



กรณีศึกษาอุตสาหกรรม Made in China 2025
ที่กระทบกับการส่งออกยางพาราไทย

โดย

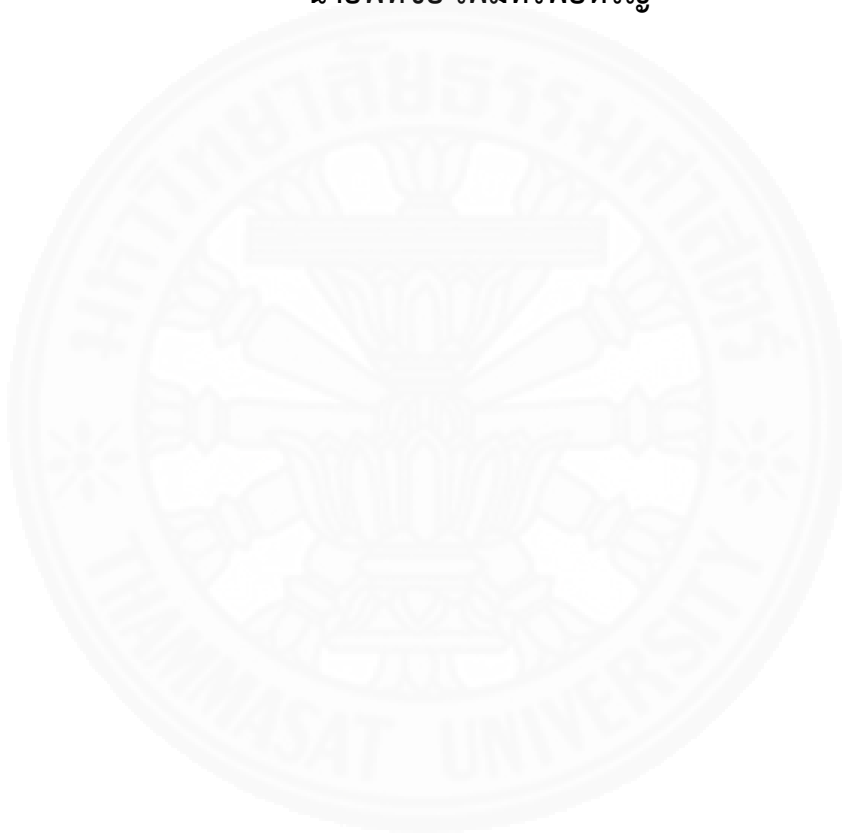
นายพัทชัย เพิ่มทรัพย์หิรัญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรณีศึกษาอุตสาหกรรม Made in China 2025
ที่กระทบกับการส่งออกยางพาราไทย

โดย

นายพัทชัย เพิ่มทรัพย์หิรัญ



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE CASE STUDY OF MADE IN CHINA 2025 STRATEGY
THAT HAS AFFECTED THAI RUBBER EXPORTS

BY

MR. PATCHAI PERMSUBHIRUN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM IN GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2019
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายพัทชัย เพิ่มทรัพย์หิรัญ

เรื่อง

กรณีศึกษายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่กระทบกับการส่งออกยางพาราไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 10 มกราคม 2563

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



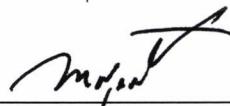
(รองศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. สุทธิกร กิ่งแก้ว)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(อาจารย์ ดร. พงษ์วงศ์ คัมภีร์รักษ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. รุธีร์ พนมยงค์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	กรณีศึกษายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่กระทบกับการส่งออกยางพาราไทย
ชื่อผู้เขียน	นายพัทชัย เพิ่มทรัพย์ศิริ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร. สุทธิกร กิ่งแก้ว
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราไทย ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวนั้นเป็นการพัฒนาเงินจากประเทศที่เรียกได้ว่าเป็น “โรงงานของโลก” สู่ “นวัตกรรมของโลก”

การเปลี่ยนแปลงนั่นเองเป็นจุดจุดชนวนให้เกิด สงครามการค้า (Trade War) ซึ่งสหรัฐอเมริกาต้องการสกัดไม่ให้จีนพัฒนาไปสู่ประเทศแห่งนวัตกรรมแทนที่ตนเอง โดย Made in China 2025 นั้นจะพัฒนาอยู่ภายใต้ 10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคตของจีน ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่จะปูพื้นฐานไปสู่อุตสาหกรรมไฮเทคในอนาคต หากแต่ประเด็นสำคัญอยู่ตรงที่ กลยุทธ์การรวมกันในแนวตั้ง (Vertical Integration) ด้วยการสร้างห่วงโซ่การผลิตผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศ (Supporting Industry) ทั้งการจัดหาวัตถุดิบหรือการผลิตชิ้นกลางจนถึงปลายน้ำ ล้วนแล้วแต่จะทำในประเทศทั้งสิ้น จนอาจจะส่งผลกระทบต่อ การหยุดชะงัก หรือการขาดตอนของห่วงโซ่อุปทานเดิมของประเทศคู่ค้าของจีน (Regional Supply Chain Disruption) ซึ่งประเทศไทยส่งออกอันดับหนึ่งคือ ประเทศจีน และสินค้าหลักที่ส่งออกเป็นอันดับหนึ่งคือ ยางพารา จากผลการวิจัยนั้นสามารถสรุปได้โดยผู้วิจัยได้เรียบเรียงข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ แนวทางการแก้ไขปัญหาของภาครัฐบาลและเอกชน การปรับตัวต่อแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวที่อาจจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกไทยทั้งระยะสั้นและระยะยาวได้

คำสำคัญ: Made in China 2025, Trade War, ยางพารา , การส่งออก

Independent Study Title	THE CASE STUDY OF MADE IN CHINA 2025 STRATEGY THAT HAS AFFECTED THAI RUBBER EXPORTS
Author	Mr. Patchai Permsubhirun
Degree	Master of Business Administration
Major Field/Faculty/University	Program in Global Business Management Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Suthikorn Kingkaew, Ph.D.
Academic Year	2019

ABSTRACT

The objective of this research is to study “The case study of Made in China 2025 strategy that has affected Thai rubber exports” China’s new strategic plan is to Improving China from a country known as “Factory of the world” to “Innovation of the world”

That changes triggered a trade war, which the United States wanted to prevent China from developing into an innovative country. “Made in China 2025” will be developed under the 10 industries of China's future. The strategy that will lay the foundation for the high-tech industry in the future. But the key point is that Vertical integration strategy by creating production chains through the development of supporting the industry in the country either raw material procurement, production upstream and downstream, all are made in the country. Therefore, it may affect the disruption of the original supply chain of the partner country of China (Regional Supply Chain Disruption) . Thailand exports number one is China, and the rubber is the main product. The results of the research can be summarized by the researcher compiling the information obtained from interviews with entrepreneurs. Guidelines for solving problems of government and private sectors. Adaptation to the said strategic plan that may affect Thai exports, both short and long term.

Keywords: Made in China 2025, Trade War, Rubber, Export

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้ถ้าหากไม่ได้รับความอนุเคราะห์ที่ดีจาก อาจารย์ ดร. สุทธิกร กิ่งแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำที่ดี ตลอดจนแนวทาง ในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ และยิ่งไปกว่านั้น ต้องขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช และ อาจารย์ ดร. พานวงค์ คัมภีรารักษ์ ที่กรุณาสละเวลา และให้เกียรติมาเป็นประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ พร้อมให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนกำลังใจในการทำงานให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี อีกทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่าง ๆ ที่ได้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลามาให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ซึ่งการที่ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่อการวิจัยนั้น เป็นประโยชน์มากต่อ งานวิจัยดังกล่าว และต้องขอขอบพระคุณ มารดา บิดา ตลอดจน ญาติ มิตรสหาย ต่าง ๆ ที่ได้ร่วมให้ กำลังใจตลอดจนรับฟัง พร้อมให้คำแนะนำต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วง ไปด้วยดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจใน เรื่องของยุทธศาสตร์ Made in China 2025 และผู้ที่สนใจในเรื่องของการส่งออกยางพารา หรือ ผู้ที่ จะประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยางพารา และผู้สนใจทั่วไปเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะต่อไป

นายพัทชัย เพิ่มทรัพย์ศิริณู

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.1.1 ภาพรวมที่มาสำคัญของปัญหา	1
1.1.2 แนวคิดริเริ่มของ Made in China 2025	4
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	7
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.5 คำถามของการศึกษา	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและบทความที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับ Made in China 2025	9
2.1.1 การเปลี่ยนผ่านจาก Indigenous Innovation สู่ Made in China 2025	9
2.1.2 จุดเริ่มต้นของ Made in China 2025	10
2.1.3 แผนการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ของ Made in China 2025	13
2.1.2 ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 กับ 10 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
2.1.4 Made in China 2025 สู่เวทีโลก	17
2.1.5 อนาคตของ Made in China 2025	17

2.2 แนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และการกีดกันทางการค้า	20
2.2.1 ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ	20
2.2.2 ลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism)	20
2.2.3 ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage)	20
2.2.4 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)	21
2.2.5 ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (National Competitive Advantage)	22
2.2.6 การกีดกันทางการค้าต่างประเทศ	22
2.2.7 มาตรการปกป้องทางการค้าระหว่างประเทศ - มาตรการทางภาษี	22
2.2.8 มาตรการปกป้องทางการค้าระหว่างประเทศ - มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี	23
2.2.8.1 การจำกัดการนำเข้า	23
2.2.8.2 การอุดหนุนผู้ผลิตภายในประเทศ	23
2.2.8.3 การอุดหนุนการส่งออก	23
2.3 ทฤษฎี Diamond Model (Michael E. Porter)	24
2.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 4 ด้านของ ทฤษฎี Michael E. Porter	24
2.4 บทความที่เกี่ยวข้อง	28
2.5 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)	36
2.6 สมมติฐานงานวิจัย (Research Hypothesis)	37
 บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	 38
3.1 คำถามงานวิจัย	38
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.2.1 ชุดของคำถาม และประเด็นสัมภาษณ์ (Guild line)	38
3.2.2 การบันทึกเสียงสัมภาษณ์ (Recorder)	39
3.2.3 การจดบันทึก (Memorandum)	39
3.3 แนวทางในการสัมภาษณ์	39
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	40
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	41
3.5 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	41

บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	42
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	42
4.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า	43
4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบจากห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain Effect)	52
4.3.1 ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การบริโภคยางพาราในจีนเพิ่มมากขึ้น	53
4.4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน (Substitution Effect)	60
4.5 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ	66
4.5.1 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออกยางพารา	66
4.5.2 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราในประเทศ	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	73
5.1 สรุปผลการวิจัย	73
5.1.1 ปัญหาเรื่องสงครามการค้า (Trade War)	73
5.1.2 ปัญหาการย้ายฐานการผลิตใหม่	75
5.1.3 ปัญหาเรื่องพื้นที่เพาะปลูกยางพารา	77
5.1.4 ปัญหาราคายางพาราตกต่ำ และสินค้าทดแทน	78
5.1.4.1 ปัญหายางพาราล้นตลาด	78
5.1.4.2 ปัญหาจากสงครามการค้า (Trade War)	80
5.1.4.3 ปัญหาสินค้าทดแทน	81
5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย	82
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย	82
5.4 ข้อเสนอแนะในอนาคต	82
รายการอ้างอิง	83
ประวัติผู้เขียน	85

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า	44
4.2 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า	47
4.3 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า	50
4.4 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบจากห่วงโซ่การผลิต	54
4.5 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบจากห่วงโซ่การผลิต	57
4.6 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบจากห่วงโซ่การผลิต	59
4.7 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน	61
4.8 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน	62
4.9 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน	65
4.10 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ	69
4.11 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ	70
4.12 สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ	71

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	Thailand Exports to China Data Future Trend from 2008-2028	3
1.2	Thailand's Top 10 Exports List by Percentage	3
1.3	Thailand's Top 10 Exports List	4
2.1	Chinese productivity	11
2.2	Made in China 2025 Industry Aims	12
2.3	การเตรียมความพร้อมสำหรับการมาของนโยบาย Made in China 2025	19
2.4	แสดงกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์ (Diamond Model)	27
2.5	กรอบแนวคิดการวิจัย	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

1.1.1 ภาพรวมที่มาสำคัญของปัญหา

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาถ้าหากจะวิเคราะห์ว่าทำไมเศรษฐกิจโลกมีความถดถอยหนึ่งในสาเหตุสำคัญนั้นคือความตึงเครียดระหว่างสหรัฐกับจีนที่ได้มีการยกระดับสูงสุดที่สูงที่สุดครั้งหนึ่งที่มีผลกระทบมาจากสงครามการค้าที่ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจทั่วโลก

ถึงแม้ว่าขณะนั้นทั้งจีนและสหรัฐ ทั้งสองฝ่ายจะมีข้อตกลงร่วมกันในการสงบศึกกันชั่วคราวแต่ว่ารากเหง้าของปัญหาที่สั่งสมมาเป็นเวลานานคงจะไม่สามารถคลี่คลายได้ภายในระยะเวลาอันไม่กี่เดือน เพราะฉะนั้นการศึกษาเรื่อง Made in China 2025 ของผู้วิจัยนั้นจะศึกษาเจาะลึกตั้งแต่การเกิดขึ้นของสงครามการค้าจีนและสหรัฐที่เกิดขึ้นมาจากการสกัดกั้นของสหรัฐอเมริกา โดยไม่ต้องการให้เงินก้าวเข้ามาเป็นเบอร์หนึ่งแทนสหรัฐอเมริกา ซึ่งผลกระทบดังกล่าวยาวนานและกระทบไปเป็นวงกว้าง โดยสงครามการค้าที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นเพียงการเริ่มต้นจากแค่จุดเริ่มต้นเล็ก ๆ เท่านั้นแต่ก็ขยายวงกว้างกลายเป็นสงครามระหว่างชาติมหาอำนาจของโลกในเวลาต่อมา ประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์ ชนะการเลือกตั้งที่มาพร้อมกันนโยบาย America First หรืออเมริกาต้องมาก่อน โจมตีการค้าระหว่างสองมหาอำนาจเป็นการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยอ้างรัฐบาลจีนแทรกแซงตลาดด้วยการปกป้องและช่วยเหลืออุตสาหกรรมไฮเทค บังคับให้บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนถ่ายทอดเทคโนโลยีและขโมยทรัพย์สินทางปัญญาของสหรัฐ และยังโจมตีองค์การการค้าโลก (World Trade Organization) ว่าไร้ประสิทธิภาพและจะถอนสหรัฐออกจากการเป็นสมาชิก

โดยจุดเริ่มต้นของสงครามการค้าเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2018 ในการตั้งกำแพงภาษีแผง โซลาร์เซลล์และเครื่องซักผ้าที่จีนเป็นผู้ส่งออกอันดับต้นๆ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ จากนั้น การตั้งกำแพงภาษี อะลูมิเนียม และเหล็กในวันที่ 8 มีนาคมที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลกทั้งชาติคู่แข่งและพันธมิตร โดยอ้างเหตุผลเพื่อปกป้องความมั่นคงของชาติ ทำให้การตอบโต้จากฝ่ายจีนเกิดขึ้นซึ่งเป็นเวลาเกือบ 1 ปีที่สงครามการค้าระหว่างกันเกิดขึ้นและร้อนระอุ ไม่มีทีท่าว่าทั้งสองฝ่ายจะวางมือกันซึ่งถึงปัจจุบันสงครามการค้าระหว่างชาติมหาอำนาจทั้งสองก็มีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยหัวใจหลักที่สำคัญของแต่ละฝ่ายนั้นก็คือ สินค้าประเภทนวัตกรรม และสินค้าไฮเทค โดยทั้งคู่ต่างเล่นงานอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของแต่ละฝ่ายสหรัฐพุ่งทะลุสินค้าเทคโนโลยีตามนโยบาย Made in China 2025 ของจีน ส่วนจีนก็ตอบโต้กลับในสินค้าเกษตร เนื่องจากเกษตรกรเป็นฐานเสียงที่สำคัญของประธานาธิบดีทรัมป์ และในที่สุดทั้งสองชาติก็ต้องหันหน้าเข้าหากันอีกครั้งในวันที่ 1 ธันวาคม

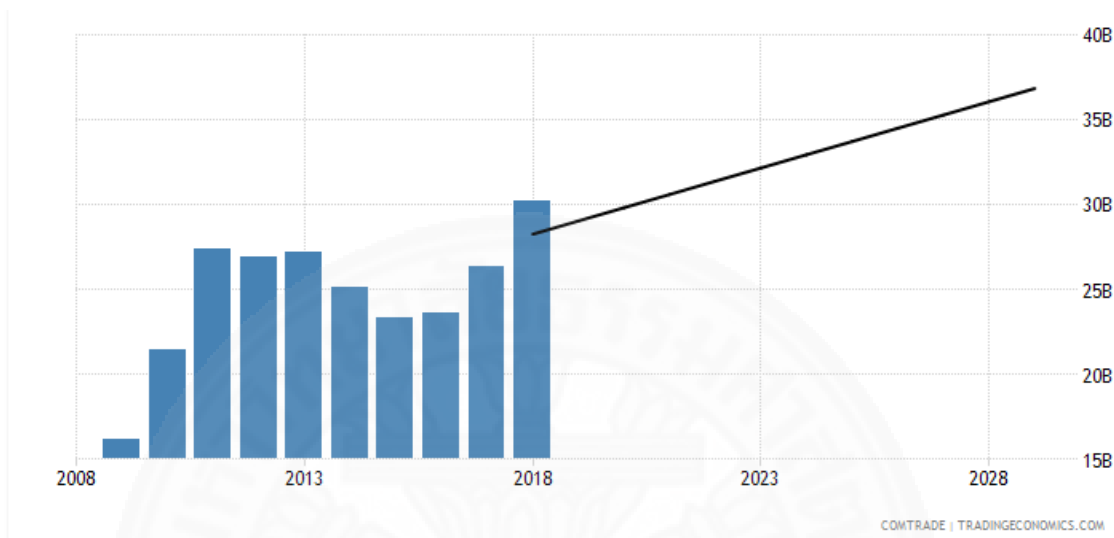
2018 โดยตกลงเจรจาสงบศึกกันและกันเป็นเวลา 90 วัน โดยทั้งคู่ต่างส่งสัญญาณประนีประนอม สหรัฐขึ้นภาษีสินค้าจีนในวันที่ 1 มกราคมออกไป ในขณะที่จีนก็ระงับการขึ้นภาษีรถยนต์นำเข้าจาก สหรัฐและกลับมาซื้อถั่วเหลืองสหรัฐอีกครั้ง แต่ยังเป็นปริมาณที่น้อยมากซึ่งสงครามการค้าผ่านมาแล้ว เกือบ 1 ปี

แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ของประธานาธิบดี สี จิ้นผิง เป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศจีนให้มีคุณภาพมากขึ้น โดยเปลี่ยนรูปแบบการผลิตที่เน้นปริมาณสู่ การผลิตที่เน้นคุณภาพในการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมาพร้อมด้วย อุตสาหกรรมสำคัญในการใช้ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 นี้มีทั้งหมด 10 ประเภทด้วยกัน อาทิ เทคโนโลยีสารสนเทศ เรือท่า อากาศ ยาน รถยนต์ที่เป็นรถยนต์อัจฉริยะ รวมถึงยาและเครื่องมือทางการแพทย์ และอุปกรณ์ไฮเทคทาง การเกษตร โดยพัฒนาการทางเศรษฐกิจและการเมืองของจีนที่เน้นยุทธศาสตร์นี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ สร้างความกังวลให้แก่ประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์ ผู้นำสหรัฐจนนำไปสู่การทำสงครามการค้ากับจีน ซึ่งทำให้สหรัฐมีความรู้สึกที่จีนจะเป็นภัยคุกคามสหรัฐ โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และใน ด้านของการพัฒนาที่รวดเร็วของจีน ซึ่งสหรัฐได้กล่าวหาจีนว่าแต่เดิมบริษัทที่จะเข้ามาลงทุนในจีนนั้น จำเป็นต้องถ่ายทอดเทคโนโลยี (Transferring Innovation) ซึ่งสหรัฐเรียกว่าเป็นการขโมยเทคโนโลยี การพัฒนาดังกล่าวนั้นเป็นที่มาสำคัญและผลกระทบต่อเนื่องมากมาย

โดยผลกระทบที่เป็นวงกว้างสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้อยู่ที่ผลกระทบต่อเนื่องจาก นโยบาย Made in China 2025 ที่เป็นแผนยุทธศาสตร์แห่งชาติในการพัฒนาประเทศ และพัฒนา อุตสาหกรรมทั้งหมด 10 อุตสาหกรรม ซึ่งแต่ละอุตสาหกรรมก็ล้วนแล้วแต่เป็นอุตสาหกรรมไฮเทค รวมถึงการประสานเทคโนโลยีสารสนเทศร่วมด้วย ประเด็นสำคัญของแผนดังกล่าวที่กระทบต่อภาค การส่งออกของไทยนั้นอยู่ที่ ทางการจีนมีแนวคิดที่จะปรับใช้กลยุทธ์การรวมกันในแนวตั้ง (Vertical Integration) ด้วยการพัฒนาการสร้างห่วงโซ่การผลิตผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) ภายในประเทศเท่านั้น ในแง่ของการจัดหาวัตถุดิบ การป้อนวัตถุดิบหรือการผลิตสินค้าชั้น กลางพร้อมกับการพัฒนาสินค้าหรือบริการแห่งอนาคตล้วนแต่ผลิตในประเทศ จนอาจส่งผลต่อการค้นหา วัตถุดิบจากสินค้าอุตสาหกรรมชั้นกลางจากต่างประเทศที่เป็นคู่ค้าเดิมของจีน (Regional Supply Chain Disruption) ซึ่งอ้างอิงจากภาพประกอบจาก Trading Economics, Thailand Exports to China ในปีที่ผ่านมาข้อมูลค่าประมาณ 30.18 ล้านเหรียญสหรัฐ¹ ถือได้ว่าสำหรับไทยนั้นจีนยังคงเป็นตลาด ส่งออกอันดับหนึ่ง ในส่วนของผลิตภัณฑ์จากเม็ดพลาสติก ยางพารา และผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์อื่น ๆ นับได้ว่าปัจจัยดังกล่าวล้วนส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทย

¹ Thailand Exports to China was US\$30.18 Billion during 2018, according to the United Nations COMTRADE database on international trade.

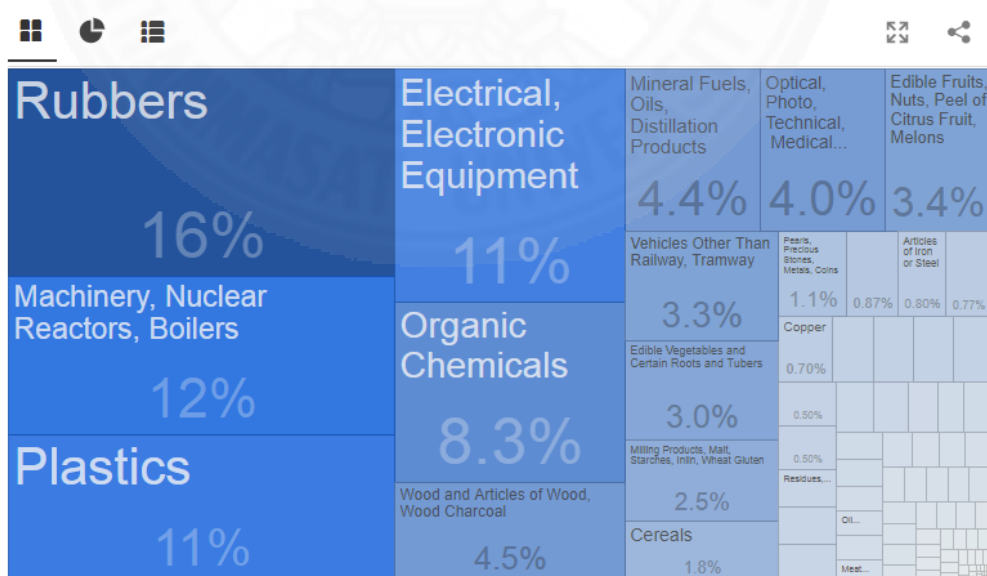
ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาจากกรณีศึกษาดังกล่าว เพื่อที่จะทำบทสรุป แผน ในระยะยาวสำหรับผู้ส่งออกไทยว่าควรมีการพัฒนาขีดความสามารถในการยกระดับไปทางไหน เพื่ออาศัยความได้เปรียบของอุตสาหกรรมไฮเทคของจีนเพื่อปรับตัวให้เข้ากันในอนาคตต่อไป



ภาพที่ 1.1 Thailand Exports to China Data Future Trend from 2008-2028

จาก <https://tradingeconomics.com/thailand/exports/china>

Thailand Exports to China



ภาพที่ 1.2 Thailand's Top 10 Exports List by Percentage

จาก <https://tradingeconomics.com/thailand/exports/china>

	Value	Year
Rubbers	\$4.80B	2018
Machinery, nuclear reactors, boilers	\$3.66B	2018
Plastics	\$3.41B	2018
Electrical, electronic equipment	\$3.23B	2018
Organic chemicals	\$2.50B	2018
Wood and articles of wood, wood charcoal	\$1.36B	2018
Mineral fuels, oils, distillation products	\$1.31B	2018
Optical, photo, technical, medical apparatus	\$1.22B	2018
Edible fruits, nuts, peel of citrus fruit, melons	\$1.02B	2018
Vehicles other than railway, tramway	\$1.01B	2018

ภาพที่ 1.3 Thailand's Top 10 Exports List

จาก <https://tradingeconomics.com/thailand/exports/china>

1.1.2 แนวคิดริเริ่มของ Made in China 2025

การทำสงครามระหว่างกันของสองชาติมหาอำนาจนั้น สิ่งที่สหรัฐอเมริกาโจมตีจีนอย่างหนักก็คือ นโยบายยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ซึ่งคำนี้เองกล่าวโดย นายกรัฐมนตรี หลี่ เค่อเฉียง ที่เป็นผู้ริเริ่มประกาศอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา จีนก็ได้มีนโยบายผลักดันยุทธศาสตร์ Made in China 2025 โดยแนวความคิดริเริ่มของจีนนั้นแต่เดิม โดนใจมตัวอย่างหนักกว่าเป็นผู้ที่ขโมยทรัพย์สินทางปัญญาจากสหรัฐ และประเทศต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในจีน จำเป็นต้องถ่ายทอดนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับจีนด้วย (Indigenous Innovation) รวมทั้ง การเติบโตของเศรษฐกิจจีนที่เน้นแต่คุณภาพต่ำ เป็นโรงงานผลิตของโลกทำให้ต้นทุนค่าแรงนั้นค่อยๆ ปรับตัวขึ้น นอกจากนั้นแล้วยังไม่รวมปัญหาแรงงานในอนาคตที่จะหายากมากขึ้นจากจำนวนประชากรเกิดใหม่ของจีนที่มีแนวโน้มลดลง ทำให้สินค้าของจีนจำนวนมากถูกมองว่า คุณภาพต่ำตามราคาไปด้วย ต่อมาแนวความคิดดังกล่าวได้กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นใหม่ของผู้นำที่จะมุ่งปรับเปลี่ยนแนวความคิดในการก๊อปปี้และเลียนแบบจาก “โรงงานของโลก” เป็น “แหล่งผลิตสินค้านวัตกรรมของโลก” เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมภาคการผลิตทั้งหมด 10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคตเพื่อการสร้างนวัตกรรมในการผลิตที่สมบูรณ์แบบมากขึ้นในอนาคต

นับตั้งแต่จีนได้ประกาศ “Made in China 2025” ขึ้นมาก็ทำให้โลกนั้นสั่นสะเทือนไปทั้งหมด ด้วยความที่ว่าจีนเองก็เป็นมหาอำนาจด้านอุตสาหกรรมและการผลิตของโลกอยู่แล้ว และในอนาคตข้างหน้า รัฐบาลจะผลักดันให้จีนกลายเป็นฐานการผลิตที่ความแข็งแกร่ง และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศ และสินค้าแบรนด์ของจีนเอง รวมถึงการผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ใน 10 กลุ่มอุตสาหกรรม ตลอดจนธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านอุตสาหกรรม แผนยุทธศาสตร์ในการผลักดันจีนให้ก้าวพ้นจากการเป็นแหล่งผลิตสินค้าราคาถูก และใช้แรงงานคนในการผลิต ไปเป็นผู้นำอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรมการผลิตแบบสมาร์ตแฟคทอรี (Smart Factory) ที่นับเป็นเป้าหมายที่ท้าทายสำหรับจีน เนื่องจากปัจจุบันสายผลิตที่ทันสมัยของจีน ยังคงใช้แรงงานทำงานอยู่ด้วย โดยจีนคาดว่าในปี 2049 จะสามารถก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านการผลิตและอุตสาหกรรมของโลก เพื่อยกระดับเศรษฐกิจและลดความยากจนของประชากร โดยเริ่มจากหุ่นยนต์เป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบันจีนมีการติดตั้งหุ่นยนต์อุตสาหกรรมมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมในการผลิตส่วนใหญ่ ทำให้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้จีนเร่งเครื่องที่จะเป็นประเทศอุตสาหกรรมไฮเทค เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมในประเทศและเพื่อจำหน่ายไปยังต่างประเทศต่อไป

อย่างไรก็ตามการประชุมสภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติที่จีนจัดขึ้นในปี 2019 นั้น และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาช่วงปี 2018 เป็นที่น่าสังเกตว่ารัฐบาลจีนไม่มีการกล่าวถึง ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ในที่สาธารณะ เพราะจีนกำลังถูกสหรัฐอเมริกาวิจารณ์หนัก กล่าวหาว่ายุทธศาสตร์ดังกล่าวก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมในการแข่งขันทางธุรกิจและการที่รัฐบาลจีนไม่ได้กล่าวถึง Made in China 2025 ก็ไม่ได้หมายความว่าจีนจะล้มเลิกเป้าหมายที่จะยกระดับอุตสาหกรรม แต่เป็นเพียงการแสดงท่าทีที่จะปรับแผนยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศมากยิ่งขึ้น กอปรการลดปริมาณเงินสนับสนุนที่รัฐบาลให้แก่บริษัทและรัฐวิสาหกิจจีน โดยในการประชุมสภาผู้แทนฯ นั้น นายกรัฐมนตรีหลี่ เค่อเฉียง ยังย้ำถึงเจตนาที่จะผลักดันเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่มีการระบุไว้ใน Made in China 2025 เดิม

นโยบาย Made in China 2025 นั้นเป็นการที่จีนมีแนวคิดที่จะปรับใช้กลยุทธ์การรวมกันในแนวตั้ง (Vertical integration) ซึ่งนั่นก็หมายถึงการสร้างห่วงโซ่การผลิตผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting industry) ภายในประเทศจีนเอง ทั้งในแง่ของการจัดหาวัตถุดิบหรือการผลิตสินค้าขั้นกลาง ในประเทศควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าหรือบริการแห่งอนาคต จนอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตหรือ สินค้าอุตสาหกรรมขั้นกลางจากต่างประเทศจนส่งผลกระทบต่อหตุชะงักหรือการขาดตอนของห่วงโซ่อุปทานเดิมของประเทศคู่ค้าเดิมของจีน (Regional Supply Chain Disruption) ซึ่งจีนนับเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยในปัจจุบัน และสินค้าหลักที่ไทยส่งออกไปจีนอันดับหนึ่งคือ ยางพารา ดังนั้น ผู้ประกอบการยางพาราไทยจึงควรเร่งยกระดับการผลิตสินค้าขั้น

กลางที่สามารถตอบโจทย์ อุตสาหกรรมเกิดใหม่ภายใต้ Made in China 2025 ของจีน (ธนาคาร
กสิกรไทย, 2561)

ในด้านอุตสาหกรรมของไทยนั้นจากแผนแม่บทของ Made in China 2025 ใน
การศึกษานั้นจะมีทั้งข้อดีและข้อเสียทั้งในด้านการส่งออก การลงทุน และการนำเข้า โดยเฉพาะด้าน
การส่งออก บริษัทจีนในอนาคตจะไม่เป็นเพียงโรงงานประกอบชิ้นส่วนอีกต่อไป แต่จะมุ่งเน้นด้านการ
ผลิตสินค้าคุณภาพสูงโดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้น จะเน้นด้านการผลิตสินค้าคุณภาพสูง จะทำให้
โครงสร้างของสินค้าส่งออกไทยไปจีนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามไปด้วย เพราะไทยมีความเชื่อมโยง
ด้านการค้ากับจีนที่สูง ภาคการส่งออกไทยคงจะไม่สามารถส่งออกเพียงแค่วัตถุดิบ หรือชิ้นส่วน
อุปกรณ์ เพื่อให้จีนนำไปประกอบเพื่อส่งออกต่อเหมือนที่ผ่านมา ส่วนข้อเสียนั้นการที่จีนจะผลิต
ชิ้นส่วนทุกอย่างในประเทศ และเดิมต้องสั่งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนอื่น ๆ จากต่างประเทศ
อาทิ ไทย จึงทำให้ในระยะแรกจะกระทบกับบริษัทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกของไทยที่
จำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตของตัวเองเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะต้อง
พัฒนาการส่งออกสินค้าที่มีความซับซ้อนและใช้นวัตกรรมมากขึ้นและเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานของ
อุตสาหกรรมแห่งอนาคตของจีน

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อ การส่งออกยางพาราของไทย เนื่องจากการ
ที่จีนมีแนวคิดและปรับใช้กลยุทธ์ Made in China 2025 ทำให้เกิดการรวมกันในแนวตั้ง (Vertical
Integration) ซึ่งหมายถึง การสร้างห่วงโซ่การผลิตผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศจึงทำให้
กระทบกับห่วงโซ่อุปทานเดิมของประเทศคู่ค้า (Regional Supply Chain Disruption) โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งประเทศไทย ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทยคือจีน
2. เพื่อศึกษาเชิงลึกกับผู้ประกอบการยางพาราไทย การส่งออก ที่จะส่งสินค้าออกไปยัง
ประเทศจีน ในแง่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการส่งออกของบริษัท
3. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบด้านการส่งออกยางพาราไทยต่อ แผนยุทธศาสตร์ Made in
China ของจีนว่ามีมากน้อยเพียงใด
4. เพื่อศึกษาถึงในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการผลิตราคาถูกของจีนได้เปลี่ยนเป็น
อุตสาหกรรมไฮเทค ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกยางพาราไทยที่เดิมส่งออกชิ้นส่วนอุปกรณ์เพื่อ
ไปประกอบยังจีน แต่ปัจจุบันต้องมีการปรับเปลี่ยนเป็นอุปกรณ์ไฮเทคและมีนวัตกรรมที่ซับซ้อนมาก
ยิ่งขึ้น

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1. การศึกษาเรื่อง กรณีศึกษาอุตสาหกรรม Made in China 2025 ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราไทยนั้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาตั้งแต่ช่วงเวลาที่เป็นการเริ่มต้นขึ้นของ Made in China 2025 ที่เป็นแผนยุทธศาสตร์ของจีนที่กระทบต่อภาคการส่งออกของไทย โดยรวมไปถึงการเก็บข้อมูลเชิงวิชาการ และการสัมภาษณ์ถึงผู้ประกอบการยางพาราไทยที่ได้รับผลกระทบ เพื่อเป็นกรณีศึกษาประกอบการวิจัย
2. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอ้างอิงจากการศึกษา บทความทางวิชาการ บทความที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการศึกษาจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการยางพาราไทยที่ได้รับผลกระทบจาก Made in China 2025 ในเชิงลึก (In depth Interview)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นการศึกษาถึงผลประโยชน์ และผลกระทบของยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ต่อการส่งออกยางพาราไทย
2. เพื่อเข้าใจ รับทราบถึงปัญหาที่ผู้ประกอบการการส่งออกยางพาราไทย ได้รับจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกถึงอุปสรรคปัญหาในมุมมองของผู้ประกอบการส่งออกไทยว่าได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงใดต่อนโยบายดังกล่าว
3. วิเคราะห์ สรุป ถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการที่ได้ศึกษามาโดยละเอียดทั้งหมด
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง Made in China 2025 หรือ เผยแพร่สู่สาธารณะสำหรับผู้ประกอบการยางพาราไทย การส่งออก หรือด้านอื่น ๆ ที่ทำธุรกิจต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทำธุรกิจกับประเทศจีน

1.5 คำถามของการศึกษา

กรณีศึกษาอุตสาหกรรม Made in China 2025 ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราไทยนั้น ผู้ศึกษาได้ตั้งข้อสงสัยถ้าหาก Made in China 2025 ที่จีนมีแนวทางการปรับใช้กลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการรวมกันในแนวตั้งทั้งหมดภายในประเทศ (Vertical Integration) และยังมีผลทำให้เกิดสงครามการค้า (Trade War) ตามมาด้วย ซึ่งเปรียบเสมือน การสร้างห่วงโซ่การผลิตผ่านการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศจึงส่งผลกระทบต่อประเทศคู่ค้า เช่น ไทย ซึ่งปัจจุบันนี้ การส่งออกสินค้าประเภท ยางพารา ของไทยนั้นถือได้ว่าเป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่งของไทย และอาจจะได้รับ

ผลกระทบทางตรงกับการส่งออกไปยังจีน และตลาดจีนยังคงเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทย
ผู้ศึกษาจึงตั้งข้อสังเกตถึงผลกระทบของนโยบายดังกล่าวต่อผู้ประกอบการส่งออกยางพาราไทย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและบทความที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “กรณีศึกษาผลกระทบยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออก ไทย” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากแนวความคิดทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025
- 2) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และการกีดกันทางการค้า
- 3) บทความที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการส่งออก

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับ Made in China 2025

2.1.1 การเปลี่ยนผ่านจาก Indigenous Innovation สู่อุตสาหกรรม Made in China 2025

หากย้อนเวลากลับไปในสมัยสิ้นสุดการปฏิวัติวัฒนธรรมของจีนที่เกิดขึ้นหลังปี 1976 แล้ว สภาพของจีนในสมัยนั้นก็ไม่ได้ต่างจากสนามรบ ประชาชนอดอยาก GDP ต่อหัวต่อมาก ข้าวยากหมากแพง เศรษฐกิจตกต่ำถึงขีดสุด จนกระทั่งหลังทศวรรษที่ 1980 นำโดย เต็ง เสี่ยวผิง ที่ใช้นโยบาย Open Door Policy ที่ให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนในจีน และเปิดรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ทำให้ช่วงหลังการเปิดประเทศของจีนค่อยๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว การปฏิรูปเศรษฐกิจเป็นไปในทิศทางที่ดีมากขึ้น นโยบายการพัฒนาประเทศของจีนนั้นถือจะเน้นไปที่การพัฒนาโดยเริ่มจากอุตสาหกรรม เน้นความมั่นคงของรัฐเป็นหลัก และเน้นการพัฒนาต่อยอดทางด้านวิทยาศาสตร์ ระบบอุตสาหกรรมการผลิตให้มากยิ่งขึ้น

นับตั้งแต่การปฏิรูปเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 1980 เป็นต้นมานั้น ถือได้ว่าจีนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการพลิกโฉมหน้าเป็นอย่างมาก การปฏิรูปทางเศรษฐกิจนั้นนำมาซึ่งการลงทุนจากต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ และจากแผนดังกล่าวก็ได้รับการลงทุนโดยตรง ทางเทคโนโลยี นวัตกรรม อุตสาหกรรม โดยเต็ง เสี่ยวผิงเริ่มที่จะเปิดรับความเจริญดังกล่าวจากเมืองชายฝั่งทางทะเลก่อน และค่อยๆ เริ่มที่จะนำความเจริญมุ่งสู่ทางด้านตะวันตก การลงทุนจากต่างชาตินั้นทำให้จีนกลายเป็น “World Factory” หรือโรงงานของโลก ของทุกอย่างผลิตขึ้นในจีนทั้งสิ้น และอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในจีนล้วนแล้วแต่เป็นอุตสาหกรรมสกปรก อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมหนักที่ใช้เทคโนโลยีต่ำ ต้องใช้แรงงานราคาถูก

ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นเมื่อจีนเป็นเสมือนโรงงานของโลก ก็คือ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาผู้สูงอายุ ฯลฯ ทำให้รัฐบาลจีนเล็งเห็นความสำคัญของแผน

แม่บทในการพัฒนาประเทศ โดยแรกเริ่มนั้นแผนดังกล่าวจัดทำโดย CAE (Chinese Academy of Engineering) หรือ กระทรวงอุตสาหกรรมและสารสนเทศ ร่วมกับสถาบันวิศวกรรมบัณฑิตสถานแห่งจีน ทำการปรับปรุงแผน 15 ปี (15 years plan for Indigenous Innovation) ตั้งแต่ปี 2006-2020 ซึ่งจากแผนดังกล่าวนี้เองถือได้ว่าเป็นการต่อยอดทางอุตสาหกรรมตั้งแต่การเปิดรับการลงทุนด้านอุตสาหกรรมนวัตกรรมจากต่างประเทศ จนถึงการนำนวัตกรรมต่าง ๆ นั้นมาต่อยอดพัฒนาขึ้นมาใหม่ในจีนเอง โดยแผนระยะ 15 ปีดังกล่าวนี้จะปรับโฉมให้ครอบคลุมถึงการพัฒนาเครื่องจักรการผลิตทุกประเภทในอุตสาหกรรมเป้าหมายตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Entire Supply Chain) ให้เป็นนวัตกรรมของจีนเอง และต่อมาเป็นแม่แบบในการพัฒนาอุตสาหกรรมเฉพาะ 10 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เรียกว่าแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 (จาง สรพิพัฒน์, 2560)

2.1.2 จุดเริ่มต้นของ Made in China 2025

เศรษฐกิจจีนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด และยังเป็นประเทศที่นักลงทุนจากต่างประเทศสนใจที่จะเข้ามาลงทุน อันเนื่องมาจากความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ การเจริญเติบโต และความมั่นคงที่สุดแห่งหนึ่งของโลก แต่ปัจจุบันการขยายตัวของเศรษฐกิจของจีนนั้นเริ่มที่จะมีสัญญาณที่ซบเซา การชะลอตัวจากเศรษฐกิจโลก ค่าแรง ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในเชิงลบต่อการขยายตัวของภาคต่าง ๆ ในประเทศ อาทิ การเงิน การท่องเที่ยว การผลิต อุตสาหกรรม อัตราการเกิด แรงงาน เป็นต้น ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก

เมื่อเดือน พฤษภาคม 2015 นายกรัฐมนตรี หลี่ เค่อเฉียง และคณะรัฐมนตรี ได้ประกาศแผนแม่บทยุทธศาสตร์แห่งชาติ พร้อมกับคำว่า “Made in China 2025” ครั้งแรก ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ระยะ 5 ปี (2016-2021) และ ในการประชุม National People’s Congress เมื่อมีนาคม 2017 ซึ่งแผนดังกล่าวจะผลักดันให้เป็นยุทธศาสตร์ที่จะนำพาเศรษฐกิจของจีนก้าวไปข้างหน้า โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้มีรูปแบบมาจากแนวความคิดของนโยบายอุตสาหกรรมแห่งชาติของเยอรมนี (The New High-Tech Strategy 2020) ที่ได้ประกาศไว้เมื่อปี 2013

หัวใจสำคัญก็คือการเปลี่ยนจาก โรงงานของโลกมาเป็นอุตสาหกรรม 4.0 หรือ Smart Factory โดยเน้นที่ปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI (Artificial Intelligent) เปลี่ยนรูปแบบการผลิตที่แต่เดิมเน้นการผลิตโดยตรง เป็นผลิตเพื่อเน้นคุณภาพ เทคโนโลยีขั้นสูง และนวัตกรรมเป็นหลัก อ้างอิงจากเอกสารการวิจัยของสถาบัน MERICS (Mercator Institute for China Studies) ถึงที่มาของคำว่า Made in China 2025 นั้น ถือได้ว่าเป็นความพยายามของจีนที่จะอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงด้านอุตสาหกรรม เพื่อมายกระดับเศรษฐกิจจีนที่ปัจจุบันมีการชะลอตัวเป็นอย่างมาก ซึ่งนโยบายดังกล่าวจึงเป็นเรื่องท้าทายต่อประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำต่าง ๆ ของโลกด้วย จากภาพจะเห็นถึงช่วง

การเติบโตที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนา หรือประเทศชั้นนำอื่น ๆ ซึ่งจีนยังคงติดกับดัก รายได้ปานกลาง (Middle-Income Trap) ไม่สามารถพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพได้ แรงงาน คุณภาพต่ำ ต้นทุนในการคิดค้นประดิษฐ์นวัตกรรมมีจำกัด ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาสำหรับจีนในการ จัดการกับปัญหาต่าง ๆ (Wübbeke, et al., 2016)



ภาพที่ 2.1 Chinese productivity

จาก <https://www.merics.org/en/china-flash/new-merics-study-made-china-2025>

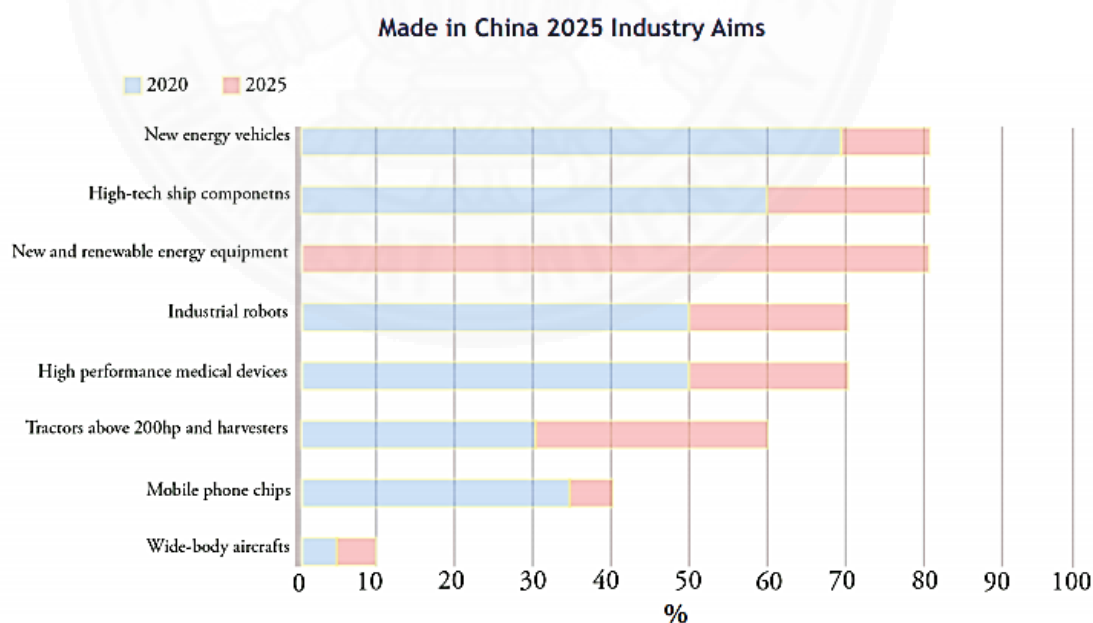
ซึ่งยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ของจีนนั้น ก็ได้เน้นให้ความสำคัญกับการ ปฏิรูปครั้งใหม่ นี้ โดยเน้นที่อุตสาหกรรมการผลิตใหม่ ดังนี้

1. การสร้างสรรค์อุตสาหกรรมใหม่
2. การผลิตสินค้าอัจฉริยะ
3. การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการพัฒนาอุตสาหกรรม
4. การผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. การสร้างสรรค์ เพื่อนวัตกรรมในอุปกรณ์ระดับสูง

ยุทธศาสตร์เบื้องต้นของ Made in China 2025 นั้น เป้าหมายหลักอยู่ที่การ สร้างอุตสาหกรรมไฮเทค และนวัตกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งยกระดับให้มีบทบาทเพื่อสร้าง ความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ ระบบหุ่นยนต์ AI อุตสาหกรรมการบิน เครื่องจักรกล อุปกรณ์การเดินเรือและระบบราง อุปกรณ์การแพทย์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ดังนั้นการจะ

สร้างความทันสมัยเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมในประเทศให้ครบวงจรนั้นย่อมต้องมาจากเทคโนโลยีขั้นสูงที่ผลิตในประเทศเป็นหลัก เนื่องจาก การผลิตหุ่นยนต์อุตสาหกรรมของจีน ขึ้นส่วนหลักมาจากซัพพลายเออร์ต่างประเทศถึงเกือบ 73% ซึ่งหากจีนจะพัฒนานวัตกรรมการผลิตขึ้นมาใหม่นั้น ซัพพลายเออร์ในต่างประเทศที่ระดับเทคโนโลยียังล้าหลังจีนอยู่จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ อีกทั้งนโยบาย Made in China 2025 เน้นเรื่อง “นวัตกรรมจากในประเทศ” เน้นการพึ่งพาตัวเองเป็นหลัก ซึ่งก็หมายถึงขึ้นส่วนทุกชิ้นที่เป็นแกนการผลิตไฮเทคนั้นต้องมาจากผู้ผลิตจีนภายในประเทศ นโยบายดังกล่าวจึงเน้นให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีของจีนที่เข้ามาทดแทนต่างประเทศ และยังเป็นการเปิดทางให้เทคโนโลยีของจีนสู่ระดับสากล

นอกจากนั้นแล้ว นโยบาย Made in China 2025 ยังเปิดโอกาสให้กับนักลงทุนชาวจีน เข้าไปซื้อกิจการบริษัทไฮเทคในต่างประเทศ โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลจีน ซึ่งแผนระยะยาวของจีนคือ การลงทุนด้านไฮเทคที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจจีนในระยะยาว และคุมห่วงโซ่อุปทานและเครือข่ายการผลิตด้านนวัตกรรมและอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในอนาคตอีกด้วย จากภาพประกอบจะเห็นถึงแนวโน้มในการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมกรรมเทคโนโลยีไฮเทค ซึ่งคาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมชั้นนำ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของจีน อาทิ กลุ่มยานยนต์ การต่อเรือ และพลังงานทางเลือก (ตามรูปประกอบ)



ภาพที่ 2.2 Made in China 2025 Industry Aims

จาก <http://isdpc.eu/content/uploads/2018/06/Made-in-China-Backgrounder.pdf>

2.1.3 แผนการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ของ Made in China 2025

แนวความคิดที่จะปฏิรูปอุตสาหกรรมของจีนนั้น โดยผ่านทางยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่เปรียบเสมือนวงการการปฏิวัติอุตสาหกรรมการผลิตครั้งใหญ่ในประเทศ โดยที่ผ่านมารัฐบาลจีนได้ตระหนักถึงความสำคัญและเห็นชอบในบริบทการจัดตั้งและริเริ่มยุทธศาสตร์ Made in China 2025 โดยมุ่งหวังที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยีขั้นสูง และยกระดับให้จีนจากโรงงานผลิตของโลกเป็นประเทศอุตสาหกรรม 4.0 ชั้นแนวหน้าผ่านทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงห่วงโซ่อุตสาหกรรมการผลิตให้สอดคล้องและสมดุลกัน รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตในภาคอุตสาหกรรมจีนให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ (ตามรูป) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับชั้น ดังนี้

1. ชั้นที่หนึ่ง (ปี 2016-2025)

ในระยะแรกเริ่มนั้นจะเป็นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการผลิตในภาคอุตสาหกรรมในประเทศก่อน เพื่อยกระดับการผลิตในภาคแรงงานระยะถัดไป พัฒนาขีดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งด้านการผลิต การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงที่เข้ามาช่วยในอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต และอัตราการปล่อยของเสียได้ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลจีนเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ภายใต้การพัฒนาในขั้นนี้ ทางการเงินยังมีความพยายามในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการจีนสามารถริเริ่มการพัฒนาตราสินค้าผ่านการวิจัยและพัฒนาด้วยตนเองจนก่อให้เกิดสินค้าหรือบริการ ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในจีน หรือที่เรียกว่า Innovated in China

2. ชั้นที่สอง (ปี 2026-2035)

ระยะนี้เป็นระยะที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมขั้นสูง ปรับปรุงเรื่องของเทคโนโลยีให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น พัฒนานวัตกรรมใหม่ภายในประเทศจีนเอง รวมทั้งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อยกระดับให้สามารถแข่งขันทัดเทียมกับประเทศอื่นได้ และยังมีมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมให้สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อันจะมีส่วนช่วยยกระดับศักยภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมผลิตจีนให้เทียบเท่าประเทศมหาอำนาจของโลกภายในปี 2035

3. ชั้นที่สาม (ปี 2036-2049)

ระยะการยกระดับขั้นสุด ที่จะยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันที่สูงขึ้น และความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมการผลิต มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมผลิตจีนขึ้นสู่ระดับประเทศมหาอำนาจด้านการผลิตชั้นนำของโลกในปี 2049 ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ข้างต้น อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการต่อยอดในอนาคตมากที่สุด 10 อุตสาหกรรมด้วยกัน ผ่านการให้ความสำคัญต่อการ

พัฒนานวัตกรรมด้านอุตสาหกรรมการผลิต การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประสานเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับภาคอุตสาหกรรมรวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับตราสินค้าของจีนในตลาดต่างประเทศ

แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ หากยังเป็นการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชน โดยเฉพาะกลุ่ม Startup เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น และยังสามารถต่อยอดการพัฒนาไปยังอุตสาหกรรม บริการที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตได้อีกด้วย โดย อุตสาหกรรมทุกอย่างนั้นต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การสร้างความแข็งแกร่งให้คุณแบรนด์สินค้าจีน เป็นหลัก รวมทั้งการพัฒนาและสนับสนุน 10 อุตสาหกรรมหลักของประเทศที่เป็นเป้าหมายสำคัญ แผนนโยบายดังกล่าวสนับสนุนให้มุ่งเน้นอุตสาหกรรมที่ไฮเทคมากยิ่งขึ้น โดยมีโครงการสำคัญ 5 โครงการ อาทิ โครงการศูนย์นวัตกรรมด้านการผลิต โครงการ Smart Manufacturing รวมทั้งการสร้างรากฐานที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคต โครงการการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และอุปกรณ์นวัตกรรมขั้นสูง ซึ่งมีกลยุทธ์สนับสนุน เช่น การปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานการสร้างสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน และสนับสนุนด้านการเงินและภาษี รวมทั้งพัฒนาระดับบุคลากร (แผนกนโยบายและแผน ฝ่ายยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, ม.ป.ป.)

2.1.2 ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 กับ 10 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

นับตั้งแต่จีนเปิด “Made in China 2025” ขึ้นมาก็ทำให้โลกนั้นสั่นสะเทือนไปทั้งหมด ด้วยความที่ว่าจีนเองก็เป็นมหาอำนาจด้านอุตสาหกรรมและการผลิตของโลกอยู่แล้ว และในอนาคตข้างหน้า รัฐบาลจะผลักดันให้จีนกลายเป็นฐานการผลิตที่ความแข็งแกร่ง และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศ และสินค้าแบรนด์ของจีนเอง รวมถึงการผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ใน 10 กลุ่มอุตสาหกรรม ตลอดจนธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านอุตสาหกรรม

แผนยุทธศาสตร์ในการผลักดันจีนให้ก้าวพ้นจากการเป็นแหล่งผลิตสินค้าราคาถูก และใช้แรงงานคนในการผลิต ไปเป็นผู้นำอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรมการผลิตแบบสมาร์ทแฟคเตอรี (Smart Factory) ที่นับเป็นเป้าหมายที่ท้าทายสำหรับจีน เนื่องจากปัจจุบันสายผลิตที่ทันสมัยของจีน ยังคงใช้แรงงานทำงานอยู่ด้วย โดยจีนคาดว่าในปี 2049 จะสามารถก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านการผลิตและอุตสาหกรรมของโลก เพื่อยกระดับเศรษฐกิจและลดความยากจนของประชากร โดยเริ่มจากหุ่นยนต์เป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบันจีนมีการติดตั้งหุ่นยนต์อุตสาหกรรมมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมในการผลิตส่วนใหญ่ ทำให้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้จีนเร่งเครื่องที่จะเป็นประเทศอุตสาหกรรมไฮเทค เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมในประเทศและเพื่อจำหน่ายไปยังต่างประเทศต่อไป

1) อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (New Information and Communications Technology or ICT)

- ส่วนประกอบฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์หลัก
- โครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคมสมัยใหม่
- ระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์เชิงอุตสาหกรรม
- Cloud computing
- ระบบ Digital Integration และ Advanced Analytics
- ระบบโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Grid)

2) อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการผลิตที่ควบคุมด้วยระบบ Numerical Control (NC) และหุ่นยนต์ Advanced Numerical Control Machine Tools and Robotics

- เครื่องจักร CNC (Computer Numerical)
- หุ่นยนต์
- เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ (3D Printing)
- เครื่องจักรกลการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

3) อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์อากาศยานและอวกาศ Aerospace)

- เครื่องบินโดยสารเชิงพาณิชย์ (COMAC C919)
- เฮลิคอปเตอร์
- ส่วนประกอบและอุปกรณ์อากาศยาน
- เครื่องบินเจ็ทส่วนตัวและเครื่องบินเจ็ทระดับไฮเอนด์
- อุปกรณ์ทำอากาศยานเฉพาะทาง
- จรวดส่งดาวเทียม

4) อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือด้านวิศวกรรมทางทะเลและเรือที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Ocean Engineering Equipment and High-Tech Ships)

- อุปกรณ์ทางทะเลที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
- วัสดุที่ใช้สำหรับผลิตอุปกรณ์ทางทะเล
- เครื่องมือสำรวจมหาสมุทร / ทะเลน้ำลึก
- เรือลาดตะเวนและเรือยอชต์ระดับไฮเอนด์

5) อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ขนส่งทางรถไฟที่ทันสมัย (Advanced Rail Transit Equipment)

- อุปกรณ์ด้านโครงสร้างพื้นฐานสำหรับรถไฟ
- ส่วนประกอบของระบบล้อเลื่อนที่ใช้ในเทคโนโลยีขั้นสูง

- เครื่องควบคุมและทดสอบสัญญาณและการปฏิบัติการ

6) อุตสาหกรรมยานยนต์ประหยัดพลังงานและยานยนต์พลังงานใหม่ (Energy Saving and Smart Vehicles)

- ยานยนต์ไฟฟ้า (EV)
- ยานยนต์ไฟฟ้าปลั๊กอินไฮบริด (PHEV)
- ยานยนต์ไฟฟ้าเซลล์เชื้อเพลิง (FCEV)
- ยานยนต์อัจฉริยะและยานยนต์อัจฉริยะที่เชื่อมต่อกับระบบเครือข่าย

อินเทอร์เน็ต (Connected Vehicles)

- ยานยนต์สปอร์ตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

7) อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ด้านพลังงานไฟฟ้า (Electricity Equipment)

- อุปกรณ์ผลิตไฟฟ้าพลังงานถ่านหิน
- อุปกรณ์ผลิตไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์
- อุปกรณ์ผลิตไฟฟ้าพลังงานลมนอกชายฝั่ง
- ชุดอุปกรณ์ส่งและแปลงกระแสไฟฟ้า
- อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยและตรวจสอบที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

8) อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือทางการเกษตร (Agricultural Equipment)

- เครื่องมือที่ใช้ในการเพาะปลูกที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
- เครื่องมือการผลิตและแปรรูปอาหารที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
- เครื่องจักรการเกษตรขนาดใหญ่
- ระบบการเกษตรอัจฉริยะและแบบบูรณาการ
- เครื่องจักรและเครื่องมือด้านการวิจัย และพัฒนาทางด้านเกษตร
- วัสดุชนิดใหม่ที่ใช้ในการเกษตร

9) อุตสาหกรรมการผลิตวัสดุชนิดใหม่ (New Materials)

- วัสดุเฉพาะทางที่ทำจากโลหะพิเศษ
- โลหะโครงสร้าง (Structural Metal) ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
- เส้นใยประสิทธิภาพสูงและวัสดุคอมโพสิต
- แก้วเซรามิกที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย
- พอลิเมอร์ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย

10) อุตสาหกรรมการผลิตยาชีวภาพและอุปกรณ์การแพทย์ประสิทธิภาพสูง (Biopharmaceuticals and High-Performance Medical Equipment)

- อุปกรณ์ด้านการวิจัยและพัฒนา และการวิจัยเชิงทดลองทางคลินิก (Clinical Trails)
- เครื่องมือทดสอบผลิตภัณฑ์
- อุปกรณ์ตรวจสอบสุขภาพด้วยระบบดิจิทัล
- อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง
- เครื่องมือแพทย์สำหรับการวินิจฉัยภายนอกร่างกาย (In Vitro Diagnostics)

2.1.4 Made in China 2025 สู่วะทีโลก

“นวัตกรรม” ถูกมองว่าเป็นสินค้าหลักชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ในปัจจุบัน ซึ่งถ้ามันถูกและดี สมราคา มีคุณภาพที่ดีแล้ว แน่ใจว่าผู้บริโภคก็จะยินดีจ่าย โดยไม่ได้คำนึงถึงว่ามันจะมาจากไหน ดังนั้นแผนแม่บททั้งหมดนั้น ล้วนเป็นตัวสะท้อนให้เกิดแผนยุทธศาสตร์ “Made in China 2025” ขึ้นมา เพื่อที่จะผลักดันให้สินค้าทั้งหมดของจีน เกิดนวัตกรรมขึ้น และเป็นการปูทางให้สินค้าการผลิตของจีนนั้นสู่เวทีโลกมากยิ่งขึ้น

ถ้าหากมองย้อนกลับไปเมื่อสิบปีที่แล้ว ผลิตภัณฑ์ที่มีป้าย “Made in China” นั้นจะถูกมองว่าเป็นสินค้าคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน สินค้าคุณภาพต่ำ ก็อปปี และไม่ทันสมัย แต่เมื่อปัจจุบันนี้เมื่อคำว่า “นวัตกรรม” ได้เข้ามาพลิกโฉมหน้าของผลิตภัณฑ์สินค้าจีน ทำให้ยกระดับคุณภาพของสินค้าให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และปัจจัยสำคัญที่สุดก็คือการเพิ่มนวัตกรรมให้กับตัวสินค้าผลิตให้ดี มีคุณภาพ ทำการตลาดและสร้างแบรนด์ของตนเอง ห้าปีก่อนผู้ผลิตสมาร์ทโฟนอย่างเสี่ยวหมี่ (Xiaomi) อาจจะเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่มิกำลังซื้อสูงพอที่จะซื้อ Apple หรือ Samsung

แต่ปัจจุบันการพัฒนาของ เสี่ยวหมี่ก็ได้ยกระดับมากยิ่งขึ้น มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้น ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเริ่มหันมาสนใจ สินค้านวัตกรรม ผนวกกับการแข่งขันระหว่างเจ้าใหญ่ๆ ที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น และสงครามการค้า Trade War เริ่มทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มหันมาสนใจ และเกิดความรู้สึกร่วมแบบชาตินิยม เกิดความภาคภูมิใจในสินค้าของคนจีนด้วยกัน นอกเหนือจากนั้นแล้ว การปูทางสู่ Made in China 2025 ยังเกิดจาก Influencer หลายคนที่มีส่วนร่วมในการผลักดัน อาทิ สตรีหมายเลขหนึ่งของจีน มาตาม เฝิง ลีหยวน ที่เป็นผู้โปรโมตผลักดัน Soft Power ของจีนในแบรนด์สินค้าจีน แบรนด์เสื้อผ้าจีน และโปรโมตสินค้าจีนต่อเวทีโลก (MTHA, 2019)

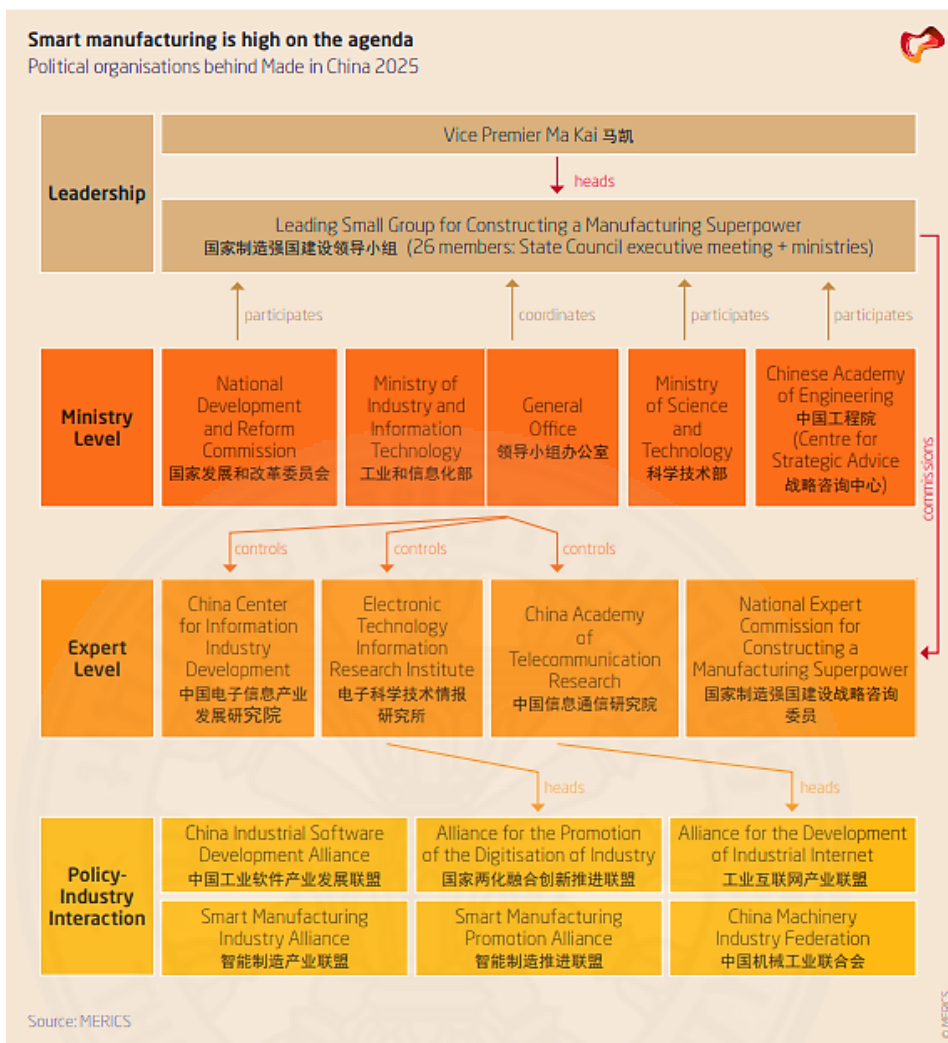
2.1.5 อนาคตของ Made in China 2025

การริเริ่มใช้นโยบาย Made in China 2025 ของจีนนั้นเป็นการวางแผนในระยะยาวสำหรับการปฏิรูปทางเศรษฐกิจ และการปูทางไปสู่อุตสาหกรรมไฮเทคระดับโลกของจีน แต่หากดูจากปัจจัยภายในอย่างภาคการตลาดในประเทศ และเศรษฐกิจของลงในช่วงนี้แล้ว เป็นช่องว่างอุปสรรคสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การปูทางไปสู่นโยบาย Made in China 2025 ต้องติดขัดและมี

อุปสรรคบ้างพอสมควร เนื่องจากหากปรับตัวกะทันหันจะกระทบกับภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรมการผลิตในจีนเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อเตรียมการไปสู่แผนนโยบายดังกล่าวได้

ทางเลือกของรัฐบาลจีนในการแก้ปัญหาภายในประเทศนั้น ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี หม่า ซ่าง Deputy Prime Minister Ma Kai เป็นหัวหน้าผู้จัดการกับโครงการพัฒนาในกระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ 10 อุตสาหกรรมของจีน และเริ่มจากระดับท้องถิ่นก่อน มีการเรียกเก็บภาษีกับอุตสาหกรรมผลิตที่เป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ขยะพิษ น้ำเน่าเสีย และจำกัดโชนสำหรับอุตสาหกรรมหนัก ในขณะเดียวกันก็ได้ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดอุตสาหกรรมบริสุทธิ์ อาทิ อุตสาหกรรมไฮเทค อุตสาหกรรมผลิตหุ่นยนต์ หรืออุตสาหกรรมที่เป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยนโยบายทางด้านภาษี การอุดหนุนเงินเพื่อช่วยเหลือ และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีในระดับท้องถิ่น ไปสู่ระดับมณฑล และในระดับประเทศให้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นแล้วรัฐบาลยังได้ปูพื้นฐานระดับการศึกษาในระดับโรงเรียน เพิ่มการจ้างงานครู ผู้เชี่ยวชาญตามสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ 10 อุตสาหกรรมขั้นสูงของจีน และได้เตรียมฝึกอบรมบุคลากรที่ทรงประสิทธิภาพไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการมาของนโยบาย Made in China 2025 (ตามรูปภาพประกอบ)



ภาพที่ 2.3 การเตรียมความพร้อมสำหรับการมาของนโยบาย Made in China 2025

จาก Merics Papers on China, Evolving Made in China 2025, China’s Industrial policy in the quest for global tech leadership, p. 18

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันการพัฒนาไปสู่เป้าหมายดังกล่าวของจีน อาจเห็นภาพที่ยังไม่ค่อยชัดเจนมากนัก แต่การเตรียมความพร้อมของจีนเพื่อเป็นการปูทางไปสู่ความสำเร็จในอนาคต ของนโยบาย Made in China 2025 ก็เป็นการปูทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นอีกจุดหนึ่งสำหรับประเทศกำลังพัฒนา เพื่อเป็นต้นแบบในการนำพาประเทศไปสู่เป้าหมายที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นในระดับสากล

2.2 แนวคิดทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และการกีดกันทางการค้า

2.2.1 ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ

การค้าต่างประเทศนั้นเกิดขึ้นจาก ในแต่ละประเทศจะมีทรัพยากรธรรมชาติที่แตกต่างกันไป โดยสภาพแวดล้อม ภูมิศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องเป็นตัวผลักดันให้เกิดการค้าขายระหว่างประเทศ ในแต่ละประเทศจะมีการผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายกันระหว่างประเทศ หากจะอธิบายถึงความหมายของทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้น โดยหลักแล้วต้องเข้าใจถึงการซื้อขายระหว่างประเทศ การแลกเปลี่ยน สินค้าระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน โลจิสติกส์ และการบริการระหว่างประเทศ จะทำให้ทราบถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศต่าง ๆ และยังสามารถทราบได้ถึงประโยชน์ การต่อยอดทางการค้า ความสามารถในการพัฒนาทักษะทางการค้า การบริการ สถานการณ์ทางการนำเข้าและส่งออก ที่แสดงถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอีกด้วย ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่เป็นดัชนีวัดความสำคัญต่อเศรษฐกิจและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศนั้น ๆ

อ้างอิงตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 ได้กำหนดไว้ในมาตรา 7 (5) กล่าวถึงการค้าระหว่างประเทศได้ โดยการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า หรือ ธุรกรรมการเงินระหว่างประเทศ การให้บริการระหว่างประเทศ หรือ จากต่างประเทศ การขนส่ง โลจิสติกส์ การประกันภัยทางทะเล หรือการประกันภัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการขนส่งระหว่างประเทศ และนิติกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับนิติกรรมการค้าระหว่างประเทศ (กนกพร ชัยประสิทธิ์, 2559)

2.2.2 ลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism)

แนวคิดของลัทธิพาณิชย์นิยมนี้เกิดขึ้นตั้งแต่การคิดค้นการต่อเรือ ที่เป็นหัวใจสำคัญของการออกลำดินแดนจักรวรรดิ และอาณานิคมต่าง ๆ นอกเกาะอังกฤษ ซึ่งสันนิษฐานว่าเกิดขึ้นตั้งแต่ศตวรรษที่ 14-16 ซึ่งเป็นยุคของการล่าอาณานิคมของชาติตะวันตกที่ต้องการทรัพยากรธรรมชาติ และสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดของชาติตนเอง หลักการแลกเปลี่ยนในสมัยนั้นที่เป็นที่แพร่หลายและยอมรับคือ การค้าที่เรียกว่า (Zero-Sum-Game) หมายถึง จะเน้นขายแต่สินค้าตนเองเท่านั้น และไม่ยอมซื้อสินค้าของชาติอื่น ซึ่งผู้ค้นพบทฤษฎีนี้คือ โทมัส มุน (Thomas Mun)

2.2.3 ทฤษฎีการค้าได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage)

โดย อัดัม สมิธ (Adam Smith) ค.ศ. 1723-1790 ได้พิจารณาข้อดีของลัทธิการค้า หรือ ลัทธิพาณิชย์นิยม ที่แต่ละประเทศที่มีความชำนาญไม่เหมือนกันในการผลิตสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง ดังนั้นการผลิตสินค้าทุกชนิดเพื่อส่งออกจึงไม่เหมาะสม จึงให้คำนิยามใหม่ของ

ทฤษฎีที่คิดค้นไว้ในหนังสือชื่อ The Wealth of Nations (1976) ที่เป็นการสนับสนุนการค้าเสรีว่าเป็นนโยบายที่เสรี และอิสระ ดีเยี่ยมสำหรับทุกประเทศในโลก โดยอธิบายไว้ว่า เป็นการยึดหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ประเทศจะผลิตสินค้าที่ตนได้เปรียบ โดยสมบูรณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับอีกประเทศหนึ่งและส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังประเทศนั้น ในทางตรงกันข้ามก็จะนำเข้าสินค้าที่ผลิตแล้วเสียเปรียบโดยสมบูรณ์จากประเทศนั้น การค้าของโลกก็จะเพิ่มขึ้น และจากทฤษฎีดังกล่าวนี้แต่ละประเทศสามารถนำไปใช้วางแผนการผลิต โดยเฉพาะในการกำหนดนโยบายระยะยาวของแต่ละประเทศได้ รวมถึงวางแผนทางเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ และไม่ควรผลิตสินค้าบางชนิดที่ประเทศอื่นมีต้นทุนผลิตต่ำกว่า แต่ควรที่จะให้แต่ละประเทศที่ผลิตสินค้าที่ตนชำนาญและแลกเปลี่ยนกันเพื่อต้นทุนที่ต่ำกว่า ทำให้สามารถเรียนรู้ได้ว่าควรผลิตอะไร ไม่ควรผลิตอะไรเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

2.2.4 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage)

David Ricardo (1817) โดยอ้างอิงจากงานเขียนที่อธิบายไว้ว่า ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้นมีรากฐานมาจากความสำคัญที่ผลผลิต โดยมีรากฐานมาจากแรงงาน ซึ่งแนวคิดที่ว่าประเทศที่มีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าชนิดใดควรทำการผลิตสินค้านั้น ส่งสินค้าที่ตนไม่มีความชำนาญและต้องใช้ต้นทุนการผลิตสูงจากประเทศที่มีความชำนาญ และสามารถผลิตได้ในต้นทุนที่ต่ำกว่า จึงทำให้เกิดการรวมของทั้งสองประเทศที่สูงกว่าที่แต่ละประเทศจะผลิตสินค้าทุกชนิด และใจความสำคัญคือ หากเปรียบเทียบประเทศใดได้เปรียบในการผลิตสินค้าหลายชนิด ความสามารถในการผลิตสินค้าชนิดใดได้เปรียบสูงกว่า ก็ควรใช้ทรัพยากรผลิตสินค้าชนิดที่ให้ผลผลิตสูงกว่าเช่นกัน

หากกล่าวถึงประเทศที่ไม่มีควมได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกอย่างกับประเทศอื่นก็ยังคงไม่สามารถก่อให้เกิดการค้าร่วมกันได้ และยังไม่สามารถนำประโยชน์ที่ได้ให้แก่ทุกฝ่าย ประเทศที่ด้อยการพัฒนานั้นควรผลิตและส่งออกโดยเฉพาะทรัพยากรที่ตนเองมีอยู่และมีความเสียเปรียบโดยสมบูรณ์น้อยกว่าถือได้ว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่ประเทศผลิตด้วยความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การอ้างอิงถึงทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนี้ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และสามารถใช้อธิบายถึงสาเหตุของธุรกิจการค้าระหว่างประเทศจนถึงทุกวันนี้ได้

โดยสรุปแล้วสำหรับในการวางแผนและกำหนดนโยบายของรัฐบาลนั้น ต้องคำนึงถึงความได้เปรียบในด้านความสามารถในการผลิต ใช้ความได้เปรียบจากทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าที่ชำนาญ และไม่นำทรัพยากรไปใช้ผลิตสิ่งที่ไม่ชำนาญ การกำหนดแผนทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจึงต้องพิจารณาจากผลรวมของการผลิต และการค้าระหว่างประเทศเพื่อเลือกผลิตสินค้าที่ตนสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทฤษฎีนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในทางปฏิบัติแล้วนั้น ต้องคำนึงถึงปัจจัยในส่วนที่เกี่ยวกับค่าขนส่ง และโลจิสติกส์ที่เป็นข้อจำกัดทางการค้าระหว่างประเทศอีกด้วย

2.2.5 ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (National Competitive Advantage)

อ้างอิงถึงทฤษฎีนี้ของไมเคิล อี. พอร์เตอร์ Michael E. Porter (1947) ภายใต้แนวคิดที่ว่า “ประเทศใดจะสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ภายในประเทศจะต้องมีความได้เปรียบจากการแข่งขันก่อน” โดย Michael E. Porter ได้พบว่ามียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง 4 กลุ่มดังนี้

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)
4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Strategy Structure, and Rivalry)

โดยการอธิบายความหมายนั้นก็คือ การที่แต่ละประเทศควรจะเลือกผลิตแต่เฉพาะสินค้าที่ตนมีต้นทุนการผลิตที่ได้เปรียบมากที่สุด แล้วนำสินค้าที่ผลิตได้นั้น ไปแลกเปลี่ยนค้าขาย กับสินค้าที่ประเทศอื่นมีต้นทุนการผลิตที่ได้เปรียบ ถึงแม้ว่าประเทศหนึ่งจะอยู่ในฐานะเสียเปรียบอีกประเทศหนึ่งในการผลิตสินค้าทุกชนิดก็ตาม แต่ว่าทั้งสองประเทศก็ย่อมต้องการทำการค้าต่อกันได้ โดยในแต่ละประเทศนั้นจะต้องเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นแล้วประเทศตนสามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดแล้วนำมาแลกเปลี่ยนสินค้ากัน ที่ผลิตขึ้นกับอีกประเทศหนึ่ง

2.2.6 การกีดกันทางการค้าต่างประเทศ

โดยทั่วไปแล้ว สินค้าหลักที่ได้รับการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศมากที่สุดคือ สินค้าประเภท สินค้าเกษตร ปัญหาที่ผู้ส่งออกพบมากที่สุดสำหรับการกีดกันทางการค้า คือ การที่สินค้าเกษตรขนาดกลาง และขนาดเล็ก ที่ไม่มีอำนาจการต่อรองโดนกีดกันทางการค้าจากประเทศที่มีอำนาจการซื้อสูงกว่า และถึงแม้ว่าในปัจจุบันนี้ข้อตกลงของกลุ่มประเทศต่าง ๆ ภายใต้องค์การการค้าโลก หรือ World Trade Organization (WTO) ได้มีข้อตกลงร่วมกันที่จะมุ่งมั่นในการขจัดการกีดกันทางการค้า และหวังให้ทุกประเทศเปิดการค้าที่เป็นธรรมและเสรีมากยิ่งขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการกีดกันจะมีในลักษณะที่เป็นทั้งภาษี (Tariff Barrier) และไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier)

2.2.7 มาตรการปกป้องทางการค้าระหว่างประเทศ - มาตรการทางภาษี

มาตรการการกีดกันทางการค้านั้นมีในหลากหลายรูปแบบ และหนึ่งในมาตรการที่นิยมใช้สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่ต้องการหาวิธีการจะปกป้องผู้ผลิตสินค้าของประเทศตนเอง นั่นก็คือการตั้งกำแพงภาษีที่สูง ซึ่งส่วนใหญ่จะเรียกเก็บภาษีที่สูงกับประเทศผู้ส่งออก ซึ่งการที่บางประเทศเก็บภาษีไว้อย่างสูงเช่นนี้ก็เนื่องมาจากต้องการใช้สินค้าที่นำเข้ามาที่มีราคาสูงกว่า สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคสินค้าที่ผลิตภายในประเทศมากกว่า และจะสามารถ

แข่งขันได้มากกว่าจากทางด้านราคา ทำให้ในอนาคตปริมาณการนำเข้าสินค้าลดลง ซึ่งก็หมายความว่า การส่งออกของประเทศผู้ส่งออกย่อมลดลงตามไปด้วยนั่นเอง

2.2.8 มาตรการปกป้องทางการค้าระหว่างประเทศ - มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

การควบคุม หรือ การจำกัดการนำเข้าของสินค้าเป็นอีกมาตรการหนึ่งในการปกป้องสินค้าที่ผลิตภายในประเทศของตนเอง จำกัดปริมาณการนำเข้า การอุดหนุนสินค้าภายในประเทศ และสนับสนุนการส่งออกของประเทศ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.2.8.1 การจำกัดการนำเข้า

การจำกัดการนำเข้า หมายถึง การที่บางประเทศจำกัดการนำเข้าสินค้าน้อยกว่าปริมาณการนำเข้าที่ควรจะเป็น ซึ่งก็คือการที่รัฐบาลบางประเทศได้กำหนดโควตาการนำเข้าสินค้าบางรายการ อาทิ สินค้าเกษตร เพื่อเป็นการกีดกันทางการค้าอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อสนับสนุนสินค้าทางการเกษตรของประเทศตนเอง รวมถึงยังเป็นการปกป้องผู้ผลิตสินค้าเกษตรภายในประเทศตนเองไม่ให้ได้รับผลกระทบจากการที่มีคู่แข่งจากต่างประเทศมากเกินไป

2.2.8.2 การอุดหนุนผู้ผลิตภายในประเทศ

การอุดหนุนผู้ผลิตภายในประเทศ หมายถึง การทำให้ผู้ผลิตภายในประเทศมีความสามารถในการแข่งขันทางการค้ามากยิ่งขึ้นกับสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งรัฐบาลบางประเทศจะสนับสนุนผู้ผลิตโดยการที่ให้ผู้ผลิตนั้นจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าทุน หรือการจ่ายชดเชยทางด้านภาษีให้แก่ผู้ผลิตทางอ้อม ซึ่งก็เป็นการสนับสนุนผู้ผลิตภายในประเทศอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งมาตรการดังกล่าวเป็นการปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศของตน รูปแบบดังกล่าวนี้ประเทศผู้ส่งออกหลายรายก็นิยมทำกันเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกกับประเทศอื่น ๆ และยังเป็น การอุดหนุนสินค้าภายในประเทศตนเองอีกด้วย

2.2.8.3 การอุดหนุนการส่งออก

เป็นหนึ่งในมาตรการที่ประเทศผู้ส่งออกสนับสนุนการส่งออกแก่ผู้ผลิตที่จะส่งสินค้าของประเทศตนเองออกไปขายยังประเทศอื่น ๆ ซึ่งการสนับสนุนการส่งออกนี้เป็นการกำหนดราคาต่ำกว่าราคาในท้องตลาดการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการสนับสนุนการค้าให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในตลาดที่สูงมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการทำให้การส่งออกนั้นเสรีปราศจากมาตรการใด ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกีดกันทางการค้าอีกด้วย²

² ที่มา ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ, สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

2.3 ทฤษฎี Diamond Model (Michael E. Porter)

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยชิ้นนี้โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อ การวิเคราะห์ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันระหว่างประเทศ โดยทฤษฎีนี้ คิดค้นโดย Michael E. Porter ในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตและการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงความสามารถในการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมด้วย เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมเชิงพลวัตที่เน้นพื้นฐานทางด้านปัจจัยด้านราคา และปัจจัยที่มีใช้ราคาประกอบกัน

ดังนั้นแล้วการวัดระดับความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมจะเป็นไปตามรูปแบบหรือไม่ก็สามารถเปรียบเทียบได้ เนื่องจากปัจจัยทางด้านราคาแล้วยังมีปัจจัยที่มีใช้ราคาเป็นตัวกำหนดอีกด้วย เช่น ความสมบูรณ์ของทรัพยากร ระดับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิต การสนับสนุนโดยภาครัฐบาล หรือภาคเอกชน รูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรมภายในประเทศ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนและมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างระดับความสามารถในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมทั้งสิ้น

2.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 4 ด้านของ ทฤษฎี Michael E. Porter

1. สภาวะปัจจัยด้านการผลิต (Factor Endowment, Factor Conditions) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน หรือปัจจัยทางการผลิต สิ่งที่มีความจำเป็นที่ต้องใส่เข้าไปในกิจกรรม เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ ซึ่งในแต่ละประเทศต่างก็มีปัจจัยทางการผลิตที่แตกต่างกัน แต่ว่าแต่ละประเทศก็ต้องผลิตสินค้าที่สามารถจะใช้ในประเทศตนเองให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้เช่นกัน โดยสามารถจำแนกออก ดังนี้

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) เน้นด้านทักษะแรงงาน ความชำนาญต่าง ๆ ของแรงงานต้นทุนในด้านของค่าแรง รวมทั้งต้นทุนในการจัดการด้วย

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ คุณภาพของทรัพยากรทางธรรมชาติที่ประเทศนั้นมีอยู่ อาทิ คุณภาพของดิน แหล่งน้ำตามธรรมชาติ ป่าไม้ ไฟฟ้า สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ที่มีผลต่อเขตของเวลาที่มีข้อได้เปรียบมากกว่าประเทศอื่น ๆ อาทิ ลอนดอน จะได้เปรียบในเรื่องของเวลา เนื่องจาก สามารถทำธุรกิจได้ทั้งกับเอเชีย และอเมริกา เนื่องมาจากเวลาจะต่างกันเพียง 6 ชั่วโมง แต่ถ้าหากอเมริกาต้องติดต่อกับฝั่งเอเชีย จะกินเวลาถึง 12 ชั่วโมง เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของเทคนิคต่าง ๆ เช่น รู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ การวิจัย ข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ

1.4 แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital Resources) ต้นทุนของเงินทุนของประเทศ
นั้น ๆ

1.5 โครงสร้างพื้นฐาน (Capital Resources) อาทิ ระบบรางขนส่ง ระบบ
สื่อสาร สาธารณสุขต่าง ๆ รวมถึงด้านวัฒนธรรม คุณภาพชีวิตประชาชน ที่อยู่อาศัย ฯลฯ

2. อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions) ลักษณะความต้องการของ
สินค้า และบริการของอุตสาหกรรมในประเทศ ที่มีผลต่อเงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด ซึ่ง
โดยทั่วไปแล้วจะสามารถตีความได้ถ้าเปรียบเทียบความต้องการภายในประเทศมากจะกดดันให้
ผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว และมีพัฒนาการในสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่
มากขึ้น นอกจากนั้นแล้วยังมี ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ (Home Demand
Composition) คือ ปัจจัยด้านความต้องการด้านการตลาดที่มีผลให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน
คือ ลักษณะของความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ ธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความตอบสนองต่อความต้องการ
ของผู้ซื้อ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting
Industries) คุณภาพของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน เพื่อค้ำจุนสถานะของการเป็นผู้นำ
ของอุตสาหกรรมนั้น ๆ และมีบทบาทสำคัญในเวทีโลก

3.1 Competitive Advantage in Supplies Industries ความได้เปรียบใน
อุตสาหกรรมผู้ผลิต หมายถึงการที่ในประเทศมีวัตถุดิบเพียงพอที่จะสามารถผลิตได้ สามารถป้อนให้
การอุตสาหกรรมการผลิตได้ทั้งหมด โดยไม่ต้องพึ่งพาจากต่างประเทศ

3.2 Competitive Advantage in Related Industries ความได้เปรียบใน
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถสนับสนุนให้ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) สามารถดำเนิน
ต่อไปได้โดยไม่ติดขัด

4. กลยุทธ์องค์กรโครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and
Rivalry) เป็นสิ่งที่ยังคงสร้างขึ้นมาเพื่อที่จะจัดระเบียบโครงสร้างและการแข่งขันให้สมบูรณ์ โดยมี
รูปแบบที่สำคัญคือกลยุทธ์องค์กร ซึ่งเป็นเป้าหมายกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้การจัดการในด้านต่าง ๆ
มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเอื้อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับประเทศให้เกิดขึ้น

โดยปัจจัยหลักทั้ง 4 ข้อของ Michael E. Porter นั้นเป็นการรวมกลุ่ม
อุตสาหกรรมไม่ใช่เพื่อเป้าหมายของแต่ละบริษัท หากแต่เป็นวิธีการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการ
แข่งขันของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งหมด อีกทั้งยังสามารถวิเคราะห์ถึงความสามารถใน
การแข่งขัน สภาพแวดล้อม คุณภาพ ที่หลอมรวมกันเพื่อที่จะเกิดการรวมตัวในอุตสาหกรรมนั้น ๆ
เพื่อที่จะเพิ่มผลผลิตให้ดีขึ้นได้ และยังมีนักกำลังเพื่อให้เป็นเพชรที่แข็งแกร่ง สามารถแข่งขันเพื่อเป็นที่

หนึ่งในวงการของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้ ซึ่งเมื่อมีการขยายตัวทางธุรกิจแล้วนั้นจำเป็นต้องมีความอยู่รอดในธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลายด้านดังต่อไปนี้

4.1 เป้าหมาย (Goal) การจะพิชิตถึงเป้าหมายขององค์กรได้นั้น ไม่ได้เกิดจากใครคนใดคนหนึ่งหากแต่จะต้องการเป้าหมายชัยชนะที่ร่วมกัน ในแต่ละองค์กรจะมีเป้าหมายขององค์กร (Company Goal) ที่ชัดเจนและถูกกำหนดขึ้นมาโดยเจ้าขององค์กรให้บุคคลากรในองค์กรเกิดแรงจูงใจในการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถพัฒนาทักษะของตนเองในการแข่งขันได้

4.2 การแข่งขันภายในประเทศ (Domestic Rivalry) ถ้าพิจารณาแล้วในแต่ละประเทศจะมีความแข็งแกร่งไม่เหมือนกัน อาทิ ประเทศสวีเดนและแลนด์ จะเด่นด้านอุตสาหกรรมเวชภัณฑ์ยา และจะมีอุตสาหกรรมที่เป็นคู่แข่งกันมากมายในประเทศ

นอกจากปัจจัยทั้ง 4 ที่เป็นตัวกำหนดแล้วนั้น การจะวิเคราะห์ให้ Diamond Model นั้นมีองค์ประกอบสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อความสามารถในการแข่งขันอีก 2 ประการ คือ

5. รัฐบาล (Government) หมายถึง นโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมในธุรกิจนั้น ๆ ให้สามารถดำเนินการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพได้ กลไกการทำงานของรัฐบาลนั้นจะออกมาในรูปแบบของมาตรการในการช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการส่งออก ซึ่งจะออกมาในรูปแบบกฎหมาย นโยบาย และมาตรการความช่วยเหลือต่าง ๆ ซึ่งจะสามารถเห็นได้ว่ารัฐบาลนั้นมีส่วนช่วยผู้ประกอบการเรื่องของเงินทุน กฎหมายการค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ

โอกาสในการเจรจาการค้ากับต่างประเทศ เพื่อเป็นการเปิดตลาดใหม่ๆ ให้กับการส่งออก แต่ในบางครั้งนั้นผลกระทบต่อนโยบายรัฐบาลก็เป็นอุปสรรค อาทิ นโยบายรัฐบาลทางด้านภาษีที่สูง ด้านการป้องกันและผูกขาด สภาพการแข่งขันที่สูงมากในประเทศ ทำให้บางบริษัทก็ได้รับผลกระทบมากกว่าได้ประโยชน์จากรัฐบาล

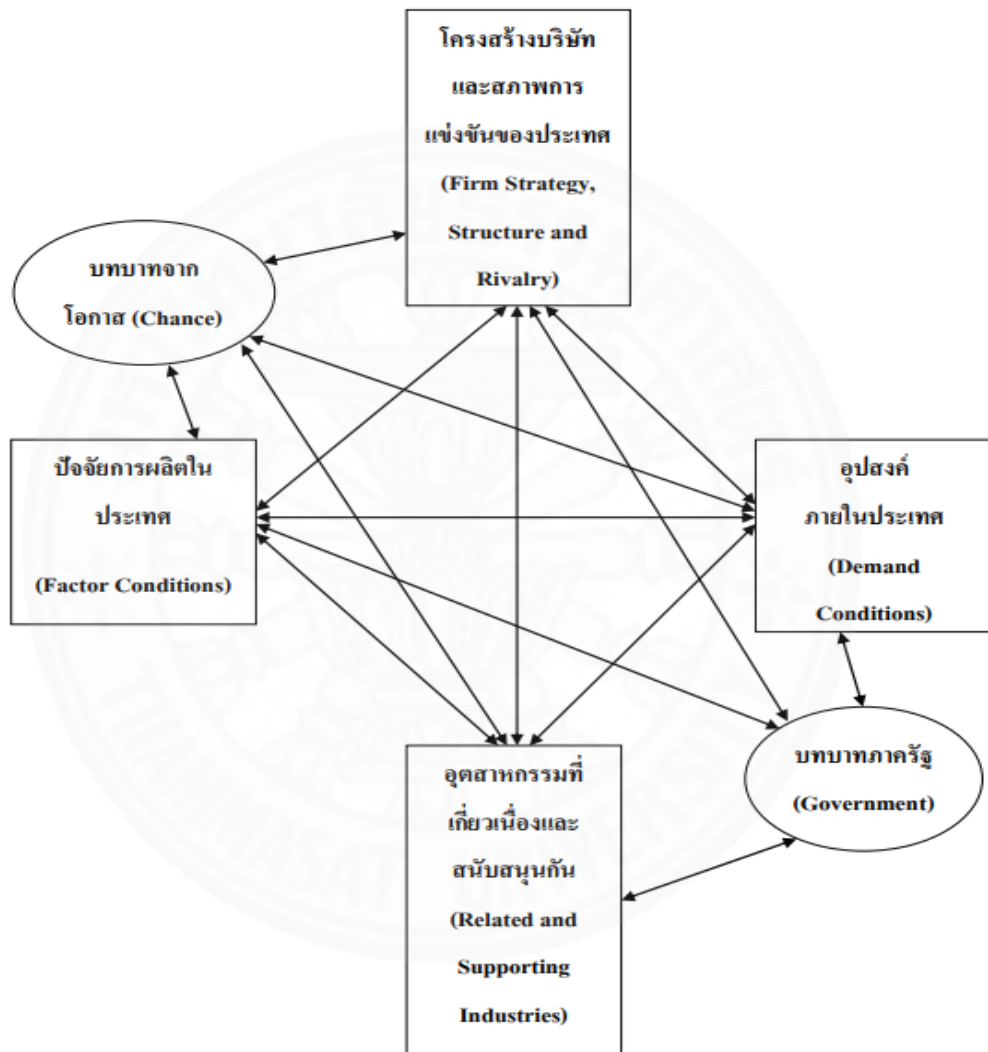
6. เหตุสุตวิสัย หรือ โอกาส (Chance)

โอกาสในการเปลี่ยนแปลง ความเป็นไปได้ เหตุการณ์ล่วงหน้าที่ไม่ได้คาดคิดที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อาทิ ในคู่แข่งรายใหม่ย่อมต้องมีนวัตกรรมเทคโนโลยี หรือสิ่งดึงดูดที่เข้ามาแทนที่อุตสาหกรรมเก่าๆ และบางครั้งอาจจะมีราคาต้นทุนที่ถูกกว่า ทำให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรและการแข่งขันได้มากกว่า

นอกจากนั้นแล้ว ยังหมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่อยู่เหนือการควบคุมของบริษัท เช่น การเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพ เทคโนโลยี หรือ อาจจะเป็นตัวแปรอื่นที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงที่มาจากเหตุบ้านการเมือง สงคราม ภัยธรรมชาติ เหล่านี้ล้วนเป็นตัวแปรสำคัญที่เกิดขึ้นได้โดยอาจจะไม่ทราบล่วงหน้า หรืออาจจะกระทบกับความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นการ

เปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของอุตสาหกรรมในรูปแบบของ Diamond Model ที่ทำให้อุตสาหกรรมนั้นเกิดการเปรียบเทียบ และเกิดช่องว่างให้มีผู้แข่งขันรายใหม่เกิดขึ้นได้

ทฤษฎี Porter's Determinants of National Competitive Advantage



ภาพที่ 2.4 แสดงกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์ (Diamond Model)

ที่มา: Michael E. Porter, *The Competitive Advantage of Nation*, 1998

2.4 บทความที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้ใช้หลักฐานในการอ้างอิงจากบทความที่เกี่ยวข้อง ถึงยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย โดยบทความที่ได้ทำการศึกษา ค้นคว้า มานั้นสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

Lorand Laskai, “Why Does Everyone Hate Made in China 2025”

Lorand Laskai, อธิบายว่ายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ของจีนนั้น เปรียบเสมือน แผนแม่บทแห่งชาติที่จีนที่จะพัฒนาให้ประเทศเดินหน้าไปอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับมุมมองต่อสายตา ชาวโลกที่เห็นว่า ประเทศจีนเป็นประเทศอุตสาหกรรมการผลิต ให้กลายเป็นประเทศอุตสาหกรรม ที่เน้นนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งแน่นอนว่าการที่จีนใช้นโยบายดังกล่าวนี้ ล้วนแล้วแต่คัดสรร และใช้วัสดุที่ประกอบขึ้นในจีนทั้งสิ้น เนื่องจาก ซัพพลายเออร์หลายบริษัทในต่างประเทศที่จีน ติดต่อกัน ล้วนแล้วแต่มีวัตถุดิบที่ล้ำสมัย ไม่สามารถที่จะประกอบในจีนได้ อีกทั้งยุทธศาสตร์ Made in China 2025 นั้นยังเน้นการผลิตทางนวัตกรรมในประเทศ ส่งเสริมภาคเอกชน บริษัทต่าง ๆ ใน ประเทศ การส่งออก รวมถึง Stat-up อีกด้วย

ซึ่งจากบทความดังกล่าวนี้ Lorand Laskai ยังอธิบายเพิ่มเติมถึงการกำหนดโควตาให้ จีนใช้วัสดุอุปกรณ์ไฮเทคที่ผลิตขึ้นเองในประเทศถึง 70% นั้น ถือได้ว่าเป็นการละเมิดกฎของ WTO (World Trade Organization) เนื่องจากว่า ประเทศเกาหลีใต้ และเยอรมัน ล้วนเป็นผู้ผลิต และ ส่งออกด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อันดับต้นๆ ของโลก

ซึ่งแน่นอนว่าได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว รวมไปถึงแผน ดังกล่าวนั้นจะเป็นการทำให้ห่วงโซ่อุปทานของจีนต้องชะงัก เนื่องจากแต่เดิมซัพพลายเออร์หลักของ จีนที่ส่งออกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ล้วนแล้วแต่เป็นประเทศคู่ค้ากับจีนทั้งสิ้น เนื่องจากการบริโภค ภายในประเทศของจีน รวมถึงอัตราค่าจ้างแรงงาน ล้วนแล้วแต่ทำให้ต้นทุนของอุปกรณ์ชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์สูง ทำให้ต้องสั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศทั้งสิ้น จะทำให้เกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรม การผลิตที่มีส่วนประกอบจากอิเล็กทรอนิกส์ เม็ดพลาสติก ยาง หรืออุปกรณ์ชิ้นส่วนที่นำมาผลิตเป็น อุปกรณ์ไฮเทคได้นั้น ซึ่งจะกระทบเป็นวงกว้างต่ออุตสาหกรรมในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด และจะ กระทบกับคู่ค้าซึ่งก็ถือได้ว่าในอีกแง่หนึ่งจีนก็ได้ทำการกีดกันทางการค้าจากนโยบายดังกล่าวที่สร้าง ปัญหาแก่ประเทศที่ส่งออกสินค้าไฮเทค หรืออาศัยชิ้นส่วนไฮเทคจากห่วงโซ่อุปทานเดิมที่เป็นคู่ค้าก่อน ของจีนนั้นไม่สามารถส่งอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้ามาจีนได้ ทำให้ห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงักลง

Robert D. Atkinson, *President Information Technology and Innovation Foundation, “Made in China 2025 and the Future”, The Challenge From “Made in China 2025”*

Robert D. Atkinson อธิบายว่า ในปัจจุบันนี้สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำในการปฏิบัติอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลกที่ทำให้เกิดเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ หุ่นยนต์ เทคโนโลยีชีวภาพ ฯลฯ และยังถือได้ว่าเป็นประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำรองจากจีน ซึ่งเหตุผลดังกล่าวนั้นก็มาจากภัยคุกคามที่สำคัญจากนโยบายการค้าและเทคโนโลยีที่ไม่เป็นธรรมต่ออเมริกา ซึ่งในปัจจุบันจีนกำลังขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของโลกทางด้านเทคโนโลยีของกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง ผ่านทางเศรษฐกิจและการค้าที่ไม่เป็นธรรม และไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน นโยบายการค้า และการปฏิบัติที่ไม่ธรรมโดยจีนนี้จะถูกรอบงำในทุกรูปแบบโดยรัฐบาลจีน จะมีผลกระทบในวงกว้างไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และปัญหาเรื่องของการขโมยสิทธิบัตร และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ

จากบทความอ้างอิง โดย Robert D. Atkinson ยังอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาว่าความพยายามในการเปลี่ยนผ่านของจีนจากประเทศอุตสาหกรรมการผลิต หรือที่เรียกได้ว่าเป็นโรงงานของโลกนั้น ก็เปลี่ยนไป โดยจีนจะมีเป้าหมายของตนเองที่ชัดเจน ซึ่งการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว นำโดยประธานาธิบดี สี จิ้นผิง ที่ริเริ่มในปี 2006 โดยเป้าหมายนั้นก็เริ่มต้นจาก “Indigenous Innovation” ที่เปรียบเสมือนกลยุทธ์สำคัญที่จะเปลี่ยนผ่านจีนจากประเทศอุตสาหกรรมการผลิตสู่ประเทศอุตสาหกรรมไฮเทค โดยการพัฒนาต่อยอดจากนวัตกรรมของต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในจีนมีส่วนผลักดันและสนับสนุนเทคโนโลยีของจีน ซึ่งแผนดังกล่าวเป็นแผนแม่บทระยะยาวแห่งชาติมีระยะเวลาตั้งแต่ปี 2006-2020 โดยเน้นที่อุตสาหกรรมไฮเทคเป็นหลัก

หัวใจของยุทธศาสตร์หลักของจีนที่โดนโจมตีจากต่างชาติในเรื่องของ “Indigenous Innovation” ซึ่งถูกกล่าวหาว่าเป็นการขโมยเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ซึ่งบริษัทต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนในจีนนั้นจำเป็นต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับบริษัทท้องถิ่นในจีน และผู้นำจีนเองก็รู้ดีว่าถ้าเป็นเช่นนั้นแล้ว จะเกิดข้อโต้แย้งและวิจารณ์ถึงความไม่เป็นธรรมในการพัฒนาเทคโนโลยีของจีนเอง ผลที่ตามมาจีนได้มีการประยุกต์ตนเองให้สามารถปรับใช้เครื่องมือที่พัฒนาเองเพื่อรองรับเทคโนโลยีจากต่างประเทศ รวมถึงพัฒนานวัตกรรมใหม่ของตนเองเพื่อที่จะขจัดปัญหาที่ไม่เป็นธรรมที่โดนกล่าวหาจากต่างประเทศ

Maegan Burkhardt, *“Made in China 2025 and What it means for your supply chain”*

Maegan Burkhardt อธิบายว่า กระแสคลื่นแห่งวิวัฒนาการของจีนกำลังก้าวเข้ามาอย่างหนักในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ประเทศที่เป็นศูนย์กลางการผลิตที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นผู้ที่ป้อนการผลิตในหลายอุตสาหกรรมต้องเปลี่ยนโฉมไป ทำให้สันสะเทือนถึงการเชื่อมโยงด้านห่วงโซ่

อุปทานเป็นอย่างมาก การผลิตในจีนที่เป็นแนวคิดหนึ่งของ Made in China 2025 นั้นทำให้ประเทศจีนได้ลดบทบาทลงจากประเทศผู้ผลิต หรือ โรงงานของโลกที่คุ้นเคย กลายเป็นประเทศผู้ผลิตอุตสาหกรรมนวัตกรรมไฮเทคและทันสมัย โดยเน้นที่เทคโนโลยีขั้นสูงที่สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ซึ่งแน่นอนว่าจะกระทบอย่างมากกับประเทศที่เป็นห่วงโซ่อุปทานของจีนที่แต่เดิมจีนจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยประเทศเหล่านี้ในการผลิตชิ้นส่วน แต่ปัจจุบันการผลิตที่เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำทำให้เป็นส่วนสำคัญให้จีนจำเป็นต้องละทิ้งห่วงโซ่อุปทานในต่างประเทศ

การพัฒนาอุตสาหกรรมของจีนเพื่อตอบสนองนโยบาย Made in China 2025 นั้นทำให้จีนจำเป็นต้องลดการพึ่งพาดตลาดต่างประเทศ และเพิ่มการผลิตส่วนประกอบ วัสดุหลักในประเทศ แทนเพื่อสนับสนุนบริษัทในประเทศ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าภายในประเทศ ซึ่งปัจจุบันนี้เริ่มมีหลายบริษัทที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากนโยบายดังกล่าว สำหรับความท้าทายที่จะก้าวสู่ Made in China 2025 นั้น ในปัจจุบันจีนได้ปูทางไว้เรียบร้อยแล้วถึงแม้ว่าในช่วงแรกจะประสบกับปัญหาของขาดแคลนแรงงานและทักษะที่ชำนาญเนื่องมาจากว่า Made in China 2025 จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะความรู้ ด้านเทคโนโลยีเพื่อที่จะผลิตอุปกรณ์ไฮเทคซึ่งคาดการณ์ว่าจะต้องหาแรงงานเพื่อพัฒนาทักษะเหล่านี้ 20% ในปี 2030 จากเดิมประมาณ 24 ล้านคนในภาคอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาในประเทศเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาช่องว่างในการพัฒนาทักษะแรงงาน

การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้วแต่เป็นหนึ่งในนโยบาย Made in China 2025 มุ่งที่จะพัฒนาจากฝีมือระดับล่างสู่ระดับไฮเทค ซึ่งปัจจุบันมีหลายผลิตภัณฑ์ที่ให้เห็น อาทิ รถยนต์พลังงานไฟฟ้า (NEVs) เครื่องบินโดยสารเชิงพาณิชย์ COMAC C919 รถไฟความเร็วสูง เป็นต้น นอกจากนั้นแล้ว Maegan ยังอธิบายอีกว่าชนชั้นกลางในจีนเพิ่มมากขึ้น มีกำลังทรัพย์มากขึ้นทำให้การปรับปรุงพัฒนาแบรนด์เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานให้ยอมรับในประเทศและสากลที่เพิ่มขึ้นด้วย

สำหรับอุตสาหกรรมสกปรก หรืออุตสาหกรรมที่ปล่อยมลพิษต่าง ๆ ในจีน จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับอุตสาหกรรมภายในนโยบาย Made in China 2025 ได้อย่างแท้จริง อุตสาหกรรมในประเทศที่เป็นตัวสะท้อนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของจีนนั้นจะได้รับการสนับสนุนโดยภาครัฐบาลของจีน ซึ่งแบรนด์ต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นในจีนทั้งหมดนั้น จะได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ทั้งงบประมาณ ทางภาษี ทางศุลกากรต่าง ๆ ซึ่งสำหรับบริษัทต่างชาติที่เข้าไปลงทุนนั้นจะไม่ได้รับการสนับสนุนดังกล่าวทำให้ไม่สามารถจะแข่งขันกับบริษัทที่ผลิตในจีนได้

แต่ที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นไม่ใช่จะไม่สามารถร่วมงานกับบริษัทในจีนได้ เนื่องจากการพัฒนาที่จะไปสู่เป้าหมายของ Made in China 2025 นั้นยังคงที่จะต้องมีความร่วมมือระหว่างกันอยู่ อาทิ Huawei ได้ร่วมมือกับ General Electric และพัฒนา KUKA Robotics เพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์โซลูชัน IoT เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต หรือไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือระหว่าง Qinchuan

Machine Tool Group กับบริษัท Bosch Rexroth ของเยอรมันที่ร่วมกันผลิตอุตสาหกรรม 4.0 ที่เน้นการสร้างหุ่นยนต์เพื่อทดแทนการผลิต รวมถึงใช้เครื่องมือที่ทันสมัยในการประกอบหุ่นยนต์อีกด้วย

ดังนั้นแล้วสรุปได้ว่าเป็นโอกาสและความท้าทายสำหรับ Made in China 2025 ที่หลายบริษัทที่เคยเป็นห่วงโซ่คุณค่าของจีนจะหันมาปรับปรุงตัวเอง และพัฒนาเทคโนโลยีให้เติมเต็มกับความต้องการของจีน ซึ่งแน่นอนว่าในระยะอันสั้นนี้จีนจะยังคงต้องการผู้เชี่ยวชาญที่จะคอยเติมเต็มช่องว่างนี้ และยังคงต้องการการช่วยเหลือและพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อที่จะไปให้ถึงเป้าหมายของ Made in China 2025 ที่เปรียบเสมือนเส้นชัยในการพัฒนาประเทศต่อไป

2.5 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ของผู้วิจัยนั้น ได้ศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา โดยนำหลักการทฤษฎี Diamond Model ของ Michael E. Porter มาใช้ในการวิเคราะห์แนวทางในการรับมือกับอุปสรรค และแนวทางเพื่อการแก้ไข ดังนี้

การเปรียบเทียบความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (National Competitive Advantage)

ผู้วิจัยได้เลือกนำปัจจัยทั้งหมดของ Michael E. Porter มาใช้ในการวิเคราะห์ในเรื่องของ ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (National Competitive Advantage) ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวเป็นหนึ่งในทฤษฎีของ Porter's Diamond Model มาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งสามารถอธิบายถึงปัจจัยแวดล้อมที่ทำให้จีนก้าวขึ้นเป็นผู้นำ พลิกโฉมหน้าจากประเทศอุตสาหกรรมการผลิตเป็นอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูง ที่มีนวัตกรรม และเทคโนโลยีทันสมัย

นับตั้งแต่ประเทศจีน ภายใต้การนำของประธานาธิบดี สี จิ้นผิง ที่ริเริ่มที่จะพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง แทนที่การผลิตแบบอุตสาหกรรมเก่า ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ก็ได้เริ่มต้นขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยการนำของนายกรัฐมนตรี หลี่ เค่อเฉียง เมื่อการประชุมพรรคคอมมิวนิสต์จีน เมื่อเดือนพฤษภาคม 2015 นับเป็นก้าวแรกแห่งการเริ่มต้นครั้งใหม่ที่จะนำพาประเทศไปสู่อุตสาหกรรมชั้นนำของโลกยุคใหม่

แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวเน้นไปที่ 10 อุตสาหกรรมไฮเทคทั้งหมด ที่เป็นอุตสาหกรรมอนาคตของจีน อีกทั้งยังเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนานวัตกรรมการผลิต การประสานเทคโนโลยีเข้ากับภาคอุตสาหกรรมในประเทศ รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นในตราสินค้าแบรนด์จีนในตลาดต่างประเทศอีกด้วย การพัฒนาทั้งหมดนั้นเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการที่จีนมีแนวคิดจะปรับใช้กลยุทธ์การรวมกันในแนวตั้ง (Vertical Integration) นั้นหมายถึงการสร้างการผลิตทุกอย่างภายในประเทศ ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำล้วนเกิดขึ้นในประเทศทั้งสิ้น ซึ่งจะสนับสนุนอุตสาหกรรมในประเทศเป็นหลัก

(Supporting Industry) ซึ่งแน่นอนว่าจะกระทบกับห่วงโซ่การผลิตจากตู้ค้าเดิมของจีน (Regional Supply Chain Disruption) ซึ่งหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ก็คือไทย เนื่องจากตลาดจีนเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย อาทิ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์จากยาง เคมีภัณฑ์ เป็นต้น นับว่าจีนมีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจไทยและภาคการส่งออกไทยที่จะได้รับผลกระทบจากแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 นี้

ดังนั้นแล้วจากกรณีศึกษาแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่กระทบต่อการส่งออกไทยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยละเอียด และยังได้ใช้ทฤษฎีของ Michael E. Porter มาเชื่อมโยงเพื่อที่จะได้เห็นภาพมากยิ่งขึ้นในเรื่องของความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ (National Competitive Advantage) ของอุตสาหกรรมภาคการผลิตในจีนที่มีการพัฒนาเพื่อให้เกิดความได้เปรียบ และเป็นหนึ่งในเวทีสากล โดยจะอธิบายการเชื่อมโยงดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยหลักที่สำคัญของจีนในการดำเนินงาน (Factor Endowment, Factor Conditions)

หากกล่าวไปแล้วนั้นการเปลี่ยนจากสถานะประเทศผู้ผลิต หรือโรงงานของโลก ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศของจีน นอกเหนือจากนั้นแล้ว ปัญหาด้านค่าแรงที่เพิ่มสูงขึ้น ปัญหาทักษะความสามารถของแรงงาน ปัญหาการเกิดที่ต่ำลงที่มาจากนโยบายลูกคนเดียว (One Child Policy) ปัญหาสิ่งแวดล้อม และมลพิษ ล้วนเป็นตัวการสำคัญที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาประเทศ แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาภายใต้นโยบาย Made in China 2025 ที่จีนหวังพัฒนาประเทศโดยใช้แผนนโยบายดังกล่าว

ซึ่งนิยามของคำนี้คือการผลิตเทคโนโลยีขั้นสูง เทคโนโลยีที่เต็มไปด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนในประเทศที่มีกำลังทรัพย์มากขึ้น คนรุ่นใหม่ที่สนใจในเทคโนโลยี รวมถึงชนชั้นกลางที่เพิ่มสูงขึ้นแล้วแต่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในการดำเนินชีวิตปัจจุบัน จากจุดอ่อนในการพัฒนาประเทศนั้น ได้นิยามศัพท์ใหม่ Made in China 2025 เพื่อปูทางสู่การพัฒนาเป็นจุดแข็งให้ประเทศตนเองโดดเด่นด้านเทคโนโลยี ซึ่งการก้าวกระโดดครั้งยิ่งใหญ่ ไม่ใช่เพียงแค่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ เท่านั้น และรวมไปถึงการผลิตที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากเดิมเป็นการผลิตแบบมาก (Mass Production) เปลี่ยนเป็นการผลิตแบบเฉพาะความต้องการ และผสานนวัตกรรมเข้าไปเป็นแบบ (Customization) ซึ่งต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญ เทคนิค และทักษะขั้นสูงประกอบกัน นอกจากนี้แล้วจีนไม่ได้เพียงแค่พัฒนาให้ก้าวสู่การเป็นประเทศชั้นนำด้านเทคโนโลยี แต่ต้องการที่จะยกระดับห่วงโซ่อุปทาน กับอุปสงค์ของอุตสาหกรรมภายในประเทศทั้งหมด โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยอุตสาหกรรมจากภายนอกประเทศ

2. อุปสงค์ภายในประเทศ (Demand Conditions)

การพัฒนาตามนโยบาย Made in China 2025 นั้นถือได้ว่าเป็นจุดแข็งของแผนพัฒนาเชิงรุกอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในจีนมาปรับใช้ การก้าวกระโดดจากประเทศผู้ผลิต มาเป็นประเทศที่พัฒนาด้านเทคโนโลยีนั้นถือได้ว่าเป็นการก้าวกระโดดครั้งสำคัญของจีน ซึ่งหนึ่งในสาเหตุหลักคือความต้องการที่จะพัฒนาประเทศตามแผนแม่บทดังกล่าว ซึ่งทั้งหมดก็มาจากอุปสงค์ภายในประเทศเป็นหลัก จากจำนวนประชากรของจีนที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นั้น จุดแข็งในเรื่องของจำนวนผู้บริโภคที่มากติดอันดับโลกเกือบ 1,400 ล้านคน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็งหนึ่งทางด้านประชากรศาสตร์ที่ทำให้มีบุคลากรเพียงพอในการพัฒนา ผู้เชี่ยวชาญ ในหลากหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นแล้วความต้องการของฐานผู้บริโภคชั้นกลางที่เพิ่มมากขึ้น เป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ผลักดันทำให้จีนต้องปรับเปลี่ยน เนื่องจากผู้บริโภคชั้นกลางที่มีกำลังทรัพย์ ก็ล้วนต้องการหาสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ที่ทันสมัยมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองมากขึ้น ทำให้อุปสงค์ดังกล่าวเกิดจากความต้องการในประเทศเป็นสำคัญ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

จากแผนพัฒนาเชิงรุกด้านอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของจีน หรือ Made in China 2025 นั้น เป็นที่ทราบกันว่าจีนต้องการจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างนวัตกรรมภายใต้แนวคิดที่จะสร้างคุณภาพมากกว่าปริมาณ การผลิตเพื่อที่จะสร้างความแข็งแกร่งและ น่าเชื่อถือให้กับแบรนด์สินค้าของจีนเอง การพัฒนาทักษะแรงงาน บุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนเป็นสำคัญ นอกเหนือจากนั้นแล้วยังเป็นการพัฒนาการใช้พลังงานทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของจีน 10 อย่างนั้น เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมไฮเทคทั้งหมด ลดการปล่อยของเสีย และก๊าซที่ทำลายชั้นบรรยากาศของโลก

แผนเชิงรุกของรัฐบาลจีนต่อนโยบาย Made in China 2025 นั้นยังคงเน้นที่การสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันในประเทศ ตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ทั้งหมดจะผลิตในประเทศจีน ซึ่งแต่เดิมนั้นการผลิตส่วนใหญ่ 70% จะผลิตในต่างประเทศ ขึ้นส่วนและอะไหล่จะนำเข้าจากต่างประเทศ และอีก 30% จะผลิตในประเทศ แต่เมื่อเกิดนโยบายดังกล่าวขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรม และสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในประเทศ ห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดจะเกิดขึ้นภายในประเทศทั้งสิ้น เนื่องจากจีนยังคงได้เปรียบในเรื่องของวัตถุดิบ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่นั้นเทคโนโลยี และนวัตกรรมยังล้าหลัง ไม่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับการผลิต หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในจีนเองได้ จึงอาจจะส่งผลกระทบต่อคู่ค้าของจีนที่เดิมส่งออกสินค้าหลักเพื่อตอบสนองความต้องการของจีน แต่ปัจจุบันหากจีนมีความสามารถในการผลิตอุปกรณ์ทั้งหมดในประเทศ ก็จะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานที่ทำการส่งสินค้าออกมาถึงจีน

4. กลยุทธ์องค์กรโครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ที่ผ่านมาจากเรื่องสงครามการค้า (Trade War) ที่เป็นประเด็นสำคัญในการทำสงครามการค้าที่พุ่งเป้าไปที่อุตสาหกรรมไฮเทคของจีน นโยบาย Made in China 2025 ของรัฐบาลจีนนั้นถือได้ว่าเป็นผลในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูงทั้งหมด 10 อุตสาหกรรมที่เน้นไปที่การยกระดับมาตรฐานการผลิต รวมถึง เทคโนโลยีของจีน ซึ่งวิธีการของจีนนั้น ก็คือการผูกพันมิตรบริษัท เทคโนโลยีชั้นนำของจีน อาทิ Huawei, ZTE, Tencent, Alibaba, Haier เป็นต้น โดยบริษัทชั้นนำเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ การปกป้องการค้าภายในประเทศ สิทธิพิเศษต่าง ๆ อาทิ สิทธิทางภาษี การนำเข้า เป็นต้น ถึงแม้ว่าการในปัจจุบันจีนจะสามารถพัฒนาเทคโนโลยี ต่อยอดจากอุตสาหกรรมที่สหรัฐเชื่อว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของจีนนั้นมีการลอกเลียนแบบ และถูกถ่ายทอดให้บังคับโอนถ่ายจาก นโยบาย Indigenous Innovation ซึ่งบริษัทชั้นนำของสหรัฐ หรือชาติอื่น ๆ ที่จะเข้ามาประกอบการค้า หรือลงทุนในจีน จำเป็นต้องถ่ายทอดเทคโนโลยีดังกล่าวให้กับจีน ทำให้สหรัฐเกิดความไม่พอใจ และกล่าวหาว่าความก้าวหน้ามากมายที่เกิดขึ้นนั้นก็มาจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีภายใต้นโยบายดังกล่าวของจีน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ก็ได้มีความร่วมมือเกิดขึ้นระหว่างบริษัทในจีน และบริษัทต่างชาติ ที่ได้ร่วมมือกันวิจัยงานเทคโนโลยีเกิดขึ้นหลายบริษัทที่น่าสนใจ

5. รัฐบาล (Government)

นโยบายที่สำคัญของจีน Made in China 2025 นั้นเป็นกลไกสำคัญที่จะนำพาประเทศให้หลุดพ้นจากประเทศอุตสาหกรรมของโลก ให้มีการพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น ซึ่งจีนได้กำหนดเป้าหมายชัดเจนว่าก่อนปี 2025 นั้นอุตสาหกรรมทั้งหมดประมาณ 70% จะต้องเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ และต่อจากนั้นอุตสาหกรรมทั้งหมดจะต้องผลิตภายในประเทศ 100% ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวเป็นการพัฒนาที่ต้องใช้เม็ดเงินมหาศาล ซึ่งการผลิตดังกล่าวนี้ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาล โดยกองทุนรัฐบาลกลาง (National Integrated Circuit Industry Investment Fund) กองทุนสำหรับอุตสาหกรรมเกิดใหม่ (National New Emerging Industries Fund) และกองทุนเพื่อการลงทุนอุตสาหกรรมการผลิตขั้นสูง (Advanced Manufacturing Industry Investment Fund) กองทุนเหล่านี้ตั้งขึ้นมาเพื่อพัฒนาภาคการผลิตขั้นสูงที่เน้นนวัตกรรม ซึ่งรัฐบาลจีน และรัฐบาลท้องถิ่นในแต่ละมณฑลได้รับเงินอัดฉีดสนับสนุนดังกล่าว นอกเหนือจากกองทุนรัฐบาลแล้ว ยังมีการอัดฉีดเงินเพื่อพัฒนาให้กับกลุ่มบริษัทเทคโนโลยีรายใหญ่เพื่อการลงทุนด้านเทคโนโลยีเป็นหลัก เรียกว่า กองทุนร่วมลงทุนเอกชน (Private Venture Capital Funds) ซึ่งถ้าหากการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมจากภาครัฐแล้ว เป้าหมายในการจะพัฒนาอุตสาหกรรมตามที่ฝันของจีนก็ไม่สามารถเป็นไปได้ อย่างชัดเจน

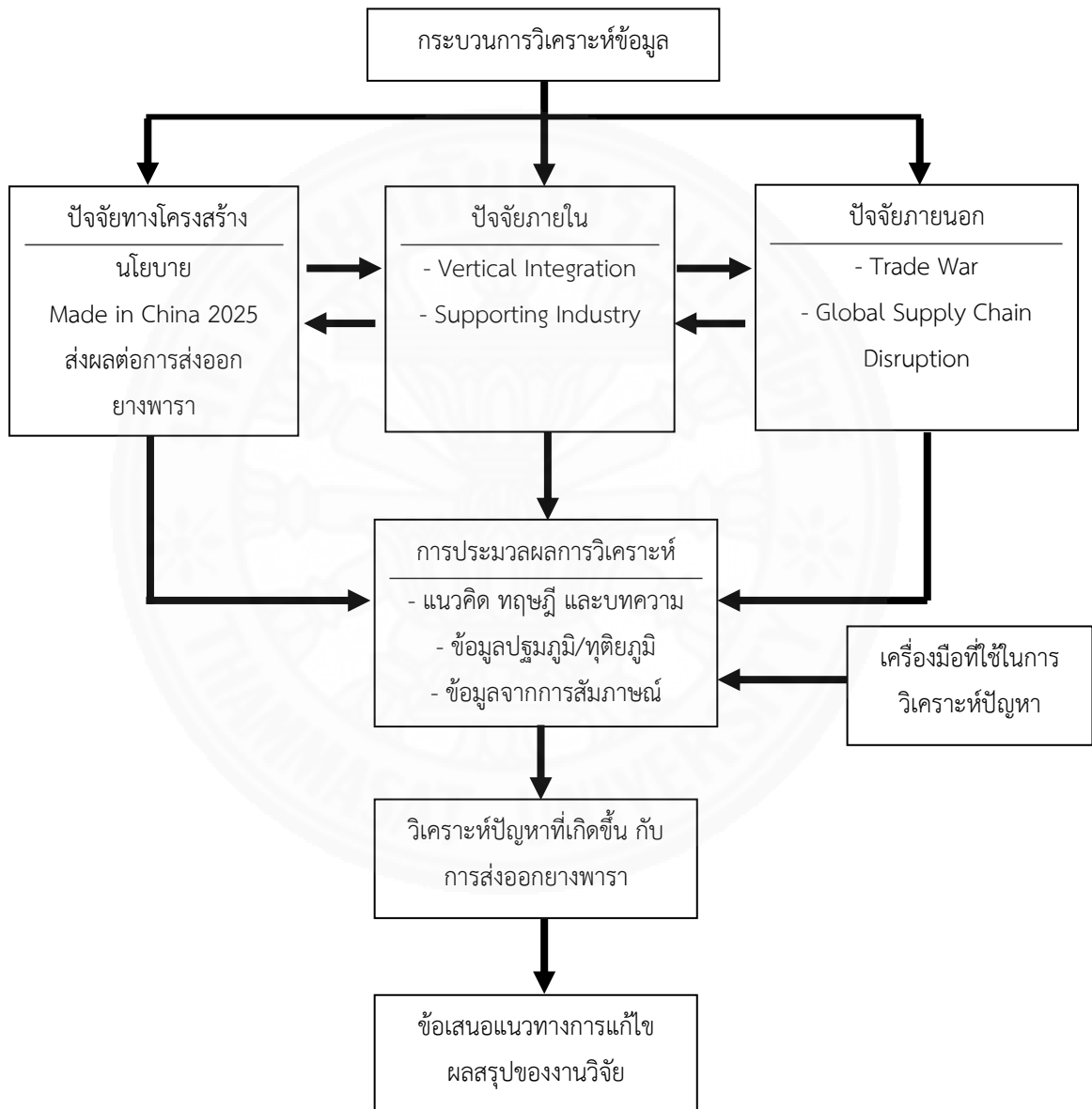
6. เหตุสุตวิสัย หรือ โอกาส (Chance)

หากมองในด้านของโอกาสนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นของ Made in China 2025 จะทำให้ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานในหลายประเทศ แต่ถ้าหากอุตสาหกรรมไทยจะสามารถใช้ประโยชน์ได้นั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอุตสาหกรรมของตนเองให้มีคุณภาพสูงเทียบเท่า ซึ่งจะทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมในไทย หรือประเทศคู่ค้ากับจีน จำเป็นต้องเปลี่ยน และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาให้รองรับกับเทคโนโลยีของจีน ซึ่งก็จะสามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมของจีนได้โดยไม่กระทบ



2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้มาซึ่งการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพ



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.6 สมมติฐานงานวิจัย (Research Hypothesis)

ผู้วิจัยได้ทำการตั้งสมมติฐานการวิจัยออกมาโดยจาก แนวคิด ทฤษฎี และบทความที่เกี่ยวข้อง นำมาประมวลผล และตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ H1

นโยบาย Made in China 2025 ทำให้เกิดผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทาน หรือสินค้าอุตสาหกรรมจากต่างประเทศ จนทำให้หยุดชะงักและขาดตอนของห่วงโซ่อุปทานกับประเทศคู่ค้าเดิมของจีน (Regional Supply Chain Disruption)

สมมติฐานที่ H2

อุตสาหกรรมในจีนกระทบกับปัญหาสงครามการค้า (Trade War) ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานไทย เพราะจีนจำกัดการนำเข้ายางพารา ทำให้การส่งออกยางพาราจากไทยไปจีนชะงัก

สมมติฐานที่ H3

ถึงแม้ว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ในจีนไม่สามารถผลิตยางพาราให้เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศได้ จีนจึงได้เข้าซื้อกิจการบริษัทยางพาราในต่างประเทศ ขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น เพื่อส่งออกกลับประเทศทำให้มีกิจการยางพาราตกอยู่เฉพาะกลุ่มทุนชาวจีน

สมมติฐานที่ H4

ทิศทางของยางพาราไทยที่ต้องปรับตัวกับแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ถ้าหากจีนหยุดการนำเข้า ตลาดในภูมิภาคอื่นก็ต้องสามารถขยายการส่งออกไปได้เพื่อไม่ให้ภาพรวมการส่งออกไทยสะดุด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีวิธีการในการศึกษา โดยการเก็บข้อมูล อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การศึกษาจากเอกสาร บทความ วิชาการต่าง ๆ การวิจัยในครั้งนี้มีการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) คือ การสัมภาษณ์ที่เตรียมคำถามสำคัญ และเนื้อหาในการสัมภาษณ์ไว้แล้ว และมีโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงทัศนคติ แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ การวิจัยดังกล่าวเน้นไปที่การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ การส่งออก โดยใช้การเก็บข้อมูลเป็นสำคัญ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาตอบคำถามของงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง กรณีศึกษายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออก ไทย ซึ่งจากการศึกษาโดยละเอียดผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นสามารถอธิบายตามระเบียบของวิธีวิจัยได้ดังต่อไปนี้

3.1 คำถามงานวิจัย

สำหรับในส่วนของคำถามงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ที่จะวิจัยในกรณีศึกษา ผลกระทบของภาคการส่งออกของไทย ที่ได้รับผลกระทบในส่วนของ Made in China 2025 ดังกล่าว ทั้งนี้การศึกษาของผู้วิจัยนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาระยะยาวสำหรับผู้ที่ต้องการจะส่งออกสินค้าไปจีน ให้มีการพัฒนาทักษะที่มากขึ้น ประกอบกับการคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมไฮเทคจีนที่มีการพัฒนามากยิ่งขึ้นทำให้ในส่วนของประเทศไทยนั้นจำเป็นต้องปรับตัวให้ทัน ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีของบทความที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์นั้นจะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปของปัญหา และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในอนาคต

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีการใช้เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัย ดังนี้

3.2.1 ชุดของคำถาม และประเด็นสัมภาษณ์ (Guild line)

ในการสัมภาษณ์นั้นผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดของเรื่อง กรณีศึกษายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่กระทบต่อการส่งออกของไทย โดยต้องการจะศึกษาประเด็นของผลกระทบ

ที่เกิดขึ้นต่อภาคการส่งออกของไทย ซึ่งเป็นไปตามกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ต้องการจะศึกษา

3.2.2 การบันทึกเสียงสัมภาษณ์ (Recorder)

ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ได้ขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์บันทึกเสียง เพื่อนำมาถอดเสียง แล้วจากนั้นนำเนื้อหาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อให้ได้บทสรุป และเนื้อหาที่ครบถ้วนมากที่สุด

3.2.3 การจดบันทึก (Memorandum)

เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงได้มีการจดบันทึกระหว่างการสนทนากับผู้ถูกสัมภาษณ์

3.3 แนวทางในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยทำการศึกษางานวิจัยดังกล่าวประเภท การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งทำการศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจโดยใช้การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลเชิงลึก (In-depth Interview) ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมายใช้การวิเคราะห์แบบการถอดความจากบทสัมภาษณ์ และตีความโดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนั้นจะเน้นให้ครอบคลุมทั้งด้านทัศนคติ แนวคิด และการเชื่อมโยง ต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นของยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่มีผลกระทบต่อไทยอย่างไร ซึ่งการสัมภาษณ์นั้นจะผ่านการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยมีการกำหนดแนวทางคำถามไว้ล่วงหน้าในแบบลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เกี่ยวกับทัศนคติ การรับรู้เกี่ยวกับ Made in China 2025 ผลกระทบต่อการส่งออก แนวทางการแก้ไขปัญหา จุดอ่อนจุดแข็งขององค์กร ฯลฯ ซึ่งการถามคำถามปลายเปิดนั้นจะสามารถช่วยให้ผู้สัมภาษณ์มีมุมมองและแนวคิด รวมถึงประสบการณ์ที่ถูกถ่ายทอดออกมาอย่างอิสระ

นอกจากนั้นแล้วผู้สัมภาษณ์ยังสามารถขยายความในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้ รวมถึงต่อยอดจากคำถามได้อีก ทัศนคติ มุมมอง ความเข้าใจ (Insight) เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้ตั้งไปใช้ในการวิเคราะห์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเชื่อมโยงหาเหตุผล เป็นข้อสรุปในงานวิจัยขึ้นนี้ได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยการศึกษางานวิจัยขึ้นนี้นั้นการตั้งคำถามสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ จะมีดังนี้

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ อาทิ ชื่อ นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงาน ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ อาทิ ชื่อ นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ / ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 สอบถามถึงทัศนคติภาพรวมของอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งออกผลิตภัณฑ์ หรือ ชิ้นส่วนอุปกรณ์ไปยังจีน เช่น ภาพรวมของธุรกิจในอุตสาหกรรม ตลาดส่งออกหลัก ผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ทัศนคติต่อ Made in China 2025 หรือความเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมที่มีการส่งออกไปจีน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลของข้อมูลที่อ้างอิงได้จากการสัมภาษณ์ โดยแบ่งข้อมูลดังกล่าวออกเป็น 2 แบบ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยสามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

งานวิจัยนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากอุตสาหกรรมที่เป็นอุตสาหกรรมหลักของการส่งออกจากไทยไปจีน ได้แก่ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์จากยาง และ เคมีภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนการสัมภาษณ์ ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอสัมภาษณ์ อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เพื่อความเป็นกันเอง และบรรยากาศที่ผ่อนคลาย สบาย ไม่เครียดเกินไป ระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้สัมภาษณ์ รวมทั้งการสร้างความยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ให้รู้สึกไม่จืดจางกับการตอบคำถามมากเกินไป

1) ขั้นตอนแรกในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยจะทำการติดต่อโดยทางโทรศัพท์ก่อน บอกรายละเอียดคร่าวๆเกี่ยวกับประเด็นที่จะสัมภาษณ์ จากนั้นจะส่งเอกสาร ข้อมูลที่จะสัมภาษณ์ทางอีเมล เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้เตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้กับผู้วิจัย โดยข้อมูลทุกอย่างที่เตรียมนั้นจะทำการเตรียมมาก่อนล่วงหน้า และผู้วิจัยจะทำการแจ้งให้ผู้สัมภาษณ์รับทราบว่ารายละเอียด ข้อมูลทั้งหมดนั้นจะถูกทำการเผยแพร่ในรูปแบบของงานวิจัย หรือทั้งนี้หากผู้สัมภาษณ์ไม่ยินยอมให้ระบุตัวตน ก็จะมีการปกปิดโดยใช้นามแฝง หรือชื่ออื่นโดยปราศจากการระบุตัวตนเพื่อให้เกิดความสบายใจกับทั้งสองฝ่าย จากนั้นแล้วเมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับอีเมลเรียบร้อยแล้ว และพร้อมที่จะให้สัมภาษณ์ก็จะนัด วัน เวลา สถานที่ ตามความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์

2) ขั้นตอนระหว่างการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยจะทำการขออนุญาตผู้สัมภาษณ์ในการบันทึกเทปเสียงการสนทนา ในการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นก็จะเริ่มสัมภาษณ์โดยเปิดประเด็นโดยเป็นการพูดคุยเบื้องต้น เกี่ยวกับประวัติ ข้อมูลเบื้องต้นของผู้สัมภาษณ์ ประเด็นทั่วไป ที่มาที่ไป และเนื้อหาโดยภาพรวมก่อน แล้วจากนั้นในส่วนที่สองจะลงรายละเอียดเชิงลึก โดยคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างกว้าง เปิดโอกาสให้พูดถึงประสบการณ์ ทักษะคติ แนวคิด มุมมองต่าง ๆ ที่มี หรือแม้กระทั่งความสนใจจากผลกระทบบังกล่าว โดยการสัมภาษณ์ทั้งหมดจะใช้เวลาในแต่ละครั้งประมาณ 30 นาที

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการวิจัยนั้นจะได้อาจมาจากการศึกษางานวิจัย วิทยานิพนธ์ รวมถึงบทความที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการศึกษาเรื่อง กรณีศึกษายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมส่งออกไทยนั้น ในปัจจุบันยังเป็นเรื่องที่มีผู้ศึกษาน้อย และการศึกษาในระดับวิทยานิพนธ์นั้นยังเผยแพร่ไม่มาก เนื่องมาจากผลจากสงครามการค้าระหว่าง จีนและ สหรัฐอเมริกาเพิ่งเกิดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้วิจัยจึงตัดสินใจในการทำการศึกษจาก แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถืออื่น ๆ อาทิ ข่าว เว็บไซต์ บทความจากต่างประเทศ เพื่ออ้างอิงในการทำงานวิจัยชิ้นนี้

3.5 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งจะมีการถอดความจากการบันทึกเทปเสียงสนทนาระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้สัมภาษณ์ผ่านการบรรยายความเป็นตัวอักษร (Descriptive) โดยที่ผู้วิจัยนั้นจะได้เลือกวิธีการตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytical Induction) โดยการตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลรูปธรรมที่ได้รับ หรือ ปรากฏการณ์ที่มองเห็น

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “กรณีศึกษายุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราไทย” โดยที่ผู้วิจัยนั้นได้ทำการรวบรวมข้อมูลเนื้อหา และหาเอกสารเพิ่มเติมประกอบ (Documentary Research) นอกจากนั้นแล้วผู้วิจัยยังได้ใช้ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือประกอบ เนื่องจากเนื้อหาที่ผู้วิจัยนำเสนอ นั้น เป็นเนื้อหาที่ค่อนข้างใหม่ และผู้วิจัยต้องการนำเสนอให้ทันกับสถานการณ์

สำหรับการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับ ผู้ประกอบการส่งออกยางพารา อันดับต้นของประเทศ และมีการส่งออกยางพาราเป็นอันดับต้นของโลกด้วย โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์บริษัท (มหาชน) จำนวน 3 บริษัทที่เป็นบริษัทส่งออกยางพารา อันดับต้นของประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการ วิเคราะห์ รวมทั้งหาข้อสรุปผลจากการวิจัย โดยบริษัท (มหาชน) ทั้ง 3 บริษัทที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ มานั้นมีดังนี้

1. บริษัท (มหาชน) A
2. บริษัท (มหาชน) B
3. บริษัท (มหาชน) C

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้คัดเลือกสรรบริษัทที่จะทำการสัมภาษณ์ โดยเป็นบริษัท (มหาชน) ที่มีความน่าเชื่อถือ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้สัมภาษณ์ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญกับการส่งออกยางพาราไปจีนโดยตรง โดยมีข้อมูลทั่วไป ดังต่อไปนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A

1. เพศชาย อายุ 34 ปี ตำแหน่งหน้าที่เป็น Vice President-Natural Rubber & Investor Relations ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี ประสบการณ์การทำงาน 7-8 ปี
2. เพศหญิง อายุ 31 ปี ตำแหน่งหน้าที่เป็น ผู้จัดการกลุ่มงานนักลงทุนสัมพันธ์ ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ประสบการณ์การทำงาน 4 ปี

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B

เพศชาย อายุ 37 ปี ตำแหน่ง ผู้จัดการส่วนงานส่งออกยางพาราต่างประเทศ ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C

เพศชาย อายุ 32 ปี ตำแหน่ง ผู้จัดการส่วนงานนักลงทุนสัมพันธ์ ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาโท ประสบการณ์การทำงาน 4-5 ปี

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสรุปผลรายละเอียดของการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจากบริษัท (มหาชน) ทั้ง 3 แห่งและสามารถจำแนกรายละเอียดออกมาเป็น 4 ปัจจัยหลักตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า
2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain Effect)
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน (Substitution Effect)
4. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า

การเริ่มต้นขึ้นของสงครามการค้า Trade War ระหว่างสหรัฐอเมริกา และจีน โดยมีการเริ่มต้นที่ชัดเจนว่าสงครามนั้นมาจากจุดเริ่มต้นที่จีนแสดงจุดยืนชัดเจนในเรื่องของ “Made in China 2025” ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์แม่บทสำคัญหนึ่งเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศจีน อีกทั้งยังสามารถที่จะพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้ทัดเทียมกับนานาชาติอารยประเทศได้ การพัฒนาของ Made in China 2025 นั้นซึ่งเปรียบเสมือนความฝันอันสูงสุดของจีนที่จะพัฒนาจากโรงงานของโลก ให้พลิกเปลี่ยนโฉมใหม่เป็น แหล่งผลิตสินค้าไฮเทคและเทคโนโลยีที่ทันสมัยของโลก ที่มาพร้อมนวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อนำประเทศให้เป็นหนึ่งในต้นแบบของประเทศผู้นำด้านเทคโนโลยีในอนาคต ซึ่งการประกาศตัวชัดเจนนี้เองทำให้สหรัฐออกมาตรการหลายอย่างเพื่อกำจัดคู่แข่งทางเทคโนโลยีออกไป และยังเป็นการสกัดคู่แข่งในวงการไม่ให้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อที่ว่าสหรัฐจะได้เป็นผู้ครองเทคโนโลยีและมีบทบาทสำคัญของโลกต่อไป

ภาพรวมของผลกระทบที่ยืดเยื้อจากสงครามการค้านั้นส่งผลทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจชะลอตัวอย่างชัดเจนจนอาจนำไปสู่สภาวะเศรษฐกิจถดถอยได้ในที่สุด การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ปรับตัวลดลงมาในไตรมาสที่ 2/2562 ด้วยปัจจัยทั้งจากสงครามการค้า และจากการที่ธนาคารกลางสหรัฐ หรือ เฟด Fed (Federal Reserve System) ปรับลดอัตราดอกเบี้ยระยะสั้นแล้วถึง 2 ครั้งในปีนึ่งที่ระดับ 2.00-2.25% และการที่อังกฤษจะถอนตัวจากสหภาพยุโรป (Brexit) ล้วนเป็นตัวแปรที่สำคัญ

ที่ทำให้การถดถอยของเศรษฐกิจโลกนั้นมีที่ท่าว่าจะต่อเนื่องและอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ผลิตภัณฑ์ยางพาราของไทยในช่วงปี 2562-2564 มีแนวโน้มจะเผชิญกับความต้องการที่ลดลงของประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะการนำเข้าจากจีนที่ลดลง มากในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทยางแผ่น และยางแท่ง โดยปัจจัยกดดันหลักมาจากปริมาณอุปทานและสต็อกยางพาราที่เพิ่มสูงขึ้น และแรงกดดันจากประเทศคู่แข่งใหม่จาก CLMV ที่นักลงทุนจีนได้เข้าไปลงทุนปลูกยางพาราในช่วงหลายปีก่อน อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกยางแผ่น และยางคอมปาวด์ (Compound Rubber) ยังมีโอกาสเติบโตได้ตามความต้องการของตลาดโลก ราคาของยางพาราที่ปรับลดลงต่อเนื่องมาอยู่ในระดับต่ำจะส่งผลให้มูลค่าส่งออก ยางพาราโดยรวมลดลงและ ทำให้ผู้ประกอบการอาจจะต้องเผชิญความเสี่ยงจากภาวะขาดทุนสต็อก

ถึงแม้ว่าจากการที่ Made in China 2025 นั้นจะมีการควบรวมห่วงโซ่การผลิต (Vertical Integration) ทั้งหมดไว้ภายในประเทศ และการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศนั้นจะจำกัดจำนวนลงก็ตาม แต่อุปสงค์ของยางพาราในจีนนั้นก็มียู้อย่างมาก เนื่องจาก ปัจจุบันจีนยังเป็นโรงงานผลิตยางรถยนต์ที่สำคัญของโลก และบริษัทยักษ์ใหญ่หลายแห่งก็ตั้งอยู่ที่จีน ดังนั้นแล้วอุปสงค์หลักของจีนที่จะบริโภคยางมีจำนวนมหาศาลเมื่อเทียบกับการผลิตที่เกิดขึ้นในประเทศ สำหรับการส่งออกยางพาราที่สำคัญของไทยนั้นถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสงครามการค้าที่ผ่านมา แต่ความต้องการบริโภคสินค้าประเภทยางพาราของผู้ประกอบการในจีนนั้นก็ยังคงมียู้อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.1

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“ผมคิดว่าในภาพรวมนั้นจากเหตุการณ์ของสงครามการค้ามีเหตุมาจากการที่รัฐบาลจีนมีประกาศจุดยืนของตนเอง Made in China 2025 ซึ่งผมคิดว่าเท่าที่เข้าใจคำนี้ หมายถึง การที่รัฐบาลจีนต้องการจะพัฒนาจาก Made in China ให้กลายเป็น Made in China 2025 ทำให้อุปสงค์มากยิ่งขึ้น” “จากสงครามการค้า ปัจจุบันทางบริษัทยังไม่มีผลกระทบตรงนี้ โดยจะแยกเป็น 2 ประเภท คือ	- สงครามการค้า - Upgrade ตัวเองจากประเทศอุตสาหกรรมหนักมาเป็นอุตสาหกรรมไฮเทค - ถ้าความต้องการ (Demand) ในจีนลดลง ทำให้ต้องหาตลาดใหม่ เกิดสภาวะ Supply Shock

ตารางที่ 4.1

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	<p><u>ประเด็นแรก: Non-China</u></p> <p>เนื่องจากสินค้ายางพารา 80% ส่งไปให้บริษัทล้อรถยนต์เจ้าหลักของโลก อาทิ ใน สหรัฐอเมริกา อาทิ บริษัท Bridgestone, Michelin เป็นต้น ซึ่งยังไม่กระทบกับ Trade War และหลักๆ แล้วบริษัทจะส่งไปสิงคโปร์เพื่อให้ทาง Third party เป็นคนเทรดสินค้าต่ออีกทอด ซึ่งสิงคโปร์เองจะเป็นศูนย์รับซื้อจากทางบริษัทและส่งไปขายต่อยังประเทศต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นคนกลางติดต่อ อาทิ ไทย ญี่ปุ่น อเมริกาใต้ เป็นต้น</p> <p><u>ประเด็นที่สอง: China</u></p> <p>ในส่วนหลักของประเทศจีนนั้น ถ้า Demand ลดทางจีน ก็จะเพิ่มอีกฝั่งหนึ่งตรงกันข้ามกัน ซึ่งผมมองว่าจากสงครามการค้านั้น อาจจะเกิดการ panic บ้างแต่ก็อาจจะมาเหมือนเดิม”</p>	
2.	<p>ภาพรวมของ Global Demand ยังเหมือนเดิม แต่ปัจจุบันก็จะลดความเสี่ยงลง เช่น มีการตั้งโรงงานในไทย โดยการกระตุ้นจากรัฐบาล และ ทางบริษัทได้รับประโยชน์ทางตรงจากโครงการนี้ เนื่องจากไทยเองก็เป็นประเทศต้นน้ำของยางพารา และ บริษัทเองก็มีฐานครบวงจร ไทยอันดับหนึ่ง รองลงมาคืออินโดนีเซีย และเวียดนามตามลำดับ</p>	<p>คู่แข่งจากประเทศอื่น เช่น อินโดนีเซีย</p> <p>การย้ายฐานการผลิตไปประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า</p>
3.	<p>ปัจจุบันนี้ธุรกิจหลักของบริษัท ก็จะเน้นไปที่ถุงมือแพทย์ ซึ่งก็จะแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศที่กำลังพัฒนา โดยสัดส่วนอยู่ที่ ประเทศพัฒนา 100 ขึ้นต่อปี ต่อหัว แต่ประเทศที่ยังไม่พัฒนาคือ 20 ขึ้นต่อคนต่อหัว ซึ่ง Trade War ยังไม่กระทบ แต่คู่แข่งจากจีนจะมีผลกระทบ เช่น ถุงมือไวนิล เป็นถุงมือที่เป็นยางสังเคราะห์ที่ผลิตในจีน และเวียดนาม เนื่องจากย้ายฐานการผลิตมาเวียดนาม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหนักก็จะย้ายฐานมาประเทศเวียดนามแทน และเมื่อถ้ายิ่ง สหรัฐแบนจีน กลับเป็นผลดีกับบริษัทมากกว่า</p>	

ตารางที่ 4.1

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
4.	<p>ผมมองว่าจากสงครามการค้านั้น หากคาดการณ์แล้ว คาดว่าในระยะสั้น และระยะยาว มีผลกระทบอย่างไร โดยระยะสั้น ลูกค้านั้นจะมีความวิตกกังวลในระยะสั้น โดยการบริโภคจะเปลี่ยนฐานชั่วคราวเท่านั้น ประมาณ 2-3 เดือน ซึ่งคิดว่าน่าจะไม่นานมาก เนื่องจากการบริโภคภายในประเทศที่มีอยู่อย่างจำกัดของเงินเอง และการที่เงินไม่สามารถจะปลุกยางได้มากเท่ากับไทย เนื่องมาจากคุณภาพและแหล่งวัตถุดิบ ลมฟ้า อากาศ สภาพของดิน และภูมิประเทศที่ไม่เอื้ออำนวย</p> <p>ผมคิดว่าจะคงกินเวลาไม่นานมาก และ Demand จากลูกค้าจีนก็จะกลับมาเหมือนเดิมเนื่องจากคุณภาพของสินค้า การประกันราคา ยางที่น่าเชื่อถือ ความหนืด การคงทนของยางบริษัทที่มีมากกว่า มีบางส่วนที่เงินอาจจะหันไปซื้อยางจากที่อื่นมากกว่า ส่วนในระยะยาวนั้น ความเห็นของทางบริษัทเห็นว่า มีการย้ายฐานการผลิตมาที่ไทยมากกว่า เนื่องจากครบวงจร และเป็นแหล่งปลุกยางชั้นดี คุณภาพยางที่ดีกว่า และถูงมือยังไม่เกี่ยวกับ Trade War”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดความวิตกกังวลในตลาด - ย้ายไปการผลิตไปประเทศอื่นแทน

ตารางที่ 4.2

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“นโยบาย Made in China 2025 นั้น ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญมากทั้งเนื่องจากตั้งแต่แรกเริ่มที่มีการประกาศยุทธศาสตร์ดังกล่าว นั้น ทางบริษัทฯ ได้มีการศึกษามาก่อนล่วงหน้าแล้ว และมีการสนับสนุนที่ดีจากทางภาครัฐบาลทั้งฝั่งไทย และฝั่งจีนด้วย ก่อนหน้านี้นี้ทางบริษัทฯ มีการส่งบุคลากรของทางบริษัทไปประชุมกับทาง รัฐบาลไทย และจีนมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ดังกล่าวทางบริษัทเตรียมตัวรับไว้เป็นอย่างดีเยี่ยม พร้อมกันนี้ ทางบริษัทฯ ยังได้มีแผนล่วงหน้าในอนาคตอย่างดี”	
2.	“ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ ผมมองว่าน่าสนใจมากเพราะ สงครามการค้า Trade War ส่งผลต่อบริษัทอย่างมาก และคิดว่าอีก ยาว ภาพรวมทางเศรษฐกิจไม่น่าจะเติบโตได้มากกว่านี้ ประมาณ 3-5 ปีเท่าที่ควร อาจจะมีทรึงตัว ในด้านอุตสาหกรรมยางพาราทาง บริษัทฯ มีการดูทางตลาดจีน และตลาดทั่วโลก โดยเฉพาะตลาดจีนมี การเติบโตที่ช้าลงมาก และตลาดจีนมีการชะลอการนำเข้ายางพารา ที่ค่อนข้างมากตั้งแต่เกิดเหตุผล trade war ขึ้นทำให้ส่งผลต่อบริษัท เป็นอย่างมาก แต่เนื่องด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ของจีนที่ไม่สามารถ ปลูกยางพาราได้ โอกาสในการส่งออกของไทยไปจีนนั้นก็ยังมีอยู่ มาก แต่อาจจะชะลอลงจากผลของสงครามการค้านี้”	- ตลาดจีนมีการชะลอ การนำเข้า เนื่องจากผล ของสงครามการค้า
3.	“การบริโภคภายในของจีนนั้นยังมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผม คิดว่าอันเนื่องมาจากจีนบริโภคยางพาราดิบในประเทศปีละ ประมาณ 5 ล้านตัน แต่สามารถผลิตได้ 7-8 แสนตัน ซึ่งแน่นอนว่า ไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคภายในประเทศอยู่แล้ว จึงต้อง นำเข้าจากต่างประเทศ ประมาณ 80% ของทั้งหมด”	- การบริโภคภายในของ จีนไม่เพียงพอต่อความ ต้องการ จำเป็นต้อง นำเข้าสินค้ายางพารา

ตารางที่ 4.2

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
4.	<p>“Marketing Plan ของบริษัทเกี่ยวกับเรื่องของ Made in China 2025 นั้นทางบริษัทมองว่า บริษัทได้เริ่มที่จะเข้าไปหารัฐบาลจีน และรัฐบาลไทยมานานแล้ว ทางบริษัทมีการส่งผู้แทนระดับกรรมการผู้จัดการใหญ่ไปเจรจาทางธุรกิจกับ นายกรัฐมนตรีลี เค่อ เฉียง เพื่อที่จะกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น อธิบายถึงธุรกิจของบริษัท ให้ทางจีนมองว่าเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ มีความเชื่อมั่นสูง และพร้อมที่จะให้การสนับสนุนกับรัฐบาลจีนตลอด ซึ่งทางการเงินเองก็มีเงินทุนสนับสนุน วิจัยพัฒนาให้กับบริษัท เรื่อยมา อาทิ เงินทุนวิจัยสนับสนุนการแลกเปลี่ยนบุคลากร เงินทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพารา เงินทุนสนับสนุนการแลกเปลี่ยนแรงงาน ฯลฯ ในส่วนของรัฐบาลไทยนั้น มีการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางทางด้านของ BOI (Board of Investment) ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชน โดยมีสิทธิประโยชน์เกี่ยวกับทางด้านการยกเว้นภาษีอากร ภาษีเงินได้นิติบุคคล การยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรต่าง ๆ ซึ่งทางบริษัทก็มีใช้สิทธิพิเศษจากทางภาษีนี้อยู่ด้วย”</p>	
5.	<p>“ทางบริษัทของผมมีคิดงาน Marketing Plan ในอนาคตของบริษัท คาดว่าจากยุทธศาสตร์ดังกล่าว ทางบริษัทพร้อมรับมืออย่างเต็มที่ และให้ความเชื่อมั่นว่าจะสามารถเผชิญกับปัญหา หรือ การขับเคลื่อนใหม่ๆ ได้แน่นอน เนื่องจากบริษัทรู้ตั้งแต่เนิ่น ๆ ว่าแผนยุทธศาสตร์นี้จะเข้ามามีบทบาทสำคัญและได้หารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องไว้ก่อนหน้า นี้แล้วเพื่อเตรียมรับมือ ประมาณ พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ปัจจุบันนี้จีนมีความต้องการ Raw material ทางด้านยางพาราสูงมาก และมีความจำเป็นอย่างยิ่งมากต่อระบบอุตสาหกรรม เพื่อช่วยขับเคลื่อน เศรษฐกิจของจีน ถ้าหากดูจากสภาพทางภูมิศาสตร์ ที่ตั้งของไทยและจีน ซึ่งอยู่ห่างกันไม่มากนัก ทำให้การขนส่ง เชื่อมต่อได้ค่อนข้างสะดวกมากกว่านำเข้ายางพาราจากแหล่งอื่นของโลก และ</p>	

ตารางที่ 4.2

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	การเมืองไทยที่มีความสัมพันธ์อันดีกับจีนด้วย ยิ่งทำให้การติดต่อทางด้านการค้าระหว่างสองประเทศเป็นไปในทิศทางที่ดีมากยิ่งขึ้น การเชื่อมต่อผ่านเส้นทาง R3A หรือ เส้นทางสายไหมยุคใหม่ของจีน One Belt One Road ล้วนแล้วแต่ส่งผลดีกับบริษัทที่จะทำการติดต่อกับจีนและการขนส่งที่ง่ายมากยิ่งขึ้น”	
6.	“ปัจจุบันทางบริษัทมีการไปดูงานที่จีนอยู่บ่อยครั้งมาก และทุกครั้ง ที่ไปเยี่ยมชมการดูงานในประเทศจีน จะสังเกตว่าพื้นที่การทำ การเกษตรด้านยางพาราไม่ได้เพิ่มมากขึ้น จำนวนของผลผลิตที่ได้ก็ เท่าเดิม ประมาณ 7-8 แสนตันต่อปี และการวิจัยด้านยางพาราก็ไม่ ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากขาดแคลนบุคลากร ความ เชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของเกษตรกรเอง การพัฒนาที่ล่าหลัง นี้ทำให้เป็นข้อได้เปรียบของไทย ทั้งในแง่ของการส่งออกยางพาราที่ มีคุณภาพไปยังตลาดจีน และตลาดอื่นทั่วโลก บริษัทยังอธิบายอีกว่า ทักษะ ของเกษตรกรไทยนั้นมีมากกว่าจีนและ ก็ทักษะนี้เองไม่ สามารถถ่ายทอดได้เนื่องจากเป็นผลประโยชน์ของประเทศ และ บริษัท ซึ่งทางการจีนเองก็ยังคงมองว่ายางพาราไม่จำเป็นมากที่จะต้อง พัฒนา เนื่องจากยังไม่ใช้สินค้าเกษตรหลักของประเทศ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ดิน ความชื้น น้ำ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ไม่ได้ เอื้ออำนวยต่อการปลูกยางพารา ดังนั้น จีนเลยไม่ได้สนใจที่จะ พัฒนาสินค้าเกษตรนี้เท่าที่ควร”	- ปัญหาของพื้นที่ทาง การเกษตรของจีนที่ จำกัด - เกษตรกรผู้ปลูก ยางพารามีทักษะ ความ ขำนาญน้อยมาก
7.	“สิทธิพิเศษทางด้านภาษี หรือ ข้อจำกัดทางการค้าระหว่างไทยจีน อาทิ FTA Thai-China ทางบริษัทอธิบายว่าไม่มีสิทธิพิเศษอะไร ประเทศคู่แข่ง หรือ บริษัทคู่แข่งนั้นก็มีการโดนเก็บภาษีเท่ากัน ทาง บริษัทยังอธิบายเสริมต่อว่าปัจจุบันนี้มีบริษัทที่เป็นรายเล็ก หรือ SME ที่ทำการส่งออกยางพาราอย่างผิดกฎหมาย การลักลอบดังกล่าวนี้เนื่องมาจากต้องการหลบเลี่ยงทางภาษี ก็จะใช้เส้นทาง R3A ขนส่งยางจากไทย ข้ามไปพรมแดนลาว และเข้าจีน	- มีการลักลอบนำเข้า ยางพาราผิดกฎหมาย จากเส้นทาง R3A ทำให้ เป็นคู่แข่งกับบริษัท

ตารางที่ 4.2

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	ทางด้านเมืองเซียงรุ่ง (สิบสองปันนา) ดังนั้นก็จะสามารถหลบเลี่ยงภาษีได้ เนื่องจากบริเวณพื้นที่แถวนี้การตรวจสอบยังไม่ได้มีมากเท่าที่ควร และพื้นที่แถบนี้นิยมการเรียกเก็บเงินใต้โต๊ะยังสามารถพบเห็นได้บ่อยครั้ง ซึ่งต่างจากการขนส่งทางเรือที่ต้องโปร่งใสระเบียบขั้นตอนที่มากกว่า”	

ตารางที่ 4.3

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 คิดว่า จีนจะไม่พึ่งพิงต่างประเทศ และทุกอย่างจะมีหลายปัจจัย โดยที่จะลดการพึ่งพิงต่างประเทศลง และเป็นมุมมองในระยะยาว ซึ่งบริษัทฯ คิดว่าตอนนี้คิดว่าคล้ายๆ กับประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผลิตและทำเองในประเทศ โดยตอนนี้จีนได้พัฒนาประเทศในลักษณะที่ว่าผลิตทุกอย่างในประเทศทั้งหมด โดยที่ทางบริษัทฯ ได้มีการไปประชุมที่ World Economic Forum และได้รู้จัก Made in China 2025”	- จีนลดการพึ่งพิงต่างชาติดัง เริ่มที่จะพึ่งพาตัวเองมากขึ้น ทำให้กระทบกับคู่ค้าเดิม (Supply Chain Disruption)
2.	“จากกรณีการค้า Trade War มองเห็นว่ามีผลกระทบอย่างมากต่อการส่งออกไทย เนื่องจาก จีน และสหรัฐอเมริกา ที่เป็นบิ๊กใหญ่ทั้งคู่ทะเลาะกัน และบริษัทได้รับผลกระทบการส่งออกทางตรงของราคายางเป็นอย่างมาก และผลกระทบทางอ้อมโดนราคาของสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ยางพารา เมื่อเศรษฐกิจชะลอตัวแน่นอนว่าจะทำให้การส่งออกลดลงตามไปด้วย นอกจากนั้นแล้วทำให้ราคาของยางพารา	- ผลกระทบกับสงครามการค้าทำให้ ส่งผลต่อการส่งออกยางพารา - Demand ในตลาดโลกผันผวน

ตารางที่ 4.3

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้า (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	ลดลง Demand หายไป ทำให้ภาพรวมการส่งออกอย่างพารานี้ ชะลอตัวอย่างมาก ทางบริษัทให้เหตุผลว่า จากกรณีสงครามการค้า นั้น บริษัทได้รับผลกระทบแน่นอน แต่ว่าจะได้รับผลกระทบมาก น้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับว่าจะโดนมากน้อยแค่ไหน ทางอเมริกาเค้า จะเล่นงานสินค้าประเภทไหนเป็นหลัก บริษัทยังอธิบายต่อไปว่า ถ้า หากจีนโดนภาษีกับอเมริกา ทางออกของปัญหานี้คือการหาตลาด ใหม่ ๆ หรือหาประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ได้โดนสงครามการค้ากับสหรัฐ เช่น เวียดนาม ไทย อินโดนีเซีย ซึ่งยังไม่ได้มีการตั้งกำแพงภาษีจาก สงครามการค้า เป็นทางเลือกที่จะเป็นทางออกของปัญหาดังกล่าว”	- ราคาขายพาราดกต่ำ
3.	“จากกรณีสงครามการค้า นั้น ในความคิดเห็น ผมคิดว่า ในระยะสั้น เรื่องราคาขายพารา เป็นหลัก โดยบริษัทอธิบายต่อไปว่า ทั้งเงินบาท ที่แข็งค่าก็เป็นปัจจัยมีส่วนร่วมด้วย ปัจจุบันนี้ทางบริษัทฯ ยังอธิบาย ว่า จีน ได้ไปเปิดโรงงานที่เวียดนาม หรือประเทศในภูมิภาค CLMV ที่มีอากาศ ภูมิประเทศเขตร้อน ที่สามารถปลูกยางพาราได้ โดยการ ซ้อกิจการ หรือ Joint Venture เพื่อทำการส่งออกไปจีนอีกที เพื่อให้ เพียงพอกับความต้องการบริโภคภายในประเทศ นอกจากนั้นแล้วยัง มีความต้องการที่หดตัวลงอีก ส่วนในระยะยาวนั้น Made in China 2025 ซึ่งมีผลต่อเนื่องกับ Trade War ทำให้ภาพรวมทั้งหมดเป็นไป ในทางลบ มีการสืบเนื่องกันมาที่สหรัฐไม่ยอมให้จีนจะพัฒนาเรื่อง ของเทคโนโลยี แล้วก็จุดประเด็นการค้าเกิดขึ้นทำให้ภาพรวม ทั้งหมดเป็นไปในทิศทางที่ไม่สดใส และคาดว่าจะเป็นอย่างนี้ไปอีก 3-5 ปีหลังจากนี้”	- เงินบาทแข็งค่า - การบริโภคในจีนหดตัว ลดการนำเข้าสินค้า และ ใช้สินค้าที่นำเข้าเดิมให้ หมดก่อน

4.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain Effect)

จากการศึกษาของผู้วิจัยนั้นได้ศึกษารายละเอียดพบว่า ภูมิภาคเอเชียเป็นแหล่งผลิตยางพารา (Natural Rubber) ได้มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก และประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพาราอันดับที่ 1 ของโลก หรือ ประมาณ 4.56 ล้านตัน หรือ คิดเป็น 35.9% ของผลผลิตยางของโลกในปี 2560 รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม จีน มาเลเซีย และอินเดีย ตามลำดับ

สำหรับในจีนนั้น อุปสงค์ของราคายางในจีนนั้นมีมหาศาล เนื่องจากใช้ในอุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์เป็นหลัก นอกจากนั้นแล้วยังสามารถนำมาทำวัตถุดิบอื่น ๆ ได้หลากหลาย ซึ่งห่วงโซ่การผลิตในอุตสาหกรรมยางพาราของจีนนั้นอาจจะยังไม่ครบวงจร เนื่องจาก แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของจีนมีจำกัด ได้แก่ เกาะไหหลำ เขตปกครองตนเองจ้วงกว่างซี มณฑลกว่างตุง บางส่วนของมณฑลฝูเจี้ยน ซึ่งการผลิตนั้นมีอยู่อย่างจำกัดมาก และบางฤดูก็ไม่สามารถปลูกยางได้สำเร็จเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวย และจากยุทธศาสตร์ของรัฐบาล Made in China 2025 ล้วนมีผลต่อการผลิตยางในประเทศเป็นอย่างมากประเทศจีนเองนั้นพื้นที่ที่สามารถปลูกยางได้อย่างจำกัดแล้ว และยังมีผลต่อมาในเรื่องของรัฐบาลไม่ส่งเสริมให้เพาะปลูก แต่หันไปส่งเสริมให้ประเทศจีนกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมไฮเทค ตามแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว Made in China 2025 ซึ่งทำให้จีนขาดแคลนยางพารา จึงต้องการการนำเข้าจากตลาดต่างประเทศ อุปสงค์ที่มีอยู่อย่างล้นหลามของจีนนั้นทำให้จีนเป็นหนึ่งในประเทศที่บริโภคและนำเข้ายางพาราธรรมชาติมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลกในปัจจุบัน

ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยางพาราไทยนั้นประกอบไปด้วย 3 อุตสาหกรรมหลัก

1. อุตสาหกรรมขั้นต้น หมายถึง เกษตรกรสวนยาง หมายถึงการเริ่มตั้งแต่วิธีการปลูกยาง กรีดน้ำยางสด หรือบางรายอาจจะมีการแปรรูปน้ำยางเบื้องต้นเป็นน้ำยางแห้ง
2. อุตสาหกรรมขั้นกลาง หมายถึง การนำผลผลิตจากเกษตรกรที่นำวัสดุจากธรรมชาติ คือ น้ำยางข้น นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางขั้นกลาง (Semi-finished products) ตัวอย่าง ยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ยางผสม ยางสีกิม เป็นต้น โดยเลือกสรรคุณสมบัติเฉพาะของวัสดุนั้น ๆ เพื่อที่จะมาทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในขั้นปลายคือขั้นต่อไป
3. อุตสาหกรรมขั้นปลาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่ทำจากยาง อาทิ ยางรถยนต์ ถังมือยาง ถังยางอนามัย ยางมัดผม ยางยึดกางเกง ฯลฯ โดยในผลิตภัณฑ์เหล่านี้เองอาจจะมียางธรรมชาติเป็นส่วนประกอบหลัก หรืออาจจะผสมวัสดุทดแทน หรือที่เรียกว่า ยางสังเคราะห์ขึ้น เนื่องจากวัตถุดิบรวม หรือสังเคราะห์นั้นมีราคาถูกกว่าวัตถุดิบจากธรรมชาติ และมีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกันมาก เพื่อเป็นการลดต้นทุนของผู้ผลิต หรืออาจจะมีการเติมแต่งสารลงไปเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นทำให้มีความทนทาน

4.3.1 ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การบริโภคยางพาราในจีนเพิ่มมากขึ้น

ผู้ประกอบการชั้นนำด้านอุตสาหกรรมรถยนต์เจ้าดังของโลกนั้น ล้วนแล้วแต่มีฐานการผลิตอยู่ที่จีน เนื่องจากประเทศจีนนั้น ถือได้ว่าเป็นหนึ่งประเทศที่ผลิตและบริโภครถยนต์อันดับต้นๆ ของโลก ความต้องการบริโภครถยนต์ในจีนนั้นมีสูงมาก รายได้ที่เพิ่มมากขึ้นของประชาชนชั้นกลาง ล้วนเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดความต้องการในการซื้อสินค้าประเภทรถยนต์เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานในการขับขี่ และการเดินทางในชีวิตประจำวันที่เร่งรีบและแออัด การพัฒนาที่รวดเร็วของเส้นทางการคมนาคมในประเทศที่สะดวกสบาย พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมยางรถยนต์ในจีน และอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ที่ล้วนแล้วแต่มีการใช้ยางพาราธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต

การขยายตัวของอุตสาหกรรมยางรถยนต์ในจีนนั้น ส่งผลไปถึงอุตสาหกรรมกลางน้ำ และปลายน้ำของห่วงโซ่การผลิตซึ่งยางพารานั้นถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานของจีน นอกเหนือจากอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์แล้ว อุตสาหกรรมก่อสร้าง เครื่องจักร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีส่วนประกอบของยางพาราที่ใช้เป็นจำนวนมาก การผลิตยางพาราในประเทศจีนนั้นมีการผลิตที่จำกัด ซึ่งแน่นอนว่าไม่สามารถที่จะผลิตให้ทันกับความต้องการอย่างมหาศาลของภาคอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ในประเทศได้ และเทคโนโลยีของบริษัทผู้ผลิตยางพาราในประเทศนั้นส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เป็นบริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ทันสมัย

การได้น้ำยางคุณภาพดีออกมาบริโภคนั้นจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะลำบาก และไม่สามารถควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ได้ ทำให้การนำเข้ายางพาราดิบจากต่างประเทศมาแปรรูปเกิดขึ้น ถึงแม้ว่าในช่วงไตรมาสที่ผ่านมาของปี 2/2562 สืบเนื่องจากการชะลอตัวการสั่งยางพาราของจีน อันมาจากสงครามการค้า ความไม่แน่นอนทางการเมืองของสหภาพยุโรป ภัยการก่อการร้ายต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีผลต่ออุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ในจีนมาก เนื่องจากผู้บริโภคกังวลใจกับเหตุการณ์ดังกล่าว จึงมีการชะลอตัวกับรายการสินค้าที่จะนำเข้ามาผลิต

ตารางที่ 4.4

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A - ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“ในส่วนของผลกระทบของห่วงโซ่อุปทานนั้น ทางบริษัทผมมองว่า หากมองในแง่ของจุดอ่อนและจุดแข็ง ผมคิดว่าของเรานั้นจุดอ่อนคือ เบื้องต้นนั้นสำหรับสินค้าที่ทำการส่งออกไปจีน จีนจะเป็นหนึ่งในประเทศที่ทำการกีดราคาสินค้าอย่างหนัก และสินค้าแต่ละประเภทก็จะถูกตีกลับ เนื่องจากต้องการปกป้องสินค้าของตนเอง โดยจะอ้างเรื่องคุณภาพ การประกันราคา ความหนักของยาง เป็นต้น ซึ่งทำให้สินค้าไทยโดนตีกลับ แต่จีนจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากประเทศตนเองมากกว่า”	- การกีดกันทางการค้า - จำกัดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ
2.	“ซึ่งในที่นี้ผมขอยกตัวอย่าง มาตรฐานของประเทศตะวันตกที่เน้นการรับรองคุณภาพมาตรฐาน อาทิ ISO การจะได้รับมาตรฐานนั้น บริษัทจำเป็นต้องมีการรับประกัน การตรวจ พิจารณา ฯลฯ แต่ถ้าบริษัทจีนจะเน้นง่าย ๆ ไม่มีมาตรฐานเท่าที่ควร จะไม่เน้น QC เน้นราคาที่ถูกเป็นหลัก ทำให้ไม่สามารถสู้บริษัทโรงงานทั่วไปของจีนได้ เพราะจีนไม่สนใจเรื่อง Standard อะไรเลย โดยทางบริษัทเล่าให้ฟัง กรณีสินค้าที่ส่งออกไปจีนเคยโดนตีกลับ เนื่องจากผู้รับฝั่งจีนตรวจสอบโดยการดมกลิ่นแล้วปรากฏว่าไม่ผ่าน ซึ่งตามจริงแล้วคุณภาพสินค้าก่อนที่จะส่งไปจีนทางบริษัทฝั่งไทยจะมีการตรวจสอบให้ได้มาตรฐานก่อนทุกครั้ง และจะมีการสุ่มตรวจคุณภาพของสินค้าทุกล็อตก่อนที่จะส่งไปเพื่อให้ได้คุณภาพที่มั่นใจและน่าเชื่อถือ แต่ทางจีนกลับปฏิเสธสินค้าทั้งหมด โดยใช้แค่การสัมผัส และดมกลิ่นซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นกลวิธี ลูกเล่นทางการปฏิเสธการรับสินค้าได้ แต่ถ้าบริษัทประเทศทางตะวันตกนั้นถ้าหาก Bid ราคาได้ก็จะยอมรับในหลักเกณฑ์ ประเทศจีนบางครั้งก็จะมีการใช้เงินใต้โต๊ะติดสินบนบ้างในบางครั้ง ทำให้บริษัทใหญ่เสียเปรียบ”	-มีมาตรการ การตรวจสอบคุณภาพที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้น ทำให้เสี่ยงในการโดนตีกลับ หากสินค้าไม่ได้คุณภาพ

ตารางที่ 4.4

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
3.	“ส่วนจุดแข็งนั้น ผมมองว่า การที่บริษัทมีออฟฟิศที่เมืองชิงเต่า จุดแข็งคือคู่แข่งในประเทศไม่ค่อยมี และมีการเปิดบริษัทดำเนินการจริง สามารถเชื่อมั่นได้ว่ามีตัวตนอยู่จริง บริษัทยกตัวอย่างให้ฟังว่า จุดแข็งประเด็นอื่นก็จะมีเรื่องของพื้นที่ เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลจีนเน้นพัฒนาประเทศไปในแนวทางเทคโนโลยีทำให้พื้นที่ปลูกยางนั้นลดน้อยลง หันไปให้ความสำคัญกับสินค้า ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีมากกว่า ทำให้เป็นจุดแข็งของบริษัทที่ทำให้สามารถส่งออกไปจีนได้ และราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศจีน”	
4.	“ข้อจำกัดในการส่งออกสินค้าไปจีนนอกจากเรื่องของอุปสรรคทางภาษาแล้ว ทางบริษัทยังได้กล่าวต่อไปในเรื่องของราคาน้ำยาง ถ้าหากมีการเจรจาการค้าเรียบร้อยและตกลงราคาน้ำยางของวันนั้นแล้ว และในอนาคตหากราคาน้ำยางขยับตัวขึ้นสำหรับผู้รับสินค้าฝั่งจีนก็จะไม่ยินยอมในราคาสินค้าที่สูงขึ้น อาจจะใช้วิธีการถ่วงแก๊สแบบอื่น เช่น กล่าวอ้างว่ายางที่ส่งไปไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีการตรวจสอบ QC ก่อนจะส่ง เพื่อจะไม่รับยางทั้งหมดที่ส่งมา และเสนอซื้อล็อตใหม่ที่มีราคาถูกกว่า ในเรื่องของภาษีนั่นก็เป็นอุปสรรคเช่นกันแต่ลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของภาษีที่เพิ่มขึ้น บริษัทได้กล่าวต่อไปว่าในส่วนของยางพารานั้น จะมีประเภท ยางผสม (Mixture Rubber) ที่เวลานำเข้าไปจีนแล้วไม่จำเป็นต้องเสียภาษี เนื่องจากจีนจะนำเข้าสินค้าประเภทนี้ส่วนใหญ่เพื่อไปทำล้อรถ สัดส่วนประมาณ 90% และ น้ำยางเอามาทำหมอนยางอีกประมาณ 10% อุตสาหกรรมยางพาราส่วนใหญ่เน้นที่การทำยางรถยนต์เป็นหลัก การส่งออกสินค้าไปจีนส่วนใหญ่แล้วดูที่ใบส่งออก จะไม่เน้นสิทธิพิเศษทางการค้าอื่น ๆ ซึ่งลูกค้าก็จะดูในเรื่องของค่าความหนืด ค่าความแข็งของยาง ฯลฯ มีการเช็คสเปกของทั้งสองฝ่าย บริษัทอธิบายอีกว่าการเช็คสเปกนั้นมีสองประเภท คือ เช็คด้วยสายตา	<ul style="list-style-type: none"> - อุปสรรคทางภาษาในการติดต่อสื่อสาร - ราคายางพาราในอนาคต - การตรวจสอบมาตรฐานก่อนการส่งออก และถูกตรวจสอบเมื่อถึงที่หมาย

ตารางที่ 4.4

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	และเช็คด้วยจากห้องปฏิบัติการ ในการหาค่าความชื้นและค่าความหนืดของตัวอย่างว่าผ่านมาตรฐานหรือไม่”	
5.	“ส่วนที่คิดว่าจะกระทบกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Effect) นั้นมองว่า ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปจีนนั้น ประมาณเกือบ 90% จะเป็นยางแท่ง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทที่ส่งออกไปจีน โดยที่ยางแท่งดังกล่าวเมื่อไปถึงจีนแล้ว จะนำไปแปรรูปอีกทีในอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ เนื่องจากปัจจุบันจีนมีความต้องการสูงมากในอุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ เพื่อตอบรับในอุตสาหกรรมการขนส่งและการผลิตรถยนต์ในประเทศ และอีกส่วนที่เหลือจะไปแปรรูปจากหมอนยางอีก 10% เช่น ลูกโป่ง ถูมียอยาง ถูขยง ฯลฯ ประมาณ 45% เป็นการส่งออกไปจีน และจากนั้นไปกระจายต่อไปให้เอเยนซีและให้ลูกค้าต่อไป โดยที่เมืองชิงเต่าจะเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้า และอีกเมืองเป็นเมืองฉงชิ่ง ที่มีการใช้ยางพาราสูงมากที่สุดในจีน	
6.	“ปัจจุบันนี้ ผมมองว่าการส่งออกหลักของบริษัทส่วนใหญ่ ไปจีน ไทย ญี่ปุ่น อินเดีย เกาหลีใต้ โดยที่สิงคโปร์จะเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าส่งต่อไปอีกที่ Vertical Integration ภาพรวมของ Made in China 2025 การรวมกันในแนวตั้งนั้น ถ้าหากจีนมีการบริโภคสินค้าภายในประเทศ 70% และอีก 30% นำเข้าสินค้าจากภายนอก ทางบริษัทคิดว่าอาจจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อมากนัก เนื่องจากในส่วนของยางพารา ปัจจุบันจีนมีการผลิตได้อย่างจำกัด โดยเฉพาะแค่ในบางมณฑลทางตอนใต้ ที่มีภูมิอากาศร้อนชื้น อาทิ มณฑลยูนนาน เกาะไหหลำ เขตปกครองตนเองจ้วงกวางสี ซึ่งปัจจุบันการผลิตได้ประมาณแปดแสนตันต่อปี ในขณะที่การใช้จริง ห้าล้านห้าแสนตันต่อปี ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวนั้นแน่นอนว่าอาจจะไม่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจาก ในส่วนของต้นน้ำนั้นปัจจุบันจีนได้มีกฎหมายรองรับการทำกา	

ตารางที่ 4.4

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	เกษตรกรรม และปัจจุบันที่ดินในประเทศจีนมีราคาที่สูงมาก เมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียน ในส่วนของกลางน้ำ มีการตั้งโรงงานในไทย หรือ อาจจะมีการซื้อกิจการบริษัทในไทย ซึ่งปัจจุบันมีการซื้อกิจการของจีนในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่วนสุดท้าย ปลายน้ำ มีการขยายตัวเร็ว ซึ่งจะมีการใช้ในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก”	

ตารางที่ 4.5

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“จากสงครามการค้าฉันนั้น ผมมองว่า ส่งผลกระทบต่อระยะสั้น โดยจะมี Demand Shock และจะไม่ซื้อสินค้าเลย โดยทั่วไปจีนจะสต็อก สินค้าประเภทยางพารา โดยเฉพาะยางแผ่นรมควัน และยางแท่ง ไว้นานประมาณ 2-3 เดือน และมีแหล่งโกดังขนาดใหญ่อยู่ที่เมืองชิงเต่า ซึ่งเปรียบเสมือนคลังเก็บสินค้าของจีนประเภทอุตสาหกรรมยาง ซึ่งนั่นก็หมายความว่าหากเกิดสงครามการค้าหรือสงครามเกี่ยวกับยางพารา จีนก็จะยังคงมียางพาราใช้โดยสามารถรองรับความต้องการที่เพียงพอในประเทศได้ แต่หากเมื่อสถานการณ์การค้ากลับมาเหมือนเดิม ก็อาจจะกลับมาทำการค้าขายใหม่ เนื่องจาก จีนเองก็ไม่สามารถปลูกยางได้ และจำเป็นอย่างมากที่จะต้องนำเข้าวัตถุดิบประเภทยางเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025”	-Demand Shock ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าลดลง

ตารางที่ 4.5

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
2.	“ส่วนเรื่องของผลกระทบระยะยาว เนื่องจากสมัยก่อนบริษัทฯ มีการนำเข้าผ่าน Agent ติดต่อการค่านั้นเยอะ หลายบริษัท ซึ่งก็ทำให้บริษัทสามารถทำงานได้ง่ายขึ้น แต่จากสงครามการค้าแล้ว จะทำให้เกิด Demand Shock ทำให้ Agency ไม่สามารถติดต่อผู้ซื้อได้ เนื่องจากความต้องการที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้คราวนี้ บริษัทในจีน ต้องติดต่อกับบริษัทในไทยโดยตรง ซึ่งทำให้เกิด Supply แท้ คือ ความต้องการที่แท้จริงในตลาด แต่ถ้าหากผ่าน Agency จะมีการกักตุนสินค้าเอาไว้กับ Agency ทำให้เราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าสินค้ายางพาราตอนนี้ขาด หรือไม่ เนื่องจาก Agency ก็เอาไปกักตุนไว้ทำให้ไม่สามารถทราบถึงความต้องการในตลาดที่แท้จริง”	-การกักตุนสินค้าของ Agency ทำให้ราคาของยางพารานั้นปรับตัวสูงมากขึ้น ทำให้ไม่รู้ราคาแท้จริงของสินค้า
3.	“จากสงครามการค้ากระทบกับบริษัทฯ อย่างมาก เนื่องจากจีนเป็นประเทศหลักในการส่งออกยางพารา แต่เนื่องจากความต้องการบริโภคภายในลดลง ประกอบกับผลจากสงครามการค้าที่เกิดขึ้นทำให้ตลาดชะลอตัวการบริโภคยางพาราในอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมด และจีนยังคงเป็นตลาดในสัดส่วน 50% ของ Market Share ของบริษัท แต่ทางบริษัทได้มีมาตรการซึ่งได้กระจาย Market Share ไปยังประเทศต่าง ๆ แทน ซึ่งก็หมายความว่า ทางบริษัทฯ ก็ไม่ได้ส่งออกสินค้าไปจีนอย่างเดียว แต่กระจายการส่งออกไปยังภูมิภาคอื่นแทน อาทิ ยุโรป อเมริกาใต้ แอฟริกา ทำให้ยังคงรักษา Market Share อีก 50% ที่เหลือไว้ได้”	-สงครามการค้า -ความต้องการบริโภคภายในประเทศลดลง

ตารางที่ 4.6

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิต

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“สำหรับเรื่องของห่วงโซ่อุปทาน ทางบริษัทมองว่า ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำนั้นบริษัทมีการเตรียมรับมืออย่างดี อาจจะได้กระทบมากนัก เนื่องมาจากการที่บริษัทมีกิจการตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำครบวงจร การเข้ามาของกลุ่มนายทุนจีนอาจไม่ได้ส่งผลกระทบมากมาย และบริษัทยังมีบริษัทสาขาที่จีนซึ่งคอยช่วยประสานงานดูแลลูกค้าที่อยู่ในจีนอีก การเข้ามาของกลุ่มนายทุนใหญ่ที่เข้ามากว้านซื้อกิจการนั้น ผมคิดว่าอาจจะเป็นในรูปแบบของบริษัทเล็กมากกว่า ไม่ได้มีผลกับบริษัทมากเท่าไร”	
2.	“อีกปัจจัยต่อมา ก็คือปัจจัยที่ทำให้การส่งออกทรุดลงนั้น อาจจะได้กระทบกับห่วงโซ่อุปทานได้ หนึ่งในสาเหตุหลักมาจากเรื่องของค่าเงินบาทที่แข็ง ซึ่งทำให้การส่งออกนั้นกระทบเป็นอย่างมาก ประมาณ 6-7% ที่กระทบจากเรื่องของค่าเงิน นอกนั้นจะมีเรื่องของ Insurance ที่มีผลกระทบกับเรื่องของ Cost ด้วย นอกเหนือจากนั้นก็มียกกองทุนยางพาราอีก ที่เราจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ ค่ากองทุนยางพาราเป็นกองทุนเพื่อสนับสนุนเพื่อเกษตรกรปลูกยางพาราไทย”	-ผลจากการส่งออก -ค่าเงินบาทแข็ง -ค่าใช้จ่ายเรื่อง การอุดหนุนกองทุน ยางพารา
3.	“นอกจากเรื่องของค่าเงินที่แข็งขึ้น ประกอบการสงครามการค้าที่เกิดขึ้น อีกเรื่องที่มีผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ก็คือเรื่องของ การส่งออกไปจีนนั้นมีมาตรฐานการส่งออกที่เข้มงวดมากกว่าเดิมโดยจะมีการเช็คคุณภาพสินค้า หรือ QC (Quality Control) ก่อนการส่งออก จนถึงประเทศปลายทางก็จะมีการตรวจสอบสินค้าอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะถึงมือลูกค้า”	-การตรวจสอบ คุณภาพที่เข้มงวดมาก ยิ่งขึ้น

4.4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน (Substitution Effect)

ผลกระทบต่อสินค้าทดแทน (Substitution Effect) ในความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์ ได้นิยามคำนี้ไว้ว่า ถ้าหากปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้ซื้อต้องการที่จะซื้อเปลี่ยน เนื่องจากการเปรียบเทียบระดับของราคาสินค้าและบริการชนิดนี้กับอีกชนิดหนึ่งที่สามารถทดแทนกันได้ ตัวอย่างในเมื่อเกิดอุปสงค์ของราคาไข่ไก่ที่สูงมากอาจจะเกิดจากสาเหตุใดก็ตาม ทำให้ราคาของไข่ไก่สูงขึ้น เราก็จะลดการบริโภคไข่ไก่ลง และหันไปบริโภคไข่เป็ดแทน ซึ่งนั่นก็ให้คำจำกัดของนิยามความหมายของสินค้าทดแทนได้

ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถผลิตยางพาราได้มากติดอันดับโลก และเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถสร้างรายได้จากยางพาราจากการส่งออกได้ประมาณ 5 แสนล้านบาทต่อปี ยางพาราถือได้ว่าเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจของไทยที่ทั่วโลกต่างจับตาให้ความสำคัญมาก พร้อมทั้งส่งเสริมในแต่ละประเทศให้มีการปลูกเพื่อที่จะส่งออก และยังถือได้ว่าเป็นคู่แข่งกับไทยอีกด้วย

พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยชนิดนี้ส่วนมากแล้วอิงกับข้อมูลราคาและผลผลิตยางพาราในแต่ละปี ทิศทางของราคาค่อนข้างผันผวนไปตามทิศทางราคามากกว่าผลผลิต หรือในอีกความหมายคือ หากในปีใดที่ราคายางพาราตกต่ำมาก รายได้ของชาวสวนและผู้ส่งออกยางก็จะชะลอลงตัวไปด้วย โดยในปีที่ผ่านมา 2018 นั้นราคายางพาราแผ่นดิบรมควัน เฉลี่ยอยู่ที่ 41.5 บาท/ กิโลกรัม (ลดลงประมาณ -27.9%) เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า หนึ่งในสาเหตุหลักนั้นก็มาจากการชะลอตัวการสั่งซื้อของทางการเงิน เนื่องมาจากสงครามการค้า ทำให้ยางทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็น ยางพาราดิบ ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น เหล่านี้ที่ถือได้ว่าเป็นว่าสินค้าเศรษฐกิจส่งออกไปแปรรูปของไทยล้วนแล้วแต่มีอัตราการขยายตัวที่ “ทรงตัว” ผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจนจากสงครามการค้าในจีน ทำให้ภาคอุตสาหกรรมของจีนมีการประเมินการณ์ และคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจีนในช่วงปีที่ผ่านมาจะไม่สดใสมากนัก ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงผู้ประกอบการในจีนต่างชะลอการสั่งซื้อสินค้า และนำเข้าสินค้าที่เก็บในคลังสินค้าของประเทศ ณ เมืองชิงเต่า ลดลง อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการลดการกักตุนสินค้าประเภทยางพาราของรัฐบาลจีนที่เก็บไว้ในคลังสินค้าของประเทศจะจำกัดลง

ถึงกระนั้นก็ตาม ก็มีผู้ประกอบการบางส่วนที่คิดจะกักตุนสินค้า กักตุนสินค้าเอาไว้ ทำให้ราคาของยางสามารถปรับตัวได้ในช่วงแคบ ๆ เท่านั้น การผันผวนของราคายางไม่ได้มีเหตุมาจากสงครามการค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่การขึ้นราคาน้ำมันดิบเบรนท์ ระหว่าง 65-70 ดอลลาร์สหรัฐ/ บาร์เรล ยังส่งผลต่อการผลิตยางสังเคราะห์ที่มีผลมาจากกระบวนการกลั่นน้ำมัน และเป็นสินค้าที่ทดแทนยางพารา ราคายางสังเคราะห์นั้นก็มีทิศทางที่ทรงตัวตามปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ราคาน้ำมันยางสังเคราะห์ดังกล่าวนั้นโดยส่วนใหญ่อ้างอิงจากราคาน้ำมันดิบ ซึ่งถ้าหากการเพิ่มขึ้นหรือปรับตัวลดลงของน้ำมันดิบ ก็จะทำให้ราคายางพารานั้นมีผลไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันนี้มีผู้ผลิตหลายรายที่หันไปใช้

สินค้าทดแทนยางธรรมชาติ เนื่องจากราคาที่ต่ำกว่า และเพื่อลดต้นทุน ซึ่งถ้าหากมองในภาพรวมแล้วนั้น ราคาของยางสังเคราะห์ก็ขึ้นอยู่กับราคาน้ำมันดิบที่ผลิทำให้การขยับขึ้นของราคายางสังเคราะห์เช่นกัน

ตารางที่ 4.7

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“ผมมองว่า ในส่วนของธุรกิจยางนั้นมีข้อเสียก็คือ ต้องเป็นจุดที่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบเป็นหลัก เมื่อชาวสวนกรีดยางได้แล้วก็ต้องเลือกขายกับโรงงานที่อยู่ใกล้ที่สุด และปัจจุบันพื้นที่รอบนอกนั้นก็บางส่วนก็เป็นพื้นที่สีเขียว คือพื้นที่สำหรับการอนุรักษ์ ทำให้การขยับขยายนี้นลำบากมากยิ่งขึ้น ส่วนข้อดีของธุรกิจยางก็คือ ทางบริษัทได้ตั้งโรงงานตามหัวเมืองในแต่ละภูมิภาคครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ง่ายต่อการขนส่งยางพาราไปแปรรูปอีกที ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นจุดแข็งอย่างหนึ่งของบริษัท สินค้าทดแทนยางนั้นถ้าหากมองในภาพรวมก็ไม่มีอะไรมาทดแทนได้ การผลิตยางสังเคราะห์ขึ้นมานั้นก็ต้องอิงกับปัจจัยหลายๆ ด้าน เช่นราคาน้ำมันที่ใช้ในการผลิต สารเคมีเติมแต่งต่าง ๆ อาจจะไม่คุ้ม”	-ปัญหาเรื่องของพื้นที่ที่ต้องอยู่ใกล้แหล่งปลูกยาง เมื่อกรีดยางแล้วต้องรีบนำมาแปรรูป
2.	“ถ้าหากเป็นยางที่ได้รับการยอมรับมาก ก็จะมีมาตรฐานของ FSC (Forest Stewardship Council) หรือ องค์การจัดการด้านป่าไม้ ซึ่งถ้าเป็นยางสังเคราะห์จะไม่มีกำหนดดังกล่าว กำหนดนโยบายของ FSC โดยสมาชิกจากภาคส่วนสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อให้ได้รับรองเรื่องการจัดการด้านมาตรฐานต่อป่าไม้ที่มีการจัดการอย่างถูกต้องตามหลักการ และเป็นที่ยอมรับระดับนานาชาติ ถ้าหากทางบริษัทได้มาตรฐานนี้แล้วจะทำให้สินค้าบริษัทได้มีการยอมรับมากยิ่งขึ้น และเป็นการเพิ่ม Value Added ให้กับสินค้าบริษัทมากยิ่งขึ้น บริษัทยังอธิบายต่อไปว่า เมื่อก่อนยังไม่มีมาตรฐาน FSC เกิดขึ้น แต่จะใช้หลักการของ CSR ตัวอย่างเช่น บริษัท Bridgestone ที่ใช้ระบบการสืบย้อนกลับ หรือ Traceability ที่สามารถหาได้ว่ายางนั้น ๆ มาจากแหล่งปลูกใด ได้รับมาตรฐาน หรือมีการจัดการอย่างไรบ้าง นอกจากนั้นแล้วยังมีเงินอื่น ๆ อาทิ เซส (CESS) เงินสนับสนุนเกษตรกรยางพารา โดยปัจจุบันการยางพาราแห่งประเทศไทย (กยท.) ได้ทำการจัดเก็บอัตราค่าธรรมเนียมส่งออก (CESS) ที่เก็บในอัตราเดิมคือ 2 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อเป็นเงินสนับสนุนเกษตรกรชาวสวนยางพารา”	-ตรวจสอบมาตรฐานมากขึ้นจาก FSC (Forest Stewardship Council) องค์การด้านป่าไม้ -การอุดหนุนเรื่องราคายางจาก การยางพาราแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.8

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“ทัศนคติและภาพลักษณ์สินค้าในจีน ในมุมมองของบริษัทฯในด้านอุตสาหกรรมเกษตร เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางอันดับต้นๆ ของไทย มองว่าการเติบโตการพัฒนานั้นยังสู้ไทยไม่ได้ ยังห่างกันประมาณ 5-10 ปีทางด้านสินค้าเกษตร อาทิ ด้านยางพาราแปรรูป สินค้าเกษตร ยังไม่สามารถสู้สินค้าเกษตรยุโรปได้”	
2.	“เรื่องของสินค้าที่จะมาทดแทนยางพารานั้น ผมขอแยกออกเป็นจุดแข็งและจุดอ่อน โดยจุดแข็งของบริษัท คือบริษัทขายในจีนมากกว่า 40 ปี บริษัทมีการเปิดสาขาทั้งใน นครเซี่ยงไฮ้ และชิงเต่า ให้ดูแลลูกค้า ติดต่อกับลูกค้าในจีนเป็นหลัก ซึ่งเป็นสองเมืองหลักที่จะติดต่อกับจีนในที่ต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้แล้วทางบริษัทยังมองว่าจุดแข็งที่บริษัทมีคือเรื่องของ connection ที่สำคัญกับคนจีน เนื่องจากเป็นบริษัทที่ถือหุ้นโดยกลุ่มรัฐวิสาหกิจจีนกว่า 51% ทำให้มีสัมพันธ์ที่ดีกับรัฐบาลจีนด้วย นอกจากนั้นแล้วลูกค้าก็ติดในคุณภาพของสินค้า ซึ่งการที่จีนจะมาทำสินค้าทดแทน เช่น ยางสังเคราะห์ หรือ ยางเทียมแล้วมาขายแข่งกับยางธรรมชาตินั้น ผมคิดว่าเป็นเรื่องที่ทำได้แต่อาจจะทำได้ยากมาก เนื่องจากยางธรรมชาติมีความยืดหยุ่นกว่ามาก และคงทนกว่า อาจจะใช้ได้ยาวนานมากถึง 10 ปี แต่ยางสังเคราะห์เมื่อโดนความร้อนแล้ว ประกอบกับสารเคมีที่อยู่ในนั้นอาจจะเกิดการระเบิดได้ หรืออาจจะสลายตัวได้”	
3.	“จุดอ่อน ผมมองว่า การที่บริษัทเป็นบริษัท (มหาชน) และการทำงานค่อนข้างช้าและเป็นลำดับขั้นมาก จำเป็นต้องมีการเข้าที่ประชุมก่อนการตัดสินใจทุกครั้ง ทำให้ไม่สามารถตัดสินใจโดยคนไม่กี่คนได้ และกว่าจะได้คำตอบก็อาจจะไม่ทันการ ลูกค้าไม่รอ อาทิ การซื้อขายยางล่วงหน้า จำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่รวดเร็ว ถ้าหากเป็นบริษัทเล็กก็อาจจะดำเนินการได้โดยมีผู้ตัดสินใจน้อยราย ซึ่งนั้นก็เท่ากับว่า ไม่มีขั้นตอนมากเท่าบริษัทใหญ่”	-ปัญหาภายในองค์กร ยากต่อการตัดสินใจ เนื่องจากเป็นองค์กรใหญ่ (มหาชน)

ตารางที่ 4.8

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
4.	“เรื่องอุปสรรคในการส่งออกไปจีน ผมมองว่าไม่มีเลย เนื่องจากทางบริษัทมีประสบการณ์ในการส่งออกไปจีนค่อนข้างมาก และชำนาญ จึงมองว่าอุปสรรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะในเรื่องของ อุปสรรคทางภาษี อุปสรรคทางภาษา อุปสรรคทางการขนส่ง การกีดกันทางการค้า นั้น ทางบริษัทเองมองว่าไม่มี และถ้ามองในเรื่องของภาษีนั่น คู่แข่งของบริษัทที่ส่งออกไปจีนก็โดนเช่นกัน เท่าเทียมกัน จึงคิดว่าไม่น่าจะมีอุปสรรคดังกล่าว หรือ ไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งในประเทศอื่น ๆ อาทิ อินโดนีเซีย เวียดนาม ก็คิดว่าอุปสรรคทางด้านภาษียกีดกันเท่ากันหมด”	
5.	“การกีดกันทางการค้าจากฝั่งจีนในปัจจุบันนี้ ตั้งแต่ 3-5 ปีมา นี้ การนำเข้าสินค้าเกษตรไปจีนค่อนข้างมีการเข้มงวดมากยิ่งขึ้นจาก ด้านศุลกากร ที่การเช็คสินค้าและ QC สินค้าทั้งก่อนการส่งออกจาก ฝั่งไทย และเมื่อสินค้าถึงฝั่งจีน ก็ต้องตรวจสอบอีกรอบ และมีการส่งออกที่เข้มงวดมากขึ้นเรื่อย ๆ สิ่งที่ทางการจีนมีการตรวจสอบนั้น ทางบริษัทได้อธิบายเช่น ในเรื่องการใช้สายเรือเดินสมุทรขนส่ง ต้องเป็นสายเรือที่มีการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ที่จำกัด ไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม การขนส่งต้องไม่ใช่แรงงานเด็ก แรงงานต่างด้าว หรือ แรงงานผิดกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันจำเป็นต้องมีใบรับรองก่อน ทำให้บริษัทเสียเวลาในการส่งออก เนื่องจากจำเป็นต้องขอใบรับรองทุกครั้ง ที่ทำการส่งออกไป เพื่อที่จะได้รับอนุญาตทุกครั้ง ซึ่งทางจีนก็ได้ สร้างมาตรฐานในประเทศตัวเองให้ทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ทางรัฐบาลจีนจะมีบริษัทที่จะรับตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งออก ซึ่งในวงการยางพาราที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว”	-การกีดกันทางการค้า -ปัญหาเรื่องการใช้แรงงานเด็ก แรงงานผิดกฎหมายที่อาจมีการตรวจสอบ
6.	“เรื่องการกีดกันทางการค้า และสินค้าทดแทนนั้น ผมคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปจีนส่วนใหญ่ นั้น ทางบริษัทได้ส่งออกเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควัน และยางแท่งเป็นหลัก ซึ่งนั้นก็หมายความว่า การที่ส่งออกไปจีนนั้น จีนจะสามารถเก็บสินค้าไว้ได้	-การสต็อกสินค้าไว้นานอาจเกิดปัญหากับวัตถุดิบได้ เช่น ปัญหาเรื่องคุณภาพ

ตารางที่ 4.8

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	หลายเดือน โดยต่างจากผลิตภัณฑ์จากยางประเภท น้้ายาง ซึ่งน้้ายางไม่สามารถเก็บได้นานมาก เนื่องจากหากเกิดการทำปฏิกิริยากับอากาศ ความชื้น หรือไอน้ำ จะทำให้คุณภาพหายไป เกิดความหนืดหรืออาจเสียได้ โดยส่วนใหญ่แล้วทางบริษัทที่ส่งไปจะนำไปแปรรูปในรูปของล้อรถยนต์ ล้อเครื่องบิน สายพานลำเลียง (conveyor belt) ถุงยางอนามัย ถุงมือการแพทย์ ลูกฟุตบอล ฯลฯ”	ของผลิตภัณฑ์
7.	“ส่วนของบริษัทเรานั้นจะแบ่งออกเป็นในแต่ละประเทศ โดยทางบริษัทนั้นมีผู้ถือหุ้นเป็นรัฐวิสาหกิจจีนเกือบ 51% นอกนั้นเป็นผู้ถือหุ้นชาวไทย นอกจากนั้นแล้วบริษัทยังเผชิญกับปัญหาในเรื่องของคู่แข่งอีก อาทิ อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย ซึ่งเป็นผู้เล่นที่อยู่ในตลาดวางการยางอยู่แล้วมาตีตลาด ทำให้บริษัทจำเป็นต้องโฟกัสอีก 50% เพื่อกระจายความเสี่ยง ทางบริษัทมองว่า ถึงแม้ว่ามีผู้เล่นอย่างประเทศคู่แข่งนั้น แต่ก็ไม่ได้หมายถึงว่าเค้าจะสามารถตีตลาดเราได้ เนื่องจาก คุณภาพสินค้าของเราที่มีมาอย่างยาวนานให้ลูกค้า และประสบการณ์มากกว่า 40 ปีของบริษัท นอกเหนือจากนั้นแล้วความเชื่อมั่นที่ทางบริษัทมีกับรัฐบาลจีน โดยเห็นได้จากการประชุมพิเศษการประชุมทางเศรษฐกิจระหว่างไทยจีน ทุกกรอบนั้นบริษัทจะส่งผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือ ผู้ที่ชำนาญการในสายงานนั้น ๆ ประทับกับคณะ เพื่อไปดูงาน รวมถึงอัปเดตภาพรวมสถานการณ์ตลอด ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าทางบริษัทมีการสนับสนุนที่ดีจากทั้งทางรัฐบาลไทย และรัฐบาลจีน”	

ตารางที่ 4.9

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าทดแทน

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	<p>“ในทัศนะคติแล้วเรื่องสินค้าทดแทนอย่างพารานั้น ผมมองว่าตอนนี้จีนจะเน้นพัฒนาเรื่องของเทคโนโลยีมากกว่าสินค้าการเกษตร เนื่องจากสภาพของดิน ฟ้า อากาศ เป็นหลักที่ไม่ค่อยจะเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกเท่าที่ควร เหตุผลมาจากพื้นที่เพาะปลูกที่ไม่เพียงพอ ราคาที่ดินที่สูงมากขึ้น และการสนับสนุนของรัฐบาลที่ไม่เต็มที่กับเรื่องของการเกษตร นอกจากนั้นแล้วยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่รัฐบาลผลักดันให้เป็นรูปธรรมนั้นล้วนเป็นตัวสะท้อนอย่างดีถึงเจตนารมณ์ของรัฐบาลที่จะพัฒนาประเทศไปข้างหน้าอีก 30 ปี โดยจะชูจุดแข็งในเรื่องเทคโนโลยี สินค้าไฮเทค นวัตกรรมมากกว่าสินค้าการเกษตร ในขณะที่จีนมีการพัฒนาพันธุ์พืชหลากหลายอย่าง อาทิ ทูเรียน ข้าวหอมมะลิ และยางพารา แต่คุณภาพนั้น แน่แน่นอนว่าด้วยความชำนาญ ประสบการณ์ สภาพทางภูมิศาสตร์ และอื่น ๆ ล้วนไม่ได้เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกสินค้าการเกษตรดังกล่าวข้างตนเลย จึงทำให้จีนหันไปพัฒนาสินค้าทางเลือกอื่นแทน”</p>	<p>-ไม่มีพื้นที่เพียงพอต่อการเพาะปลูกในประเทศจีน -เกษตรกรขาดทักษะความรู้</p>
2.	<p>“สินค้าทางการเกษตรที่ส่งออกไปจีนนั้น ปัจจุบันมีการส่งออกไป 3-5 ล้านตัน แต่ปัจจุบันสามารถผลิตในประเทศได้ 7-8 แสนตัน ซึ่งส่วนที่เหลือแน่นอนว่าไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทางบริษัทฯให้ความเห็นอีกว่าการพัฒนาที่รวดเร็วของจีนนั้นทำให้ความต้องการการบริโภคอย่างพารามีอย่างมหาศาล แน่แน่นอนว่าไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ แต่เนื่องจากสงครามการค้าที่มีผลสืบเนื่องมาเป็นปีนั้น ก็ย่อมมีการชะลอตัวของภาคการผลิต และภาคการส่งออกเป็นสำคัญ ทางบริษัทฯมีเอเยนซีในประเทศจีนที่ติดต่อกับขายกันทราบถึงปัญหา และ volume การสั่งซื้อที่หดตัวลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วง สอง ไตรมาสที่ผ่านมา”</p>	

4.5 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสงครามการค้านั้น ไม่เพียงแต่จะเป็นการเปิดศึกระหว่างสองประเทศยักษ์ใหญ่แห่งโลกตะวันตก และโลกตะวันออกเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อบ้านใกล้เคียงอีกด้วย ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากพิชสงครามการค้าดังกล่าว ยางพารา ถือได้ว่าเป็นสินค้าส่งออกลำดับต้นๆ ของไทยที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดและทำรายได้เข้าประเทศมากที่สุด ภาพรวมของยางพาราตลาดโลกนั้นได้รับผลกระทบเชิงลบต่อเหตุการณ์สงครามการค้านี้ และไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกยางพารามากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก การที่สงครามการค้าเกิดขึ้นนั้น เท่ากับว่าเป็นการกระทบกับไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การตั้งกำแพงภาษีนำเข้าและส่งออกระหว่างกันของสองประเทศนั้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อตลาดการค้าของโลก อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วน อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ ของจีนได้รับผลกระทบทางตรงจากสงครามการค้านี้ ทำให้ชะลอการนำเข้าวัตถุดิบหลักอย่าง ยางพารา ที่จะนำไปผลิตเป็นยางล้อรถยนต์ และวัสดุอื่น ๆ ภายในรถยนต์

4.5.1 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการส่งออกยางพารา

นับตั้งแต่สงครามการค้าเริ่มต้นขึ้นที่ผ่านมาตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2019 เป็นต้นมา ราคาของยางพาราของไทยได้ปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 20% ของราคาในช่วงก่อนหน้านี้ เนื่องมาจากโรงงานผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องในกับ ลดปริมาณการสั่งซื้อลงอย่างกะทันหันจากสงครามการค้า และเริ่มจำกัดการนำเข้า เพราะธุรกิจเงินจีนนั้นเผชิญกับผลกระทบจากภาษีนำเข้าและส่งออกไปเพิ่มขึ้นจากสงครามการค้า ในปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีการผลิตยางพาราประมาณ 4.6 ล้านตันทั่วประเทศ แต่จำนวนการส่งออกนั้นก็ทยอยลดลงมาเรื่อย ๆ สืบเนื่องจากสงคราม ซึ่งนอกจากกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ได้รับผลกระทบแล้ว ยังมีกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตั้งแต่ ล้อยางรถยนต์ ล้อยางเครื่องบิน ถุงมือแพทย์ ถุงยางอนามัย จุกนมเด็ก สายพานลำเลียง ซึ่งการปรับลดการนำเข้าของจีนนั้นกระทบกับผู้ส่งออกของไทย และอาจจะกระทบไปถึงผู้ประกอบการ หรือ บริษัทผลิตยางในประเทศไทยด้วย

จากการศึกษานั้น ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ รวมถึงเก็บข้อมูลถึงวิกฤตการณ์และผลกระทบจากยางพาราในครั้งนี้ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้สอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกยางพาราระดับต้นของไทย รวมถึงได้มีโอกาสไปเก็บรายละเอียดของเกษตรกรปลูกยางพารา ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาว่า ถ้าหากราคายางพาราต่ำเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง จะทำให้เกษตรกรนั้นอาจจะหันไปปลูกพืชประเภทอื่น ๆ ทดแทน และอาจจะส่งผลกระทบต่อปริมาณยางที่จะขาดแคลนในอนาคตได้ ซึ่งคุณภาพยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมนั้น จะมีการลดลงไปเนื่องมาจากการปลูกยางในแต่ละท้องถิ่นของไทยนั้น ผลผลิตที่ได้มานั้นย่อมแตกต่างกัน อาทิ ยางที่ปลูกในภาคเหนือของไทย ลักษณะยางจะมี

ความเหน็ดข้น แต่อย่างที่ปลูกในภาคใต้ ลักษณะยางจะมีความเหน็ดน้อยกว่า การหลอม หรือนำไปแปรรูปจะมีความยืดหยุ่นมากกว่า ดังนั้นแล้วการหันไปปลูกพืชประเภทอื่นแทนการปลูกยางของเกษตรกรนั้นอาจจะส่งผลกระทบต่อในระยะยาวได้ นอกเหนือจากนั้นแล้ว ราคาขายที่ตกต่ำลงทำให้ผู้รับจ้างกรีดยางถูกปรับลดค่าแรงลงไปด้วย ถึงแม้ว่าจะมีการชดเชยให้จากรัฐบาล หรือการส่งเสริมผู้ประกอบการและรวมไปถึงเกษตรกรผู้ปลูกยาง แต่การที่ถูกปรับลดค่าแรงย่อมทำให้ในอนาคตเกษตรกรอาจจะหันไปทำอาชีพอื่นที่มีรายได้มากกว่า หรืออาจจะเข้าเมืองเพื่อไปทำอาชีพอื่นที่สบายกว่า และรายได้สูงกว่า ทำให้ขาดแคลนแรงงานกรีดยาง

4.5.2 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการส่งออกยางพาราในประเทศ

มาตรการของรัฐบาลไทยต่อปัญหาราคายางพารานั้น จากการทำการศึกษพบว่า การจ่ายเงินชดเชยให้แก่เกษตรกรสวนยางไร่ละประมาณ 1,800 บาท ไม่เกินรายละ 15 ไร่ รวมไปถึงเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับลดพื้นที่ปลูกยางให้ได้ภายใน 5 ปีหลังจากนี้เพื่อที่จะให้มาตรการดังกล่าวคลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น แต่ชาวสวนยางพาราบางส่วนก็ยังมองว่ามาตรการดังกล่าว นั้นอาจส่งผลแค่ในระยะสั้น ไม่สามารถแก้ไขในระยะยาวได้ จากราคายางที่ตกต่ำในช่วงนี้เองกดดันให้ผู้ชุมนุมที่เป็นเกษตรกรชาวสวนยางนัดรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลสนับสนุนสินค้าการเกษตรให้มากกว่านี้

ปัญหาอื่นนอกเหนือจากนี้คือ การที่กลุ่มนายทุนใหญ่จากจีนเข้ามาเพื่อที่จะเข้าซื้อกิจการยางพาราแบบครบวงจรในไทย เริ่มจากการเข้าซื้อโรงงานแปรรูปยางพาราขั้นต้น ยางแผ่นดิบรมควัน ยางก้อน ยางแท่ง การเข้าซื้อกิจการของบริษัทยางพาราในประเทศไทยโดยกลุ่มนายทุนชาวจีนนี้ เพื่อเป็นการป้อนเข้าสู่ตลาดจีนในอนาคต เนื่องจากสงครามการค้าที่มีการชะลอตัวลงนั้น อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศก็จริง แต่หากว่าภายหลังจากนี้การบริโภคภายในประเทศที่มีอยู่มหาศาลอาจจะไม่เพียงพอ และกลุ่มนายทุนบางกลุ่มที่ต้องการจะซื้อเพื่อหวังผลกำไรก็มีเช่นกัน การเข้ามาของกลุ่มนายทุนจีนที่เข้ามากว่าซื้อกิจการในต่างประเทศนั้น มีให้เห็นอยู่สักพักแล้ว เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจจีน ทำให้การบริโภคนายทุนยางพาราในประเทศมีอยู่อย่างมหาศาล แต่เนื่องจากการปลูกยางในจีนทำได้จำกัดมาก 7-8 แสนตันต่อปี ล้วนจำเป็นต้องนำเข้า จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการภายในประเทศ

จากการศึกษาโดยละเอียดนั้นพบว่า ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา กลุ่มนายทุนจีนส่วนใหญ่กว่าซื้อธุรกิจยางพาราแปรรูปรายใหญ่ของไทยหลายโรง ระยะยาวอาจจะส่งผลกระทบต่อยางพาราในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันนี้เองบริษัทยางพาราแนวหน้าของไทยหลายโรง ก็มีชื่อเป็นภาษาจีน หรือ มีผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เกิน 51% เป็นนายทุนจีน การเข้าแทรกแซงกิจการยางพาราของกลุ่มนายทุนจีนนั้น เนื่องมาจากจีนต้องการที่จะขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ เข้าซื้อกิจการในกลุ่มอุตสาหกรรมยางพาราเพื่อการส่งออก จึงต้องการวัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อป้อนอุตสาหกรรมปลาย

น้ำ นักลงทุนจีนต้องการลงทุนในอุตสาหกรรมต้นน้ำเพื่อผลิตยางแท่ง น้ำยางข้น ยางแผ่นรมควัน เป็นต้น หนึ่งในแถบประเทศที่มีการปลูกยางได้คุณภาพดีที่สุดในโลกก็คือแถบประเทศในอินโดจีน เนื่องมาจากสภาพทางภูมิศาสตร์ ที่เอื้ออำนวยต่อการปลูกยาง รวมถึงประสบการณ์และความชำนาญของชาวสวนเองด้วย อุตสาหกรรมในจีนนั้นส่วนใหญ่แล้วล้วนต้องการยางพาราเพื่อที่จะเป็นสายพายขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่อไป อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยางพารา

ในปัจจุบันถึงแม้ว่าการเข้าซื้อกิจการยางพาราในประเทศไทยของกลุ่มนายทุนจีนมิให้เห็นได้อย่างต่อเนื่องนั้น และถือได้ว่าเป็นโอกาสของนักลงทุนจากจีนที่เข้ามาสร้างฐานการผลิตในประเทศไทย และเป็นโอกาสที่ไทยจะได้เรียนรู้นวัตกรรมใหม่ๆ จากจีน แต่รัฐบาลไทยก็ได้มีมาตรการที่จะกำหนดนโยบาย และทิศทางของยางพาราไทย ด้วยการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจในการผลิตยางที่มีคุณภาพให้กับเกษตรกรชาวสวนยางมากยิ่งขึ้น โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันเกษตรกรชาวสวนยาง พร้อมทั้งจะให้ความเข้าใจในการผลิตยางเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้ รวมถึงมีมาตรการไม่ให้นักลงทุนมีบทบาทมากเกินไปในสินค้าประเภทยางพาราไทย อาทิ ควบคุมราคายางพารา ป้องกันการผูกขาดสินค้ายางพาราโดยกลุ่มนายทุนใหญ่ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์เพื่อประกอบการศึกษานั้น กลุ่มผู้ประกอบการยางพาราไทยก็มีความเห็นที่ตรงกันในเรื่องการเข้ามาซื้อกิจการของกลุ่มนายทุนจีน และ คุณภาพของยางพาราของ ไทย ทำให้ไทยอาจจะเสียเปรียบตรงจุดนี้ และหากถ้ารัฐบาลยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องการช่วยเหลือ อุดหนุนการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งยางพาราแล้วนั้น เกษตรกรบางกลุ่มอาจจะหันไปปลูกพืชประเภทรubber อื่นแทนการปลูกยาง และในอนาคตอาจจะส่งผลถึงการส่งออกของไทยได้

ตารางที่ 4.10

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) A		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“ผมมองว่าการรับมืออย่างไรต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้น และมีแผนการในอนาคตอย่างไรนั้นโดยในส่วนของบริษัทนั้นได้ทำ Marketing Plan โดยเน้นหลักการ คือ คุณภาพ และความยุติธรรม ในเรื่องของ ราคาขาย ถ้าหากมีการตกลงซื้อขายจะอ้างอิงจากราคาขายในวันนั้น และถ้าหากราคาขายในอนาคตมีการเปลี่ยนแปลง ทางบริษัทก็ยังคงยึดในความยุติธรรม คือใช้ราคาวันที่ตกลงซื้อขาย โดยในการซื้อขายกันใช้เวลาประมาณ 30 วัน ซึ่งในระยะเวลาหลายวัน ในหนึ่งเดือน หรือ หนึ่งอาทิตย์อาจจะมีการขยับขึ้นลงของราคาขาย”	-เรื่องของปัญหาจากการซื้อขายยาวพาราล่วงหน้า
2.	“นอกจากนี้ทางบริษัทยังเสริมต่อว่า มีการใช้หลัก หนึ่งลูกค้า หนึ่งโรงงาน นั้นหมายถึงว่า การที่จะผลิตขายนั้นต้องได้คุณภาพที่ได้ควบคุมมาตรฐาน ทุกโรงงานผลิตสินค้าออกมาได้เหมือนกัน และคุณภาพเท่ากัน แต่บางครั้งอย่างที่ได้อาจจะมีความหนืด ความชื้น ที่ไม่เท่ากันอันเนื่องมาจาก วัตถุดิบที่แตกต่างกัน เช่น ยางที่ผลิตในอีสาน ยางที่ผลิตในภาคเหนือ จะมีความชื้นหนืดไม่เท่ากัน”	
3.	“ปัจจุบันคุณสามารถเห็นบริษัทจีนส่วนใหญ่เข้ามาซื้อกิจการต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะเข้าซื้อกิจการของบริษัทยางพารา SME ทั้งหลายนั้น เพื่อที่จะควบรวมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ผมมองว่าไม่สามารถทำได้ครบวงจร เนื่องจากทั้งค่าแรง ความชำนาญ และการที่รัฐบาลไทยมีมาตรการในการจำกัด และข้อกำหนดต่าง ๆ อาจจะได้อย่างมากเพียงแค่อัดหนุนกับเจ้าของคนไทย ในส่วนของยางพาราที่จะนำไปแปรรูปต่อ นั้น ลูกค้าจะเป็นคนกำหนดและเลือกวัตถุดิบเอง เนื่องจากความต้องการของลูกค้าแต่ละเจ้าไม่เหมือนกัน ลูกค้าบางเจ้าอาจจะชอบนิ่ม ลูกค้าบางเจ้าอาจจะชอบหนืดมากกว่า ซึ่งเมื่อได้วัตถุดิบที่ต้องการแล้ว ทางบริษัทของลูกค้าก็จะนำวัตถุดิบที่ได้ไปเสริมเติมแต่งทางเคมี ใส่ส่วนผสมลงไปอีกเพื่อให้สามารถขึ้นรูปตามที่ต้องการได้”	-มีการเข้าซื้อกิจการของยางพารา SME ทำให้ในอนาคตอาจจะเป็นคู่แข่งได้

ตารางที่ 4.11

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	<p>“การควบรวมในแนวดิ่ง (Vertical Integration) จากนโยบาย Made in China 2025 นั้น ผมมองว่าในขณะนี้บริษัทไม่คิดว่าจะมีผลกระทบกับอุตสาหกรรมยางเลย และคิดว่าการที่ทางการจีนต้องการจำนวนของยางพาราอย่างมหาศาลนั้น อาจจะส่งผลกระทบต่อถึงอุตสาหกรรมในไทยโดยเฉพาะการเข้ามาซื้อกิจการของบริษัทเล็ก ๆ ในไทย โดยกลุ่มนายทุนใหญ่จีน เนื่องมาจากว่า แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 นั้นจำเป็นอย่างมากที่จะต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์จากยางจำนวนมหาศาลเพื่อป้อนอุตสาหกรรม อาทิ อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรมไฮเทค อุตสาหกรรมการเกษตร เครื่องจักรกล ต่าง ๆ ล้วนแต่มีส่วนประกอบของยางเป็นตัวขับเคลื่อนทั้งสิ้น อีกนั้นทางบริษัทตั้งแต่ทราบแผนนโยบาย Made in China 2025 ทางบริษัทได้ส่งบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญไปจีนอยู่บ่อยครั้งทำให้ทราบถึงว่า จริงอยู่ที่จีนต้องการจะผลิตยางเอง เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคในตลาดของตนเอง แต่เนื่องด้วยสภาพภูมิอากาศ สภาพของดิน น้ำ แดด ความชื้น ล้วนแล้วไม่ได้เอื้ออำนวยต่อการปลูกยางของจีนเลย”</p>	
2.	<p>“นอกจากนี้แล้วในเรื่องของรัฐบาลก็ไม่ได้มีกองทุนมาอุดหนุนมากเท่าที่ควร มีศูนย์วิจัยเกี่ยวกับยางพาราที่ทันสมัย แต่ความเชี่ยวชาญของเกษตรกรเองนั้นเท่ากับศูนย์ และล้าหลังมากกว่าไทยเกือบ 30 ปี ความชำนาญของเกษตรกรไทยจากรุ่นสู่รุ่นนั้น มีมากกว่า รู้ว่าดินแบบไหน อากาศแบบไหน ก็ดางช่วงไหนได้น้ำ ยางดีมีมากกว่าเกษตรกรจีนมาก ปัจจุบันนี้จีนมีการบริโภคภายในประเทศ 5 ล้านตัน และสามารถปลูกเพื่อการบริโภคภายในประเทศได้ 7-8 แสนตันต่อปี แน่่อนว่าส่วนที่เหลือไม่สามารถเพียงพอกับความต้องการได้เลย จึงจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งที่ปลูกในประเทศคุณภาพนั้นก็ไม่ได้ดีเสมอไป เนื่องจาก ความชื้น พันธุ์ของต้นยาง ภูมิอากาศ สภาพดิน ฯลฯ</p>	<p>-ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเท่าที่ควร -ความสามารถในการปลูกยางพาราของจีนยังไม่เท่ากับไทย</p>

ตารางที่ 4.11

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) B		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
	สรุปก็คือบริษัท คาดว่าในอนาคตนั้นก็ยังไม่ได้มีผลกระทบมากเท่าไรหรอก เนื่องจากตัวบริษัทเองก็ได้ผลิตยงที่มีคุณภาพดีที่สุดในให้กับตลาดจีนแล้ว เพราะ Raw Material บริษัทจะสามารถหาเพื่อป้อนตลาดจีนได้นั้นบริษัทได้หาสิ่งที่ดีที่สุดให้แล้ว ไม่สามารถจะเติมแต่งกับยางธรรมชาติได้อีก ถ้าเติมแต่งเข้าไปมาก ก็เท่ากับว่าเป็นยางสังเคราะห์และคุณภาพอาจจะไม่ดีเท่ากับยางธรรมชาติ หลังจากบริษัทส่งออกไปนั้น จีนก็นำเข้าไปบริโภคโดยการเติม หรือ เสริมแต่งเอง ซึ่งเชื่อว่าในด้านการผลิตไม่น่าจะมีปัญหาและไม่เกิดผลกระทบ”	

ตารางที่ 4.12

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
1.	“ภาพรวมของการส่งออกไปจีนนั้นปัจจุบันเป็นประมาณ 40% ของทั้งหมด ซึ่งในปัจจุบันบริษัทพยายามที่ลดการพึ่งพิงจากตลาดจีน ป้องกันความเสี่ยงเบื้องต้นด้วย เนื่องจากปัญหาด้านสงครามการค้า จะเน้นการส่งออกไปยังตลาดอื่นทดแทน ซึ่งผลจากสงครามการค้านี้เองทำให้การส่งออกไปจีนนั้นประสบปัญหาและทำให้ชะลอตัว ดังนั้นทางแก้ไขของบริษัทคือ การที่จะต้องหาช่องทางการกระจายสินค้าไปยังตลาดอื่นแทน บริษัทยังอธิบายต่อไปอีกว่า ตลาดจีนเป็นตลาดใหญ่ก็จริงอยู่ แต่ขั้นตอนในการผลิตนั้น ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำนั้น เป็นเรื่องที่ยากจะยากเนื่องจากความชำนาญ ความรู้ด้านยาง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และการสนับสนุนจากรัฐบาลที่ยังไม่ได้เป็นรูปธรรมมากนัก ล้วนเป็นปัจจุบันหนึ่งที่ทำให้สินค้าประเภทยางพาราไม่ได้รับความนิยมในจีนเท่าที่ควร”	-ปัญหาจากสงครามการค้าทำให้เน้นตลาดอื่นแทนตลาดจีน

ตารางที่ 4.12

สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C – ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์ บริษัท (มหาชน) C		
No.	ความเห็นในการสัมภาษณ์	ปัญหาที่เกิดขึ้น
2.	“ผมมองว่า Made in China 2025 นั้นบริษัทมองว่า จีนจะย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่น ๆ เพื่อที่จะทำให้ตัวเองเป็นศูนย์กลางทางด้านการจัดการ ส่วนด้านการผลิตนั้นจะมีการย้ายฐานการผลิตไปที่อื่นแทนทางบริษัทยังอธิบายอีกว่า ในขณะที่จีนมีการไปตั้งฐานการผลิตนอกประเทศ อาทิ ในแอฟริกา หรือ ประเทศในแถบ CLMV เนื่องจากสินค้าประเภทยางพาราไม่สามารถปลูกได้ และการแปรรูปอื่น ๆ ยังก่อให้เกิดมลพิษจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของจีน ดังนั้นเพื่อลดปัญหาดังกล่าว จีนจึงไปเปิดโรงงานนอกประเทศแทนเพื่อไม่ให้ประเทศตัวเองได้รับผลกระทบเรื่องมลภาวะ ปัจจุบันมลภาวะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแถบประเทศลุ่มแม่น้ำโขง หรือประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนใหญ่ก็นั้นก็มาจากประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นต้นเหตุ อาทิ ปัญหาจากโรงงาน ปัญหามลพิษทางอากาศ ขยะพิษ ล้วนแล้วแต่เกิดจากการดำเนินการของกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว”	-การย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่น ๆ เนื่องจากสงครามการค้า (Trade War)
3.	“ในเรื่องของ Raw Material ของจีนนั้น ทางบริษัทที่ส่งออกไปจีนได้รับผลกระทบทางตรงจากการส่งออก ผลกระทบจากสงครามการค้าถามว่ามี Volume ใหม่ ก็ต้องตอบว่ามีการสั่งซื้อเข้ามาแต่มีการชะลอตัวลงเรื่อย ๆ เห็นได้ชัดในช่วงประมาณ 4-5 เดือนก่อนหน้าที่เริ่มมีการประกาศสงครามการค้าประเภทของสินค้าการเกษตรต่าง ๆ”	-ปัญหา Trade War
4.	“บริษัททำการส่งออกสินค้าประเภทน้ำยางชั้นเป็นหลัก และสินค้าประเภทยางชั้นนั้นไม่สามารถเก็บได้นาน เนื่องจาก ความหนืด ความชื้น ของน้ำยางตามธรรมชาติอาจจะไปทำปฏิกิริยากับความชื้น หรืออากาศ ทำให้คุณภาพอาจจะเปลี่ยนแปลง หรือลดลงได้ ดังนั้นการส่งออกไปจีนส่วนใหญ่จำเป็นต้องให้ถึงภายในระยะเวลาที่กำหนดเท่านั้น ไม่สามารถที่จะเก็บสต็อกเอาไว้ยาวนานข้ามปีได้เหมือนกับ ยางแผ่นรมควัน หรือ ยางแท่ง ทั่วไป นอกเหนือจากนั้นแล้ว บริษัทยังมีบริษัทลูกในเครืออีกที่ผลิตสินค้าประเภทยางแผ่นรมควัน ยางแท่ง ซึ่งเป็นบริษัทปลายน้ำที่ทำในรูปแบบของ หมอนยาง ยางยืดกางเกง เป็นต้น”	-ปัญหาจากยางพารา น้ำยางชั้น ไม่สามารถเก็บได้นานทำให้วัตถุดิบอาจเสียหายได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ ผลจากการสรุปผลการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการส่งออกยางพาราไทยในกรณีศึกษา ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราไทยนั้น ด้วยการทำการสัมภาษณ์บริษัทยางพาราที่เป็นบริษัท (มหาชน) ที่มีข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ และเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ทำการสอบถามความถูกต้องได้ ประกอบกับความน่าเชื่อถือของบริษัทที่มีแผนในการทำธุรกิจ แผนการตลาดที่ครบวงจร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยต้องการทราบถึงปัญหาการส่งออกที่ส่งผลกระทบต่อ ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 รวมถึงเรื่องปัญหาของสงครามการค้าระหว่าง จีน และสหรัฐอเมริกา ที่มีผลมาจากยุทธศาสตร์ดังกล่าวอีกด้วย

โดยการสรุปผลการวิจัย ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้วิจัยสามารถนำมาแจกแจงรายละเอียดจากการวิเคราะห์ โดยมีเนื้อหาทั้งหมด 4 ส่วนหลัก ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย
- 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในอนาคต

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในส่วนของ การสรุปผลการวิจัยนั้น ผู้วิจัยจะนำประเด็นปัญหาต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกยางพาราที่มีผลกระทบต่อ จากแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 มาวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหา และสรุปรายละเอียด ดังนี้

5.1.1 ปัญหาเรื่องสงครามการค้า (Trade War)

จากการวิจัยนั้น พบว่าสาเหตุสำคัญที่ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ได้แก่ ปัญหาเรื่องของสงครามการค้าที่เกิดขึ้น ความไม่แน่นอนที่เป็นผลมาจากสงครามการค้าของจีนและสหรัฐนั้น อาจส่งผลกระทบให้เกิดการกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจผ่านการกระจายการลงทุนจากจีนไปยังประเทศที่ไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสงครามการค้า หากประเมินสถานการณ์การค้าที่จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของสถานการณ์ยางพาราในไทยนั้น

แน่นอนว่า สงครามการค้านี้มีผลกระทบต่อ การส่งออกประมาณ 15-20% ซึ่งคาดว่าแนวโน้มของ สงครามการค้าไม่น่าจะจบลงง่ายๆ และคงจะยืดเยื้ออีกต่อไปเรื่อย ๆ ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 และ แนวโน้มในไตรมาสที่ 3 ปี 2562 นั้น ผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐ ดำเนินมา เรื่อย ๆ ตั้งแต่ปลายปี 2560 และยังไม่มีความที่ท่าว่าจะหยุด แต่กลับรุนแรงเรื่อย ๆ และสร้างแรงกดดัน ใหม่ให้กับภาคอุตสาหกรรม และการส่งออกเป็นอย่างมาก

โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นกับไทยด้านการส่งออกนั้น ส่วนใหญ่จะกระทบใน ภาคอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออก โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกยางพารา นั้น พบว่าได้รับผลกระทบเชิงลบทางอ้อมจากการส่งออก จากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว (Global Slowdown Effect) เป็นสำคัญ ซึ่งทำให้การผลิตและการส่งออกในหลากหลายอุตสาหกรรมของไทย นั้นมี แนวโน้มที่จะชะลอตัวตามทิศทางเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมยางพารา ยางพาราแปรรูป และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์ อุตสาหกรรมที่ได้รับ ผลกระทบเชิงลบทางตรง จากการเป็นห่วงโซ่การผลิตให้กับจีน (Supply Chain Effect) ได้แก่ อุตสาหกรรมยางพาราแปรรูป อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมยางพาราแปรรูป ได้รับผลกระทบในวงจำกัด ซึ่งนั่นก็หมายความว่า การผลิตล้อรถยนต์ในจีนนั้นมีการชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด จากการสัมภาษณ์ ประกอบ การใช้วัตถุดิบยางพาราแปรรูปเพื่อการส่งออก คิดเป็นสัดส่วนค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับ การผลิตยางล้อรถยนต์ทั้งหมดของจีน และการส่งออกไปยังสหรัฐ โดยผู้วิจัยขอแบ่งรายละเอียดดังนี้

ผลกระทบเชิงบวก

1. การส่งออกทดแทนในสหรัฐและจีน (Trade Division)
 - ยางล้อรถยนต์
 - รถยนต์ในกลุ่ม 1st Tier ค่ายยักษ์ใหญ่ของอเมริกา
2. การย้ายฐานการผลิตเพื่อเลี่ยงภาษี (Investment Division)
 - ยางล้อรถยนต์
 - ชิ้นส่วนยานยนต์
 - เครื่องใช้ไฟฟ้า อาทิ ทีวี แผงวงจรไฟฟ้า คอมพิวเตอร์
 - เหล็ก

ผลกระทบเชิงลบ

1. ผลทางตรงจากการเป็นห่วงโซ่การผลิตให้จีน (Supply Chain Effect)
 - ยางพาราแปรรูป
 - ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้าขนาดเล็ก
2. ผลกระทบทางอ้อมจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว (Global Slowdown Effect)

- ยางพาราแปรรูป และยางล้อรถยนต์
 - ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์
3. ทางอ้อมจากการทุ่มตลาด (Dumping)

- เครื่องจักร / เครื่องใช้ไฟฟ้า

จากการศึกษานั้นพบว่า ยังมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการทุ่มตลาด (Dumping) จากสินค้าจีนด้วย โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องจักรซึ่งเป็นสินค้าที่จีนได้เปรียบ เนื่องจากต้นทุนต่ำ ราคาต่ำกว่า การผลิตที่สามารถใช้งานได้ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบเชิงบวกจากการส่งออกทดแทนในสหรัฐ และจีน (Trade Diversion) อาทิ ยางล้อรถยนต์ ในกลุ่มประเภท 1st Tier ที่ส่งออกไปยังสหรัฐนั้น ปัจจุบันนี้มีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตมาประเทศไทย หรือประเทศในกลุ่ม CLMV มากยิ่งขึ้นเนื่องจากมาตรการภาษี (Investment Diversion) อาทิ อุตสาหกรรมยางล้อรถยนต์ เนื่องจากจีนมีแนวโน้มในการขยายกำลังการผลิตยางล้อรถยนต์เป็นอย่างมาก เนื่องจากความต้องการการใช้รถยนต์ และการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ตามแผนปฏิรูปตามนโยบาย Made in China 2025 ทำให้การตั้งโรงงานในไทย หรือหาแหล่งวัตถุดิบอื่น ๆ ทดแทนนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และต่อเนื่อง โดยการลงทุนของจีนนั้นจะเน้นการลงทุนแบบชั่วคราว เช่น การเช่าโรงงานหรือหลังสินค้า การเข้ามาซื้อกิจการเพื่อส่งกลับประเทศ เพื่อลดภาระเรื่องภาษี

5.1.2 ปัญหาการย้ายฐานการผลิตใหม่

จากการศึกษานั้นพบว่า สิ่งสำคัญต่อมาที่สืบเนื่องมาจากสงครามการค้า นั่นคือการย้ายฐานการผลิต เนื่องจากในปัจจุบันเรื่องของค่าแรง (Labor cost) จนไปถึงโรงงานที่ใช้แรงงานฝีมือเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ (Labor Incentives) ในประเทศจีนนั้นค่อนข้างสูง ทำให้โรงงานหลายโรงจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปประเทศที่มีค่าแรงที่ถูกกว่า การมองหาที่ตั้งของฐานการผลิตใหม่นั้น แนนอนว่าประเทศในกลุ่ม CLMV โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่มีแรงงานที่มีคุณภาพ ประกอบกับการคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ที่ทันสมัย ยิ่งเป็นปัจจัยบวกให้แนวโน้มการย้ายฐานการผลิตจากจีนมาไทยนั้นเป็นไปได้สูง และผลกระทบจากสงครามการค้าที่มีมาอย่างยาวนานและต่อเนื่อง ทำให้การกระจายความเสี่ยงในการดำเนินงานทางธุรกิจที่เกิดขึ้นนั้น ย่อมทำให้ผู้ประกอบการจากจีนมองหาช่องทางใหม่ๆ และประเทศที่ไม่ได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าเพื่อลงทุน ซึ่งอันนี้สงสัยดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ไทยอยู่ในสายตาของกลุ่มนายทุนใหญ่จากจีนแต่ก็ไม่ได้ทั้งหมด เนื่องจากไทยเองก็ไม่ได้อยู่ในฐานะผู้รับการลงทุนที่ใช้แรงงานเข้มข้น อาทิ กัมพูชา เวียดนาม ลาว ที่เน้นการใช้แรงงานราคาถูกกว่า ขณะที่สินค้าที่ใช้เทคโนโลยีซับซ้อนขึ้น สินค้าหลายประเภทที่จีนยังคงมีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านราคาจนยากที่จะเกิดการเบียดเบียนการลงทุนจากจีน

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการย้ายฐานการผลิตมายังไทยนั้น ไทยอาจได้อานิสงส์จากการลงทุนในกลุ่มเทคโนโลยีที่ซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ในส่งออกจากไทยนั้น นับได้ว่าติด

ตลาดโลก และเป็นที่ยอมรับในระดับสากลอยู่แล้ว คาดว่ากลุ่มอุตสาหกรรมในส่วนของ อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ แผงวงจรไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์โทรศัพท์ ฯลฯ จะได้อานิสงส์จากผลพวงของสงครามการค้า นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบอย่างการแปรรูปยางพารา ผลิตภัณฑ์จากยางพารา ซึ่งจีนนำเข้าวัตถุดิบจากไทยเพื่อไปผลิตต่อและส่งออกไปยังสหรัฐ ก็มีแนวโน้มที่จะมีการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทย หรือประเทศในกลุ่ม CLMV เพิ่มมากขึ้นด้วย

ผลกระทบทางตรงของการกระจายฐานการผลิตสินค้าขึ้นปลายน้ำ และสินค้าขึ้นกลางที่ซับซ้อนในไทยกับการกระจายการลงทุนในกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าที่ไทยได้เปรียบเรื่องของวัตถุดิบนั้น การย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทยจากบริษัทที่โดยผลกระทบทางการค้าอาจจะช่วยส่งผลให้ดัชนีที่เป็นตัวชี้วัดของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ หรือ FDI (Foreign Direct Investment) ของไทยนั้นเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีแรกของสงครามการค้า (2019-2022) ได้อย่างต่ำประมาณเกือบ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนั้นแล้ว ผลจากสงครามการค้าที่ไทยอาจจะได้รับอานิสงส์เพิ่มเติม คือ เรื่องของอานิสงส์ทางอ้อมจากการส่งออกสินค้าขึ้นกลาง อาทิ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากยางพารา เนื่องจากใช้ประเทศไทยเพื่อเป็นฐานในการส่งออกสินค้าเหล่านี้ไปยังประเทศปลายทางอื่น ๆ

นอกจากนั้นแล้ว ในช่วงปี 2562-2564 ผู้ผลิตในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ยางพาราขึ้นกลางอาจเผชิญภาวะตลาดชะลอตัวและการแข่งขันรุนแรงขึ้น ขณะที่ เกษตรกรยังคงเผชิญภาวะขาดทุนเนื่องจากราคายางพารามีแนวโน้มต่ำกว่าต้นทุนการผลิต ผู้ผลิตยางพาราขึ้นกลาง อาทิ ผู้ผลิตน้ำยางข้นยังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่องตามทิศทางความต้องการของอุตสาหกรรมขึ้นปลาย ได้แก่ ถุงมือยาง และถุงยางอนามัยในตลาดโลก ประกอบกับการผลิตน้ำยางข้นในตลาดโลกยังมีน้อยเนื่องจากกระบวนการผลิตของประเทศส่วนใหญ่ยังเน้นผลิตเพียงยางก้อนถ้วยและ เศษยางซึ่งมีคุณภาพต่ำจึงไม่สามารถใช้ทดแทนน้ำยางข้นได้ ทำให้ภาวะการแข่งขันในการส่งออกน้ำยางข้นไม่รุนแรงนัก แต่ผู้ผลิตยางแผ่น ยางแท่ง และ ยางคอมปาวด์ของไทยจะเผชิญความเสี่ยงจากการลดลงของความต้องการนำเข้าจากจีน และการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งใหม่ๆ ในอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV ที่มีแนวโน้มส่งออกไปจีนมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มประเทศใน CLMV ได้เปรียบไทยทั้งด้านต้นทุน ค่าขนส่ง และส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของนักลงทุนจีนเอง ทำให้มีผลในเรื่องของส่วนแบ่งการตลาดของไทยในตลาดจีนลดลงเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม ทิศทางราคายางพาราที่คาดว่าจะผันผวนไม่มากนักอาจจะทำให้ความเสี่ยงจาก ภาวะขาดทุนสต็อกของผู้ประกอบการลดลงในอนาคต

นอกจากนั้นแล้วในส่วนของผู้ค้ายางพาราเอง จากการศึกษาวิจัยของผู้วิจัยนั้นพบว่า รายได้มีแนวโน้มไม่แน่นอน เนื่องจากช่องทางการตลาดแคบลง โดยโรงงานอุตสาหกรรมมีแนวโน้มรับซื้อผลผลิตยางพาราจากเกษตรกร ตลาดกลาง หรือสหกรณ์โดยตรงเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้ค้าอาจได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ประกอบการจีนเข้ามาติดต่อรับซื้อยางพาราจากกลุ่มเกษตรกรของ

ไทย โดยตรง จึงอาจเป็นการตัดวงจรพ่อค้าไทย และประเด็นสุดท้ายคือ เกษตรกรสวนยาง ที่ปัจจุบันนี้ประสบกับสภาวะขาดทุนต่อเนื่อง แม้ทางการไทยจะมีมาตรการช่วยเหลือ อาทิ เงินช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ การ สนับสนุนเงินทุนปลูกพืชทดแทน เป็นต้น เนื่องจากต้นทุนการปลูกยางของไทย อาทิ ยางแผ่นดิบ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 55-60 บาท/กิโลกรัม ซึ่งสูงกว่าค่าคาดการณ์ ราคาขายพาราแผ่นรมควันชั้น 3 ที่เกษตรกรขายได้ที่เฉลี่ยในระดับต่ำประมาณ 43-45 บาท/กิโลกรัม

5.1.3 ปัญหาเรื่องพื้นที่เพาะปลูกยางพารา

ปัจจุบันนี้ปริมาณความต้องการยางในสูงนั้นขยายตัวเพิ่มมากขึ้นประมาณ ร้อยละ 10-15% ต่อปี และนโยบายภาครัฐที่เอื้อประโยชน์ต่อการบริโภคตามแผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 บวกกับชนชั้นกลางมีรายได้มีเพิ่มมากขึ้น ล้วนเป็นตัวผลักดันให้เกิดความต้องการหาซื้อรถยนต์ เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต ทำให้อุตสาหกรรมยางรถยนต์มีอัตราความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ หากพิจารณาอุปทานยางพาราในประเทศจีนนั้น จะพบว่าการบริโภคจากผลิตภัณฑ์ยางพาราและพลาสติกในประเทศเติบโตขึ้นตามความต้องการของตลาด ซึ่งมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 6-9% แสดงให้เห็นภาพของความจำเป็นในการนำเข้ายางพาราจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

หากพิจารณาจากโอกาสทางการค้า แนวโน้มเศรษฐกิจของจีน ถึงแม้ว่าจะมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องสืบเนื่องมาจากสงครามการค้า แต่ก็ยังคงมีการพัฒนาอย่างมั่นคงมากขึ้น รายได้ผู้บริโภคชาวจีนก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการสนับสนุนอย่างมากจากภาครัฐบาล ผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ การสนับสนุนให้กลุ่มนักธุรกิจไปลงทุนในต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจีนจะมีการหดตัวจากผลของสงครามการค้ากับสหรัฐ แต่การที่รัฐบาลมีการสนับสนุนอยู่ก็เพิ่มโอกาสและแนวโน้มให้ในอนาคตการบริโภครถยนต์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้น อุตสาหกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตรถยนต์ทั้งหมด อาทิ อุตสาหกรรมยางพารา ยางพาราผสม ยางพาราธรรมชาติ หรือแม้กระทั่งอุปกรณ์ชิ้นส่วนรถยนต์และส่วนประกอบรถยนต์ที่ต้องพึ่งพาวัสดุอย่างยางพารา จึงได้รับอานิสงส์ไปด้วย นับว่าเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการยางพาราไทย ถึงแม้ว่าในช่วงนี้อาจจะประสบปัญหาการขาดทุนจากราคายางที่ตกต่ำ และปัญหาของสงครามการค้าก็ตาม

ปริมาณความต้องการยางพาราในจีนนั้นมีอยู่อย่างมาก หากแต่พื้นที่เพาะปลูกยางพาราในประเทศมีประมาณ 17.10 ล้านไร่ ปริมาณการผลิตในประเทศประมาณปีละ 7-8 แสนตัน/ปี โดยร้อยละ 80 ของอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพิงยางพาราได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตยางรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งร้อยละ 20 จะนำมาใช้ผลิตสินค้าอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันด้วย อาทิ ยางรองเท้า ถุงมือ ถุงน้ำร้อน สายไฟ ฯลฯ แหล่งผลิตที่สำคัญในการปลูกยางของจีนนั้นมีจำกัดมาก การปลูกยางในจีน

สามารถปลูกได้ในพื้นที่เขตทางตอนใต้เท่านั้น แหล่งปลูกที่สำคัญในจีนได้แก่ มณฑลไหหลำ มณฑลกว่างตุง เขตปกครองตนเองจ้วงกว่างสี มณฑลฝูเจี้ยน และมณฑลกุ้ยโจว โดยพื้นที่เพาะปลูก ยางพาราที่มากที่สุดของประเทศอยู่ที่เกาะไหหลำ ซึ่งคิดเป็นประมาณ 0.42 ล้านตัน/ปี หรือ เทียบเท่ากับครึ่งหนึ่งของปริมาณการผลิตยางพาราทั้งหมดของจีนในแต่ละปี

ประเภทของยางพาราที่ผลิตได้ในจีน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. ยางพาราธรรมชาติ (Natural Rubber) เป็นยางพาราที่ได้จากธรรมชาติ 100% ไม่มีการแต่งเติมวัสดุอื่นเข้าไป
2. ยางพาราสังเคราะห์ (Synthetic Rubber) เป็นยางพาราที่ได้จากธรรมชาติ 80% และมีการเติมแต่งวัสดุทดแทน หรือทำให้ เกิดความหนืดขึ้นเทียบเท่ากับยางธรรมชาติ เพื่อลดต้นทุน และอาจจะช่วยให้ประสิทธิภาพดีมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

ในช่วงที่ผ่านมาจากการศึกษาของผู้วิจัยนั้น พบว่า ประเทศจีนยังคงมีความต้องการยางพาราเพื่อใช้ในการผลิตมากกว่า 4-5 ล้านตันต่อปี ในขณะที่การผลิตในประเทศนั้นได้เพียง 7-8 แสนตัน/ปี ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกในประเทศจีนเองที่เหมาะสมต่อการปลูกยางมีจำกัด แต่มีพื้นที่เพาะปลูกไม่ถึงร้อยละ 5 ของพื้นที่ประเทศ ดังนั้น ร้อยละ 80 ของยางพาราที่จีนบริโภคทั้งหมดจะเป็นยางพาราที่นำเข้า นอกจากนี้แล้ว จีนยังเป็นประเทศที่นำเข้ายางพาราธรรมชาติมากที่สุดในโลกอีกด้วย โดยมีสัดส่วนปริมาณการนำเข้ายางธรรมชาติจากทั่วโลกคิดเป็น 1 ใน 3 ของปริมาณการบริโภคยางพาราธรรมชาติ

5.1.4 ปัญหาราคายางพาราตกต่ำ และสินค้าทดแทน

5.1.4.1 ปัญหายางพาราล้นตลาด

สืบเนื่องจากตั้งแต่ ปี 2547 ที่รัฐบาล มีการริเริ่มการปลูกพืชเกษตรตัวใหม่ที่จะสามารถพัฒนาและต่อยอดได้ พร้อมทั้งมีโครงการมากมายสนับสนุนการปลูกพืชยางพารา ทำให้ในสมัยนั้นการปลูกพืชยางพารานั้น เกษตรกรส่วนมากเปลี่ยนจากการปลูกพืชประเภทอื่น หันไปปลูกยางพารากันหมด เนื่องจากในสมัยนั้นราคายางพาราที่จะป้อนเข้าสู่ตลาดโลกมีจำนวนน้อย และคู่แข่งประเทศอื่นก็ยังไม่สามารถมาตีตลาดเมื่อเทียบคุณภาพกับราคายางพาราไทยได้ ดังนั้น ช่วงประมาณปี 2547 เป็นต้นไป เป็นช่วงที่เกษตรกรเกือบทั่วประเทศหันไปปลูกพืชยางพารากันหมด ต่อมา เป็นเวลา 10 กว่าปีแล้ว ที่ได้มีการสนับสนุนให้มีการปลูกยางพาราในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ นับล้านไร่ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นทั้ง ผู้ผลิต และผู้ส่งออกยางพารามากที่สุดในโลก และด้วยความสามารถทางเทคโนโลยีการเกษตร ความรู้ ความชำนาญในการปลูกพืชของประเทศอื่นเข้ามาตีตลาดยางพาราไทย จึงส่งผลกระทบต่อราคายางพาราไทยเป็นอย่างมาก ทั้งราคายางพาราในตลาดโลกเอง และการที่กลุ่มอุตสาหกรรมมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องอันเนื่องมาจากพิษของ

เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลง ทำให้ราคายางพาราจึงตกลงไปเป็นอย่างมาก ความเดือดร้อนของพี่น้องเกษตรกรชาวสวนยางที่ต้องทนแบกรับภาระนี้เป็นผลสืบเนื่องต่อมานับตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา

ปัจจุบันราคายางพาราในประเทศ และในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางส่วนใหญ่ประสบความเดือดร้อน มีรายได้น้อยลง รัฐบาลก็จำเป็นต้องเข้ามาช่วยเหลือ เช่นเดียวกับพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของปัญหา ที่มาของภาวะวิกฤติ ราคายางพาราและ แนวทางแก้ไขปัญหาราคายางพาราตกต่ำ จากข้อมูลและข้อเท็จจริงในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ รัฐบาลจึงมีข้อเสนอในการแก้ไขปัญหายางพาราต่อคณะกรรมการยางพารา และ คณะกรรมการนโยบายยางพาราธรรมชาติ ในระยะเร่งด่วนเพื่อจะทุเลาความเดือดร้อนของเกษตรกรชาวสวนยางพารา โดยการจัดทำโครงการเร่งด่วนพัฒนาอาชีพ เพื่อจะสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรชาวสวนยางและ เป็นรายครอบครัว เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ในระหว่างราคายางพาราตกต่ำ การลดปริมาณการผลิตยางพาราโดยส่งเสริมให้มีการปรับเปลี่ยนต้นยางพาราที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป หรืออายุ 15 ปีที่มีต้นโทรม ให้น้ำยาน้อย ไม่คุ้มค่าไปปลูกพืชอื่น ๆ รวมทั้งมีการสนับสนุนให้มีการปลูกพืชอื่น แซมในสวนยาง โดยอาจพิจารณาให้แรงจูงใจกับเกษตรกรมากกว่าปัจจุบัน เพื่อจะเร่งการตัดสินใจลดปริมาณการผลิตยาง โดยจะต้องทำควบคู่กับการให้แรงจูงใจกับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ที่ใช้ไม้ยางพาราในประเทศเป็นวัตถุดิบ หรือ ลดภาษีสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ไม้ยางพาราในประเทศเป็นวัตถุดิบ เพื่อจะเพิ่มอุปสงค์ไม้ยางพารา ให้สอดคล้องกับอุปทานที่จะปรับตัวเพิ่มขึ้น

นอกจากนั้นแล้วรัฐบาลยังได้ประชาสัมพันธ์เชิญชวนและเปิดรับสมัครเกษตรกรชาวสวนยางทั่วประเทศที่สนใจเข้าร่วมโครงการฝากน้ำยางไว้กับต้นยางช่วงราคาตกต่ำหรือหยุดกรีดยาง (tapping holiday) เป็นเวลา 1-2 เดือนซึ่งจะทำให้ยางพาราลดลงจากตลาดไปในทันทีจำนวน 5 แสนตันต่อเดือน เพื่อเป็นการกระตุ้น (short price) ราคายางพาราในตลาดเพราะการซื้อขายยางนั้นใช้รูปแบบเดียวกับสินค้าโภคภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีการซื้อขายแบบส่งมอบสินค้าและซื้อขายล่วงหน้ามีสัญญาส่งมอบสินค้าเมื่อครบอายุสัญญาซึ่งวิธีการหยุดกรีดยางนี้ หากสามารถควบคุมการหยุดกรีดยางได้จริงจะมีผลต่อราคายางพาราให้สูงขึ้นมาก หากมีเกษตรกรชาวสวนยางทั่วประเทศเห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าวและสมัครเข้าร่วมโครงการมากกว่าร้อยละ 80 ของเกษตรกรชาวสวนยางทั้งประเทศ ก็จะได้ให้ กยท. (การยางแห่งประเทศไทย Rubber Authority of Thailand) ไปจัดทำโครงการส่งเสริมอาชีพชาวสวนยางระหว่างโครงการเพื่อให้มีรายได้มาชดเชยช่วงหยุดกรีดยางต่อไป

รัฐบาลมีการประกาศขอความร่วมมือบริษัทหรือภาคเอกชนที่มีธุรกิจแปรรูปหรือโรงงานอุตสาหกรรมผลิตล้อยางส่งขายในต่างประเทศและหรือภายในประเทศเพื่อขอให้เข้าร่วมรณรงค์เชิญชวนให้ประชาชนเปลี่ยนยางล้อรถยนต์ในช่วงเทศกาลปีใหม่เพื่อความปลอดภัยทางถนนในราคาถูกลงโดยให้ประชาชนได้สิทธิทำใบเสร็จซื้อยางล้อรถยนต์ไปลดภาษีเงินได้บุคคลหรือนิติ

บุคคลประจำปี ซึ่งเป็นหนึ่งในการลดภาระ และสนับสนุนยางพาราไทย ในขณะที่บริษัทเอกชนหรือโรงงานที่เข้าร่วมโครงการผลิตล้อรถยนต์ราคาถูกก็จะได้สิทธิพิเศษทางภาษีเช่นกัน โดยมีเงื่อนไขและหลักฐานว่าได้ซื้อยางพาราจากกลุ่มเกษตรกรหรือสถาบันเกษตรกรที่มี กยท. (การยางแห่งประเทศไทย Rubber Authority of Thailand) รับรองโดยตรงด้วยรวมทั้งให้เชิญชวนบริษัทเอกชนทั้งของไทยและต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนผลิตหรือรับแปรรูปยางส่งไปขายต่างประเทศโดยมีสิทธิพิเศษทางการลงทุนตามที่หน่วยงานรัฐและการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยหรือสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) จะได้กำหนดต่อไป

และท้ายสุดคือ การส่งเสริมและเร่งรัดการใช้ยางพาราในประเทศให้มากขึ้นอย่างเร่งด่วนโดยส่งเสริมการใช้ยางพาราและผลิตภัณฑ์จากยางพาราในทุกรูปแบบโดยเริ่มจากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐก่อนและขยายไปสู่ตลาดหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นการดำเนินการในระยะเร่งด่วนเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของเกษตรกรเท่านั้น แต่ในระยะยาวรัฐบาลจำเป็นต้องมีแนวทางต่อไปเพื่อที่จะหาช่องทางบรรเทาปัญหาราคายางพาราไทยที่ตกต่ำในตลาดโลก

5.1.4.2 ปัญหาจากสงครามการค้า (Trade War)

ปัญหาในปัจจุบันที่สืบเนื่องมาจากราคายางพาราตกต่ำก็คือ ปัญหาเรื่องของสงครามการค้า (Trade War) ราคายางพาราที่ตกต่ำลงในช่วงนี้ เป็นผลจากสงครามทางการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา ซึ่งทำให้จีนส่งออกสินค้าได้ลำบาก ขณะเดียวกันจีนก็ชะลอการรับซื้อยางพาราจากไทยด้วย แต่คาดว่าจะเป็นอย่างช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น หลังจากนั้นราคายางจะปรับเพิ่มขึ้นราคายางในประเทศที่ตกต่ำ เพราะพิษสงครามการค้าจีนกับสหรัฐฯ ซึ่งส่งผลให้ปริมาณออเดอร์หรือคำสั่งซื้อจากจีน ซึ่งเป็นคู่ค้ารายใหญ่ของไทยลดลงมาก โดยจากเดิมผู้ประกอบการเคยสั่งซื้อ 10 ตัน ลดเหลือ 5 ตัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสถานการณ์จากตลาดเซี่ยงไฮ้ ราคายางปรับตัวดีขึ้น คาดการณ์ว่าในไตรมาส 2/2562 ราคายางทั้งหมดจะปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากได้ซื้อสรุปชัดเจนของสงครามการค้าดังกล่าวที่มีแนวโน้มดีขึ้น หลังจากที่ประธานาธิบดีสหรัฐฯ นายโดนัลด์ ทรัมป์ เข้าไปพูดคุยกับ นายสี จิ้นผิง ประธานาธิบดีของประเทศจีน ราคายางที่ปรับตัวลดลงอาจจะมีผลมาจากการที่ผู้นำเข้า โดยเฉพาะจีนชะลอการรับซื้อ และส่วนหนึ่งเป็นผลจากยางออกสู่ตลาดจำนวนมาก ผู้นำเข้าไม่จำเป็นต้องซื้ออย่างสต็อกเก็บสะสมไว้ ส่วนเรื่องสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐฯ นั้นแน่นอนว่าอาจมีผลกระทบบ้าง แต่เป็นแค่ช่วงระยะเวลาสั้นๆ หรืออาจจะกินเวลายาวขึ้นอยู่กับการเจรจาตกลงของทั้งสองฝ่าย

ในช่วงปี 2547-2554 ราคายางพาราพุ่งสูงเป็นประวัติการณ์ สาเหตุจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ ความต้องการบริโภคยางพาราในตลาดโลกเติบโตอย่างมาก โดยเฉพาะจากจีนและ

อินเดียที่เศรษฐกิจเติบโตสูงและภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศขยายตัวดี และ กระแสแข็งกำไรในตลาดสินค้าโภคภัณฑ์โลก และเนื่องด้วยราคาน้ำมันที่เพิ่มตัวสูงในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้ราคายางสังเคราะห์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี ปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย จึงมีผลให้ความต้องการใช้ยางธรรมชาติซึ่งเป็นสินค้าทดแทนนั้นปรับตัวเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การเพาะปลูกยางพารายังขยายตัวไม่ทันกับความต้องการที่มีอย่างมหาศาล ผลักดันให้เกิดราคายางพาราสูงขึ้นตามไปด้วย ราคายางพาราที่สูงขึ้นมากนี้เองที่เป็นปัจจัยหนุนให้เกิดการขยายพื้นที่ปลูกยางเพิ่มขึ้นใน ช่วงเวลาดังกล่าว โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียขณะที่ความต้องการบริโภคปรับตัวลดลงตามลำดับจากสภาวะตลาดโลกที่ชะลอตัว อุตสาหกรรมยางพาราทั่วโลก จึงเผชิญภาวะอุปทานส่วนเกินสูงต่อเนื่องนับจากนั้น โดยประมาณว่า สตี๊ก ยางพาราโลก ณ สิ้นปี 2561 จะมีปริมาณถึง 3.08 ล้านตัน กดดันให้ราคายางพาราปรับลดลงต่อเนื่อง โดยราคายางแผ่นรมควัน ซึ่งเป็นราคาสินค้าอ้างอิงของอุตสาหกรรม ปรับลดจาก 190.51 บาท/กิโลกรัม ในเดือนกุมภาพันธ์ 2554 (ราคาสูงสุดที่ 198.5 บาท/กิโลกรัม ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2554) ลดลงมาอยู่ในช่วงราคา เฉลี่ย 44-49 บาท/กิโลกรัม ในปลายปี 2561

อุปทานยางธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลังการขยายพื้นที่ปลูกยางของหลายประเทศใน CLMV รวมถึงไทยด้วยนั้น (ผลสืบเนื่องมาจากโครงการส่งเสริมปลูกยางพารา 1 ล้านไร่ของรัฐบาลไทยในปี 2547-2549) และในกลุ่มประเทศ CLMV (ผลจากนัก ลงทุนจีนเข้าไปลงทุนปลูกยางพาราพื้นที่รวมกว่า 7 ล้านไร่ ในช่วงปี 2549-2555) มีผลให้ผลผลิตยางพาราทยอยเข้าสู่ตลาดโลกตั้งแต่ปี 2555 (โดยทั่วไปต้น ยางพาราจะเริ่มให้ผลผลิตน้ำยางเมื่อมีอายุ 7 ปีขึ้นไป) และจะมีผลผลิตเพิ่มขึ้นใน อัตราเร่งขึ้นนับจากปี 2559 เนื่องจาก Yield (ผลผลิตน้ำยางต่อไร่) ของพื้นที่ปลูก ยางใหม่สูงขึ้นหลังเปิดกรีดยางแล้ว 3-4 ปี ทำให้ผลผลิตยางพาราโลกเพิ่มขึ้น จาก 11.1 ล้านตันในปี 2554 เป็น 14.6 ล้านตันในปี 2561 จากอุปสงค์ดังกล่าวในตลาดโลกเติบโตชะลอลงนับจากปี 2555 อันเป็นผลจากเศรษฐกิจ จีน มีอัตราการเติบโตชะลอลงอย่างต่อเนื่อง และส่วน หนึ่งเป็นผลจากการถูกทดแทนจากยางสังเคราะห์ เนื่องจากอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ยางขึ้นปลาย คือ อุตสาหกรรมยางรถยนต์

5.1.4.3 ปัญหาสินค้าทดแทน

หนึ่งในปัญหาของการส่งออกยางพาราไทยในปัจจุบัน ก็คือเรื่องของสินค้ายางพารา นั่นก็คือ ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber) ซึ่งยางสังเคราะห์เองนั้นก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อทิศทางอุตสาหกรรมยางพาราของไทย ถึงแม้การเข้ามาแทนที่ของยางสังเคราะห์จะไม่สามารถทดแทนยางธรรมชาติได้สมบูรณ์ แต่การใช้ยางสังเคราะห์นั้นก็เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางขึ้นปลายมีสัดส่วนสูงกว่าการใช้ยาง ธรรมชาติ ซึ่งสัดส่วนการใช้ยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ของโลกในปี 2561 เพิ่มขึ้นเกือบเท่าหนึ่งจากปีก่อนหน้า เนื่องจากยางสังเคราะห์มีคุณสมบัติที่สามารถขจัดเขยข้อด้อยของยางธรรมชาติที่ไม่ทนต่อ ความร้อน แสงแดด น้ำมัน และ

สารเคมี อีกทั้งยังสังเคราะห์ยังเป็นวัตถุดิบที่สามารถ ควบคุมคุณภาพและปริมาณการผลิตได้ สม่่าเสมอกว่ายางธรรมชาติ เนื่องจากเป็นยางที่เกิดจากกระบวนการทางอุตสาหกรรม มีวัตถุดิบตั้งต้น ที่ได้จากการผลิตน้ำมัน ดังนั้นเองการใช้ยางสังเคราะห์เป็นวัตถุดิบจึงช่วยให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ยางชั้นปลายสามารถวางแผนการผลิตและควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดีกว่า หากแต่ยางสังเคราะห์เอง นั้นก็ประสบกับปัญหาที่อ้างอิงจากราคาน้ำมันเช่นกัน เนื่องมาจากหากราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้น ก็ ย่อมส่งผลกระทบต่อการผลิตยางสังเคราะห์ด้วยเช่นกัน

5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยางพารา หรือ ผู้ที่ทำการ ส่งออกสินค้าไปประเทศจีนภายใต้แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ซึ่งผู้ประกอบการสามารถ นำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ หาข้อมูลความรู้ต่อยอด หรือศึกษาเป็นแนวทางในการทำการส่งออกที่ เกี่ยวข้องกับยางพาราและประเทศจีนได้ในอนาคต

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาปัญหาและผลกระทบของปัญหาที่เกิดขึ้นจาก ผลกระทบของ ยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกยางพาราไทย ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอ นอกจากนั้นแล้ว แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 เป็นนโยบายที่เพิ่งประกาศใช้เมื่อ เดือน พฤษภาคม ปี 2015 ข้อมูล รายละเอียดนั้นเป็นข้อมูลใหม่และอาจจะยังมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงน้อย

5.4 ข้อเสนอแนะในอนาคต

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาในช่วงเวลาที่เกิดสงครามการค้า (Trade War) ระหว่าง จีนและสหรัฐ ดังนั้นแล้วการศึกษาในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น ในอนาคตอาจจะมีการ เปลี่ยนแปลงเนื่องมาจาก นโยบายเศรษฐกิจ และการเจรจา ข้อตกลงต่าง ๆ ระหว่างสองประเทศ ทำให้ในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายเกิดขึ้นได้

รายการอ้างอิง

- กนกพร ชัยประสิทธิ์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2559). ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ Theory of International Trade . *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 3 (2).
- จำนง สรพิพัฒน์, (สิงหาคม 2560). *กลยุทธ์สร้างชาติด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของจีน*. กรุงเทพฯ: กรรมการสถาบันคลังปัญญาเพื่อยุทธศาสตร์ชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต
- ชัยวัช โสวเจริญสุข. (มิถุนายน 2562). *แนวโน้มธุรกิจ / อุตสาหกรรม ปี 2562-2564 อุตสาหกรรมยางพาราแปรรูป*. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/2c557fe2-dee8-45aa-b57c-9b757ac4e131/IO_Rubber_190617_TH_EX.aspx
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (มีนาคม 2561). *แนวโน้มธุรกิจ / อุตสาหกรรม ปี 2561-2563 อุตสาหกรรมยางพาราแปรรูป*. สืบค้นจาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/59178975-3492-43d7-901c-8f7fc119b729/IO_Rubber_2018_TH.aspx
- ธนาคารกสิกรไทย. (19 มีนาคม 2561). *Made in China ปฏิวัติแดนมังกรด้วยนวัตกรรม*. สืบค้นจาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Chinese-Revolution-2025_Innovation.aspx
- แผนกนโยบายและแผน ฝ่ายยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. (ม.ป.ป.). *ยุทธศาสตร์ Made in China 2025*. สืบค้นจาก <http://eiu.thaieei.com/box/Research/47/madeinchina2025.pdf>
- MTHAI. (3 ก.พ. 2019). *ทำไมแบรนด์ “Made in China” จึงเป็นที่ยอมรับมากขึ้น?*. สืบค้นจาก <https://news.mthai.com/webmaster-talk/687742.html>
- TRADING ECONOMICS. (2019). *Thailand Exports to China*. Retrieved from <https://tradingeconomics.com/thailand/exports/china>
- Wübbecke, J., et al. (2016, December). *Made in China 2025, The making of a high-tech superpower and consequences for industrial countries*. Retrieved from https://www.merics.org/sites/default/files/2017-09/MPOC_No.2_MadeinChina2025.pdf
- Burkhart, M. (2017, August 22). *Made in China 2025 and What it means for your supply chain*. Retrieved from <https://www.intouch-quality.com/blog/made-in-china-2025-your-supply-chain>

Net Politics. (2018, March 28). *Why Does Everyone Hate Made in China 2025*.

Retrieved from <https://www.cfr.org/blog/why-does-everyone-hate-made-china-2025>

Atkinson, R. D. (2019, February 27). "Made in China 2025 and the Future", The Challenge From "Made in China 2025". Retrieved from

<http://www2.itif.org/2019-testimony-atkinson-small-business.pdf>

Zenglein, M. J., & Holzmann, A. (2019, July). *EVOLVING MADE IN CHINA 2025 China's industrial policy in the quest for global tech leadership*. Retrieved from

https://www.merics.org/sites/default/files/2019-07/MPOC_8_Madein China_2025_final.pdf



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายพัทชัย เพิ่มทรัพย์ศิริณู
วันเดือนปีเกิด	26 กันยายน 2530
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2551: ศิลปศาสตรบัณฑิต (โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2557: Master of Science in China Business Studies, Faculty of Business The Hong Kong Polytechnic University
ตำแหน่ง	Assistant Vice President URAI PHANICH (Thailand) Co., Ltd.
ประสบการณ์ทำงาน	2559-ปัจจุบัน: Assistant Vice President URAI PHANICH (Thailand) Co., Ltd. 2558-2559: Head of Invest Japan Promoter Japan External Trade Organization (JETRO) 2556-2557: Assistant Financing Manager ZTE (Thailand) Co., Ltd.