

FTA ไทย - สหภาพยุโรป (EU): แนวทางการเพิ่มความสามารถ เชิงการแข่งขันของ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมอาหาร

FTA THAI - European Union (EU): Guidelines to Enhance the Competitiveness of Thai SMEs in the Food Industry

ธิดารัตน์ โชคลุชาชาติ¹

Tidarat Choksuchat¹

บทคัดย่อ

ความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับสหภาพยุโรปนั้นเป็นยุทธวิธีทางนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศเพื่อที่จะรักษาสัดส่วนในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ในสหภาพยุโรป ดังนั้นการเพิ่มความสามารถเชิงการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นเพื่อให้ความตกลงทางการค้านี้เกิดประโยชน์และสร้างโอกาสของความเป็นผู้นำอุตสาหกรรมอาหารในตลาดสหภาพยุโรป ซึ่งความสามารถเชิงการแข่งขันนี้ขึ้นอยู่กับ 2 ส่วนคือ 1) การบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจอันเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อบริหารต้นทุนหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ตนผลิตซึ่งขึ้นอยู่กับความพร้อมและทรัพยากรของผู้ประกอบการแต่ละราย 2) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามามีบทบาทส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการของผู้ประกอบการที่ทำการค้ากับสหภาพยุโรปให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

Abstract

Free trade agreement between Thailand and the European Union is an international economic strategic policy to maintain the market shares and expand new markets in the European Union. Therefore, the enhancement of the competitiveness is necessary for the trade agreement to make benefits and create opportunities of the food industry's leadership in the European Union market. The competitiveness depends on two parts as followings: 1) the business management is a responsibility of entrepreneurs to enhance the production efficiency and to manage costs or increase the value of their goods depending on availabilities and resources of individual entrepreneur and 2) the related government and private sectors should promote and support the entrepreneur trading with the European Union to be efficient and effective.

คำสำคัญ: FTA ไทย – อียู ความสามารถในการแข่งขัน SMEs ในอุตสาหกรรมอาหาร

Keywords: FTA THAI – EU, the Competitiveness, SMEs in the Food Industry

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ Tel. 0-2312-6300 Ext. 1522,
E-mail: tidarat14@hotmail.com

1. บทนำ

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่ประเทศต่างๆ มีการเปิดเสรีทางการค้า รวมถึงมีการเคลื่อนย้ายทุนและแรงงานระหว่างกันมากขึ้น หากไทยไม่มีการดำเนินกลยุทธ์ใดๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากกระแสโลกาภิวัตน์ดังกล่าว ไทยอาจสูญเสียส่วนแบ่งตลาดหรือการมีส่วนร่วมในเวทีโลก การจัดทำความตกลงการค้าเสรีในระดับทวิภาคี การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจถือเป็นเครื่องมือในการรักษาฐานะและศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าและการลงทุน รวมถึงเป็นการสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างไทยกับประเทศคู่ภาคี การจัดทำความตกลงการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) จึงถือได้ว่าเป็นนโยบายหนึ่งในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ในหลักการนับถึงปัจจุบันไทยมีการเปิดตลาดสินค้าในกรอบการทำความตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้ว 10 ความตกลง [1] ส่งผลให้ไทยและประเทศคู่เจรจาได้ลดและยกเลิกภาษีนำเข้าระหว่างกันมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าไทยสามารถเข้าสู่ตลาดของประเทศคู่เจรจาได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีอีกหลายประเทศที่ถือว่ามีความสำคัญสำหรับการเจรจาในอนาคตโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำความตกลงการค้าเสรีกับสหภาพยุโรป (European Union: EU) ที่ถือว่ามีความจำเป็นเพราะ EU เป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญและมีกำลังซื้อมากที่สุดตลาดหนึ่งของโลก อีกทั้งการทำ FTA กับ EU ยังเป็นการเพิ่มความสามารถเชิงการแข่งขันกับประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจาก EU กรณีของอุตสาหกรรมอาหารไทยถือได้ว่าเป็นสาขาที่เปิดเสรีได้ และอาหารที่คาดว่าจะได้รับผลประโยชน์จากการเปิดตลาด EU ได้แก่ ไข่ปรุงสุก ผลไม้กระป๋อง อาหารทะเลกระป๋อง หน่อกะป๋อง อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง และอื่นๆ [2] แต่ในปัจจุบัน EU นิยมนามาตรการที่มีใช้ภาษีทั้งทางด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมมากัดกั้นการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ จึงเป็นไปได้ว่าอาจส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (Small and Medium Enterprises: SMEs) ที่ยังไม่พร้อมหรือปรับตัวไม่ทันการณ์

ที่ผ่านมานโยบายการค้าของ EU ไม่ได้เน้นให้ความสำคัญกับการทำความตกลงการค้าเสรีรายประเทศมากนัก แต่ภายใต้กระแสของการทำ FTA ทั่วโลก ปัจจุบัน EU จึงให้ความสำคัญกับการทำ FTA มากขึ้นโดยได้ประกาศเจตนารมณ์ที่จะจัดทำ FTA กับไทยและอาเซียนเมื่อ 4 พฤษภาคม 2550 [1] ซึ่งรัฐบาลของไทยได้ให้ความเห็นชอบกรอบการเจรจาความตกลงการค้าเสรีระหว่างอาเซียนและ EU เมื่อ 10 มกราคม 2551 กรอบเจรจาดังกล่าวครอบคลุมหัวข้อเจรจา ได้แก่ การค้าสินค้า พืชการศุลกากร กฎถิ่นกำเนิดสินค้า มาตรการปกป้องและเยียวยาด้านการค้า มาตรการสุขอนามัย อุปสรรคเทคนิคต่อการค้า การค้าบริการ การลงทุน ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกทางการค้า ทรัพย์สินทางปัญญา พาณียธิ์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดซื้อโดยรัฐ ความโปร่งใส การแข่งขัน สิ่งแวดล้อม แรงงาน [2] อย่างไรก็ตามจากการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นในการเจรจาที่มีมาตั้งแต่ปี 2550 – 2552 ในที่สุดแล้วการจัดทำความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างอาเซียน – EU ในลักษณะกลุ่มต่อกลุ่มถูกยุติลงชั่วคราว หลังจากการเจรจาครั้งที่ 7 เมื่อมีนาคม 2552 ที่มาเลเซีย โดยอุปสรรคคือความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและการพัฒนาของอาเซียนเดิมและกลุ่ม CLMV (ย่อมาจาก Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam) ทำให้ไม่สามารถหาข้อสรุปร่วมกันเป็นกลุ่มได้และการเจรจาไม่คืบหน้าเท่าที่ควรแม้ว่าจะเริ่มเจรจามาตั้งแต่กลางปี 2550 นอกจากนี้อาเซียนและ EU ยังมีความเห็นต่างกันหลายเรื่อง เช่น เรื่องของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการเปิดเสรีภาคบริการและการลงทุน EU จึงได้เปลี่ยนแนวทางการเจรจาเป็นแบบทวิภาคีกับประเทศที่พร้อมก่อน ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย [2]

อย่างไรก็ตามการทำความตกลงการค้าเสรีดังกล่าวยังอยู่ในระหว่างการเจรจา และยังไม่มียุทธศาสตร์ของความตกลง ดังนั้นทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs เพื่อให้การเจรจา FTA ครั้งนี้ได้ประโยชน์กับผู้ประกอบการมากที่สุด เพราะ SMEs เป็นองค์ประกอบ

ที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ และมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน ก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 76 ของการจ้างงานรวมของประเทศ [3] จากตารางที่ 1 ในปี 2552 ไทยมีมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น 5,199,912.37 ล้านบาท ลดลงจากปี 2551 ร้อยละ 11.17 เป็นการส่งออกของ SMEs 1,589,199.87 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.03 จากปี 2551 เช่นกัน ในด้านการนำเข้า พบว่ามีมูลค่าทั้งสิ้น 4,605,330.91 ล้านบาท ลดลงจากปี 2551 ร้อยละ 22.52 เป็นการนำเข้าของ SMEs 1,377,740.25 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22.23 จากปี 2551 เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าการค้าระหว่างประเทศพบว่า อัตราการขยายตัวของการส่งออกของ SMEs ลดลงตามลำดับอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีหลัง ซึ่งแตกต่างจากการส่งออกในภาพรวมที่ยังสามารถขยายตัวได้ ยกเว้นในปี 2552 ที่หดตัวลงตามสภาวะเศรษฐกิจโลก และการส่งออกที่ขยายตัวหรือหดตัวนั้นเกิดจากการส่งออกของวิสาหกิจขนาดใหญ่ แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยขึ้นกับวิสาหกิจขนาดใหญ่

ค่อนข้างมาก และจำเป็นต้องมีการผลักดันและส่งเสริมให้เกิดมูลค่าการค้าระหว่างประเทศใน SMEs มากขึ้น หากพิจารณาการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) พบว่าการส่งออกของ SMEs มีประมาณร้อยละ 30 ของการส่งออกของประเทศ นอกจากนี้หากพิจารณามูลค่าการส่งออกและนำเข้าในแต่ละภูมิภาค พบว่าตลาด EU ที่ไทยกำลังทำความตกลงการค้าเสรีในอนาคตนั้น SMEs มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 11.6 รองจากตลาดอาเซียนที่ SMEs มีมูลค่าส่งออกไปยังตลาดนี้ในสัดส่วนถึงร้อยละ 19.9 [3]

ด้วยความสำคัญของการทำ FTA ไทย - EU บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงความสำคัญของตลาด EU ความสามารถเชิงการแข่งขัน และแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อรองรับโอกาสทางการค้าหากการทำความตกลงการค้าเสรีดังกล่าวบรรลุผลตามกรอบการเจรจา

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกและการนำเข้า ปี 2549-52 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ (หน่วย: ล้านบาท)

การส่งออก	2549	2550	2551	2552	Growth 52 / 51
na.	32,887.3	31,576.6	119,683.9	186,133.14	55.52%
LE	3,445,619.1	3,634,414.4	4,042,799.4	3,424,579.36	-15.29%
ME	599,173.3	660,743.0	728,040.1	652,226.42	-10.41%
SE	853,305.7	915,228.6	963,104.8	936,973.45	-2.71%
SMEs	1,452,479.00	1,575,971.60	1,691,144.90	1,589,199.87	-6.03%
Total	4,930,985.40	5,241,962.60	5,853,628.20	5,199,912.37	-11.17%
การนำเข้า	2549	2550	2551	2552	Growth 52 / 51
na.	78,400.3	85,976.2	187,424.0	255,592.58	36.37%
LE	3,122,397.8	3,331,475.6	3,985,081.6	2,971,998.08	-25.42%
ME	529,072.0	558,418.2	687,309.7	522,294.44	-24.01%
SE	1,203,818.5	894,316.2	1,084,192.3	855,445.81	-21.10%
SMEs	1,732,890.50	1,452,734.40	1,771,502.00	1,377,740.25	-22.23%
Total	4,933,688.60	4,870,186.20	5,944,007.60	4,605,330.91	-22.52%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553.

หมายเหตุ LE ย่อมาจาก Large Enterprise, ME ย่อมาจาก Medium Enterprise และ SE ย่อมาจาก Small Enterprise.

na. ย่อมาจาก not available และ SMEs ย่อมาจาก Small and Medium Enterprises.

2. การค้าระหว่างไทยกับ EU

EU ถือว่าเป็นกลุ่มเศรษฐกิจที่มีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งของประเทศในทวีปยุโรป 27 ประเทศ มีประชากรกว่า 500 ล้านคน เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง ตลาดหนึ่งของโลก การเจรจาเพื่อการเปิดเสรีทางการค้ากับ EU จึงมีความสำคัญต่อ SMEs ไทย เมื่อพิจารณาภาวะการค้าระหว่างไทย-สหภาพยุโรป พบว่า [4]

การค้ารวม ปัจจุบัน EU เป็นคู่ค้าอันดับที่ 3 ของไทย รองจากอาเซียนและญี่ปุ่น ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (2550 - 2552) การค้าระหว่างไทยกับ EU มีมูลค่าเฉลี่ย 33,890.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้ามาตลอด สำหรับปี 2552 การค้ารวมมีมูลค่า 30,305.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 19.67

การส่งออก EU เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับที่ 2 รองจากอาเซียน ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (2550 - 2552) การส่งออกไป EU มีมูลค่าเฉลี่ย 21,078.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับปี 2552 การส่งออกมีมูลค่า 18,154.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 22.39 สินค้าไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังตลาด EU ได้แก่ ไก่แปรรูป อัญมณีและเครื่องประดับ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ยาง ยางพารา อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว

การนำเข้า EU เป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 4 ของไทย รองจากญี่ปุ่น อาเซียนและจีน ตามลำดับ ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (2550 - 2552) การนำเข้าจาก EU มีมูลค่าเฉลี่ย 12,811.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับปี 2552 การนำเข้ามีมูลค่า 12,150.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 15.22 สินค้าที่ไทยนำเข้าจาก EU ได้แก่ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม เครื่องมือ เครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ การแพทย์ การทดสอบ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช

ในขณะที่ปัญหาอุปสรรคทางการค้าส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการไทย ได้แก่

1. มาตรการที่มีใช้ภายในของ EU นับเป็นมาตรการสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาด EU ของสินค้าไทย เนื่องจาก EU นำมาตรการใหม่ๆ มาใช้อย่างสม่ำเสมอ ไม่มีการกำหนดเป็นอัตราตายตัว แต่อาศัยมาตรการตรวจสอบ การเปิดเผยข้อมูล หรือระเบียบบางอย่างที่ต้องผ่านการขออนุญาตจาก EU เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและแรงงาน มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด กฎระเบียบทางมาตรฐานและเทคนิคสำหรับสินค้าอุตสาหกรรม เช่น Restriction of Hazardous Substances Directive (RoHS), Waste from Electrical and Electronic Equipment (WEEE), Registration, Evaluation, Restriction and Authorisation of Chemicals (REACH) เป็นต้น

2. การที่ EU มีการรับสมาชิกใหม่และการจัดทำความตกลงการค้าเสรีของ EU กับประเทศที่ 3 เช่น ซิลิ เม็กซิโก กลุ่มเมอร์โคซอร์ และกลุ่มประเทศอาณานิคมเดิม ซึ่งเป็นคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทยอาจส่งผลกระทบต่อตลาดส่งออกสินค้าและบริการไทยไปยังตลาด EU โดยรวม

3. ความสามารถเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย

การวิเคราะห์ความสามารถเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย บทความนี้ใช้ Diamond Model ของไมเคิล อี พอร์ทเตอร์ทำการวิเคราะห์ [5]-[7] แบบจำลองนี้ประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 4 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor Endowment) ปัจจัยในความต้องการของตลาดในท้องถิ่นนั้น (Local Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันและสนับสนุนกัน (Supporting and Related Industries) กลยุทธ์ โครงสร้างและระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Strategies, Structure and Industry Rivalries) ความสามารถเชิงการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารของไทยสรุปได้ดังนี้ [8]-[15]

ปัจจัยในการดำเนินงานที่สนับสนุนความสามารถ

เชิงการแข่งขัน ได้แก่

1. ไทยมีความได้เปรียบในเรื่องภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ ทำให้มีพันธุ์พืชและสัตว์เศรษฐกิจมากมายหลายชนิด และมีวัตถุดิบในการผลิตอาหารที่อุดมสมบูรณ์ อุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นอุตสาหกรรมมีการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศในสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ไทยจึงมีข้อได้เปรียบทางปัจจัยการผลิตด้านวัตถุดิบมาก

2. ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหารมีประสบการณ์มาก และมีรากฐานด้านเทคโนโลยีเป็นของตนเองพอควร

3. แรงงานในอุตสาหกรรมนี้ของไทยส่วนใหญ่มีความชำนาญและมีคุณภาพ

4. ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยมีความพร้อมด้านการลงทุนทางเทคโนโลยี รวมทั้งมีความชำนาญในกระบวนการผลิตและยืดหยุ่นในปริมาณการสั่งซื้อทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด

5. สินค้าของไทยได้เปรียบในด้านต้นทุนราคาที่ถูกกว่าสินค้าเกษตรที่ผลิตใน EU และผู้ผลิตไทยมีการมุ่งเน้นในการลดต้นทุน โดยการทำให้วัตถุดิบจากกระบวนการผลิตเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น นำไปผลิตเป็นอาหารสัตว์ เป็นต้น

6. โรงงานในอุตสาหกรรมอาหารหลายโรงงานเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานและมีการบริหารจัดการที่ดี

เนื่องจากผู้ประกอบการไทยหลายรายมีระบบการบริหารคุณภาพ (Quality Management System) เช่น การวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมวิกฤติ (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) หลักเกณฑ์การปฏิบัติที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practices: GMP) รวมทั้งมาตรฐานสากลต่างๆ ขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Standards Organization: ISO) เป็นต้น

ส่วนปัจจัยในการดำเนินงานที่ไม่เพียงพอหรือไม่พร้อมอาจเป็นปัจจัยทางลบต่อความสามารถเชิงการแข่งขัน ได้แก่

1. การเพาะปลูกยังขาดมาตรฐานในการจัดการดูแล

และการควบคุมที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดสารเคมีตกค้างในสินค้าหรือขนาดของสินค้าไม่สม่ำเสมอ ขาดเทคนิคหรือเทคโนโลยี ทำให้สินค้าบางชนิดพบเชื้อราหรือมีรอยตำหนิจากโรคพืช

2. วัตถุดิบบางประเภทไม่เพียงพอต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ปลาทูน่า และวัตถุดิบการผลิตอาหารสัตว์

3. ขาดระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนการขนส่งบางประเภทสูงมาก มีระวางบรรทุกที่ไม่เพียงพอและมีพื้นที่จำกัด รวมทั้งขาดห้องเย็นสำหรับเก็บสินค้าที่เหมาะสม

4. ขาดการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ขาดบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย

5. มีข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยีการบริหารการตลาดและการเงิน

6. ค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น

7. ขาดแคลนเครื่องมือและบริการการตรวจสอบคุณภาพสินค้า

ในขณะที่ปัจจัยด้านความต้องการของตลาดที่สนับสนุนความสามารถเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย ได้แก่

1. ลูกค้านำส่วนใหญ่ใน EU มีอำนาจซื้อสูง

2. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นในด้านสุขภาพทำให้ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง

3. แนวโน้มการบริโภคอาหารไทยของผู้บริโภคใน EU เพิ่มขึ้น เนื่องจากร้านค้าและร้านอาหารไทย ร้านจำหน่ายสินค้าเอเชียเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคใน EU

อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านนี้อาจเป็นอุปสรรคต่อความสามารถเชิงการแข่งขัน เนื่องจาก

1. ผู้บริโภคใน EU ไม่รู้จักวิธีรับประทานผลไม้บางประเภทของไทย

2. ซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่ใน EU นิยมซื้อสินค้าจากผู้นำเข้าหรือผ่านการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งบางครั้งถูกกว่านำเข้าเอง

3. ความต้องการสินค้าของตลาด EU ไม่ต่อเนื่องเนื่องจากสินค้าบางประเภทมีการนำเข้าจำนวนมากเฉพาะช่วงเทศกาลสำคัญเท่านั้น

4. สินค้าบางประเภทเป็นสินค้าที่ทาง EU กีดกันเนื่องจากต้องการคุ้มครองสินค้าที่ผลิตใน EU และได้ตั้งกำแพงภาษีในระดับสูง เช่น น้ำตาล เนื้อวัว นม เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้ความต้องการสินค้าของไทยลดลง

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันและสนับสนุนกันที่เสริมสร้างความสามารถเชิงการแข่งขัน ได้แก่

1. มีอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกันและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหาร

2. มียุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงภายในกลุ่มอุตสาหกรรมและระหว่างอุตสาหกรรมด้านสารสนเทศข้อมูลอุตสาหกรรม

3. มียุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงภายในกลุ่มอุตสาหกรรมและระหว่างอุตสาหกรรมด้านความร่วมมือระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมและการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ

แต่ปัจจัยดังต่อไปนี้ยังไม่มีความพร้อมหรือไม่มีประสิทธิภาพในบางเรื่อง ได้แก่

1. ขาดระบบการเชื่อมโยงที่เป็นรูปธรรมระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำของอุตสาหกรรมอาหาร

2. ความร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันและสนับสนุนกันเป็นไปอย่างหลวมๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

3. ระบบการรับช่วงการผลิตจากเกษตรกรไปยังโรงงานไม่มีประสิทธิภาพ ใช้เวลานานและมีอัตราการลงทุนสูง

กลยุทธ์ โครงสร้าง และระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรม ที่สนับสนุนความสามารถเชิงการแข่งขันได้แก่

1. สินค้าส่งออกมีความหลากหลายทั้งสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร เช่น ข้าว พืชผักหรือผลไม้ อาหารทะเลแปรรูป เช่น แซลมอนแช่แข็ง และบรรจุกระป๋อง เป็นต้น

2. สินค้ามีการพัฒนาการส่งออกภายใต้ตราสินค้าที่รู้จักทั่วไปมากขึ้น

3. สินค้ามีการพัฒนาและขยายสินค้าประเภทเพิ่มมูลค่ามากขึ้น

4. มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

ในทางตรงกันข้ามปัจจัยด้านนี้ยังไม่สมบูรณ์ ในเรื่องต่อไปนี้

1. ขาดการส่งเสริมการขยายตลาด สินค้าบางชนิดยังไม่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคใน EU

2. ขาดแหล่งข้อมูลความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงของตลาด EU อย่างรวดเร็วหรือทันต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ

3. มีระบบมาตรฐานสุขอนามัยที่ยังไม่เพียงพอโดยเฉพาะโรงงานแปรรูปขนาดเล็ก

4. มีสินค้าบางประเภทอายุการเก็บรักษาสั้นและขาดการบริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่ดีทำให้เน่าเสียง่าย

5. ขาดข้อมูลตลาด EU สำหรับสินค้าปลอดสารเคมีหรืออินทรีย์ของไทย

6. มีผู้ส่งออกรายใหม่ๆ ที่ยังขาดทักษะในการจำหน่ายสินค้าใน EU

7. มีการคุกคามจากประเทศคู่แข่ง เช่น จีน บราซิล บังกลาเทศ อินเดีย เป็นต้น ประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทย เช่น มีวัตถุดิบและค่าแรงต่ำกว่า อาจส่งผลให้ความสามารถทางการแข่งขันของไทยถูกกระทบได้

สำหรับบทบาทของรัฐที่สนับสนุนความสามารถเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย ได้แก่

1. รัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารภายใต้โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก

2. มีแผนยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

3. มีการจัดทำแผนปฏิบัติการภายใต้แผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร พ.ศ. 2553-2557

4. มีแผนการดำเนินงานตามมาตรการเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมในการแข่งขันภายใต้กฎ

ระเบียบของสหภาพยุโรป (EU White Paper) ในระยะที่ 2 (พ.ศ. 2555-2557)

อย่างไรก็ตามรัฐบาลยังขาดในเรื่องต่อไปนี้

1. ขาดมาตรการควบคุมและบดบังโทษที่จริงจังสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานที่ทาง EU กำหนดอย่างเคร่งครัด

2. ปัญหาขั้นตอนพิธีการส่งออกและการตรวจวิเคราะห์สินค้าก่อนส่งออกล่าช้า

ในขณะที่โอกาสซึ่งสนับสนุนความสามารถเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย ได้แก่

1. คู่แข่งของไทยยังปรับตัวในกลุ่มอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มได้ช้ากว่าไทย

2. EU เป็นตลาดใหญ่

3. นโยบายประมงร่วมของ EU เน้นในด้านการลดการจับสัตว์น้ำและเพิ่มการนำเข้าเพิ่มขึ้น

4. การกำหนดโควตาพิเศษในระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences: GSP) รอบใหม่จะทำให้สินค้าไทยได้รับการลดอัตราภาษีนำเข้า

5. การลดการอุดหนุนสินค้าเกษตรของ EU

6. สินค้าไทยบางประเภทใน EU เช่น สินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าวหอมมะลิไทย เป็นต้น มีภาพลักษณ์ที่ดี มีชื่อเสียงและไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งผลิตสินค้าอาหารที่มีคุณภาพของโลก

แต่ยังมีอุปสรรคอีกในเรื่องต่อไปนี้

1. รูปแบบการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษีจะมีโอกาสขยายตัวมากยิ่งขึ้น เช่น มาตรการด้านสุขอนามัยโรคสัตว์และสิ่งแวดลอม การตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้า เป็นต้น

2. กฎระเบียบการควบคุมสินค้าของ EU ที่เข้มงวด โดยเฉพาะกฎระเบียบใหม่ๆ เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการส่งออกสินค้า เช่น กฎระเบียบการควบคุมอาหารมนุษย์และอาหารสัตว์ มาตรการสุขอนามัยที่เข้มงวดเกี่ยวกับการควบคุม การใช้ยาฆ่าแมลงสำหรับสินค้าผักผลไม้และสินค้าเกษตรอื่นๆ เป็นต้น

3. ปริมาณผลผลิตสินค้าบางประเภทไม่แน่นอน

สินค้าบางประเภทที่ผลิตเองภายในประเทศสมาชิก EU ในบางฤดูกาลจะทำให้พืชผักผลไม้ใน EU มีราคาถูก ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าจากไทยลดลง

4. ความเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้าปลายทางในประเทศสมาชิก EU ที่มีขั้นตอนยุ่งยากทำให้สินค้าได้รับความเสียหาย

จากการวิเคราะห์ความสามารถเชิงการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยข้างต้น พบว่าอุตสาหกรรมอาหารไทยมีขีดความสามารถเชิงการแข่งขันในระดับหนึ่ง หาก FTA กับ EU บรรลุรอบการเจรจา แต่อย่างไรก็ตามด้วยแนวโน้มของการกีดกันทางการค้าโดยใช้มาตรการต่างๆ ของ EU และภาวะการแข่งขันที่มากขึ้นจากประเทศอื่นๆ ที่ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทยใน EU จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ SMEs ไทยควรมีการเพิ่มความสามารถเชิงการแข่งขันเพื่อให้ความตกลงทางการค้าดังกล่าวเกิดประโยชน์สูงสุดและสร้างโอกาสของความเป็นผู้นำอุตสาหกรรมอาหารในตลาด EU

4. แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของ SMEs ไทย

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารไทยในระยะที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ภาครัฐได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง เช่น นโยบายการค้า นโยบายการเงิน/การคลัง นโยบายการเกษตร นโยบายอุตสาหกรรม นโยบายด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม การประสานภาครัฐโดยการจัดตั้งสถาบันอาหาร นโยบายความปลอดภัยด้านอาหาร นโยบายด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และนโยบายด้านวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น อย่างไรก็ตามแผนปฏิบัติการ/โครงการต่างๆ ที่ดำเนินการนั้นส่วนใหญ่เป็นของอุตสาหกรรมอาหารไทยโดยรวม ดังนั้นบทความนี้จะเสนอแนะแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของ SMEs ไทยในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อรองรับโอกาสทางการค้าหากการทำความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับ EU บรรลุผลตามกรอบการเจรจาข้อเสนอแนะมีดังนี้

1. ผู้ประกอบการจำเป็นต้องยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีความปลอดภัย สอดคล้องกับข้อกำหนดหรือมาตรฐานต่างๆ ทางด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมของ EU เพราะจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นใบเบิกทางในการนำผลิตภัณฑ์เข้าไปจำหน่ายในตลาด EU ได้

2. ผู้ประกอบการควรมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานร่วมกันระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิต แปรรูปและบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันต่อไปได้ ต้องมีการจัดการกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การผลิตระดับฟาร์ม การขนส่ง ห้องเย็น การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ ส่วนผสมและองค์ประกอบของอาหารหรืออาหารประเภท Ready to Eat และ Ready to Cook ไปจนถึงการจัดจำหน่ายและส่งออก เพื่อให้แต่ละขั้นตอนที่ซับซ้อนขึ้นตามห่วงโซ่อุปทานนั้นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรประสานความร่วมมือกันเพื่อพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่จะเพิ่มทักษะและความรู้ที่ตรงตามความต้องการของอุตสาหกรรมให้แก่บัณฑิตศึกษาที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงาน รวมทั้งแก่แรงงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมอยู่แล้ว เนื่องจากการพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งที่ต้องทำต่อเนื่องเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตให้มีความล้ำหน้าอยู่เสมอ

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาด การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านกระบวนการผลิตและการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้แก่ SMEs เนื่องจากความรู้เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ

5. การสร้างแบรนด์หรือตราผลิตภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์ของไทย อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ข้อมูลรายละเอียดสำหรับการจดทะเบียนตราผลิตภัณฑ์ให้กับ SMEs

6. ผู้ประกอบการควรมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้ในธุรกิจ นอกจากจะช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถ

ในการพัฒนาตลาดของผู้ประกอบการอีกด้วย เช่น การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้า ระบบตรวจสอบบัญชี และสร้าง Website เพื่อเป็นหน้าร้านและช่องทางในการเข้าถึงของผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

7. การส่งเสริมความร่วมมือกันในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำในกระบวนการผลิตจนถึงภาคการส่งออกเพื่อให้สินค้ามีต้นทุนการผลิตต่ำลง และสามารถผ่านเกณฑ์การตรวจสอบแบบย้อนกลับในตลาดต่างประเทศได้ โดยมีสถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา หน่วยงานและองค์กรภาคเอกชน ตลอดจนผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเครือข่ายดังกล่าว

8. การแสดงสินค้าในตลาดสหภาพยุโรปเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมอย่างยิ่งเพื่อทดสอบว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่ นอกจากนี้ ผลจากการแสดงสินค้าในงานดังกล่าวจะทำให้ได้ลูกค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นคนในพื้นที่ และเป็นการเร่งขยายตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ยุโรปกลางหรือตะวันออก รวมถึงเป็นการขยายช่องทางตลาดสินค้าเฉพาะหรือพิเศษ เช่น สินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น จึงนับว่าเป็นโอกาสที่ดีมากสำหรับการต่อยอดทางธุรกิจ

9. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเจรจาแบบทวิภาคีกับ EU เพื่อขอสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าเกษตรอื่นๆ นอกเหนือไปจากระบบ GSP เพื่อทำให้สินค้านำเข้าเสียภาษีในอัตราต่ำและทำให้ได้เปรียบด้านราคามากขึ้น อีกทั้งควรสร้างเครือข่ายพันธมิตรร่วมกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองและตอบโต้การกีดกันทางการค้าและทำให้การค้ามีความเป็นธรรมมากขึ้น

5. สรุป

การจัดทำ FTA กับ EU นั้นเป็นยุทธวิธีทางนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศเพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ใน EU การลดอุปสรรคทางการค้าทั้งในด้านภาษีและที่มิใช่ภาษี นอกจากจะเป็นการเพิ่มโอกาสสำหรับสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขัน

อาจทำให้ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้จากมาตรการที่มีใช้ภายใน ดังนั้น แนวทางการเพิ่มความสามารถเชิงการแข่งขันและขยายตลาด หรือบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการจัดทำ FTA กับ EU ให้แก่ SMEs ไทย โดยสรุปแล้วขึ้นอยู่กับ 2 ส่วน คือ การบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นหน้าที่ของ SMEs ที่ต้องเร่งปรับตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อบริหารต้นทุนหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ตนผลิตโดยการทำให้สินค้าของตนมีความแตกต่างจากผู้ประกอบการในประเทศอื่นด้วยการสร้างตราสินค้า หรือการพัฒนารูปแบบเฉพาะของสินค้า หรือทั้งลดต้นทุน และทำให้สินค้าของตนมีความแตกต่างไปพร้อมกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับความพร้อมและทรัพยากรของผู้ประกอบการ นอกจากนี้สิ่งสำคัญคือการบริหารจัดการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพสินค้าร่วมกันสอดคล้องกับความต้องการของตลาดสหภาพยุโรป ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามา มีบทบาทส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการของ SMEs ที่ทำการค้ากับ EU เพื่อช่วยให้การปรับตัวของภาคเอกชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เอกสารอ้างอิง

- [1] Department of Foreign Trade, *The Project of Assistance to Adaptation of Production and Service Sectors Affected by FTA*, Bangkok: Ministry of Commerce, 2010 (in Thai).
- [2] Department of Trade Negotiations, *The Public Hearing Information of Agreement to Free Trade Between Thai - European Union*, Bangkok: Ministry of Commerce, 2010 (in Thai).
- [3] Office of Small and Medium Enterprises Promotion, *Situation and Economic Indicators of SMEs.*, Bangkok: Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2010 (in Thai).
- [4] Department of Trade Negotiations, *Trade information of Thai - European Union*, Bangkok: Thaieurope, 2010 (in Thai).
- [5] P. Vadhana-sindhu, et al., *Strategic Management and Business*, Bangkok: Chulalongkorn University, 1999 (in Thai).
- [6] M.E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, New York: MacMillan, 1998.
- [7] D. Salvatore, *International Economics*, 3rd edition, New York: Macmillan, 2002.
- [8] K. Kaewthongkam, *A study of agriculture markets and Thai food in the European Union: A Technical View*, Bangkok: Ministry of Foreign Affairs, 2005 (in Thai).
- [9] N. Wiswasuan, et al., *To Access the FTA Market of SMEs (Case Study: ASEAN – European Union)*, Bangkok: Thammasart University, 2008 (in Thai).
- [10] National Food Institute, *The Development of Industrial Database to Increase the Competitiveness in Food Industry*, Bangkok: National Food Institute, 2008 (in Thai).
- [11] National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards. (2004). *Food Safety Plan* (in Thai). [Online]. Available: <http://www.acfs.go.th>
- [12] Kasikorn Research Center. (2010). “Agricultural Goods and Food: exports are increased because of FTA” (in Thai). [Online]. Available : <http://www.food-resources.org>
- [13] Kasikorn Research Center. (2008). “ASEAN-EU FTA” [Online]. Available: <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis>
- [14] Applied Economics Research Centre, *A Study of Impact from FTA to Agricultural Sector*, Bangkok: Faculty of Economics Kasetsart University, 2007 (in Thai).
- [15] Kenan Institute Asia, *Thailand SME Sectors and the Proposed EU-Thailand FTA: Winners, losers and policy recommendation*, Bangkok: Kenan Institute Asia, 2008.