและสมอง เป็นต้น โดยล่าสุดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลกพบว่า มีการตรวจพบค่า PM2.5 เกินมาตรฐานในช่วงวันที่ 1-20 มกราคมที่ผ่านมา โดยมีการพบผู้ป่วยจากโรคระบบทางเดินหายใจในพื้นที่ 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 3,516 คน

ทั้งนี้ ทางภาครัฐได้มีการออกนโยบายในการแก้ไขปัญหาฝุ่นละออง PM2.5 โดยรัฐบาลขอชี้แจงเพื่อความเข้าใจว่ารัฐบาลไม่ได้มีความเห็นว่าเป็นเรื่องฝุ่นละอองเป็นเรื่องปกติและไม่เคียดคิดว่าจะไม่ให้ความสำคัญ สำหรับแผน 9 ข้อในการสู้กับฝุ่นของคณะรัฐมนตรี ได้แก่

1. ล้างถนนบ่อยขึ้นตั้งแต่เวลา 18.00 - 06.00 น. ของทุกวัน
2. แจกหน้ากากอนามัย N95 ในพื้นที่ที่มีประชาชนเยอะ และให้ความสำคัญไปที่กลุ่มเสี่ยง ผู้ป่วย คนชรา เด็ก และผู้ปฏิบัติงานใกล้ชิดกับแหล่งกำเนิด
3. เข้มงวดตรวจจับรถควันดำและบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด ทั้งรถยนต์ขนาดใหญ่ รถยนต์ขนาดเล็ก รวมถึงรถสาธารณะ
4. ตั้งคณะกรรมการปัญหาฝุ่นละอองจากรถไฟฟ้า
5. ตั้งคณะทำงานแก้ไขปัญหาจากการก่อสร้าง
6. อำนวยความสะดวกจากการจราจรให้ดีขึ้น
7. ห้ามเผาขยะในที่โล่ง
8. รณรงค์ไม่ติดเครื่องยนต์ขณะจอด
9. ปฏิบัติการฝนหลวง

ทั้งนี้หลังจากนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ เริ่มดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาฝุ่นละออง PM2.5 จะสัมฤทธิ์ผลได้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของภาคเอกชนและประชาชนทุกคนในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาและลดปริมาณฝุ่นละออง PM2.5 ควบคู่ไปกับนโยบายการกระตุ้นและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เดินหน้าอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนในอนาคต

จัดทำโดย :

นายวัชรกร นามแก้ว
นักศึกษาดิจิทัล

แหล่งข้อมูลอ้างอิง :

- <https://www.diw.go.th/hawk/default.php>
- <https://www.frank.co.th/>
- <https://www.roojai.com/>
- <http://www.plkhealth.go.th/www/>



ภาพจาก : naatadee.com



นายทงชัย สวัสดิ์สวัสดิ์ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมด้วยคณะผู้บริหารระดับสูงกระทรวงอุตสาหกรรม และนายทงชัย ขวลิทธิเชษฐ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ร่วมด้วยคณะผู้บริหารข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ สศอ. ร่วมถวายภัตตาหารเช้า และทำบุญตักบาตร เนื่องในโอกาสวันขึ้นปีใหม่ พุทธศักราช 2563 วันที่ 9 มกราคม 2563 ณ อาคารสำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



นายทงชัย ขวลิทธิเชษฐ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นประธานเปิดโครงการฝึกอบรม เรื่อง “การลด และคัดแยกขยะมูลฝอยใน สศอ.” โดยมี นายบัญชาการ วินัยพานิช นักวิชาการสิ่งแวดล้อมชำนาญการ กรมควบคุมมลพิษ เป็นวิทยากรบรรยาย วันที่ 8 มกราคม 2563 ณ อาคารสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



นายอิทธิชัย ยศศรี รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เป็นประธานเปิดการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาและรับฟังข้อคิดเห็นโครงการศึกษาแผนภาพอนาคตของภาคอุตสาหกรรม (Industry Foresight) เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสู่อุตสาหกรรม 4.0 วันที่ 14 มกราคม 2563 ณ โรงแรมเดอะ ทวิน ทาวเวอร์

นายทงชัย ขวลิทธิเชษฐ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม แถลงข่าวดัชนีอุตสาหกรรมเดือนธันวาคม 2562 ไตรมาสที่ 4 และภาพรวมปี 2562 วันที่ 29 มกราคม 2563 ณ อาคารสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สศอ.

- ▶ เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าข้อมูลสารสนเทศด้านอุตสาหกรรมสาขาต่าง ๆ
- ▶ เป็นแหล่งรวมข้อมูลสารสนเทศของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
- ▶ เป็นแหล่งรวบรวมผลงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมรายสาขาต่าง ๆ
- ▶ ให้บริการแก่บุคคลภายนอกและผู้สนใจ
- ▶ เป็นแหล่งพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้

สิ่งที่พบได้ในศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สศอ.

- ▶ หนังสือทั่วไป ทั้งภาษาไทย/ภาษาต่างประเทศ
- ▶ หนังสือวิชาการ จากหน่วยงานราชการ/กระทรวงต่าง ๆ และสิ่งพิมพ์พิเศษ
- ▶ วารสารและนิตยสารบันเทิง
- ▶ วารสารวิชาการ เกี่ยวกับเงิน, เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมสาขาต่าง ๆ
- ▶ ซีดี/ดีวีดี บันเทิง วิชาการและภาษา



- ▶ เครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับสืบค้นออนไลน์
- ▶ ทำบัตรสมาชิกห้องสมุด
- ▶ บริการยืม-คืน
- ▶ วารสารและสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง
- ▶ ตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าภายในห้องสมุด
- ▶ แนะนำการใช้สารสนเทศข้อมูล



พร้อมให้บริการ
www.elibrary.oie.go.th

ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สศอ.



ทางเข้า

ชั้น 2 อาคารสำนักงาน สศอ.

Location

