

## การเปิดเสรีการค้าและนัยต่อยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนไทย

ในการจัดสัมมนาเวทีสาธารณะของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศเรื่อง “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น: เสี่ยงจากประชาชน” เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2551 และเวทีสาธารณะ “ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลี: เสี่ยงจากประชาชน” เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2551 ที่ผ่านมา วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิท่านหนึ่งได้ให้ข้อสังเกตว่า การศึกษาผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้าในกรอบต่างๆ ทั้งระดับพหุภาคี ภูมิภาค และทวิภาคี (FTA) มีมากเพียงพอแล้ว แต่สิ่งที่ยังขาดอยู่คือการประมวลผลประโยชน์และผลกระทบทั้งหมด เพื่อนำมาเชื่อมต่อและจัดทำยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนระดับประเทศทั้งในเชิงรับและเชิงรุก บทความนี้จึงขอกล่าวถึงระเบียบวิธีวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับการจัดทำนโยบายดังกล่าวอย่างคร่าวๆ

ในการจัดทำยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษาสินค้า/บริการที่มีศักยภาพหรือที่มีนัยสำคัญของไทย หรือกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจมหภาคจะไม่สมบูรณ์นัก หากไม่ได้เจาะลึกถึงศักยภาพรายอุตสาหกรรมในระดับจุลภาค นโยบายสำหรับกลุ่มสินค้าที่เป็น “ดาวเด่น” และ “อาทิตย์อัสดง” จึงต้องมีความแตกต่างกันไป แต่จะทราบได้อย่างไรว่าอุตสาหกรรมใดเด่น/ด้อยศักยภาพการแข่งขัน?

คำตอบดังกล่าวเชื่อมโยงกับการเปิดเสรีการค้าโดยตรง เพราะเมื่อระบบเศรษฐกิจโลกถูกจัดระเบียบโดยกฎ/กติกาขององค์การระหว่างประเทศ (WTO) มากขึ้น ประกอบกับไทยได้ลงนาม FTA กับทั้งประเทศที่มีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมมากกว่า เช่น ออสเตรเลียและญี่ปุ่น และมหาอำนาจเศรษฐกิจในเอเชียที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทยมาก ได้แก่ จีน อินเดีย หรืออาจรวมไปถึงประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS) ด้วย ดังนั้น ตำแหน่งของไทยในเวทีการค้าโลกจึงอาจเรียกได้ว่าอยู่กึ่งกลางระหว่างเศรษฐกิจฐานความรู้ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง (Technology/ Knowledge-based Economies) กับประเทศที่ยังใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก (Labor-intensive Economies) ท่ามกลางพลวัตรในระบบการค้าโลก อุตสาหกรรมไทยจึงไม่สามารถอยู่กับที่ ต้องมีการประเมินสถานการณ์ตลอดเวลาว่าไทยมีความได้เปรียบ-เสียเปรียบคู่ค้าหลักๆ อย่างไรบ้าง และตำแหน่งของไทยในห่วงโซ่มูลค่าเป็นอย่างไร เพื่อให้สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ ในการศึกษา/คัดเลือกสินค้าและบริการที่มีศักยภาพของไทยสามารถใช้หลักเกณฑ์ต่างๆ ประกอบกัน ดังต่อไปนี้

## 1. การเติบโตและขีดความสามารถการแข่งขัน

ตัวชี้วัดความน่าสนใจในอนาคตของอุตสาหกรรมที่พิจารณา (Industry Attractiveness) อาจจำแนกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 1.1 **แนวโน้มการเติบโต** โดยพิจารณาผ่านการเติบโตในช่วงที่ผ่านมา เช่น การขยายตัวของการบริโภคและการผลิตในประเทศ เป็นต้น การวิเคราะห์ปัจจุบันถือเป็นจุดเริ่มต้น เพราะจะทำให้เห็นภาพว่าทิศทางการผลิต/ส่งออกของสินค้า/อุตสาหกรรมนั้นๆ เป็นอย่างไร
- 1.2 **ความเสี่ยงแวดล้อม** โดยเฉพาะปัญหา/อุปสรรคต่างๆ ทั้งในเชิงอุปสงค์และอุปทาน เช่น ความต้องการของผู้บริโภค สภาพการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่ ความผันผวนของราคาของสินค้า เป็นต้น การวิเคราะห์ในระดับนี้จะทำให้เห็นภาพของสถานการณ์การค้าว่าสินค้านั้นๆ มีความล้มเหลวของตลาด (Market Failures) อย่างไรบ้าง
- 1.3 **แบบจำลอง International Trade Center (ITC Model)** โดยจัดสินค้าเป็น 4 กลุ่ม ตามความสามารถในการแข่งขันของสินค้าในตลาดโลก ได้แก่ รายการสินค้าที่แข่งขันได้ดี (Product Champion) รายการสินค้าที่แข่งขันได้แต่ยังส่งออกน้อยและสัดส่วนตลาดต่ำมาก (Underachievers) รายการสินค้าที่ความสามารถในการแข่งขันลดลง (Losers in Declining Markets) และรายการสินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันขณะที่ตลาดหดตัว (Achievers in Adversity)

## 2. เครือข่ายและห่วงโซ่การผลิต

การวิเคราะห์ในข้อ 1 เป็นการวิเคราะห์รายสินค้า/อุตสาหกรรมที่ยังขาดการเชื่อมโยงกันของอุตสาหกรรมต่างๆ จึงจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติมใน 2 ระดับ ดังนี้

- 2.1 **เครือข่ายการผลิต** โดยวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกันของอุตสาหกรรมในแนวนอน (Horizontal Integration) แนวตั้ง (Vertical Integration) หรือลักษณะของคลัสเตอร์ เมื่อทราบการเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมแล้ว ก็จะสามารถวิเคราะห์ในส่วน 2.2 ต่อไป
- 2.2 **ห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain)** โดยวิเคราะห์สินค้า/บริการที่มีศักยภาพในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งในระดับโลกและภายในประเทศ ทั้งนี้พัฒนาการในห่วงโซ่มูลค่า (GVC Upgrading) แบ่งได้เป็น 4 ส่วน คือ 1) กระบวนการผลิต

(Process) ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงและผลผลิตเพิ่มขึ้นแต่ผลิตภัณฑ์ยังเหมือนเดิม 2) ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งจะส่งผลให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ดีขึ้นและ/หรือตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น 3) ฟังก์ชัน (Function) ซึ่งหมายถึงการปรับเปลี่ยนตำแหน่งในห่วงโซ่การผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไทยด้วยการวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นต้น และ 4) ห่วงโซ่ (Chain) ซึ่งมีเป้าหมายคือการเปลี่ยนแปลงไปผลิตสินค้าประเภทอื่นที่ตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างไปจากสินค้าในกลุ่มเดิมอย่างสิ้นเชิง

### 3. ผลการวิเคราะห์สินค้า/บริการที่มีนัยสำคัญ

จากการวิเคราะห์โดยใช้แนวทางที่ 1 และ 2 ร่วมกัน (ตารางที่ 1) พบว่า กลุ่มสินค้าและบริการที่ไทยมีศักยภาพ จำแนกตามสาขาเศรษฐกิจได้ดังนี้ 1) **ภาคเกษตรกรรม** ได้แก่ ข้าว กุ้ง ไข่ และพืชสมุนไพร 2) **ภาคอุตสาหกรรม** ได้แก่ กลุ่มสินค้าอาหารแปรรูป สิ่งทอ อัญมณีและเครื่องประดับ ปีโตรเคมี ชิ้นส่วนยานยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์และฮาร์ดแวร์อื่นๆ และ 3) **ภาคบริการ** ได้แก่ การท่องเที่ยว บริการทางด้านสุขภาพ สปา โรงแรม ภัตตาคาร ซอฟต์แวร์

ตารางที่ 1: สรุปผลการประเมินการเลือกสินค้าและบริการ

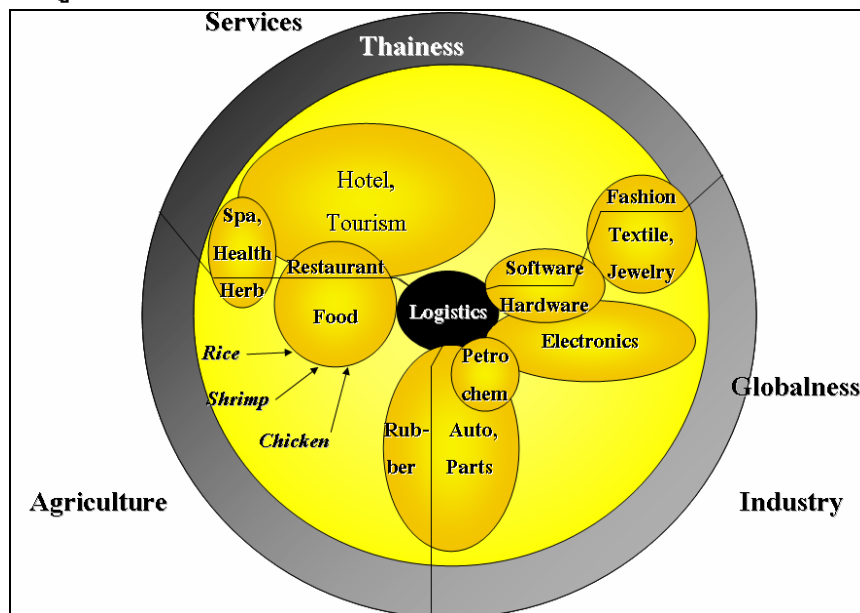
สินค้า/อุตสาหกรรม	1. ITC	2. GVC
ข้าว	✓	✓
กุ้ง/ไข่	?	✓
พืชสมุนไพร	✓	✓
อาหารแปรรูป	✓	✓
สิ่งทอ	✓	✓
อัญมณีและเครื่องประดับ	✓	✓
ปิโตรเคมี	✓	✓
ชิ้นส่วนยานยนต์	✓	✓
อิเล็กทรอนิกส์และฮาร์ดแวร์	✓	✓
การท่องเที่ยว	✓	✓
บริการทางด้านสุขภาพ	✓	✓
สปา	✓	✓
โรงแรม ภัตตาคาร	✓	✓
ซอฟต์แวร์	?	✓
แฟชั่น	?	✓

ที่มา: สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำสินค้า/บริการข้างต้นมาจัดระบบใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงในเชิง Business Process ในเชิง Network และ (G)VC ประกอบกัน ก็พบว่า สามารถจัดสินค้า/บริการข้างต้น ได้เป็น 3 กลุ่มที่บ่งชี้ Core Competencies ของไทย<sup>1</sup> (รูปภาพที่ 7.1) ได้แก่ **กลุ่มอาหาร (Food)** และ**กลุ่มท่องเที่ยว (Tourism)** โดยในแต่ละกลุ่มมีส่วนสนับสนุน/พึ่งพาซึ่งกันและกัน และเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มอาหารและท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) อยู่มาก ซึ่งสองอุตสาหกรรมนี้เป็นภาคส่วนที่ไทยควรมุ่งส่งเสริมอย่างยิ่ง เพื่อเชื่อมต่อเข้ากับความเป็นโลกาภิวัตน์ในรูปแบบของ Global Reach-Local Link ให้ได้ เพราะจะนำมาซึ่งประโยชน์ทางการค้ามหาศาลให้กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรมและบริการสุขภาพ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยแข่งขันได้ดี โดยมีโลจิสติกส์เป็นแกนหลักของกิจกรรมสำคัญๆ ที่จะผลักดันให้สินค้าบริการเหล่านี้มีความเชื่อมโยงและนำไปสู่การพัฒนาการค้าการลงทุนที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อนึ่ง การสนับสนุนนั้นไม่ได้จำกัดอยู่ที่การยกระดับปัจจัยภายในประเทศอย่างเดียว แต่รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในสาขาที่ไทยมีความชำนาญ หันไปใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีการค้าในระดับภูมิภาคด้วยการไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านที่มีต้นทุนต่ำกว่าไทย อันจะทำให้ห่วงโซ่การผลิตมีความสมบูรณ์มากขึ้น

**รูปภาพที่ 2: สินค้า/บริการที่เป็น Core Competencies ของไทย**

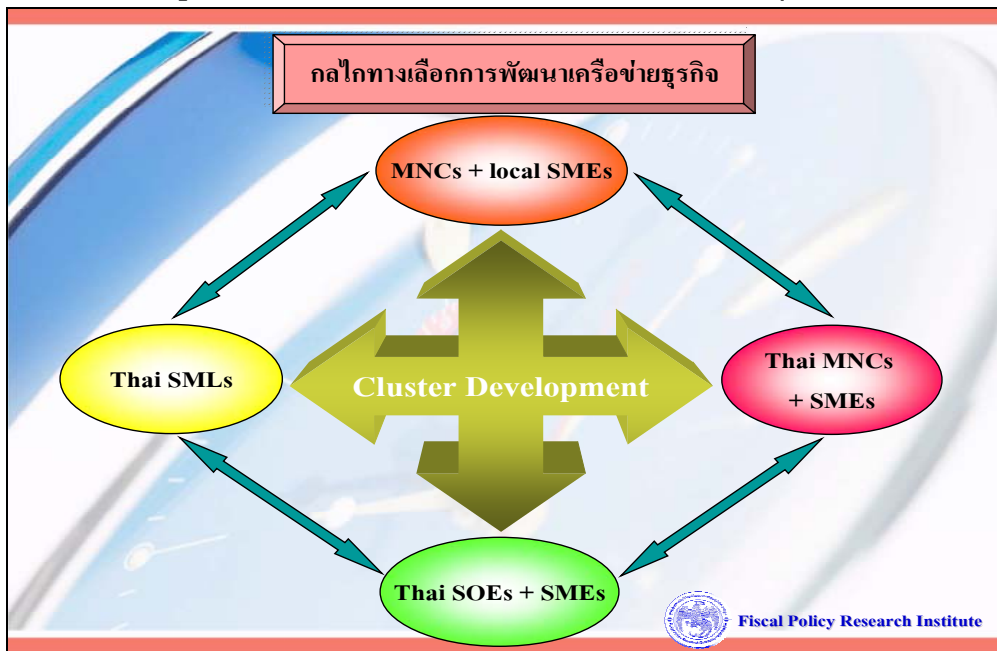


ที่มา: สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง

<sup>1</sup> อนึ่ง รูปภาพที่ 2 ได้มีการนำเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2549 โดยกรรมการที่เข้าร่วมประชุมทั้งหมดเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้

ทั้งนี้ เพื่อให้ Core Competencies ที่นำเสนอข้างต้นมีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง จำต้องดำเนินกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่เป็นเครือข่ายทั้งใน โดยมี 4 รูปแบบ คือ (1) MNCs + Local SMEs (2) Thai MNCs & SMEs (3) Thai SOEs & SMEs และ (4) การรวมตัวกันของ Thai SMLs โดยแต่ละรูปแบบต้องเลือกนำมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสภาพและข้อจำกัดของสินค้าและบริการนั้นๆ และทั้ง 4 รูปแบบมีความเชื่อมโยงกันเมื่อพิจารณาถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศ (รูปภาพที่ 3)

รูปภาพที่ 3: กลไกทางเลือกการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ



ที่มา: สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง