



สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)



สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายงานข้อมูลเชิงลึก

ฉบับสมบูรณ์

อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ในประเทศ CLMV



สารบัญ

บทที่

หน้า

1. ความเป็นมาและขอบเขตของโครงการ

1.1 ความสำคัญของการศึกษา	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1-2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	1-2
1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา	1-3

2. ภาวะทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ CLMV

2.1 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ	2-1
2.2 สถานการณ์การค้า	2-3
2.3 สถานการณ์การลงทุน	2-6
2.4 สรุปภาพรวมข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศ CLMV	2-14

3. อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

3.1 การแปรรูปสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร	3-1
3.2 สัดส่วนภาคการผลิตของประเทศไทย และประเทศ ในกลุ่มประเทศ CLMV	3-5
3.3 อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปของประเทศไทย	3-10
3.4 สถานการณ์การค้าในอุตสาหกรรมแปรรูปของไทย	3-12
3.5 การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมสินค้าเกษตร แปรรูปใน CLMV	3-15

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมกาแฟ	
4.1 ความสำคัญของอุตสาหกรรมกาแฟ	4-1
4.2 ความสำเร็จของไทยในการดำเนินธุรกิจด้านกาแฟ	4-6
4.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมกาแฟในกลุ่มประเทศ CLMV	4-7
4.4 กรอบความร่วมมือทางการค้าที่ส่งผลต่อการตลาดกาแฟ	4-8
4.5 สถานการณ์กาแฟในประเทศไทย	4-12
4.6 สถานการณ์การค้ากาแฟของประเทศไทย	4-16
4.7 สถานการณ์การค้ากาแฟใน CLMV	4-19
5. สรุปความสัมพันธ์ทางการค้ากาแฟของไทยและกลุ่มประเทศ CLMV	
5.1 บทบาทของไทย ว่าด้วยสินค้ากลุ่มกาแฟในตลาด CLMV	5-1
5.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในสินค้ากลุ่มกาแฟใน CLMV	5-4
ภาคผนวก ก. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกาแฟ	ภาคผนวก ก - 1

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สินค้านำเข้าและส่งออกที่สำคัญ ของประเทศ CLMV	2-5
3.1	มูลค่าการส่งออกสินค้าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่สำคัญของ ไทย ปี 2549 – 2553	3-13
4.1	ปริมาณการผลิตกาแฟของประเทศผู้ส่งออกกาแฟ	4-4
4.2	ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตกาแฟของไทย ในปี 2552-2553	4-13
4.3	รายชื่อและส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูป	4-14
4.4	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและโลก	4-17
4.5	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศ ไทยและ CLMV	4-18
4.6	สัดส่วนและมูลค่าการนำเข้า HS 090111 ของไทยจากกลุ่มประเทศ CLMV	4-18
4.7	สัดส่วนและมูลค่าการส่งออก HS 210112 ของไทยไปยังกลุ่มประเทศ CLMV	4-19
4.8	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทย และกัมพูชา	4-21
4.9	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและลาว	4-24
4.10	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและ พม่า	4-28
4.11	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศ ไทยและเวียดนาม	4-30
5.1	สัดส่วนมูลค่าเฉลี่ยระหว่างปี 2008 -2010 ของการนำเข้ากาแฟประเภท เมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ (HS 090111) ระหว่างประเทศ ในกลุ่ม CLMV	5-2
5.2	สรุปประเภทสินค้าในกลุ่มกาแฟที่นำเข้าและส่งออกจากกลุ่มประเทศ CLMV	5-3
5.3	ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศกัมพูชา	5-7
5.4	ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศลาว	5-12
5.5	ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศพม่า	5-17
5.6	ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศเวียดนาม	5-20
5.7	ระดับการลงทุนที่เหมาะสมในแต่ละประเทศของกลุ่ม CLMV	5-22

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2.1	แสดงอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ณ ระดับราคาคงที่	2-2
2.2	อัตราการเติบโตของเงินเฟ้อ (ค่าเฉลี่ยราคาผู้บริโภค)	2-3
2.3	อัตราการเปลี่ยนแปลงของการนำเข้า	2-4
2.4	อัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก	2-5
2.5	มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศของประเทศกัมพูชา แยกตามประเภทธุรกิจ ปี 2553	2-7
2.6	มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกตามประเทศปี 2553	2-8
2.7	มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกตามรายสาขา ปี 2543 ถึงกันยายน 2553	2-9
2.8	มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกรายประเทศ ปี 2543 ถึงกันยายน 2553	2-9
2.9	การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของพม่า จำแนกตามประเภทธุรกิจ	2-11
2.10	การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จำแนกตามประเทศผู้ลงทุน	2-11
2.11	สัดส่วนมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ	2-13
2.12	สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเวียดนาม (ปี 2531-2553)	2-13
3.1	อุตสาหกรรมต่อเนื่องอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป	3-3
3.2	GDP by industrial origin at 1988 market prices (%) in 2010	3-5
3.3	GDP by industrial origin at 2000 constant prices (%) in 2010	3-6
3.4	GDP by industrial origin at 1990 2002 market prices (%) in 2010	3-7
3.5	GDP by industrial origin at 1985/1986 2000/2001 2005/2006 market prices (%) in 2010	3-8
3.6	GDP by industrial origin at 1994 market prices (%) in 2010	3-9
3.7	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปจากสัตว์ ที่สำคัญของไทย ปี 2553	3-14
3.8	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปจากสินค้า เกษตรที่สำคัญของไทย ปี 2553	3-14

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

แผนภาพที่		หน้า
4.1	ดัชนีราคาสินค้าเกษตรของโลก จำแนกตามประเภทสินค้า	4-2
4.2	สถานการณ์ก๊าซโลกในปัจจุบัน	4-3
4.3	ปริมาณการผลิตก๊าซโลก	4-3
4.4	สัดส่วนปริมาณการผลิตก๊าซของประเทศผู้ส่งออกก๊าซ	4-5
4.5	สัดส่วนปริมาณการส่งออกก๊าซของประเทศผู้ส่งออกก๊าซ	4-5
5.1	มูลค่าการนำเข้าก๊าซของไทย	5-1
5.2	มูลค่าการส่งออกก๊าซของไทย	5-3

บทที่ 1

ความเป็นมาและขอบเขตของโครงการ

1.1 ความสำคัญของการศึกษา

ประเทศกัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม หรือกลุ่ม CLMV นั้น เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศเหล่านี้เป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้ชิดกับประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการค้าระหว่างประเทศ โดยประเทศในกลุ่ม CLMV เหล่านี้เป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่สำคัญจำนวนมาก ทั้งยังเป็นฐานในการผลิตสินค้าต่าง ๆ อีกมากมาย และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ปรับตัวสู่การค้าในระบบสากลโลกมากขึ้น และมีมาตรการในการขจัดความยากจนในระยะใหม่ของการพัฒนา (New phase Development) ในหลาย ๆ รูปแบบ ทั้งนี้กลุ่มประเทศ CLMV เมื่อมีการพัฒนาเพิ่มขึ้น ทำให้เป็นที่สนใจแก่บรรดานักลงทุนชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพิจารณาในแง่ของสภาพแวดล้อมทางการลงทุน เช่น ทรัพยากร แรงงาน เงินลงทุน และมาตรการส่งเสริมการลงทุนต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยแล้ว ประเทศในกลุ่ม CLMV เหล่านี้นับเป็นตลาดส่งออกที่มีศักยภาพสูงและมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับไทยมาอย่างยาวนาน ขณะเดียวกันได้มีการลด/ยกเลิกภาษีภายใต้ความตกลงการค้าเสรี (FTA) ในกรอบอาเซียนหลายฉบับที่ไทยและกลุ่ม CLMV เป็นสมาชิกร่วมกัน ซึ่งทำให้นักลงทุนชาวไทยหรือผู้ประกอบการไทยสามารถเลือกใช้สิทธิประโยชน์ในการส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ได้มากขึ้น และหากจะพิจารณาในแง่ของการลงทุนในประเทศ CLMV แล้ว ประเทศไทยถือว่ามีศักยภาพเพียงพอที่จะขยายการลงทุน หรือไปลงทุนใน 4 ประเทศเหล่านี้ได้ กอปรกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้คนไทยไปลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นปัจจัยช่วยเอื้อหนุนและผลักดันให้สามารถที่จะไปลงทุนในประเทศเหล่านั้นได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปรรูป¹ สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรซึ่งประเทศไทยถือเป็นผู้นำในด้านการผลิตวัตถุดิบสินค้าเกษตรของโลก ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรจึงนำไปสู่การแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมเกษตรถือ

¹ ความหมายของการแปรรูป (Processing) มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้ อมร ภูมิรัตน์ กล่าวว่าการแปรรูป หมายถึง “การแปรสภาพ เปลี่ยนจากลักษณะเดิมไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งการแปรรูปอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติ หรือการกระทำของคนใดคนหนึ่ง” ทองโรจน์ อ่อนจันทร์ ให้ความหมายการแปรรูปสินค้าเกษตร คือ “การเปลี่ยนสภาพของสินค้าหรือวัตถุดิบให้ต่างออกไปจากเดิม โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศหรือเพื่อการส่งเป็นสินค้าออก” จึงสรุปได้ว่า การแปรรูป คือ การเปลี่ยนแปลงสภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้”

เป็นอุตสาหกรรมสำคัญของตลาดภาคการเกษตรโดยตรงและเชื่อมโยงกันระหว่างระบบย่อยการจัดการหรือการตลาดกับระบบย่อยการจัดจำหน่ายและส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้ามากขึ้นอีกด้วย

ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่จะสามารถพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของประเทศได้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจกับกลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ประเภทกาแฟ เนื่องจากยังมีโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถและมีข้อได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาทั้งในระดับภายในประเทศและประเทศในกลุ่ม CLMV

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์อุตสาหกรรมกาแฟ ทั้งในประเทศไทยและประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

1.2.2 เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักลงทุนในการลงทุนในประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ในการลงทุนในประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

1.2.4 เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการลงทุนทั้งในระยะสั้น และระยะยาว แก่นักลงทุนโดยทั่วไป

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ศึกษาสภาพอุตสาหกรรมกาแฟต้นน้ำในกลุ่มประเทศ CLMV และประเทศไทย จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม โดยพิจารณามูลค่าการนำเข้า-ส่งออก ในอุตสาหกรรมกาแฟต้นน้ำ ตามรหัส Harmonized Code (HS) 4 digits คือ รหัส HS 0901² โดยแบ่งเป็นสินค้ากาแฟตามพิกัดศุลกากร ดังนี้

² กาแฟ จะคั่วหรือแยกกาแฟอื่นออกแล้วหรือไม่ก็ตาม เปลือกและเยื่อของกาแฟ รวมทั้งของที่ใช้แทนกาแฟ ที่มีกาแฟผสมอยู่ในอัตราส่วนเท่าใดก็ตาม

HS Code	ผลิตภัณฑ์
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated
090112	Coffee, not roasted, decaffeinated
090121	Coffee, roasted, not decaffeinated
090122	Coffee, roasted, decaffeinated
090190	Coffee husks and skins, coffee substitutes

1.3.2 ศึกษาสภาพอุตสาหกรรมกาแฟปลายน้ำในกลุ่มประเทศ CLMV และประเทศไทย จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม โดยพิจารณามูลค่าการนำเข้า-ส่งออก ในอุตสาหกรรมกาแฟปลายน้ำ ตามรหัส Harmonized Code (HS) 4 digits คือ รหัส HS 0201³ โดยแบ่งเป็นสินค้ากาแฟตามพิกัดศุลกากร ดังนี้

HS Code	ผลิตภัณฑ์
210111 ⁴	Extracts, Essences and Concentrates, of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)
210112 ⁵	Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)

1.3.2 ศึกษาจากการลงพื้นที่ในการสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในระบบอุตสาหกรรม รวมทั้งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบการวิเคราะห์ในการศึกษานี้มีเป้าหมายในการศึกษาศักยภาพและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้ากลุ่มกาแฟ โดยพิจารณาไปที่ความเป็นไปได้ในการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งได้ทำการศึกษารวบรวม ศึกษาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในสินค้ากลุ่ม

³ สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของกาแฟ ของชาหรือชามาเต้ และของปรุงแต่งที่มีผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นหลักหรือที่มีกาแฟ ชาหรือชามาเต้เป็นหลัก รวมทั้งซีโรรี่คว์และของอื่นๆ คั่วที่ใช้แทนกาแฟ และสิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้นของของดังกล่าว

⁴ สิ่งสกัด หัวเชื้อและสิ่งเข้มข้น กาแฟผสมได้ทันที (หมายถึงกาแฟสำเร็จรูป)

⁵ ของปรุงแต่งที่มีสิ่งสกัด หัวเชื้อหรือสิ่งเข้มข้นเป็นหลัก หรือที่มีกาแฟเป็นหลัก กาแฟที่ผสมได้ทันที (หมายถึงกาแฟผสมน้ำตาลและครีมเทียม : 3 in 1)

กาแฟของแต่ละประเทศในกลุ่ม CLMV ในลำดับต่อมาคณะผู้วิจัยจะนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจาก ปัจจัยภายในและภายนอกดังกล่าวมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ SWOT ในแต่ละประเทศ สำหรับปัจจัยที่สำคัญในการวิเคราะห์ครอบคลุมปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 1) ปัจจัยทางการเมือง เป็นการวิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาครัฐที่จะมีผล ทั้งในเชิงบวกและลบต่อการดำเนินกิจการเช่น นโยบายการเงินการคลัง การ ประกันสังคม กฎหมายลิขสิทธิ์ เป็นต้น
- 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นการวิเคราะห์เศรษฐกิจระดับมหภาค เช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวม ประชาชาติ อัตราการว่างงาน อัตราดอกเบี้ย ต้นทุนด้านที่ดิน ค่าวัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น ของประเทศต่างๆ ในกลุ่ม CLMV เพื่อให้ทราบถึงบรรยากาศในการค้าการลงทุน และ การกำหนดนโยบายทางด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อกลุ่มธุรกิจกาแฟในประเทศต่างๆ
- 3) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นการวิเคราะห์สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น อัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษา ค่านิยม ความเชื่อ วิธีการใช้ชีวิต อาชีพ เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการลงทุนและการบริหารจัดการโดยตรง
- 4) ปัจจัยความพร้อมด้านเทคโนโลยี เป็นการวิเคราะห์เงื่อนไขขีดความสามารถในการ ดำเนินการและภาพรวมระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ในแต่ละประเทศว่ามีความพร้อมต่อการ ตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุนในการดำเนินกิจการหรือไม่ อย่างไร

ทั้งนี้ ภายใต้ปัจจัยที่พิจารณาดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ถึง จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weak) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threat) ของโอกาสในการเข้าไปลงทุน และ/หรือ ขนาดธุรกิจที่ควรเข้าไปลงทุนในแต่ละประเทศ รวมถึงปัจจัยที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในแต่ละ ประเทศ เนื่องจากความแตกต่างของ SWOT ในแต่ละประเทศย่อมส่งผลต่อการกำหนดทางเลือกและ โอกาสในการลงทุนของผู้ลงทุน และสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อกำหนดทางเลือก และประเมิน ความเป็นไปได้ในการลงทุนทั้งทางตรงและทางอ้อม

บทที่ 2

ภาวะทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ CLMV

ภายใต้สถานการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจที่สูง ประกอบกับการมีขีดความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงที่ค่อนข้างจำกัด แต่ขณะเดียวกันก็มีสิ่งที่สามารถชดเชยข้อจำกัดดังกล่าวได้จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ปัจจัยการผลิต จำนวนแรงงาน และทำเลที่ตั้งที่เอื้ออำนวยต่อการคมนาคมขนส่งของแต่ละประเทศได้เป็นอันมาก อย่างไรก็ตามด้วยสถานะและความพร้อมของแต่ละประเทศในปัจจุบันยังมีประเด็นที่พึงพิจารณาอย่างยิ่ง ได้แก่ การประหยัดจากขนาดในการรวมกลุ่ม ทั้งในแง่ของต้นทุนการผลิต การต่อรองในเวทีการค้าโลก ตลอดจนการวางแผนด้านความมั่นคงทางพลังงานในระดับอาเซียนอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาในส่วนของบทที่ 2 นี้จะเป็นการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศในกลุ่ม CLMV เพื่อให้การวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนถัดไปมีความถูกต้องและชัดเจนตามบริบททางการค้าการลงทุนที่ประเทศไทยจะใช้อย่างได้เปรียบต่างๆ ของแต่ละประเทศในการลดข้อจำกัดและเพิ่มโอกาสของการดำเนินธุรกิจไทยต่อไป

จากการศึกษาข้อมูลสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม หรือกลุ่มประเทศ CLMV กล่าวได้ว่าประเทศเหล่านี้มีความเกี่ยวเนื่องกับประเทศไทยในหลายมิติ ทั้งในด้านพื้นที่ชายแดน สังคมวัฒนธรรม และการค้าการลงทุน ทั้งนี้ประเทศกัมพูชา ลาว และพม่า มีสถานะเป็นประเทศที่มีการพัฒนาต่ำ (Least Developed Country) ขณะที่ประเทศเวียดนามได้เปลี่ยนสถานะเป็นประเทศที่มีการพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามประเทศกัมพูชา ลาว และพม่า ที่ผ่านมาก็ได้มีการปรับตัวหรือ “เปิดประเทศ” ในด้านการค้าและลงทุน ทั้งการเป็นสมาชิกในกรอบการค้า การเจรจาการค้าเสรีระหว่างประเทศต่างๆ และที่สำคัญคือการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประเทศสมาชิก ASEAN ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์และโอกาสอันดีในการเพิ่มศักยภาพการค้าการลงทุนของประเทศ CLMV เนื่องจากประเทศกลุ่มนี้มีทรัพยากรทางธรรมชาติ แร่ธาตุ และความเหมาะสมของพื้นที่ทางการเกษตร อีกทั้งเป็นแหล่งแรงงานในการผลิตให้แก่อุตสาหกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมากอีกด้วย

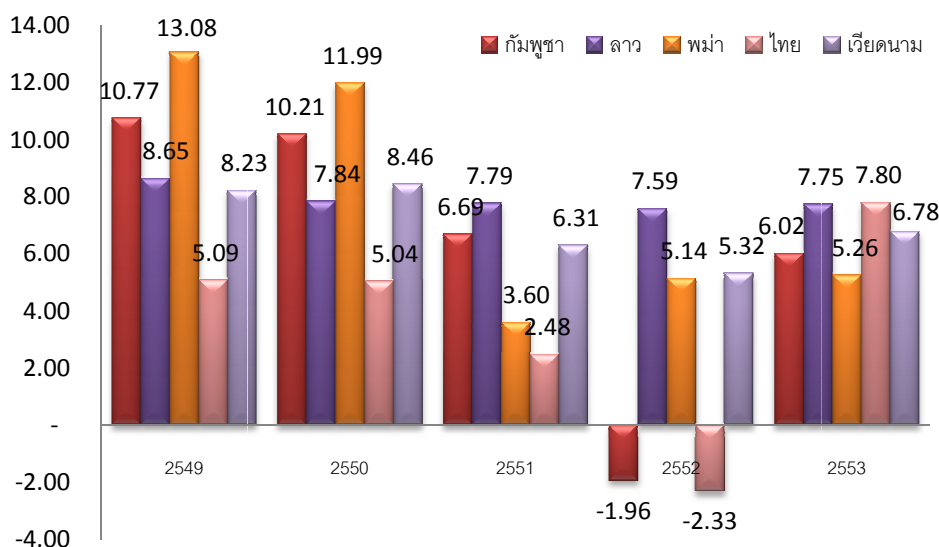
2.1 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ

จากข้อมูลอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติประเทศกลุ่ม CLMV ตลอดช่วงปี 2549 – 2553 พบว่า ในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจโลกปี 2550 แสดงให้เห็นว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเปรียบเทียบกันมีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง โดยประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงเป็นประเทศที่กำลังเริ่มเข้าสู่เศรษฐกิจแบบเปิดเกิดใหม่ทั้งสิ้น ได้แก่ กัมพูชา ลาว และพม่า ขณะที่

ประเทศเวียดนามที่มีการเปิดประเทศก่อน 3 ประเทศดังกล่าวมีอัตราการเติบโตน้อยกว่าตลอดช่วงปี 2549 – 2551 สำหรับในกรณีประเทศไทยนั้นอัตราการเติบโตน้อยกว่าประเทศอื่น ๆ ตลอดช่วง 3 ปี ดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน และจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปี 2550 ทำให้ในปี 2551 ทุกประเทศในกลุ่มประเทศ CLMV มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติที่น้อยลงอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปี 2552 และเริ่มฟื้นตัวในปี 2553

เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงปี 2552 ซึ่งเป็นปีที่มีวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจรุนแรงที่สุด พบว่า ประเทศที่มีการชะลอทางเศรษฐกิจค่อนข้างรุนแรง คือ ไทย และกัมพูชา โดยลดลงจากปี 2551 ถึง ร้อยละ 4.81 และ 8.65 ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโต - 2.33 และ -1.96 ในปี 2552 ซึ่งสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจของทั้ง 2 ประเทศว่าเป็นประเทศที่มีการพึ่งพิงการส่งออกและภาคการลงทุนจากนักลงทุนจากต่างประเทศค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ประเทศไทยและกัมพูชามีตลาดการส่งออกสินค้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ทำให้ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจในภาพรวมเป็นไปในลักษณะดังกล่าว

แผนภาพที่ 2.1 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ณ ระดับราคาคงที่

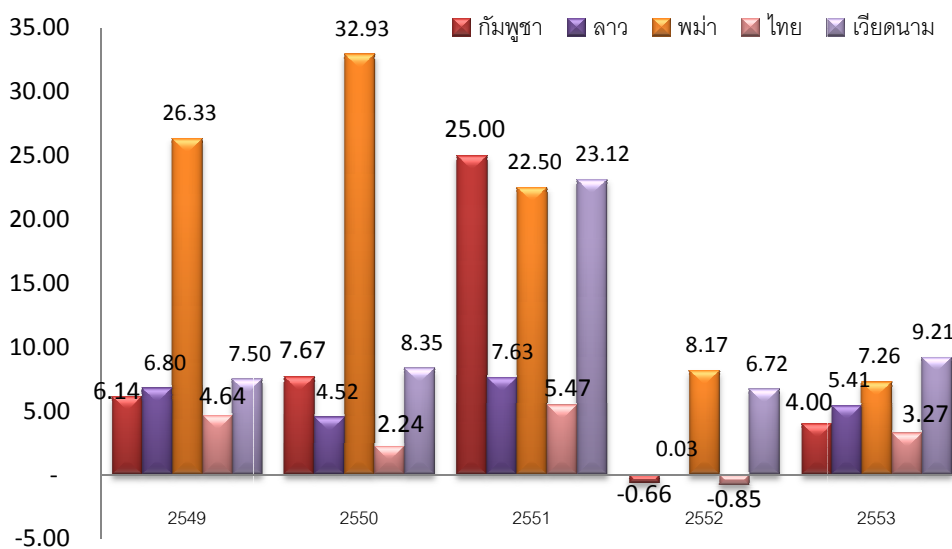


ที่มา: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2011

ขณะที่ ลาวกลับมีการปรับตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูงในช่วงปี 2552 เนื่องจากการวางนโยบายลดความยากจนของประเทศ และมีการส่งเสริมให้มีการค้าการลงทุนกับต่างประเทศเพิ่มขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของลาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดให้นักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาทำสัมปทานเหมืองแร่จากภาครัฐได้ รวมทั้งการให้อนุญาต (License) ในการลงทุนเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรแก่ประชาชนนักธุรกิจจากทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงปี 2553 พบว่า มีดัชนีการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวคือ ทั้งกลุ่มประเทศ CLMV และประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเป็นบวกทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับการปรับตัวของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนเช่นเดียวกัน อีกทั้งประเทศในกลุ่ม CLMV มีการเปิดประเทศจากการเจรจาทางการค้ารวมถึงได้สิทธิประโยชน์ทางการค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากสหรัฐอเมริกา และยุโรป ตลอดจนได้รับการช่วยเหลือ (Overseas Development Assistance) จากประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ในการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีแนวโน้มในการเข้ามาลงทุนจากประเทศดังกล่าวประเทศเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

แผนภาพที่ 2.2 อัตราการเติบโตของเงินเฟ้อ (ค่าเฉลี่ยราคาผู้บริโภค)



ที่มา: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2011

ในช่วงปี 2549 – 2551 นั้นประเทศพม่าเป็นประเทศที่มีเงินเฟ้อสูงมากอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตของเงินเฟ้อสูงเกินกว่าร้อยละ 20 โดยสูงที่สุดในปี 2550 มีอัตราการเติบโตสูงถึง ร้อยละ 32.93 ขณะที่ประเทศอื่น ๆ อยู่ในระดับไม่เกินร้อยละ 10 ทั้งสิ้น

อย่างไรก็ดี ในปี 2552 ซึ่งมีวิกฤติเศรษฐกิจภาวะเงินเฟ้อในแต่ละประเทศลดลงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกัมพูชา และไทย ซึ่งเกิดภาวะเงินฝืด หรือมีเงินเฟ้อ -0.66 และ -0.85 ตามลำดับ ขณะที่ประเทศพม่า เวียดนาม และลาว ก็มีเงินเฟ้อที่ลดลงจากปี 2551 อย่างชัดเจนเช่นเดียวกัน ต่อมาในปี 2553 ภาวะเงินเฟ้อของประเทศในกลุ่ม CLMV กลับมีอัตราเงินเฟ้อที่เป็นบวก ซึ่งเป็นสัญญาณทางเศรษฐกิจว่าประเทศต่าง ๆ เริ่มมีความต้องการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับอัตราเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศตามแผนภาพที่ 2.1 การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชียเพิ่มขึ้นตามลำดับ การเพิ่มขึ้นของระดับราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงซึ่งส่งผลต่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่พม่ามีการชะลอตัวทางเศรษฐกิจรวมทั้งความต้องการบริโภคของ

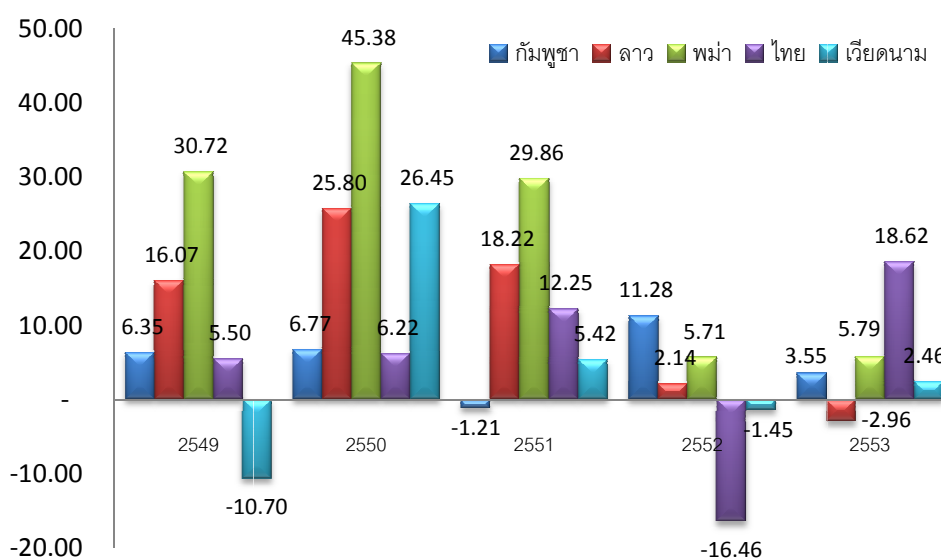
ประชาชนยังไม่เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อของประเทศลดลงเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่ม CLMV การเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อมาจากระดับราคาสินค้าสูงขึ้นอันเนื่องมาจากต้นทุนสินค้า (Cost push) ในการผลิตต่าง ๆ เพิ่มขึ้นตามภาวะทางเศรษฐกิจของโลก อาทิ น้ำมัน เหล็ก เป็นต้น

2.2 สถานการณ์การค้า

ประเทศในกลุ่ม CLMV เป็นฐานการผลิตรวมถึงการส่งออกที่สำคัญทั้งในภูมิภาคเอเชียและประเทศทางทวีปอเมริกา และยุโรป เนื่องจากได้รับสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ และประเทศในกลุ่ม CLMV มีทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมกับการลงทุนในเรื่องของสัมปทาน รวมทั้งเป็นแหล่งการผลิตที่จำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก (Labor Intensive) ในการผลิตสินค้า

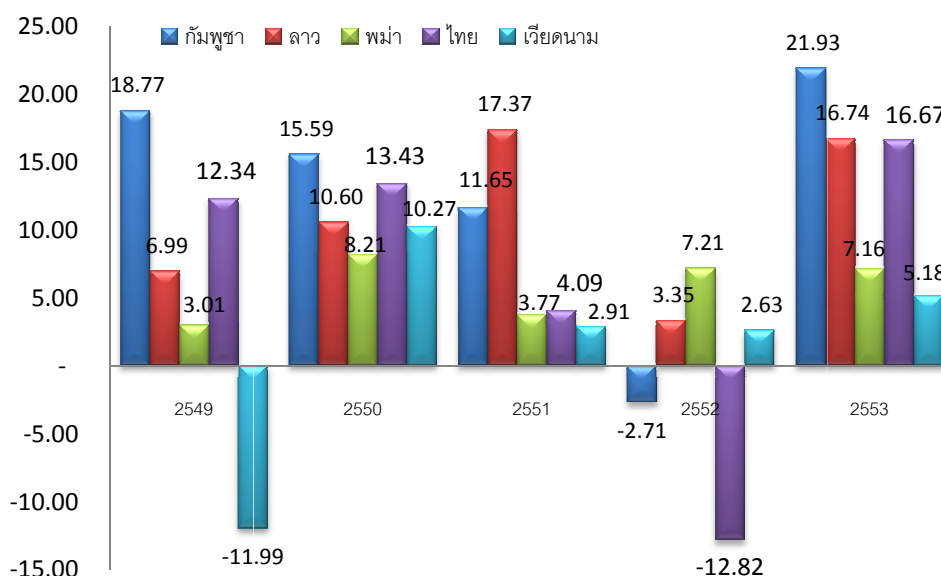
เมื่อพิจารณาภาวะการนำเข้าและส่งออกสินค้าของกลุ่มประเทศ CLMV แล้ว (แผนภาพที่ 2.3 และ 2.4) พบว่า ประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงจากประเทศที่ต้องพึ่งพิงการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เป็นประเทศที่เริ่มทำการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ปี 2550 ที่มีการนำเข้าลดลง และขณะเดียวกันมีการส่งออกมากขึ้น ทำนองเดียวกับประเทศลาวที่มีแนวโน้มการนำเข้าที่ลดลง และมีการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 ประเทศนี้เริ่มมีการเปิดประเทศ และมีการผลิตเพื่อการส่งออก ในส่วนของประเทศอื่น ๆ นั้น แนวโน้มของการนำเข้าและส่งออกจะเป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือ ในช่วงของวิกฤตเศรษฐกิจ เช่น ในปี 2551-2552 ที่ทุกประเทศมีการนำเข้าและการส่งออกในทิศทางที่ลดลงหรือมีการเติบโตที่ลดลงนั่นเอง

แผนภาพที่ 2.3 อัตราการเปลี่ยนแปลงของการนำเข้า



ที่มา: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2011

แผนภาพที่ 2.4 อัตราการเปลี่ยนแปลงของการส่งออก



ที่มา: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2011

สำหรับสินค้านำเข้าและส่งออกที่สำคัญของแต่ละประเทศนั้น จะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ค่าจ้างแรงงาน รวมถึงความสัมพันธ์กับต่างประเทศ และสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่ได้รับ ด้วยเหตุเหล่านี้จึงทำให้ประเทศ CLMV มีประเภทของสินค้า และคู่ค้าที่แตกต่างกันออกไป ดังจะแสดงรายละเอียดในลำดับต่อไป ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สินค้านำเข้าและส่งออกที่สำคัญ ของประเทศ CLMV

ประเทศ	การนำเข้า		การส่งออก	
	สินค้านำเข้า	แหล่งนำเข้า	สินค้าส่งออก	ตลาดส่งออก
กัมพูชา	รถยนต์ รถจักรยานยนต์และส่วนประกอบ น้ำมันเชื้อเพลิง บุหรี่ อาหาร และยารักษาโรค	เวียดนาม จีน ฮองกง ไทย และไต้หวัน	สิ่งทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	สหรัฐอเมริกา แคนาดา และอังกฤษ
ลาว	สินค้าทุน ปิโตรเลียม และวัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บ	ไทย เวียดนาม จีน และเกาหลีใต้	ทองคำและทองแดง ไม้ เสื้อผ้าสำเร็จรูป และกระแสไฟฟ้า	ไทย เวียดนาม ออสเตรเลีย และสหภาพยุโรป
พม่า	เครื่องจักร อุปกรณ์และวัสดุก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม	จีน สิงคโปร์ ไทย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้	ก๊าซธรรมชาติ น้ำมัน ข้าว ไม้ ัญชู่พืช อัญมณี และปลา	ไทย อินเดีย ฮองกง สิงคโปร์ และจีน
เวียดนาม	เครื่องจักรและอุปกรณ์ เหล็กและเหล็กกล้า เชื้อเพลิง ผ้าฝ้าย และคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	จีน อาเซียน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหภาพยุโรป	สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า อาหารทะเล น้ำมันดิบ และคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป อาเซียน ญี่ปุ่น และจีน

ที่มา : EXIM Bank, Trade and Investment Guidebook, July 2011.

เมื่อพิจารณาสินค้านำเข้าและส่งออกที่สำคัญของประเทศในกลุ่ม CLMV แล้วจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่ของสินค้านำเข้าจะเป็นสินค้าทุน เช่น เครื่องจักร วัสดุก่อสร้าง น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำเข้าเพื่อพัฒนาประเทศ และผลิตเป็นสินค้า อันเป็นผลมาจากการลงทุนจากต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้ามาในประเทศ ทำให้ในบางประเทศ เช่น ลาว และเวียดนาม เริ่มมีการทำการผลิตเพื่อการส่งออก

ขณะที่ในส่วนของสินค้าส่งออก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่ใช้แรงงานในการผลิตจำนวนมาก เช่น สิ่งทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ไม้ เป็นต้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศเหล่านี้ยังคงมีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ ประกอบการที่บางประเทศได้รับสิทธิพิเศษทางศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences: GSP) จากประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เป็นต้น ทำให้มีช่องทางในการส่งออกไปยังตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น สำหรับสินค้าส่งออกอื่น ๆ นั้นจะขึ้นอยู่กับทรัพยากรในแต่ละประเทศเป็นสำคัญ เช่น ประเทศลาว มีทองคำและทองแดงจำนวนมาก ประเทศพม่า ที่มีก๊าซธรรมชาติจำนวนมาก เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักลงทุนชาวต่างชาติเข้าไปลงทุน

2.3 สถานการณ์การลงทุน

จากการศึกษาความได้เปรียบทางการค้า และจุดแข็งในเบื้องต้นของประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศ CLMV ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมาแล้วนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่ามูลเหตุการเพิ่มปริมาณการค้าระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์โดยตรงจากความได้เปรียบ 2 ประการ คือ การอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต และการมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าโดยเปรียบเทียบ นำไปสู่การเพิ่มการลงทุนจากต่างประเทศของประเทศในกลุ่ม CLMV ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงทำการสรุปภาพรวมภาวะการลงทุนที่เกิดขึ้นในแต่ละประเทศ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.3.1 กัมพูชา

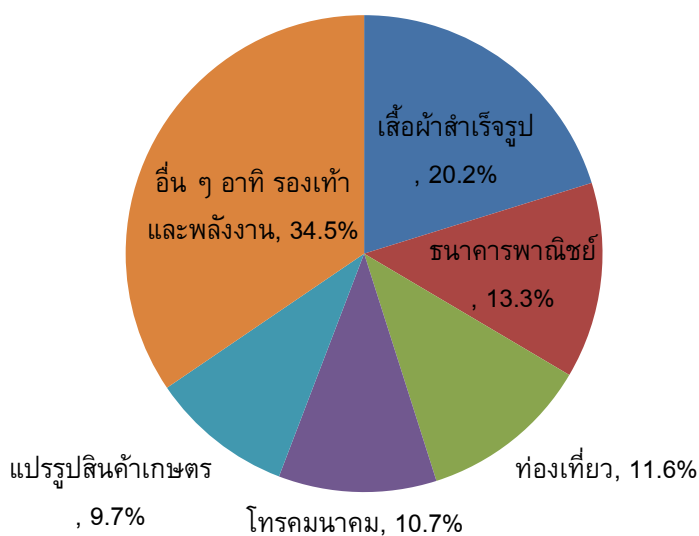
กัมพูชา มีปัจจัยดึงดูดการลงทุน ได้แก่ การมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เช่น ไม้ และแร่รัตนชาติจำนวนมาก มีความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว มีนโยบายสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ มีค่าจ้างแรงงานอยู่ในระดับต่ำ การได้รับความช่วยเหลือจากต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น ADB และ World Bank มีการทำข้อตกลงด้านการลงทุนกับประเทศต่าง ๆ เช่น อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รับสิทธิ GSP จากประเทศพัฒนาแล้วกว่า 20 ประเทศ ทำให้นักลงทุนต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิตมายังกัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษด้านภาษีเมื่อส่งออกสินค้า

ตั้งแต่ประเทศกัมพูชาเปิดรับการลงทุนจากต่างประเทศเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2537 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2553 พบว่า คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของกัมพูชา (Cambodian Investment Board: CIB) อนุมัติโครงการส่งเสริมการลงทุนทั้งสิ้น 1,830 โครงการ คิดเป็นเงินมูลค่าการลงทุน 8,470.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในปี 2553 พบว่า การลงทุนส่วนใหญ่จากต่างประเทศของกัมพูชา จะอยู่ในหมวดเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองลงมาได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ ท่องเที่ยว และโทรคมนาคม ตามลำดับ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการลงทุนจากต่างประเทศส่วนใหญ่จะอยู่ในอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 29.9 (เสื้อผ้าสำเร็จรูป และการแปรรูปสินค้าเกษตร)

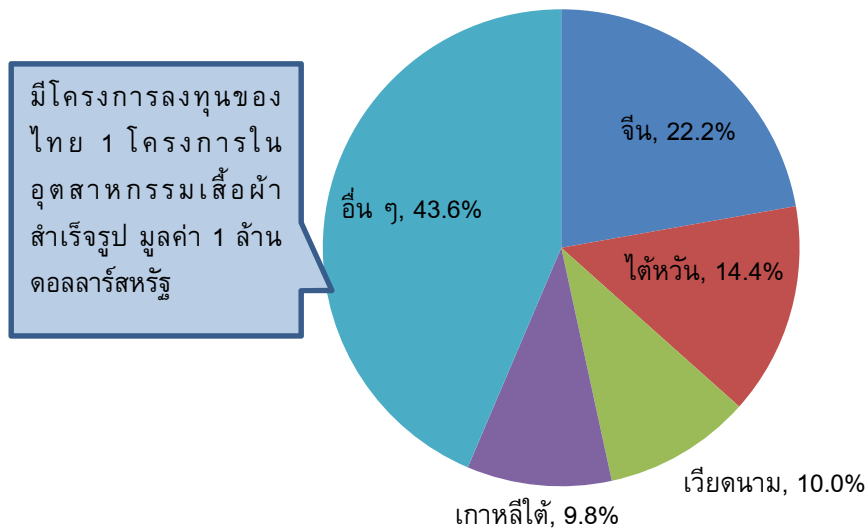
ประเทศที่เข้าไปลงทุนในกัมพูชามากที่สุด ในปี 2553 คือ ประเทศจีน รองลงมาได้แก่ ประเทศไต้หวัน เวียดนาม และเกาหลีใต้ ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศไทยเองก็ได้มีการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำนวน 1 โครงการในปีนั้นเช่นกัน

**แผนภาพที่ 2.5 มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศของประเทศกัมพูชา
แยกตามประเภทธุรกิจ ปี 2553**



ที่มา : คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของกัมพูชา (CIB)

แผนภาพที่ 2.6 มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกตามประเทศปี 2553



มีโครงการลงทุนของ
ไทย 1 โครงการใน
อุตสาหกรรมเสื้อผ้า
สำเร็จรูป มูลค่า 1 ล้าน
ดอลลาร์สหรัฐ

ที่มา : คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนของกัมพูชา (CIB)

2.3.2 ลาว

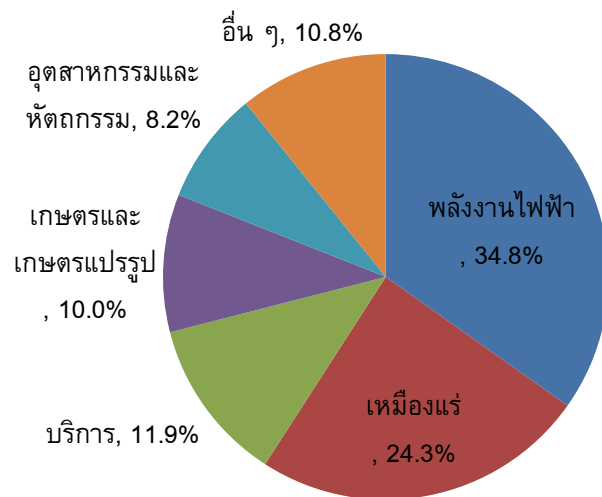
ประเทศลาว ปัจจุบันได้มีการพลิกโอกาสจากการเป็นประเทศ Landlocked Country มาเป็นประเทศ Landlinked Country กับกลุ่มประเทศอินโดจีนหลังจากได้พัฒนาเส้นทางเชื่อมกับประเทศต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และมีการตั้งเป้าหมายการเป็น “Battery of Asia” ภายในปี 2563 โดยมีโครงการก่อสร้างเขื่อนผลิตกระแสไฟฟ้าพลังน้ำเพิ่มขึ้นกว่า 60 โครงการ นอกจากนี้ ประเทศลาวยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เอื้อต่ออุตสาหกรรมการผลิตและการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม จากการที่ประเทศลาวมีการปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ อย่างจริงจัง เพื่อรองรับการเข้าเป็นสมาชิก WTO ทำให้นักลงทุนต่างชาติเริ่มหลั่งไหลเข้าไปลงทุนทำธุรกิจในลาวอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจที่มีการลงทุนจากต่างประเทศมากที่สุด คือ ธุรกิจด้านพลังงานไฟฟ้า รองลงมา ได้แก่ เหมืองแร่ บริการ เกษตรและเกษตรแปรรูป และอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่า หากพิจารณาเฉพาะการผลิตที่เกี่ยวข้องกับกับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรแล้ว พบว่า มีการลงทุนคิดเป็นร้อยละ 18.2 ซึ่งถือว่าเป็นอันดับ 3 รองจากพลังงานไฟฟ้า และเหมืองแร่

ประเทศที่มีมูลค่าการลงทุนในประเทศลาวมากที่สุด คือ ประเทศจีน รองลงมาได้แก่ เวียดนาม ไทย เกาหลีใต้ และฝรั่งเศส ตามลำดับ โดยในช่วงปี 2549-2553 ประเทศจีนและเวียดนามเริ่มเข้ามาลงทุนในประเทศลาวอย่างมาก ทำให้กลายเป็นผู้ลงทุนในอันดับ 1 และ 2 แทนที่ประเทศไทยที่มีการลงทุนมากเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอด สำหรับอุตสาหกรรมที่ประเทศจีนและเวียดนามเข้ามาลงทุนนั้น

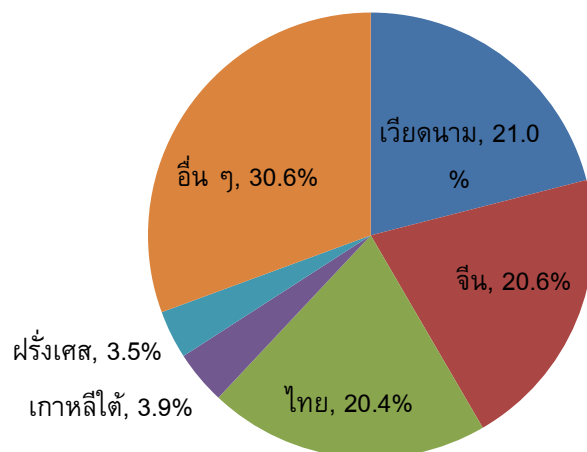
ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในธุรกิจเกษตรและเกษตรแปรรูป และเหมืองแร่ และเริ่มขยายการลงทุนไปในโครงการก่อสร้างเขื่อนผลิตกระแสไฟฟ้ามากขึ้น

แผนภาพที่ 2.7 มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกตามรายสาขา ปี 2543 ถึงกันยายน 2553



ที่มา : Office of Commercial Affairs, สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ นครเวียงจันทน์

แผนภาพที่ 2.8 มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ จำแนกรายประเทศ ปี 2543 ถึงกันยายน 2553



ที่มา : Office of Commercial Affairs, สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ นครเวียงจันทน์

2.3.3 พม่า

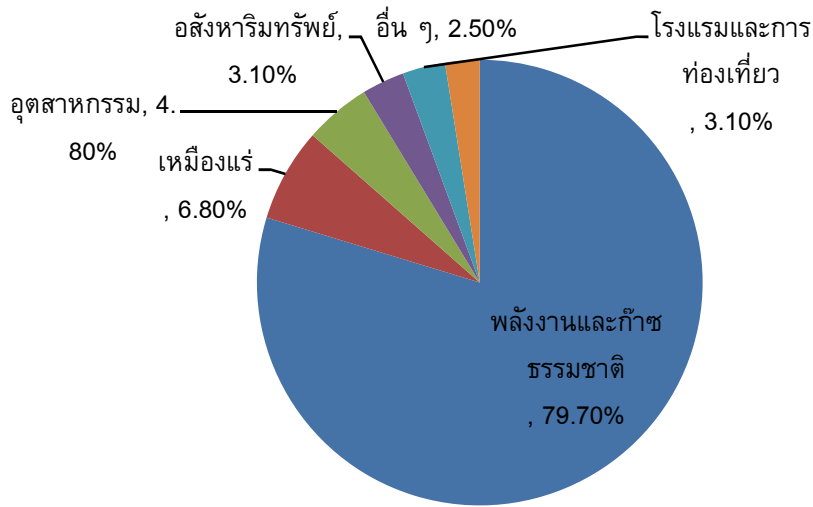
ประเทศพม่านั้นว่าเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจในการเข้าไปทำธุรกิจ ทั้งด้านค้าขายและการลงทุน เนื่องจากปัจจัยหลายประการ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะก๊าซธรรมชาติ การมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ แม้ว่าประเทศพม่าจะประสบปัญหาเรื่องสภาพลักษณะในการบริหารประเทศของรัฐบาลทหารจนนำไปสู่การคว่ำบาตรทางการค้ากับหลาย ๆ ประเทศ แต่รัฐบาลพม่าได้พยายามเปิดประเทศมากขึ้น โดยมีการเข้าเป็นสมาชิกองค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจและสังคมเพิ่มขึ้นโดยตลอด รวมทั้งมีนโยบายการเปิดเสรีด้านการลงทุน และปฏิรูปประเทศให้มีความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการเร่งปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เพื่อสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับประเทศอื่น ๆ รองรับการค้าการลงทุนที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

นับตั้งแต่เริ่มใช้กฎหมายการลงทุนต่างชาติเมื่อปลายปี 2531 จนถึงสิ้นเดือนมกราคม 2554 พบว่าธุรกิจที่มีการลงทุนจากต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในธุรกิจพลังงานและก๊าซธรรมชาติ เป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 79.7 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศพม่ามีก๊าซธรรมชาติเป็นจำนวนมาก รองลงมาได้แก่ ธุรกิจเหมืองแร่ อุตสาหกรรม และอสังหาริมทรัพย์ ตามลำดับ

ทั้งนี้ สาเหตุของข้อมูลการลงทุนที่เกี่ยวกับภาคการเกษตรและแปรรูปสินค้าเกษตรในประเทศพม่าค่อนข้างต่ำอาจเป็นผลจากสาเหตุ 2 ประการที่พึงระวังในการพิจารณา คือ 1) ข้อมูลที่พม่ารายงานยังไม่เป็นปัจจุบัน 2) มีการลงทุนน้อยในภาคเกษตรและการแปรรูปอย่างชัดเจน หากแต่พื้นฐานทางเศรษฐกิจของพม่ากลับแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงบทบาทความสำคัญในภาคเหมืองแร่ซึ่งสะท้อนแนวทางการพัฒนาและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตามในแง่ของการลงทุนในภาคการเกษตรนั้นถือได้ว่าประเทศพม่ายังมีพื้นที่รองรับการลงทุนในภาคการเกษตรอยู่มากสำหรับประเทศไทยในอนาคต

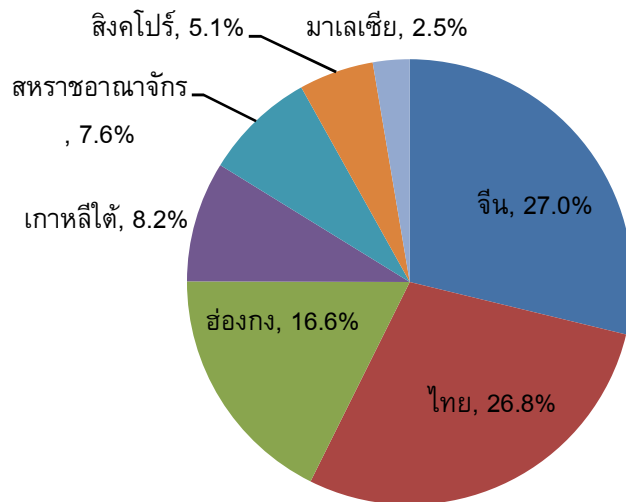
ประเทศที่มีการเข้ามาลงทุนในประเทศพม่ามากที่สุด คือ ประเทศจีน รองลงมาได้แก่ ประเทศไทย ฮองกง และเกาหลีใต้ ตามลำดับ

แผนภาพที่ 2.9 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศของพม่า จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ที่มา : The Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry (UMFCCI)
 หมายเหตุ : นับตั้งแต่เริ่มใช้กฎหมายการลงทุนต่างชาติเมื่อปลายปี 2531 ถึงสิ้นเดือนมกราคม 2554

แผนภาพที่ 2.10 การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จำแนกตามประเทศผู้ลงทุน



ที่มา : The Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry (UMFCCI)
 หมายเหตุ : นับตั้งแต่เริ่มใช้กฎหมายการลงทุนต่างชาติเมื่อปลายปี 2531 ถึงสิ้นเดือนมกราคม 2554

2.3.4 เวียดนาม

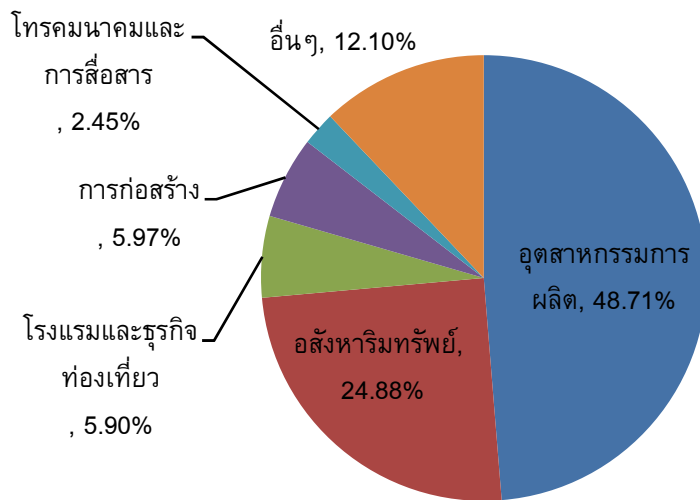
ประเทศเวียดนามจัดเป็นประเทศ Middle income ซึ่งการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม รวมถึงการศึกษาเวียดนามเริ่มพัฒนาความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุน เริ่มตั้งแต่เวียดนามปฏิรูปเศรษฐกิจโดยใช้นโยบายโดยอ้อม “ Doi Moi ” ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2529 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงระบบจากการวางแผนส่วนกลางมาสู่ระบบตลาดเสรีภายใต้การควบคุมของรัฐบาล มีการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น รวมถึงการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจ และส่งเสริมการค้าการลงทุนจากต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม เวียดนามประสบปัญหาการขาดดุลการค้ามาโดยตลอด เนื่องจากมีการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตและสินค้าทุนจากต่างประเทศเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัญหาค่าเงินอ่อน และปัญหาเงินเฟ้อ ซึ่งเป็นผลพวงจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว แต่ถึงกระนั้นประเทศเวียดนามก็ยังคงถูกมองว่าเป็นเสือเศรษฐกิจตัวใหม่แห่งเอเชีย และเป็นเป้าหมายของนักลงทุนต่างชาติทั่วโลก โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่

- การเป็นประเทศที่มีแหล่งวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะผลผลิตทางการเกษตร
- การมีแรงงานเป็นจำนวนมาก และมีค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำ
- การมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเข้าเป็นสมาชิก WTO
- การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคอย่างต่อเนื่อง
- มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก เอื้อต่อการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ
- มีนิคมอุตสาหกรรมจำนวนมาก ซึ่งมีการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีที่มากกว่าการทำธุรกิจนอกนิคมฯ

การลงทุนจากต่างประเทศในประเทศเวียดนามมีมูลค่าการลงทุนรวมทั้งตั้งแต่ปี 2531-2553 ทั้งสิ้น 194.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งหมด 12,575 โครงการ อุตสาหกรรมที่มีการลงทุนสูงที่สุด คือ อุตสาหกรรมการผลิต รองลงมาคือ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยว และการก่อสร้าง ตามลำดับ ทั้งนี้ พบว่า อุตสาหกรรมที่นักลงทุนไทยนิยมเข้าไปลงทุนในประเทศเวียดนาม คือ อุตสาหกรรมเกษตร พลาสติก ชิ้นส่วนยานยนต์ เคมีภัณฑ์ รองเท้า และอัญมณี เป็นต้น

สำหรับประเทศที่มีการลงทุนในเวียดนามมากที่สุด คือ เกาหลีใต้ รองลงมาได้แก่ ไต้หวัน มาเลเซีย และญี่ปุ่น ตามลำดับ

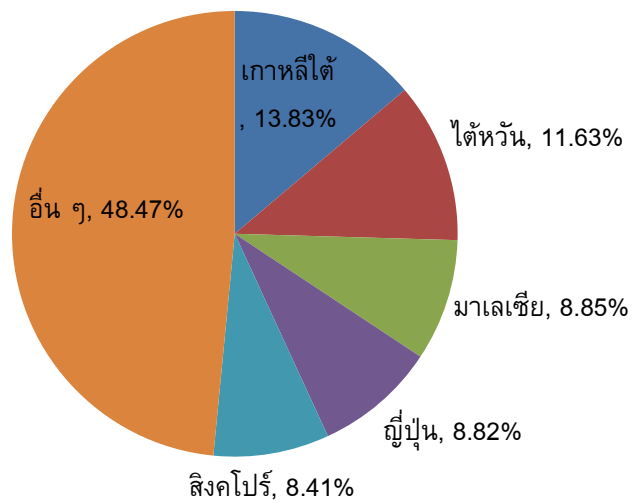
แผนภาพที่ 2.11 สัดส่วนมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศ



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์

หมายเหตุ : ข้อมูลการลงทุนสะสมของประเทศเวียดนามถึงวันที่ 21 ธันวาคม 2553

แผนภาพที่ 2.12 สัดส่วนการลงทุนจากต่างประเทศสะสมของเวียดนาม (ปี 2531-2553)



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโฮจิมินห์

2.4 สรุปภาพรวมข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศ CLMV

จากการทบทวนข้อมูลการค้าการลงทุนตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานทั้งในแง่ความได้เปรียบ และจุดอ่อนที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าไปลงทุนในแต่ละประเทศดังกล่าว ดังนั้น ข้อสรุปสำคัญในแง่โอกาสการลงทุนที่ภาคธุรกิจต้องพึงพิจารณาเป็นอันดับแรกประกอบไปด้วย

- 1) ภาคการผลิตของ CLMV เป็นการผลิตที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น ดังนั้น อุตสาหกรรมที่จะเข้าไปลงทุนจึงจำเป็นต้องนำจุดแข็งดังกล่าวมาใช้ประโยชน์สูงสุด และเหมาะสมกับทักษะในการผลิตของแรงงานในแต่ละประเทศ ในทางกลับกันด้วยความได้เปรียบด้านแรงงานดังกล่าวยังมีต้นทุนแฝงในการลงทุน คือ ต้นทุนทางด้านเทคโนโลยี และการพัฒนาทักษะแรงงานให้เข้ากับประเภทการผลิตต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าไปตั้งฐานการผลิตในประเทศนั้น ๆ เป็นอันมาก
- 2) สำหรับการลงทุนด้านการเกษตรในบางประเทศยังไม่มีเปิดประเทศ เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างชาติมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเหมาะสมในเชิงพื้นที่สำหรับการเพาะปลูก เนื่องจากภาคการผลิตการเกษตรเป็นภาคการผลิตที่ผูกติดกับพื้นที่ภูมิศาสตร์โดยตรง ดังนั้นการกระทำใด ๆ นักลงทุนจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงความเหมาะสมในแง่ของข้อจำกัดในทางกฎหมาย ระเบียบอนุญาตต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าวด้วย
- 3) แม้ว่าประเทศในกลุ่ม CLMV จะยังมีช่องว่างเพื่อให้ภาคธุรกิจเข้าไปลงทุนในภาคการเกษตรอยู่มาก แต่อย่างไรก็ตามการลงทุนดังกล่าวย่อมเป็นที่สนใจของนักลงทุนอื่น ๆ ด้วย ดังนั้น ภาคธุรกิจที่จะเข้าไปลงทุนจึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์คู่แข่งและความพร้อมของตนเองอย่างละเอียด เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนสูงสุด

ดังนั้น จากการทบทวนข้อมูลเบื้องต้นในบทที่ 2 จึงนำไปสู่การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในสินค้าเกษตรและการแปรรูปในเนื้อหาส่วนถัดไป อีกทั้งยังมีการวิเคราะห์ SWOT Analysis โดยพิจารณาปัจจัยที่ไม่ใช่ปัจจัยทางเศรษฐกิจในแต่ละประเทศประกอบอีกด้วย

บทที่ 3

อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

3.1 การแปรรูปสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

การแปรรูปสินค้าเกษตรถือเป็นกระบวนการหนึ่งทางการตลาดในการสร้างอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปร่างและลักษณะของสินค้า ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ยิ่งกว่านั้นสินค้าเกษตรส่วนใหญ่เมื่อแปรรูปแล้วสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ทำให้มีมูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้น

ความหมายของการแปรรูป (Processing) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ โดยมีความสำคัญของการแปรรูปสินค้าในทางเศรษฐศาสตร์ คือ

- 1) การแปรรูปทำให้มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้น (**Value Added**) ในกระบวนการผลิตเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับปัจจัยการผลิต คือ การนำสินค้าที่เป็น “วัตถุดิบ” แปรรูปเป็น “ปัจจัยการผลิต” เพื่อพร้อมในกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมต่างๆ ต่อไป ในกรณีกาแฟ
- 2) การแปรรูปช่วยทำให้มีการเก็บรักษาสินค้าเกษตรไว้ได้นานยิ่งขึ้น เนื่องจากสินค้าเกษตรมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ ด้วยการผลิตเป็นไปตามฤดูกาล และมีการเน่าเสียหลังการเก็บเกี่ยว ด้วยเหตุนี้ลักษณะราคาสินค้าเกษตรโดยทั่วไปจึงมีการเปลี่ยนแปลงระดับราคาสินค้าค่อนข้างมาก ดังนั้น การแปรรูปสินค้า จะทำให้สินค้าสามารถทยอยเข้าสู่ตลาดสินค้าประเภทนั้น ๆ ซึ่งสามารถลดความผันผวนของราคาได้ในระดับหนึ่ง
- 3) การแปรรูปทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเกษตรลดลง ด้วยลักษณะพิเศษของสินค้าเกษตรที่การเก็บเกี่ยวจะมีส่วนประกอบของผลผลิตที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ส่วนหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อการขนส่งที่กินเนื้อที่มากส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้นในการขนส่งจึงทำให้โดยทั่วไปสินค้าเกษตรจึงมักมีการแปรรูปเพื่อความสะดวกในการขนส่งไประดับหนึ่งก่อน สำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่มีเศรษฐกิจด้านการเกษตรเป็นพื้นฐานพบว่า ปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ ต้นทุนการขนส่ง ดังนั้น การแปรรูปจึงเป็นวิธีการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการคัดเลือกสถานที่ตั้งของโรงงานแปรรูป วิธีการขนส่งซึ่งมีอย่างหลากหลายตามบริบทของแต่ละประเภทสินค้าและความสะดวกในการขนส่งอีกด้วย

- 4) การแปรรูปก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง ประกอบไปด้วยธุรกิจต่อเนื่องก่อนการแปรรูป และหลังจากการแปรรูป เนื่องจาก อุตสาหกรรมเกษตรมีความเฉพาะตัวของ กระบวนการผลิตและต้องลงทุนสูง

สำหรับธุรกิจต่อเนื่องก่อนการแปรรูป ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปจะมีการเตรียมความพร้อมในกระบวนการผลิตและวางแผนการจัดหาสินค้าต่อเนื่อง หรือใช้ประกอบเป็นจำนวนมาก อีกทั้งต้องคำนึงถึงความสม่ำเสมอของสินค้าดังกล่าวอย่างมาก แนวทางการลงทุนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจึงอาจเลือกผลิต วัตถุดิบเองบางส่วน หรืออาจจำเป็นต้องทำสัญญาตกลงกับผู้ผลิตวัตถุดิบอื่นๆ อาทิ สัญญาการส่งมอบวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรอง ประกอบกับการวางแผนพัฒนาดำเนินการ ผลิตสินค้าเกษตรของประเทศให้มีความเหมาะสมกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องตามไปด้วย ภายใต้การจัดการและการควบคุมของโรงงานแปรรูป

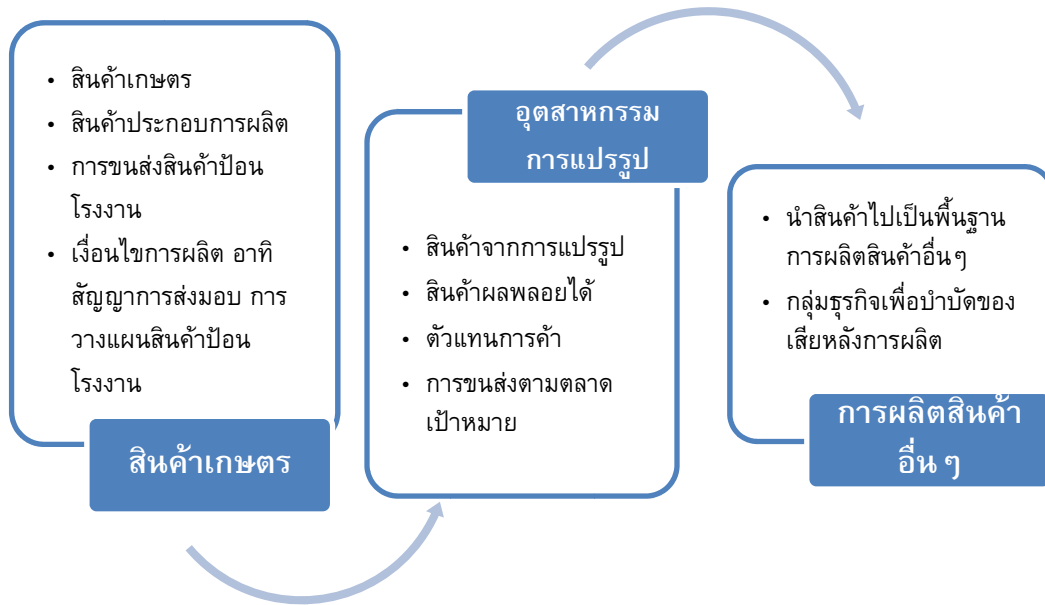
สำหรับธุรกิจต่อเนื่องหลังจากการแปรรูป พิจารณาได้จากกระบวนการทางการตลาดของสินค้าชนิดนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น การส่งออกซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ ตัวแทนผู้จัดการส่งออกให้ หรือในกรณีการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศก็จะเกี่ยวข้องกับตัวแทนผู้จัดจำหน่าย โดยกระบวนการตลาดก็มีความแตกต่างกันไปตามประเภทสินค้าด้วยเช่นกัน

กลุ่มธุรกิจระหว่างการแปรรูป ได้แก่ ธุรกิจของผลิตผลพลอยได้ และสิ่งที่เหลือจากการผลิตโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรหลายชนิด ตัวอย่างเช่น โรงงานน้ำตาล มีชานอ้อยและกากน้ำตาลเป็นผลผลิตพลอยได้ กากน้ำตาลสามารถนำไปใช้ในธุรกิจอื่นที่ต่อเนื่อง เช่น ใช้ผสมอาหารสัตว์ ผงชูรส และแอลกอฮอล์ ชานอ้อยใช้เป็นเชื้อเพลิง ใช้ในอุตสาหกรรมทำกระดาษและไม้อัด โรงงานฆ่าไก่ผลิตผลพลอยได้ ได้แก่ เลือด ขน เครื่องใน หัว และอื่น ๆ เลือดและขนสามารถนำไปแปรรูปต่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ เครื่องในบางส่วน ขายให้กับผู้เลี้ยงสัตว์น้ำ เป็นต้น

นอกจากผลิตผลพลอยได้แล้ว กลุ่มธุรกิจอื่นๆ หลังกระบวนการผลิต เนื่องจาก ภายหลังจากการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรมักเกิดของเสียจากอุตสาหกรรมสูงก่อให้เกิด ปัญหามลภาวะต่างๆ ตามมา ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสำคัญอีกประการคือ ธุรกิจที่ เกี่ยวกับการบำบัดปัญหามลพิษ อาทิ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตอาจ ดำเนินการเองหรือมีการว่าจ้างหน่วยธุรกิจอื่นทำหน้าที่แทน

- 5) การแปรรูปทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ภายหลังจากการแปรรูปสินค้าชนิดหนึ่งแล้ว ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งทำให้เกิด สินค้าชนิดใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ยังมีปัจจัยเกี่ยวเนื่องจากระดับ เทคโนโลยีหรือเทคนิคการผลิตที่สามารถใช้เพิ่มมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นต่อไป

แผนภาพที่ 3.1 อุตสาหกรรมต่อเนื่องอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป



ประเภทของอุตสาหกรรมเกษตร

หากแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมเกษตรตามพื้นฐานอุตสาหกรรม (Primary Industry) แล้ว อุตสาหกรรมเกษตรจะจัดอยู่ในประเภทอุตสาหกรรมการผลิตซึ่งการผลิตจะประกอบไปด้วยกระบวนการ ได้แก่ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ และการทำประมง

นอกจากนี้ การแปรรูปสินค้าเกษตรยังสามารถแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมเกษตรได้อีก 2 ประเภท ได้แก่ 1) ตามลักษณะของการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ 2) ตามกำลังผลิตของเครื่องจักรและอุปกรณ์ ดังนี้

ก. การแบ่งตามลักษณะของการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย ได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมอาหาร** หมายถึงอุตสาหกรรมเกษตรที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารและน้ำ ซึ่งมนุษย์ใช้กินและดื่ม ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูป และ ผลิตภัณฑ์อาหารดิบ เช่น นมชั้นหวานกระป๋อง หรือปลากระป๋อง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร กึ่งสำเร็จรูป และข้าวสารหรือแป้งสาลี ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารดิบ กาแฟรูปแบบต่าง ๆ อาทิ กาแฟซอง การแพรรวมดื่ม เป็นต้น
- 2) อุตสาหกรรมกึ่งอาหาร** หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อใช้เป็นส่วนประกอบกับสินค้าประเภทอื่น ๆ หรือใช้สำหรับการปรุงแต่งอาหาร หรือมีความจำเป็นต้องใช้เพื่อความสมบูรณ์ทางโภชนาการและเพื่อให้เกิดคุณค่าทางอาหาร หรือมีความจำเป็นต้องใช้เพื่อกรรมวิธีในการแปรรูปของ อุตสาหกรรมอาหาร เช่น น้ำตาลทราย น้ำมันพืชหรือไขมันที่

ใช้ในการปรุงแต่งอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม เช่น ชา กาแฟ โกโก้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ให้กลิ่นรส วิตามิน เกลือแร่ และกรดอะมิโน เพื่อความสมบูรณ์ทางโภชนาการและคุณค่าทางอาหาร และสีผสมอาหารหรือสารเจือปน ที่จำเป็นต้องใช้ในกรรมวิธีแปรรูปอาหารหรืออุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น เบียร์และเหล้า เป็นต้น

- 3) **อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร** หมายถึง การใช้สินค้าเกษตรแปรรูปสำหรับการผลิตสินค้าที่ไม่ใช่การบริโภคโดยตรง ตัวอย่างอุตสาหกรรมในลักษณะดังกล่าว ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แก่ อุตสาหกรรมทอผ้า ซึ่งใช้ฝ้ายเป็นวัตถุดิบหลัก อุตสาหกรรมกระดาษ ที่ใช้ปอเป็นวัตถุดิบ อุตสาหกรรมกระดาษและเยื่อ อุตสาหกรรมเอทิลแอลกอฮอล์ เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิง อุตสาหกรรมฟอกหนัง และยังมีอุตสาหกรรมที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มนุษย์จำเป็นต้องใช้ เพื่อการดำรงชีวิตอีกอย่างหนึ่ง คือ อุตสาหกรรมเภสัชกรรม

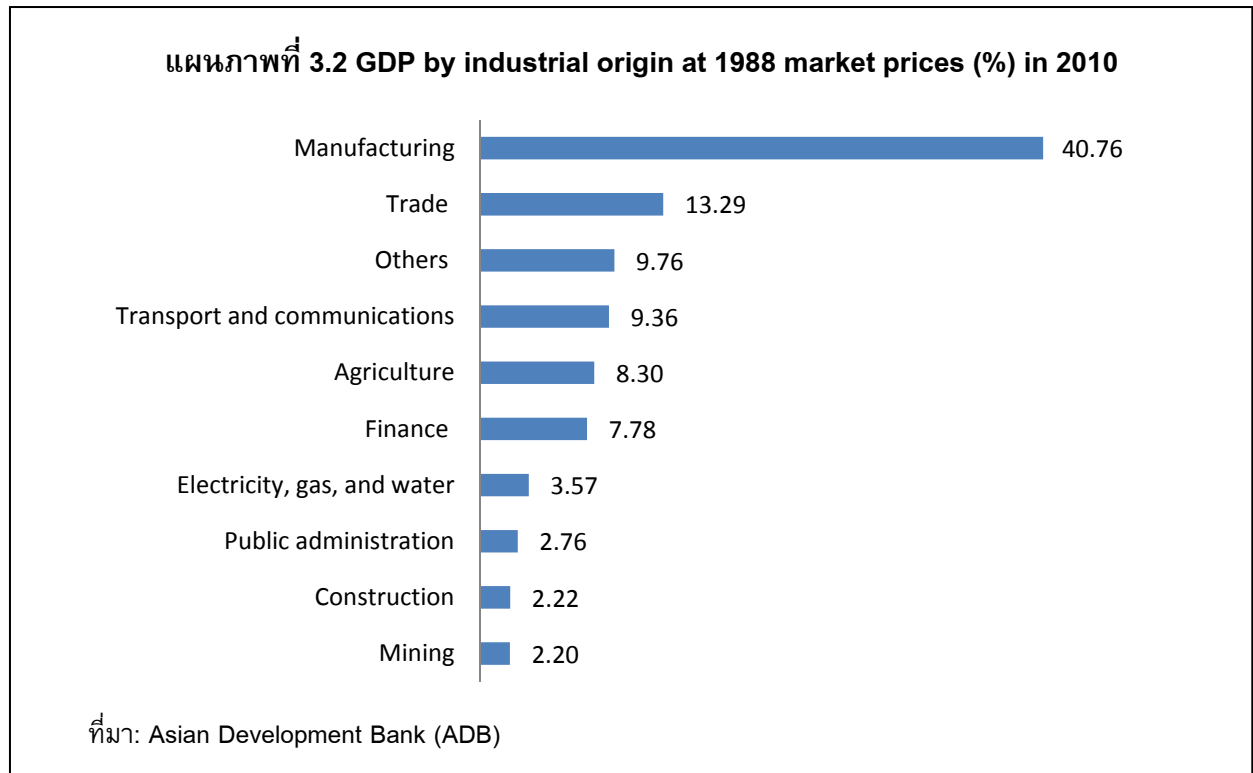
ข. อุตสาหกรรมเกษตรแบ่งตามขนาดของกำลังผลิตของเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตจะแบ่งออกได้ 2 ชนิด คือ

- 1) **อุตสาหกรรมเกษตรขนาดเล็ก¹** คือ อุตสาหกรรมเกษตรที่มีกำลังผลิตขนาดเล็ก ซึ่งนอกเหนือจากการใช้กำลังแรงงานเป็นหลักในการผลิตแล้ว ยังมีลักษณะการทำธุรกิจในเชิงอุตสาหกรรมประกอบ อาทิ การนำเครื่องจักรมาใช้เป็นเครื่องทุ่นแรงคนงาน มีการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจเบื้องต้นและดำเนินการด้านการตลาด และการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อให้การผลิตสามารถดำเนินไปได้โดยต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่า โดยทั่วไปแล้ว อุตสาหกรรมเกษตรขนาดเล็กส่วนใหญ่มักมีปัญหาในด้านการดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการผลิต การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์และในเรื่องตลาดจึงนำไปสู่ความต้องการได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจ
- 2) **อุตสาหกรรมเกษตรขนาดใหญ่** หมายถึง อุตสาหกรรมเกษตรที่ดำเนินการผลิตโดยใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ขนาดใหญ่มีการลงทุนสูงเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก (Mass Productions) และอาจดำเนินการผลผลิตผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบจากผลพลอยได้ หรือของเหลือ จากการผลิตสินค้าหลักของตนเอง นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเกษตรขนาดใหญ่ส่วนมากจะมีแหล่งผลิตวัตถุดิบของตนเองเพื่อรักษามาตรฐานและความสม่ำเสมอในกระบวนการผลิตป้อนเข้าสู่โรงงาน และให้เกิดความคุ้มค่าจากการลงทุนมากที่สุด

¹ อุตสาหกรรมขนาดเล็กมีความแตกต่างกับอุตสาหกรรมในครอบครัว กล่าวคือ อุตสาหกรรมในครัวเรือนเน้นการผลิตโดยจำกัดอยู่ในระดับครัวเรือนและอาศัยแรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นสำคัญโดยมีเป้าหมายเพื่อผลิตใช้เองภายในครอบครัว หรือผลิตขึ้นจำหน่ายเป็นอาชีพ

3.2 สัดส่วนภาคการผลิตของประเทศไทย และประเทศในกลุ่มประเทศ CLMV

3.2.1 ประเทศไทย

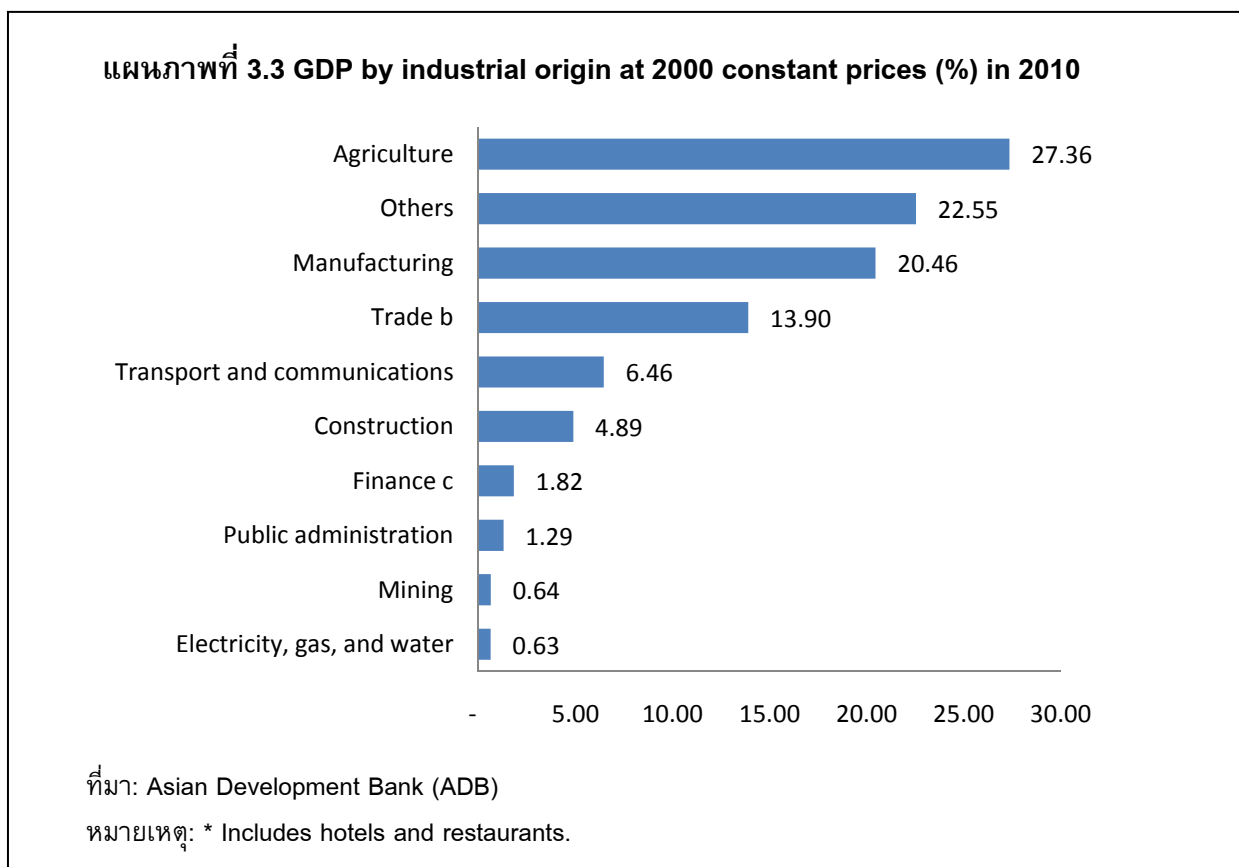


สำหรับประเทศไทยภาคเกษตร (Agriculture) ของไทยในปัจจุบันมีขนาดสัดส่วนเพียงร้อยละ 8.30 ในปี 2010 หรือเป็นอันดับที่ 5 ของภาคการผลิตของประเทศ อย่างไรก็ตามแม้ว่าโครงสร้างการผลิตภาคการเกษตรจะลดลงจากอดีตเป็นอันมากแต่ในทางปฏิบัติแล้วภาคเกษตรของไทยยังถือเป็นภาคการผลิตพื้นฐานที่สำคัญของประเทศซึ่งโดยข้อเท็จจริงแล้วข้อมูลสถิติการเกษตรส่วนหนึ่งถูกส่งไปยังการผลิตภาคอุตสาหกรรมโดยตรงเพื่อเข้าสู่กระบวนการแปรรูป ดังนั้น ด้วยเงื่อนไขดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันประเทศไทยมิใช่ผู้นำทางด้านส่งออกวัตถุดิบหรือเป็นพื้นที่ผลิตวัตถุดิบหากแต่แนวโน้มการผลิตของไทยได้เข้าสู่การเป็นประเทศผู้นำด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปของโลกและมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการผลิตเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ จุดแข็งสำคัญของไทยจากการมีทักษะความชำนาญในการแปรรูปถือเป็นพื้นฐานสำคัญที่มีอยู่ในภาคการผลิตของไทยซึ่งสามารถนำทักษะความชำนาญในอุตสาหกรรมแปรรูปดังกล่าวไปปรับใช้ในการผลิตนอกพื้นที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งมีข้อได้เปรียบในเรื่องความอุดมสมบูรณ์และค่าแรงซึ่งจะทำให้พื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงกลายเป็นฐานการผลิตสินค้าแปรรูปที่สำคัญของโลกในอนาคต

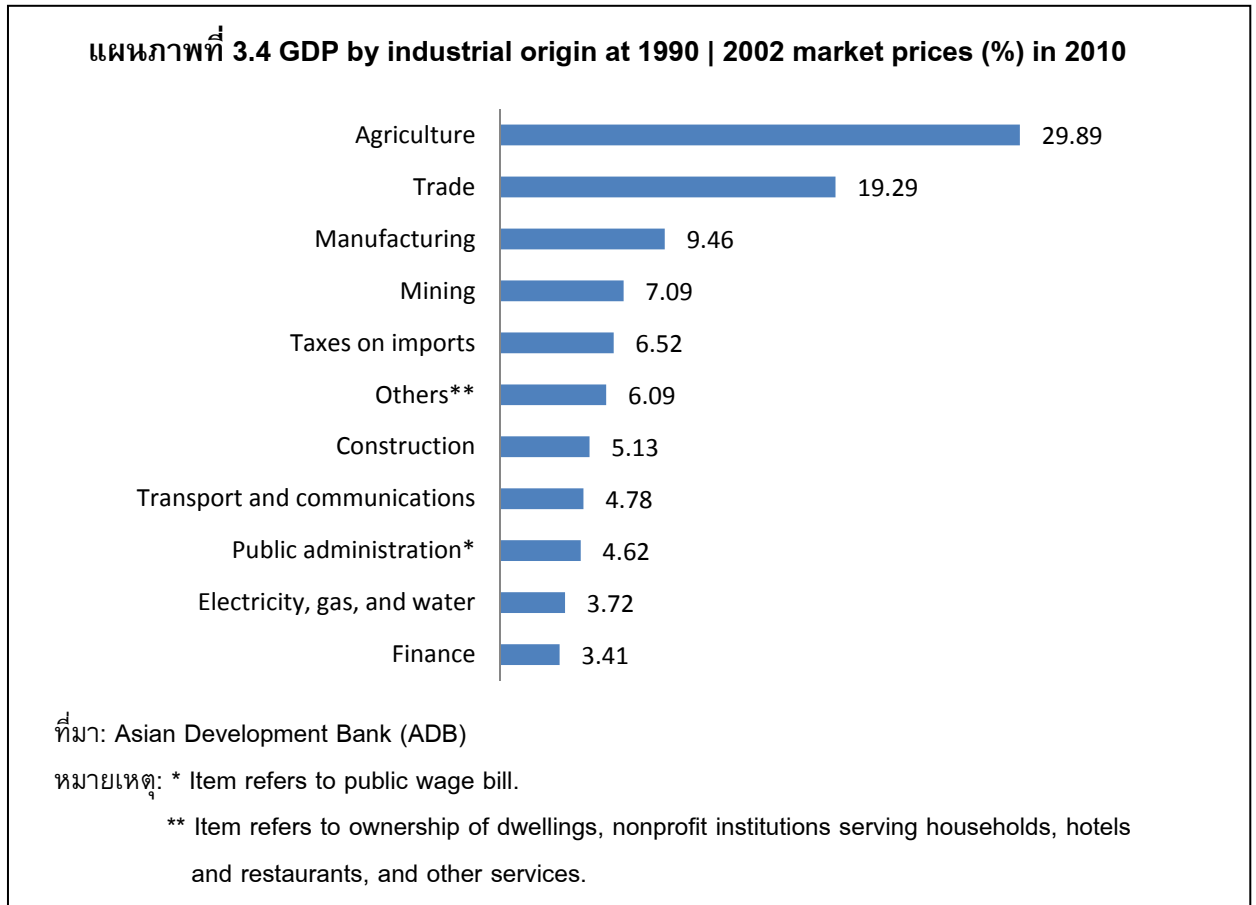
ดังนั้นเพื่อเป็นการประเมินภาพรวมของศักยภาพและพื้นฐานความสามารถในการผลิตของประเทศในกลุ่ม CLMV คณะผู้วิจัยจึงทำการสรุปภาคผลิตในแต่ละประเทศผ่านค่าดัชนีการเจริญเติบโตเศรษฐกิจของแต่ละประเทศใน ปี 2553 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศในกลุ่ม CLMV ยังเป็นภาคการเกษตรเป็นสำคัญและเป็นการสะท้อนถึงศักยภาพในเชิงพื้นที่ ความอุดมสมบูรณ์ ที่มีในแต่ละประเทศได้ประการหนึ่ง สำหรับข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจจำแนกตามภาคการผลิตของแต่ละประเทศมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2.2 กัมพูชา



สำหรับข้อมูลสัดส่วนการผลิตจำแนกตามภาคการผลิตต่าง ๆ จะพบว่า กัมพูชายังมีเศรษฐกิจที่เน้นภาคการเกษตรเป็นหลักหรืออาจกล่าวได้ว่าในภาพรวมการผลิตภาคการเกษตรยังคงเน้นผลิตสินค้าเกษตรวัตถุดิบอยู่ซึ่งมีสัดส่วนภาคเกษตรประมาณร้อยละ 27.36 ขณะที่ภาคการผลิตอื่นที่สำคัญในลำดับรองลงมา คือ ภาคอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอเนื่องจากเป็นความได้เปรียบในด้านสิทธิพิเศษทางการค้าที่กัมพูชาได้รับ ประเทศกัมพูชาจึงเป็นฐานการผลิตสิ่งทอที่สำคัญ ซึ่งหากรวมภาคการผลิตด้านเกษตรและสิ่งทอรวมกันแล้ว พบว่า มีสัดส่วนต่อภาคการผลิตโดยรวมถึงร้อยละ 50 ของ GDP ขณะที่ภาคการผลิตอื่น ๆ มีขนาดค่อนข้างเล็กมากในปี 2010

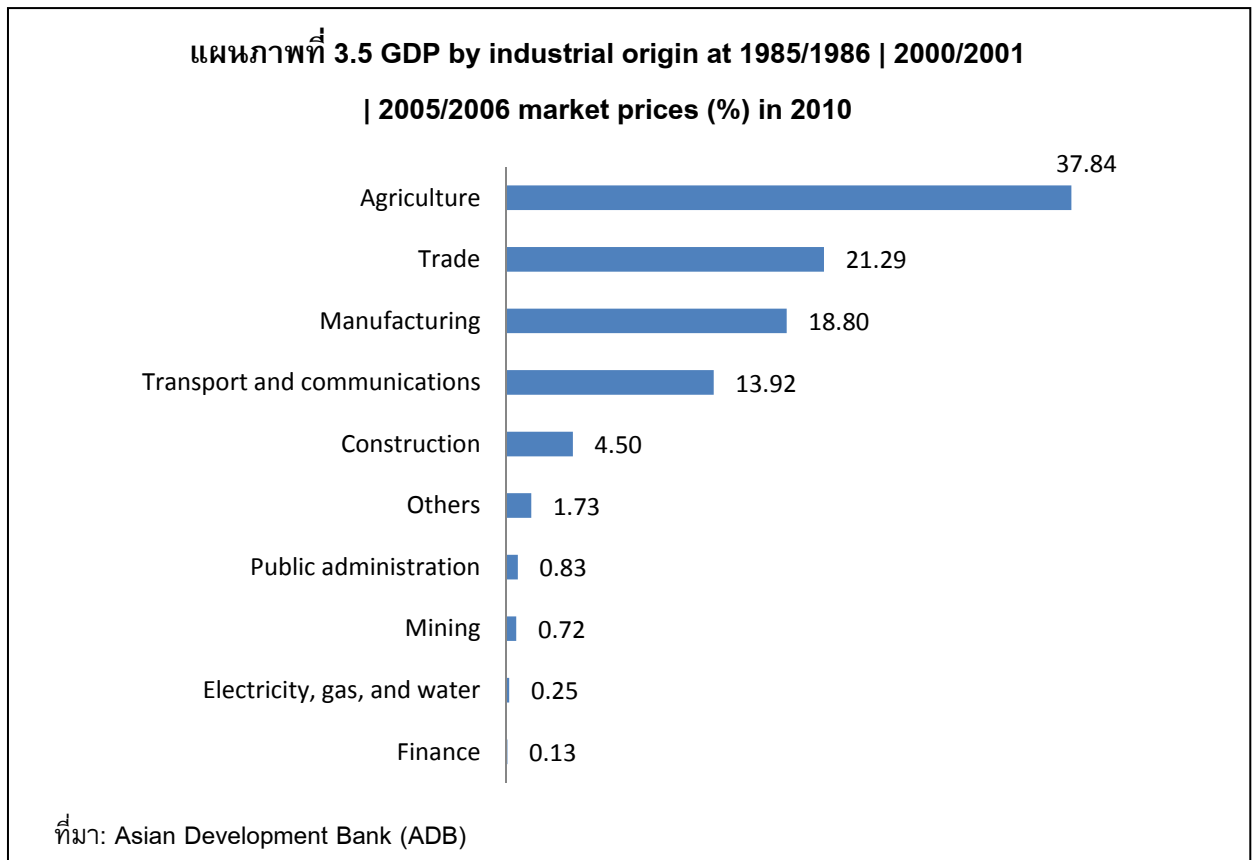
3.2.3 ลาว



สำหรับข้อมูลสัดส่วนการผลิตจำแนกตามภาคการผลิตต่างๆ จะพบว่า ลาวยังมีเศรษฐกิจที่เน้นภาคการเกษตรเป็นหลักหรืออาจกล่าวได้ว่าในภาพรวมการผลิตภาคการเกษตรยังคงเน้นผลิตสินค้าเกษตรวัตถุดิบอยู่ซึ่งมีสัดส่วนภาคเกษตรประมาณร้อยละ 29.89 ของ GDP ขณะที่ภาคเศรษฐกิจสำคัญในลำดับรองลงมา คือ ภาคการค้า หรือคิดเป็นร้อยละ 19.29

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่าภาคการผลิตของลาวในภาคเหมืองแร่จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเพราะเป็นประเทศที่มีทรัพยากรแร่ธาตุที่ใช้ในเชิงเศรษฐกิจอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีความได้เปรียบจากการมีพลังงานการผลิตไฟฟ้าสูงสามารถส่งออกกระแสไฟฟ้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงได้ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าด้วยปัจจัยพื้นฐานของลาวย่อมเอื้ออำนวยต่อการเพิ่มศักยภาพในการผลิตของไทยในอนาคตทั้งในแง่การเป็นพื้นที่ผลิตวัตถุดิบการเกษตรเพื่อการแปรรูป และเป็นแหล่งทรัพยากรที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ได้อย่างดียิ่ง

3.2.4 พม่า

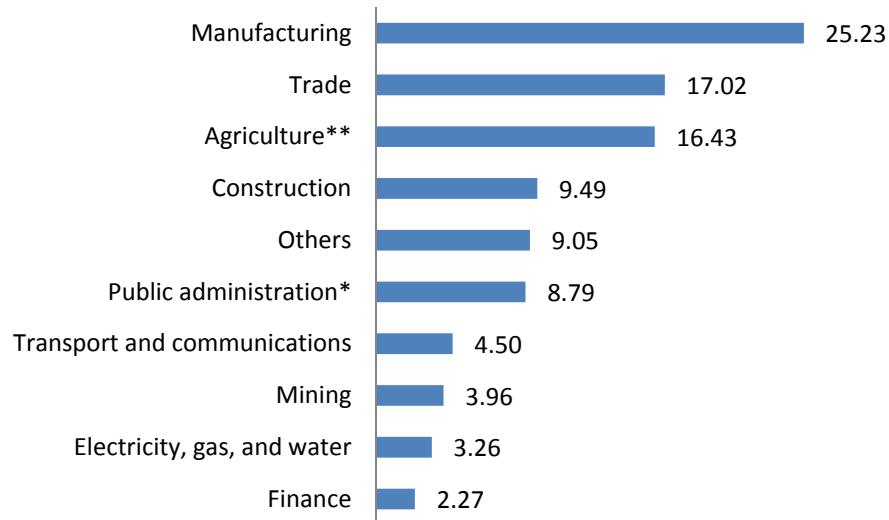


สำหรับประเทศพม่า นั้นจากสถิติสัดส่วนการผลิตในปี 2010 พบว่าภาคการเกษตรของพม่าถือเป็นภาคการผลิตที่มีส่วนสูงที่สุดโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม CLMV หรือคิดเป็นร้อยละ 37.84 ของ GDP สิ่งที่น่าสนใจของภาคการผลิตของประเทศพม่าคือ ภาคการเงินของประเทศพม่ามีส่วนต่อ GDP ที่ต่ำที่สุดในกลุ่ม CLMV คิดเป็นเพียงร้อยละ 0.13 ซึ่งตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดและศักยภาพของตลาดเงินตลาดทุนของประเทศพม่าซึ่งมีจำกัด และเป็นดัชนีที่สำคัญในการวางแผนการลงทุนในประเทศพม่าอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ภาคการผลิตที่สำคัญของพม่า คือ ก๊าซธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ ดังนั้นในแง่ความมั่นคงด้านพลังงานประเทศพม่าถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงและประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการนำความได้เปรียบดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและภาคการผลิตของไทยต่อไปในอนาคต

3.4.5 เวียดนาม

แผนภาพที่ 3.6 GDP by industrial origin at 1994 market prices (%) in 2010



ที่มา: Asian Development Bank (ADB)

หมายเหตุ: * Refers to public administration and defense, compulsory social security, science activities and technology, education and training, health and social work and recreation, cultural and sporting activities.

** Item includes forestry and fishing.

สำหรับเวียดนามนั้นถือเป็นประเทศที่มีความเจริญเติบโตและความก้าวหน้าสูงกว่าประเทศกลุ่ม CLMV อื่นๆ และเป็นประเทศที่มีภาคอุตสาหกรรมใหญ่กว่าภาคการเกษตร พบว่า มีสัดส่วนภาคอุตสาหกรรมถึงร้อยละ 25.23 ขณะที่ภาคการเกษตรถือเป็นภาคการผลิตอันดับ 3 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 16.43 ของ GDP ในปี 2010 อย่างไรก็ตามสินค้าเกษตรหลาย ๆ ประเภท อาทิ ข้าว กาแฟ ถือเป็นสินค้าเกษตรที่โดดเด่นและเป็นผู้นำด้านการผลิตและการส่งออกของโลกแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่และสามารถพัฒนาพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงเกษตรกรรมได้มาก

นอกจากนี้ แม้ว่าภาคอุตสาหกรรมจะเป็นภาคการผลิตที่สำคัญแต่ด้วยระดับความสามารถในการผลิตและแปรรูปของเวียดนามแล้วตัวเลขสัดส่วนดังกล่าวมีเงื่อนไขการผลิตอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรอยู่ด้วยซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตทั้ง 2 ส่วน และสะท้อนระดับความสามารถและเทคโนโลยีต่างๆ ที่พร้อมในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปควบคู่กับประเทศไทย

กล่าวโดยสรุป ด้วยประเทศต่าง ๆ ในอนุภูมิภาคผู้นำโขงถือเป็นประเทศเกิดใหม่ (Youth Countries) ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อรองรับการอุปโภคบริโภคเป็นสำคัญ ประกอบกับการที่

แต่ละประเทศยังมีข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยี ความพร้อมทักษะของแรงงานทำให้โครงสร้างการผลิตยังเน้นไปที่ภาคการเกษตรเป็นสำคัญ ซึ่งในทางกลับกันกลับพบว่าประเทศทั้ง 4 แห่งนั้นยังมีศักยภาพและปัจจัยความได้เปรียบหลายประการในการพัฒนาประเทศให้กลายเป็นแหล่งลงทุนอันด้วยความสมบูรณ์ของพื้นที่ ค่าจ้างแรงงานที่ต่ำสามารถรองรับกลุ่มธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

อีกทั้งเมื่อพิจารณาสัดส่วนภาคการผลิตในกลุ่มประเทศ CLMV พบว่า ทั้ง 4 ประเทศรวมถึงไทยนั้นมียุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับภาคการเกษตรอย่างมาก แต่อาจจะแตกต่างกันในรูปแบบสินค้าที่ขาย อาทิ ในกรณีพม่า ลาว กัมพูชาเน้นการขายสินค้าเกษตรในรูปแบบวัตถุดิบ (Raw Material) หรือในกรณีเวียดนามมีผลิตทั้งในรูปวัตถุดิบและสินค้าแปรรูป ขณะเดียวกันด้วยภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของโลกที่มีแนวโน้มของการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในหลายกรอบความร่วมมือ ดังนั้น หากมีการพิจารณาในแง่ของโอกาสจะพบว่า ปัจจัยพื้นฐานและการเปิดโอกาสภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ จึงเป็นการเพิ่มโอกาสให้ประเทศไทยสามารถแสวงหาประโยชน์จากทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าวได้ ซึ่งความร่วมมือกันในทางเศรษฐกิจกับกลุ่มประเทศ CLMV สามารถสร้างประโยชน์ในการยกระดับภาคการผลิตอันนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในแต่ละประเทศในท้ายที่สุด

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงได้มุ่งเน้นศึกษาสินค้าเกษตรแปรรูปในเชิงลึกโดยพิจารณาโอกาสในการลงทุนในสินค้ากลุ่มเกษตรแปรรูปมากยิ่งขึ้น แต่ด้วยความหลากหลายของประเภทสินค้า ประกอบกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของสินค้าเกษตรแต่ละประเภทมีความเชื่อมโยงและเกี่ยวเนื่องระหว่างอุตสาหกรรมสูง ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาโดยระบุไปยังสินค้าที่น่าจะมีโอกาสในการพัฒนาสูงซึ่งในที่นี้ คือ สินค้ากลุ่มกาแฟซึ่งจะมีการนำเสนอในรายละเอียดต่อไป

3.3 อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปของประเทศไทย

อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจัดอยู่ในอุตสาหกรรมเกษตร โดยการแปรรูปสินค้าเกษตรนั้น มีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ คือ การยืดอายุของสินค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ทั้งนี้ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศกสิกรรม มีการผลิตที่เป็นสินค้าเกษตร และกสิกรรมค่อนข้างมาก ซึ่งการแปรรูปสินค้าเกษตรจะเป็นการช่วยให้สามารถเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นานมากขึ้น มีการแปรรูปเป็นสินค้าอื่นที่สร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ทำให้ส่งออกไปขายยังต่างประเทศได้ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมแปรรูปอาจถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอื่น หรือส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ ได้ โดยอุตสาหกรรมแปรรูปที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูป ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นอาหารหลักของคนไทย และยังเป็นอาชีพหลัก

ของเกษตรกรในหลายพื้นที่ พื้นที่ถือครองทางการเกษตรกว่าร้อยละ 50 เป็นพื้นที่เพาะปลูกข้าว ผลผลิตข้าวกว่าร้อยละ 55 ใช้บริโภคในประเทศ ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 45 ส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศทั่วโลกทั้งในลักษณะข้าวสารและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเนื่องจากประเทศไทยประสบกับปัญหาน้ำท่วมในทุก ๆ ปี ทำให้มีแนวโน้มในการผลิตที่ลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ประสบกับปัญหาน้ำท่วม

- 2) **อุตสาหกรรมน้ำตาลทราย** เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมอาหาร ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำตาลส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกอ้อยหนาแน่น และเป็นกิจการของคนไทย
- 3) **อุตสาหกรรมอาหาร** อันเนื่องมาจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องมือการเกษตรเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจ เพราะราคาสินค้าเกษตรมีแนวโน้มที่ดี ประกอบกับประเทศไทยเป็นฐานการเกษตรขนาดใหญ่ของโลก รวมถึงสถานการณ์แนวโน้มความต้องการอาหารของโลกที่สูงขึ้น ทำให้เป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งนี้สิ่งที่ผู้ผลิตของไทยต้องคำนึงคือจำเป็นต้องเร่งพัฒนารูปแบบสินค้าส่งออกให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น
- 4) **อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม** เป็นสินค้าที่มีอุปสงค์จากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับการเปิดเสรีทางการค้า เช่น การทำสัญญาความร่วมมือ JTEPA ทำให้การส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม มีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีแนวโน้มขาดแคลนแรงงานกว่า 6-7 หมื่นคน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553) ดังนั้น สิ่งที่ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญ คือการเร่งพัฒนารูปแบบสินค้าส่งออกให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม และเน้นการสร้าง Brand เพิ่มขึ้น
- 5) **อุตสาหกรรมกระดาษ** เป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานขนาดใหญ่ มีผู้ประกอบการจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการใช้พลังงานมากเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกทั้งสามารถทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศได้อย่างมาก
- 6) **อุตสาหกรรมอาหารสัตว์** เป็นอุตสาหกรรมเกษตรพื้นฐานสำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งที่เชื่อมโยงการผลิตพืชผลทางการเกษตรหลายประเภทเข้าด้วยกัน อาทิ ข้าวฟ่าง ปลายข้าว ปลายป่น ถั่วเหลือง เป็นต้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องสำคัญอีกมากมาย เช่น อุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ อุตสาหกรรมสกัดน้ำมันพืช โรงงานปลาป่น เป็นต้น
- 7) **อุตสาหกรรมเครื่องตีพิมพ์** เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการซื้อเครื่องจักร รวมทั้งเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนไม่มากเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องตีพิมพ์ ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องตีพิมพ์ในประเทศไทยจัดเป็น

ตลาดที่มีผู้ขายน้อยเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า และเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานโดยตรงรวมทั้งอุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกเป็นจำนวนมาก

- 8) อุตสาหกรรมชา กาแฟ และโกโก้ หากไม่นับรวมระดับฟาร์มที่มีผู้ประกอบการ 220 ราย โดยเป็นผู้แปรรูปขนาดเล็กประมาณร้อยละ 66 ซึ่งผู้ผลิตกลุ่มนี้จะมีการเข้าออกธุรกิจตามความต้องการของตลาด เพราะเป็นการแปรรูปสินค้าเพื่อป้อนเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรม โดยใช้เทคโนโลยีการอบแห้งอย่างง่ายเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราเนื่องจากความชื้นในตัววัตถุดิบ เช่น เครื่องอบชนิดต่างๆ ทั้งที่ใช้แก๊สและความร้อนจากแสงอาทิตย์ ผู้ผลิตที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจจะเป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่และขนาดกลางมีประมาณร้อยละ 34 มีทั้งที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีการนำเข้าเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยนำมาใช้ผลิตสินค้าและผู้ประกอบการในประเทศ ตลาดหลักของสินค้าที่ผลิตขึ้นจะจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก
- 9) อุตสาหกรรมเครื่องเทศและเครื่องปรุงรส เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับผลิตอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารแบบตะวันออก เช่น อาหารไทย ญี่ปุ่น หรืออินเดีย รวมไปถึงอาหารที่เน้นสุขภาพก็หันมาใช้วัตถุดิบเครื่องเทศเพิ่มมากขึ้น
- 10) อุตสาหกรรมผักและผลไม้และผลิตภัณฑ์ ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สดและแปรรูป เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล จากสถิติของกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผักผลไม้ของไทยในระดับโรงงานมีทั้งสิ้น 603 ราย (ไม่นับรวมในระดับฟาร์ม) โดยจำแนกเป็น ผู้ประกอบการรายใหญ่และกลางประมาณร้อยละ 18 ผู้ประกอบการรายเล็กร้อยละ 82 ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง และแห้ง ผลไม้กระป๋อง/แปรรูป ผักสด แช่เย็น แช่แข็ง แห้งและแปรรูป และน้ำผัก/น้ำผลไม้

3.4. สถานการณ์การค้าในอุตสาหกรรมแปรรูปของไทย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทยในช่วงปี 2549 - 2553 พบว่า ภาพรวมของสินค้าที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 1 คือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป รองลงมาได้แก่ น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป อาหารสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป ตามลำดับ โดยจะเห็นได้ว่าสินค้าทั้ง 5 อันดับแรกนี้จะเป็นสินค้าที่มีการส่งออกมากเป็นลำดับที่ 1 - 5 ตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปมีส่วนในการส่งออกเปรียบเทียบกับ การส่งออกสินค้าเกษตรอื่นๆ เฉลี่ย 3 ปีประมาณร้อยละ 35.53 ของการส่งออกทั้งหมดในแต่ละปีซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสินค้าเกษตรแปรรูปประเภทผลิตภัณฑ์จากสัตว์

ตารางที่ 3.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่สำคัญของไทย
ปี 2549 – 2553

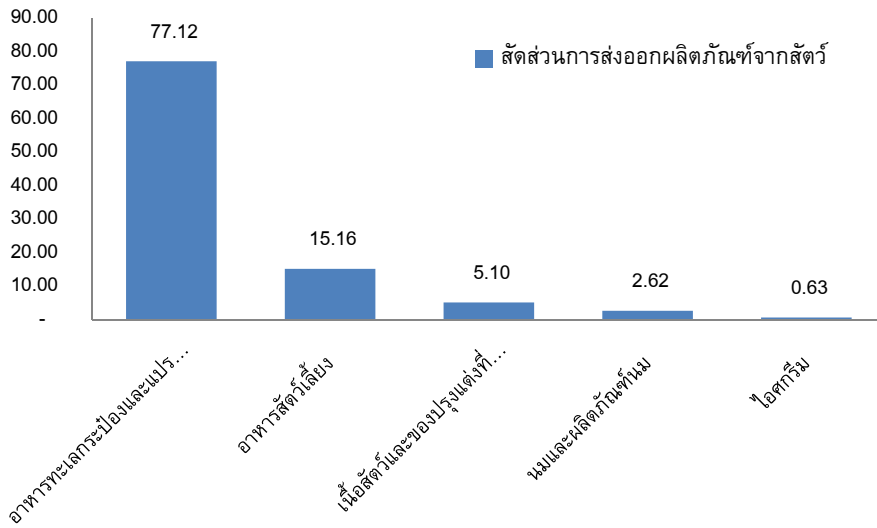
มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐ

รายการ	2551		2552		2553	
	อันดับที่	มูลค่า	อันดับที่	มูลค่า	อันดับที่	มูลค่า
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	1	3,906	1	3,718	1	4,119
น้ำตาลทราย	2	1,450	2	1,803	2	2,152
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	3	1,362	3	1,223	3	1,421
อาหารสัตว์เลี้ยง	4	720	4	709	4	810
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป	5	657	5	633	5	789
เครื่องดื่ม	7	429	6	452	6	610
สิ่งปรุงรสอาหาร	8	299	7	341	7	410
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	6	656	10	262	8	343
ผักกระป๋องและแปรรูป	10	294	8	288	9	310
เนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์	9	296	9	279	10	273
ผลิตภัณฑ์ข้าว	11	197	11	208	11	263
หมากฝรั่งและขนมที่ไม่มีโกโก้ผสม	13	125	13	126	12	148
นมและผลิตภัณฑ์นม	12	137	12	128	13	140
โกโก้และของปรุงแต่ง	14	66	14	71	14	84
ซูปและอาหารปรุงแต่ง	15	56	15	63	15	62
ไอศกรีม	17	29	17	27	16	34
กากน้ำตาล	16	52	16	41	17	30
มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมเกษตร ที่สำคัญ 17 รายการสำคัญ	-	10,730	-	10,373	-	11,999
มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมเกษตร ทั้งหมดของไทย	-	177,775	-	152,426	-	195,307

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

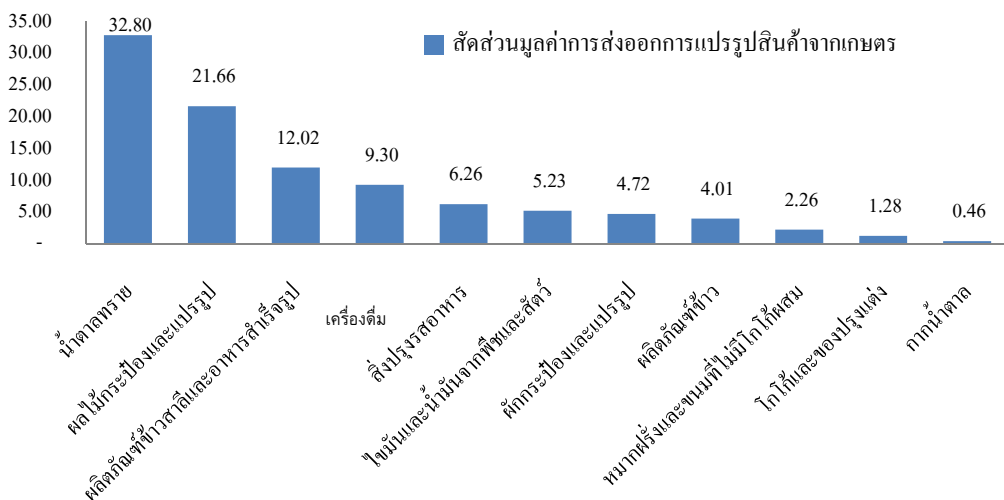
ดังนั้น เมื่อจำแนกสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรโดยแบ่งเป็นกลุ่มที่มาของการแปรรูป
แบ่งเป็นกลุ่มที่แปรรูปวัตถุดิบจากสัตว์และพืช เพื่อพิจารณาความสำคัญของสินค้าสำคัญในแต่ละกลุ่มว่า
เป็นสินค้าใด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3.7 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปจากสัตว์ที่สำคัญของไทย ปี 2553



เมื่อพิจารณาสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์สัตว์ในปี 2553 พบว่า จากข้อมูลสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญ 16 รายการนั้น สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปหรือมีวัตถุดิบจากสัตว์โดยตรง 4 รายการหลัก ซึ่งในส่วนของกลุ่มสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปนั้นมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับที่ 1 ในแต่ละปีและเมื่อพิจารณาในแง่สัดส่วนการส่งออกกรณีผลิตภัณฑ์ที่มาจากสัตว์ แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการส่งออกในกลุ่มดังกล่าวมีถึงร้อยละ 77.12 รองลงมา ได้แก่ อาหารสัตว์เลี้ยง ร้อยละ 15.16 เนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 5.10 นมและผลิตภัณฑ์นม คิดเป็นร้อยละ 2.62 ขณะที่ ไอศกรีมถือเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งออกที่น้อยมากเมื่อเทียบกับสินค้าในกลุ่มเดียวกันคิดเป็นประมาณร้อยละ 0.63

แผนภาพที่ 3.8 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปจากสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย ปี 2553



จากการศึกษา พบว่า สินค้าส่งออกจากสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่เป็นผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรสำคัญ คือ น้ำตาลทรายสัดส่วนประมาณร้อยละ 32.80 รองลงมาผลไม้กระป๋องและแปรรูป ร้อยละ 21.66 ซึ่งสินค้า 2 รายการดังกล่าวมีสัดส่วนรวมกันประมาณ ร้อยละ 55 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าส่งออกกลุ่มสินค้าเกษตรทั้งหมด ทั้งนี้ จากการพิจารณาสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาแล้วและเมื่อทำการศึกษาเป็นรายสินค้าจะพบว่า มีสินค้าหลาย ๆ รายการที่ศักยภาพในการผลิตและแปรรูปของประเทศในกลุ่ม CLMV มีโอกาสในการพัฒนาและมีความสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ในหลายรายการ

อย่างไรก็ดี การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงโอกาสและแนวทางการลงทุนในอนาคตของนักลงทุนไทยที่เกิดขึ้นจากภายใต้สิทธิประโยชน์จากความร่วมมือทางการค้าการลงทุนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตลอดจนการประเมินความเหมาะสมในการลงทุนของแต่ละประเทศเพิ่มเติมซึ่งข้อมูลต่าง ๆ จะนำไปสู่การวิเคราะห์ในเชิงลึกถึงศักยภาพที่แท้จริงในอนาคตอันนำไปสู่ข้อสรุปถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนกลุ่มเกษตรแปรรูปโดยการศึกษาครั้งนี้ได้จัดทำวิเคราะห์ว่าด้วยสินค้ากลุ่มกาแฟขึ้นเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจทั้งในระดับอุตสาหกรรมและระดับ SME ในกลุ่มประเทศ CLMV ในอนาคต (รายละเอียดเพิ่มเติมในบทที่ 4 และ 5)

เบื้องต้นนี้คณะผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการลงทุนอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปในแต่ละประเทศโดยการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้ผู้ลงทุนสามารถพิจารณาถึงปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศดังกล่าว สำหรับรายละเอียดของการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

3.5 การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรแปรรูปใน CLMV

ประเทศไทยและประเทศในกลุ่ม CLMV ต่างมีการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจทั้งภายในกลุ่มอนุภูมิภาคเอง และยังมีการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจประเทศอื่น ๆ นอกกลุ่มอีกด้วยซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีในเพิ่มกิจกรรมทางการค้าระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับนโยบายเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคที่มากขึ้น ภายใต้กรอบความร่วมมือและข้อตกลงทางการค้าการลงทุนระหว่างกันซึ่งประเทศไทยและประเทศในกลุ่มประเทศ CLMV เป็นสมาชิกและมีพันธะผูกพันกัน อาทิ โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region : GMS) และ ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี - เจ้าพระยา - แม่น้ำโขง (Ayeyawady - Chao Phraya - Mekong Economic Cooperation Strategy : ACMECS) เป็นต้น กรอบข้อตกลงในระดับภูมิภาค เช่น สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) และ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และกรอบข้อตกลงในระดับโลกภายใต้ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลพื้นฐาน และปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการลงทุนในภาพรวมของกลุ่มประเทศ CLMV มาทำการวิเคราะห์ SWOT การลงทุนในเชิงอุตสาหกรรมเพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินปัจจัยพื้นฐานที่นักลงทุนต้องคำนึงถึง ตลอดจนโอกาสในการลงทุนภาคอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป โดยผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

ก. จุดแข็ง (Strength)

จุดแข็งสำคัญของประเทศในกลุ่ม CLMV ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรแปรรูป คือ ข้อได้เปรียบในความพร้อมสมบูรณ์ของพื้นที่ประกอบกับโดยพื้นฐานแล้วอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปเป็นภาคการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น ข้อได้เปรียบสำคัญอีกประการคือค่าจ้างแรงงานราคาถูก ขณะเดียวกัน ด้วยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นการเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนของประเทศกลุ่ม CLMV ทำให้ประเทศในกลุ่ม CLMV ได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างและยังมีสิทธิพิเศษและเงื่อนไขการเข้าสู่การค้าเสรีสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ทั้งในระดับโลก และภายในกรอบความร่วมมือระดับอาเซียนซึ่งถือเป็นจุดแข็งสำคัญอีกประการหนึ่งที่พิจารณาถึงโอกาสในการลงทุนในประเทศกลุ่มดังกล่าว สำหรับข้อตกลงที่มีประโยชน์โดยตรงในกรอบของอาเซียนในการเข้าไปทำธุรกิจกับ CLMV ในฐานะที่ไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกของอาเซียนนั้นสามารถดำเนินการได้ตามข้อตกลง ได้แก่

- 1) **ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)** ซึ่งมีกลไกการลดภาษีระบบ Common Effective Preferential Tariff Scheme (CEPT) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน คือการที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิกนั้นต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้าชนิดเดียวกันด้วยโดยภายใต้ข้อตกลงดังกล่าว สินค้าจะถูกแบ่งออกเป็น 5 บัญชี คือ
 - บัญชี Inclusion List (IL) ซึ่งประเทศนอกกลุ่ม CLMV จะต้องลดให้เหลือ 0% ภายในปี ค.ศ.2010 ส่วนประเทศในกลุ่ม CLMV จะต้องลดให้เหลือ 0% ในปี 2015
 - บัญชียกเว้นภาษีชั่วคราวหรือ Temporary Exclusion List (TEL)
 - บัญชีอ่อนไหวหรือ Sensitive List (SL)
 - บัญชีอ่อนไหวสูงหรือ Highly Sensitive List (HSL)
 - บัญชียกเว้นทั่วไปหรือ General Exclusion (GE)
- 2) **ข้อตกลงการลงทุนอาเซียน (ASEAN Investment Area: AIA)** ซึ่งมีการจัดตั้งเมื่อ พ.ศ. 2538 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้อาเซียนเป็นแหล่งลงทุนที่มีศักยภาพและดึงดูดนักลงทุนทั้งจากภายใน และภายนอกภูมิภาค และมีการลงนามร่วมกันในปี พ.ศ.

2541 และได้มีการจัดตั้งคณะมนตรีเขตการลงทุนอาเซียน (AIA Council) ขึ้นในปีเดียวกัน โดยข้อตกลงดังกล่าว “ครอบคลุมการลงทุนทางตรงทั้งหมดในสาขาอุตสาหกรรมการผลิต เกษตร ประมง ป่าไม้และเหมืองแร่ และภาคบริการ” ที่เกี่ยวเนื่องกับทั้ง 5 สาขาดังกล่าว และมีการกำหนดเป้าหมายที่จะเปิดเสรีด้านการลงทุนแก่นักลงทุนอาเซียนภายในปี ค.ศ. 2010 และนักลงทุนนอกอาเซียนในปี ค.ศ. 2020 โดยกำหนดให้ทุกประเทศจัดทำรายการ TEL และ SL สำหรับประเภทอุตสาหกรรมและมาตรการเกี่ยวกับการลงทุนที่ยังไม่สามารถเปิดเสรีหรือให้ปฏิบัติเยี่ยงนักลงทุนชาตินั้นได้โดยบัญชีปี TEL จะมีการทบทวนทุก 2 ปี และต้องยกเลิกให้หมดในกรอบเวลาที่กำหนด

สำหรับรายละเอียดของจุดแข็งที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

กัมพูชา
มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงการขนส่งกับต่างประเทศ (ไทย ลาว เวียดนาม และท่าเรือ) ได้สะดวก
มีความต่อเนื่องในด้านนโยบาย เนื่องจากนายกรัฐมนตรีดำรงตำแหน่งโดยบุคคลเดียวอย่างต่อเนื่อง
เป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรีและเปิดกว้าง
มีความสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ และมีแรงงานราคาถูก

ลาว
มีพรมแดนติดหลายประเทศทำให้สามารถใช้ลาวเป็นเส้นทางเชื่อมโยงการขนส่งกับจีน เวียดนามและกัมพูชาได้
มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และแหล่งพลังงานไฟฟ้า
รัฐบาลในระบอบสังคมนิยมมีเสถียรภาพ
ระบบเศรษฐกิจเป็นระบบเสรีการตลาด
รัฐบาลมีนโยบายให้มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่แต่ละภาคของลาว
ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าต่าง ๆ จากต่างประเทศ

พม่า
มีอาณาเขตติดกับจีน อินเดีย บังกลาเทศ ลาว และไทย ทำให้พม่าเป็นประเทศที่อยู่ท่ามกลางของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จีน และเอเชียใต้ ทำให้มีความได้เปรียบในการติดต่อทำการค้า การส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการส่งสินค้าผ่านแดนไปยังประเทศต่าง ๆ
ยังมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ เหมาะแก่การเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม

เวียดนาม
มีชายฝั่งทะเลยาวจากเหนือจรดใต้ประมาณ 2,100 กิโลเมตร ทำให้เป็นประตูชายฝั่งทะเลใหญ่ที่สุดของอินโดจีน
มีเสถียรภาพทางการเมืองและความปลอดภัยสูง
เศรษฐกิจเวียดนามขยายตัวในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่อง

เวียดนาม
รัฐบาลส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศอย่างจริงจัง
ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง
มีเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อรองรับการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ

จากการวิเคราะห์จุดแข็งของประเทศในกลุ่ม CLMV จะพบว่า จุดแข็งร่วมของประเทศเหล่านี้คือ ความได้เปรียบในเชิงภูมิศาสตร์ เป็นสำคัญ ทั้งนี้ปัจจัยที่เป็นข้อแตกต่างของจุดแข็งในแต่ละประเทศนั้น เกิดขึ้นจากนโยบายทางด้านเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ ตัวอย่างเช่น ในกรณีเวียดนามและลาวนั้น มีนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนทางด้านเศรษฐกิจที่จริงจัง ขณะที่กัมพูชาและพม่า นั้นยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควร

ข. จุดอ่อน (Weakness)

จากการศึกษา พบว่า จุดอ่อนสำคัญของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในแต่ละประเทศนั้น คือ ปัญหาในด้านเสถียรภาพทางการเมืองซึ่งอาจส่งผลต่อการกำหนดนโยบายสำคัญที่กระทบต่อการลงทุนทางเศรษฐกิจของนักลงทุนในแต่ละประเทศ ขณะเดียวกัน เงื่อนไขในเรื่องทักษะการทำงาน แรงงานก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิต โดยเฉพาะอย่างอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปซึ่งใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักในการผลิต ดังนั้น ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่ผู้ลงทุนต้องคำนึงถึงอย่างยิ่ง

กัมพูชา
เสถียรภาพทางการเมือง
กฎระเบียบด้านการค้า มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย
ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการทำธุรกิจต่างประเทศ
ระบบการเงิน การธนาคาร และระบบศาล ไม่เป็นที่น่าเชื่อถือ
ขาดนโยบายการคุ้มครองการลงทุนจากต่างประเทศอย่างจริงจังและเป็นระบบ
ระบบสาธารณูปโภคอยู่ระหว่างการพัฒนา
แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ

ลาว
นโยบายของภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย
แรงงานของลาวส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ
มีข้อจำกัดในการนำผลกำไรของผู้ลงทุนกลับประเทศ
ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานยังขาดการพัฒนา
ผู้ถือบัตรผ่านแดนของไทยเดินทางผ่านเข้าพื้นที่ต่างๆ ในลาวไม่สะดวก

พม่า
กฎระเบียบทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย
ภาคราชการยังขาดความโปร่งใส
แรงงานของส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ
ขาดผู้ที่มีความรู้ในด้านการทำธุรกิจต่างประเทศ
ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานยังขาดการพัฒนา

เวียดนาม
กฎหมายและระเบียบหลายประการของเวียดนามยังไม่เป็นสากล แม้ว่าจะมีพัฒนาการที่ดีขึ้นเป็นลำดับ แต่ยังคงต้องใช้เวลา
การปฏิรูประบบการเงินการธนาคารยังล่าช้า ทำให้นักลงทุนท้องถิ่นขาดแคลนเงินทุน เป็นอุปสรรคต่อการร่วมทุนกับต่างชาติ
แรงงานส่วนใหญ่ยังเป็นแรงงานไร้ฝีมือ

ค. โอกาส (Opportunities)

ประเทศในกลุ่ม CLMV นั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อนำไปสู่โอกาสในการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าปัจจุบันยังมีปัญหาภายในประเทศที่ต้องเร่งพัฒนา แต่ปัจจัยในเรื่องสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ CLMV ได้รับย่อมเป็นปัจจัยสำคัญในการชักจูงใจให้ผู้ลงทุนจากต่างประเทศเข้าไปประกอบกิจการรูปแบบต่างๆ เพิ่มสูงขึ้น สำหรับโอกาสของประเทศต่างๆ ในกลุ่ม CLMV ย่อมมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศอันเนื่องมาจากการทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับโลก ประเทศบางประเทศนั้นได้เข้าเป็นสมาชิก WTO แล้ว ขณะที่บางประเทศยังไม่ได้เข้าเป็นสมาชิกซึ่งทำให้ข้อแตกต่างของโอกาสในแต่ละประเทศตามไปด้วย สำหรับโอกาสอีกประการจากความได้เปรียบเทียบของ CLMV คือ การที่ในอนาคตประเทศต่างๆ เหล่านี้จะทำการเปิดเส้นทางคมนาคมให้มีลักษณะเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันในภูมิภาคและเปิดเส้นทางในการเชื่อมต่อกับประเทศจีน ดังนั้น การลงทุนเพื่อใช้ข้อได้เปรียบเทียบจากจุดแข็งในแต่ละประเทศแล้ว นักลงทุนจึงจำเป็นต้องพิจารณาในเรื่องโอกาสที่จะทำตลาดในประเทศอื่นๆ เพิ่มเติมอีกด้วย

กัมพูชา
กัมพูชาเป็นสมาชิกของอาเซียนและองค์การการค้าโลก(WTO) ไทยสามารถใช้กัมพูชาเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังกลุ่มตลาดที่กัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษ GSP และ MFN
สามารถใช้กัมพูชาเป็นทางผ่านเพื่อส่งสินค้าเข้าไปสู่เวียดนามและจีนได้
มีโอกาที่จะพัฒนาเส้นทางรถไฟที่จะเชื่อมต่อกับทางรถไฟของไทยได้

ลาว
มีพรมแดนติดต่อกับหลายประเทศซึ่งในอนาคตจะมีความได้เปรียบในการติดต่อ และการส่งสินค้าผ่านลาวไปยังประเทศที่อื่น เช่น จีน เวียดนาม เป็นต้น
ประชากรชาวลาวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทยในด้านคุณภาพเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจากจีนและเวียดนาม
ประเทศไทยและลาวมีความสัมพันธ์ทางการทูตค่อนข้างดีเมื่อเปรียบเทียบกับภายในกลุ่มประเทศ CLMV

พม่า
ตลาดของพม่าในอนาคตมีโอกาสพัฒนา/เชื่อมโยงมากขึ้นจากการเข้าเป็นสมาชิกอาเซียน
ไทยสามารถใช้พม่าเป็นประตูระบายสินค้าสู่ประเทศที่สาม รวมทั้งใช้พม่าเป็นฐานในการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกในอนาคตได้

เวียดนาม
เวียดนามเริ่มมีบทบาทในตลาดโลกมากขึ้นเป็นลำดับ จากการเข้าเป็นสมาชิกองค์การระหว่างประเทศต่างๆ
ชาวเวียดนามมีทัศนคติที่ดีต่อนักลงทุนไทยและให้การยอมรับตราสินค้าไทยอย่างมาก
ทางรถไฟจากคุนหมิง-เวียดนาม ทำให้ การค้าขายระหว่างจีนตอนใต้กับเวียดนามทำได้สะดวกกว่าเดิม

จากการสรุปโอกาสของ CLMV ซึ่งมีความต่างกันของการเปิดประเทศในแต่ละประเทศแล้ว ดังนั้น ในฐานะผู้ต้องเข้าไปลงทุนในประเทศต่างๆ จำเป็นต้องพิจารณาในประเด็นเรื่องแนวโน้มที่ประเทศเหล่านั้นจะดำเนินการนโยบายเปิดประเทศ และทำข้อตกลงต่างๆ กับประเทศอื่นๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งเงื่อนไขดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการลงทุนอย่างมาก

ง. อุปสรรค (Threat)

แม้ว่าประเทศในกลุ่ม CLMV มีความพยายามในการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการพัฒนาและกำหนดนโยบายดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติมากขึ้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนเป้าหมายทางเศรษฐกิจนั้นเกิดขึ้นจากความสามารถและปัจจัยในเรื่องเงินทุนและเวลาที่จำกัดทำให้ความพร้อมในการพัฒนาและปรับตัวของโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ รองรับการลงทุนจากต่างชาติได้อย่างเพียงพอ ขณะเดียวกัน ด้วยความเป็นประเทศเกิดใหม่แล้วในภาพรวมของกำลังซื้อในแต่ละประเทศ อาจจะยังไม่สามารถรองรับการผลิตของนักลงทุนในการทำตลาดในประเทศได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ รายละเอียดของอุปสรรคในการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ที่เกี่ยวเนื่องกับการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปมีดังต่อไปนี้

กัมพูชา
ประชาชนมีความเป็นชาตินิยมสูง ซึ่งเป็นทำให้นักการเมืองและกลุ่มพลังต่างๆ อาจใช้ประโยชน์จากทัศนคติดังกล่าวสร้างความไม่สงบในประเทศ และอาจทำให้ประชาชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักลงทุนต่างชาติ
ขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ และยังต้องการความช่วยเหลือเพื่อบูรณะประเทศทำให้ต้องพึ่งพาเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศเป็นอย่างมาก
ระบบการคมนาคมและสาธารณูปโภคยังไม่มีประสิทธิภาพ และขาดแคลน ทำให้การติดต่อสื่อสาร และการคมนาคม เป็นไปอย่างล่าช้า

ลาว
ความชัดเจนและเชื่อมโยงกันระหว่างแนวนโยบายของรัฐบาลและระดับท้องถิ่น
ยังขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ทำให้โครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังไม่ได้รับการพัฒนา
การพัฒนาเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านค่อนข้างยาก และไม่มีศักยภาพ
ตลาดลาวมีขนาดเล็กประชากร มีอำนาจซื้อต่ำ

พม่า
พม่ายังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง และทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลด้านการตลาดและการเงิน
พม่าถูกต่อต้านทางการค้าระหว่างประเทศจากหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป

เวียดนาม
เวียดนามเริ่มเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลก โดยเฉพาะการแข่งขันจากจีน
ความต่อเนื่องทางการเมืองทำให้มีโอกาสในการพัฒนาประเทศสูง
มีเทือกเขาสูงตลอดแนวชายแดนเวียดนาม-ลาว ทำให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาเส้นทางคมนาคมขนส่งที่มีมาตรฐานได้
ไม่สามารถพัฒนาการคมนาคมขนส่งได้เร็วเท่าที่ควร เนื่องจากขาดเงินทุน

จ. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการลงทุนของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปภายในกลุ่มประเทศ CLMV

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการกำหนดปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงและแนวทางการขับเคลื่อนการลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงทำการสรุปและวิเคราะห์แนวทางปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการลงทุน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **กัมพูชา**

SO = เอาโอกาสมาใช้	WO = ปรับปรุงตัวเอง
กัมพูชา - ผลิตสินค้าแปรรูปที่สอดคล้องกับสิทธิที่ได้รับจากการเป็นสมาชิก WTO และสิทธิพิเศษอื่นๆ ตลอดจนหาช่องทางในการทำตลาดในประเทศเพื่อนบ้านเนื่องจากความได้เปรียบเทียบเชิงภูมิศาสตร์ - ขยายการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้นเนื่องจากสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี	กัมพูชา นำเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเข้าไปพร้อมกับการลงทุน เนื่องจากเทคโนโลยีในการผลิตแปรรูปของกัมพูชายังไม่ครบถ้วน
ST = กำจัดภัยคุกคาม	WT = ลดความเสี่ยง หลีกเลี้ยง
กัมพูชา ต้องมีการยกระดับฝีมือแรงงานเพิ่มสูงขึ้น เพื่อรองรับการผลิตของอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างเต็มที่	กัมพูชา การลงทุนต่าง ๆ ในประเทศกัมพูชาจำเป็นต้องลงทุนโดยใช้งบประมาณการลงทุนสูงเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดเม็ดเงินในประเทศ

จากการศึกษาลักษณะธุรกิจที่มีความได้เปรียบเทียบและศักยภาพของประเทศกัมพูชา พบว่า

- 1) กิจกรรมด้านการเกษตร และแปรรูปการเกษตรมีความได้เปรียบจากความอุดมสมบูรณ์ และพื้นที่ว่างสำหรับใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว นอกจากนี้การเพาะปลูกแล้วข้อได้เปรียบสำคัญอีกประการอันเนื่องมาจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ คือ 2) การประมง และอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการประมง ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม เนื่องจากกัมพูชามีแหล่งน้ำธรรมชาติอุดมไปด้วยสัตว์ทั้งน้ำจืดและน้ำเค็ม 3) นอกจากนี้จำนวนแรงงานยังมีอยู่สูงในต่างจังหวัดซึ่งถือเป็นปัจจัยในการผลิตที่สำคัญในกลุ่มเกษตรแปรรูป ขณะเดียวกัน 4) ปัจจัยที่ผู้ลงทุนต้องคำนึงถึงในการลงทุนในประเทศกัมพูชา คือ ต้นทุนในการพัฒนาทักษะแรงงานร่วมในต้นทุน และ/หรือประเมินเทคโนโลยีที่จำเป็นในกระบวนการผลิตที่เหมาะสม เนื่องจากเทคโนโลยีที่มีอยู่ในประเทศค่อนข้างจำกัด ดังนั้น ผู้ลงทุนต้องลงทุนอย่างครบถ้วนรอบด้านสำหรับการผลิตในสาขาอุตสาหกรรมแปรรูป 5) ในแง่ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อสินค้าอุปโภคบริโภคจากไทยนั้นเป็นที่ยอมรับในประเทศกัมพูชา ดังนั้นการตั้งฐานการผลิตและแปรรูปจึงเอื้ออำนวยต่อการทำตลาดภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจอาหารสำเร็จรูป

อย่างไรก็ดี หากผู้ลงทุนพิจารณาโอกาสในการลงทุนเพื่อให้กัมพูชาเป็นฐานการส่งออกไปยังประเทศที่สามนั้นควรจะต้องคำนึงถึงระเบียบ สิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ ที่กัมพูชาได้ทำการตกลงไว้ทั้งในระดับพหุภาคี และทวิภาคี เพื่อให้มีความชัดเจนในการลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปมากยิ่งขึ้น

● ลาว

SO = เอาโอกาสมาใช้	WO = ปรับปรุงตัวเอง
<p>ลาว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำการผลิตสินค้าที่รองรับตลาดในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากตลาดในประเทศมีลูกค้าทั้งคนในประเทศและกลุ่มนักท่องเที่ยว - ขยายการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้นเนื่องจากสินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี 	<p>ลาว</p> <p>ศึกษาแนวนโยบายโดยพิจารณาทั้งนโยบายของรัฐบาลและท้องถิ่น เนื่องจาก มีความเหมือนและแตกต่างกันในการสนับสนุนการลงทุน</p>
ST = กำจัดภัยคุกคาม	WT = ลดความเสี่ยง หลีกเสี่ยง
<p>ลาว</p> <ul style="list-style-type: none"> - จำเป็นต้องเลือกพื้นที่ลงทุนในเขตที่มีการคมนาคมขนส่งสะดวกเพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง - ต้องมีการยกระดับฝีมือแรงงานเพิ่มสูงขึ้น เพื่อรองรับการผลิตของอุตสาหกรรมแปรรูปอย่างเต็มที่ - การลงทุนในประเทศลาวต้องมีการลงทุนเต็มรูปแบบเนื่องจากข้อจำกัดในการนำผลกำไรของผู้ถือหุ้นกลับ 	<p>ลาว</p> <p>การลงทุนต่าง ๆ ในประเทศลาวจำเป็นต้องลงทุนโดยใช้งบประมาณการลงทุนสูงเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดเม็ดเงินในประเทศ</p>

เนื่องด้วยข้อได้เปรียบเทียบในเรื่องวัฒนธรรมระหว่างไทยและลาวที่มีความใกล้ชิดถือเป็นข้อได้เปรียบพื้นฐานในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างกัน อย่างไรก็ตามในการส่งเสริมเพื่อให้ นักลงทุนเข้าไปลงทุนในลาวนั้น คณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่าความได้เปรียบและศักยภาพสำคัญของลาว คือ 1) ลาวเป็นแหล่งเพาะปลูกทำให้ลาวมีฐานแหล่งวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ และต้นทุนต่ำ 2) ในแง่โอกาสของ SMEs โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าแพ แม้ที่กำลังซื้อตลาดภายในประเทศของคนในพื้นที่จะค่อนข้างน้อย แต่ด้วยความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละปี โอกาสของการลงทุน SMEs ที่ควรให้ความสนใจในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ นอกจากนั้น หากพิจารณาในแง่การทำตลาดสินค้าแปรรูปเพื่อขายในประเทศลาวแล้ว 3) สินค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีการลงทุนผลิตจึงมีโอกาสในอนาคต เนื่องจากประเทศลาวกำลังมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ดี 4) การลงทุนต่าง ๆ ในประเทศลาวจำเป็นต้องศึกษารายละเอียดสิทธิพิเศษที่ได้รับจากรัฐบาลกลางและท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความชัดเจนของเงื่อนไขการลงทุนต่าง ๆ

• พม่า

SO = เอาโอกาสมาใช้	WO = ปรับปรุงตัวเอง
<p>พม่า</p> <p>- ศึกษาพื้นที่ที่เป็นไปได้และเป็นแหล่งวัตถุดิบในการป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป</p>	<p>พม่า</p> <p>- นำเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเข้าไปพร้อมกับการลงทุนเนื่องจากเทคโนโลยีในการผลิตแปรรูปของกัมพูชายังไม่ครบถ้วน</p> <p>- นโยบายทางด้านเศรษฐกิจของพม่าเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อยครั้ง</p>
ST = กำจัดภัยคุกคาม	WT = ลดความเสี่ยง หลีกเลียง
<p>พม่า</p> <p>- พัฒนาระบบข้อมูลต่างๆ ในการวางแผนการบริหารจัดการ และการวางแผนทางการเงินที่สมบูรณ์</p> <p>- คำนึงถึงสินค้าและกลุ่มประเทศเป้าหมายที่จะส่งออกเนื่องจากการถูกกีดกันทางการค้า</p>	<p>พม่า</p> <p>- การลงทุนต่าง ๆ ในประเทศพม่าจำเป็นต้องลงทุนโดยใช้งบประมาณการลงทุนสูงเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดเม็ดเงินในประเทศ</p> <p>- ในกรณีสินค้าเพื่อการส่งออกควรเน้นการลงทุนเพื่อส่งออกไปยังกลุ่มเป้าหมายประเทศที่ไม่โดนกีดกันทางการค้า</p>

แม้ว่าปัจจัยด้านความมีเสถียรภาพทางการเมืองจะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนต่าง ๆ ในประเทศพม่า อย่างไรก็ตามปัจจัยที่เด่นชัดและโอกาสที่ไม่อาจละเลยได้ของการลงทุนโดยเฉพาะอย่างกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป คือ 1) ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ทั้งในแง่การเพาะปลูกที่มีศักยภาพ ตลอดจนอุตสาหกรรมแปรรูปประมง อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนขนาดใหญ่ที่เน้นการส่งออกนั้นคือ ปัญหาที่พม่าถูกกีดกันทางการค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปซึ่งถือเป็นผู้บริโภครายใหญ่ของโลก ดังนั้น หากการลงทุนมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งออกโดยใช้พม่าเป็นฐานการผลิตอาจเกิดปัญหาดังกล่าวได้

ขณะเดียวกัน 2) ด้วยข้อจำกัดของระเบียบที่ใช้ในการลงทุนที่เคร่งครัดทำให้การลงทุนเพื่อเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ไม่ว่าจะผลิตเพื่อการส่งออก หรือผลิตเพื่อป้อนตลาดในประเทศพม่าไม่อาจดำเนินการได้โดยง่าย อาทิ ต้องมีการร่วมทุนกับพม่า มีข้อจำกัดในการทำธุรกรรมทางการเงิน ดังนั้น แนวทางในการดำเนินธุรกิจในพม่าจึงควรเน้นไปที่การลงทุนใน SMEs เพื่อลดปัญหาดังกล่าว อาทิ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม 3) โอกาสสำคัญในการลงทุนในพม่าซึ่งไม่มีข้อจำกัดในการลงทุน คือ ด้านเกษตร อาทิ เข้าไปปลูกแปรรูปสินค้าเกษตรต่างๆ ในประเทศพม่าได้ แต่ข้อระมัดระวังในการลงทุนเนื่องจากมีข้อห้ามการส่งออก ได้แก่ วัชกระบือ ข้าว น้ำตาล ดังนั้น การลงทุนในกลุ่มสินค้านี้จะต้องมีการผลิตเพื่อรองรับความต้องการบริโภคภายในประเทศ

• เวียดนาม

SO = เอาโอกาสมาใช้	WO = ปรับปรุงตัวเอง
<p>เวียดนาม</p> <p>- ผลิตสินค้าแปรรูปที่สอดคล้องกับสิทธิพิเศษที่ได้รับจากการเป็นสมาชิก WTO และสิทธิพิเศษอื่นๆ ตลอดจนหาช่องทางในการทำตลาดในประเทศเพื่อนบ้านเนื่องจากความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์</p> <p>- ลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรสำคัญ ได้แก่ ข้าว กาแฟ และประมง เนื่องจากความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์และศักยภาพในการผลิตวัตถุดิบ</p>	<p>เวียดนาม</p> <p>นำเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเข้าไปพร้อมกับการลงทุน เนื่องจากเทคโนโลยีในการผลิตแปรรูปของกัมพูชายังไม่ครบถ้วน</p>
ST = กำจัดภัยคุกคาม	WT = ลดความเสี่ยง หลีกเลี้ยง
<p>เวียดนาม</p> <p>การลงทุนต้องคำนึงถึงศักยภาพในการแข่งขันในการทำตลาดของสินค้าแปรรูปเนื่องจากภาวะการแข่งขันสูงจากสินค้าจากจีน</p>	<p>เวียดนาม</p> <p>การลงทุนต่างๆ ในประเทศเวียดนามจำเป็นต้องลงทุนโดยใช้งบประมาณการลงทุนสูงเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดเม็ดเงินในประเทศ</p>

สำหรับเวียดนามเป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าที่สุดในกลุ่มประเทศ CLMV อีกทั้งมีแนวโน้มขยายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศอย่างจริงจัง ขณะที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปของกลุ่มธุรกิจไทย ดังนั้นความเป็นไปได้ในการลงทุนในประเทศเวียดนามนั้นจึงควรใช้ข้อได้เปรียบจากการเป็นประเทศเกษตรรายใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าว กาแฟ และประมง ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการทำตลาดเพื่อบริโภคภายในประเทศ เนื่องจาก ประชากรมีจำนวนมาก กำลังซื้อสูง และยังมีช่องว่างของสินค้าในตลาด ขณะเดียวกันยังสามารถใช้ประเทศเวียดนามเป็นฐานการผลิตเพื่อการส่งออกได้อีกด้วย

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ข้างต้นนั้นเป็นการวิเคราะห์ถึงประเด็นเริ่มต้นที่นักลงทุนต้องใช้ในการตัดสินใจลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนของมิติอุตสาหกรรมการแปรรูป แนวโน้มการลงทุน ในกรณีศึกษา “กาแฟ” คณะผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาลงรายละเอียดไว้ในบทที่ 4 ต่อไป

บทที่ 4

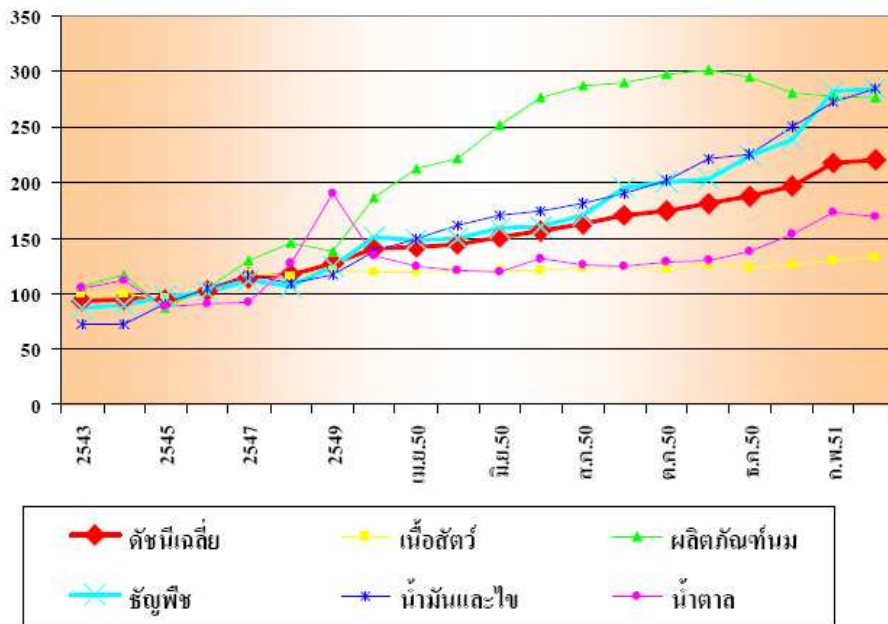
อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมกาแฟ

4.1 ความสำคัญของอุตสาหกรรมกาแฟ

ประเทศกลุ่ม CLMV นั้น ถือเป็นประเทศกำลังพัฒนาทั้งหมดซึ่งมีความแตกต่างกันของขนาดเศรษฐกิจและทักษะในการผลิต แต่เมื่อพิจารณาโครงสร้างหลักทางเศรษฐกิจนับได้ว่าประเทศ CLMV ยังคงมีโครงสร้างหลักส่วนหนึ่งที่เชื่อมโยงกับภาคการเกษตรในแต่ละประเทศด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ โครงสร้างภาคการผลิตดังกล่าวถือเป็นรูปแบบที่คล้ายคลึงกันสำหรับประเทศกำลังพัฒนาทั้งสิ้น และมีเหตุผลจากหลายปัจจัยที่ทำให้ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญในประเทศที่มีการสะสมทุนต่ำ และจำเป็นต้องมีเทคโนโลยีไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิตเชิงอุตสาหกรรม อีกทั้ง เมื่อพิจารณาภาคการเกษตรในฐานะตัวแปรที่ส่งผลต่อสวัสดิการทางสังคมแล้วการเกษตรยังเป็นการรับประกันความมั่นคงทางอาหาร และรักษาระดับคุณภาพชีวิต ปัจจัย 4 ในชีวิตประจำวันของประชาชนในแต่ละประเทศ เนื่องจาก เป็นภาคการผลิตที่อิงกับปัจจัยเชิงกายภาพ ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ จำนวนแรงงานในแต่ละประเทศเป็นสำคัญ ดังนั้น ภาคการเกษตรจึงยังคงเป็นพื้นฐานสำคัญของประเทศกำลังพัฒนาอย่างยิ่ง

อีกทั้ง เมื่อพิจารณาแนวโน้มการแข่งขันและราคาสินค้าเกษตรจากรายงานขององค์กรอาหารและเกษตร (FAO) ซึ่งรายงานสถานการณ์อาหารโลกปี 2554 บ่งชี้ว่าราคาอาหารโลกได้ปรับตัวและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นสูงสุดอย่างต่อเนื่อง จากการวิเคราะห์สาเหตุของปรากฏการณ์ดังกล่าวมาจากสาเหตุร่วมหลายประการ อาทิ ปัญหาสภาพภูมิอากาศที่มีความผันผวนในประเทศผู้ผลิตรายสำคัญเป็นผลให้ปริมาณผลผลิตลดลงในแต่ละช่วงปี อีกทั้งยังมีระดับความต้องการอาหารที่เพิ่มขึ้น จากกลุ่มประเทศเกิดใหม่ เช่น จีน อินเดีย ที่มีเศรษฐกิจขยายตัวสูง ประชาชนในประเทศดังกล่าวจึงมีรายได้และระดับความต้องการบริโภคอาหารเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ขณะเดียวกัน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับราคามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นยังเกิดขึ้นจากกฎกติกาและพฤติกรรมการแข่งขันสินค้าเกษตรในตลาดโลกที่แต่ละประเทศใช้นั้น เป็นการพยายามรักษาความมั่นคงทางอาหารภายในประเทศเป็นผลให้ประเทศผู้ผลิตรายใหญ่บางรายกำหนดเพดานการส่งออกไปยังตลาดโลก ในทางกลับกันประเทศผู้นำเข้าก็มีมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีเพิ่มขึ้น อาทิ การกำหนดมาตรฐานการนำเข้า การใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures; SPS) เป็นผลให้ภาพรวมของสินค้าเกษตรโดยเฉพาะอย่างสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภคมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ

แผนภาพที่ 4.1 ดัชนีราคาสินค้าเกษตรของโลก จำแนกตามประเภทสินค้า

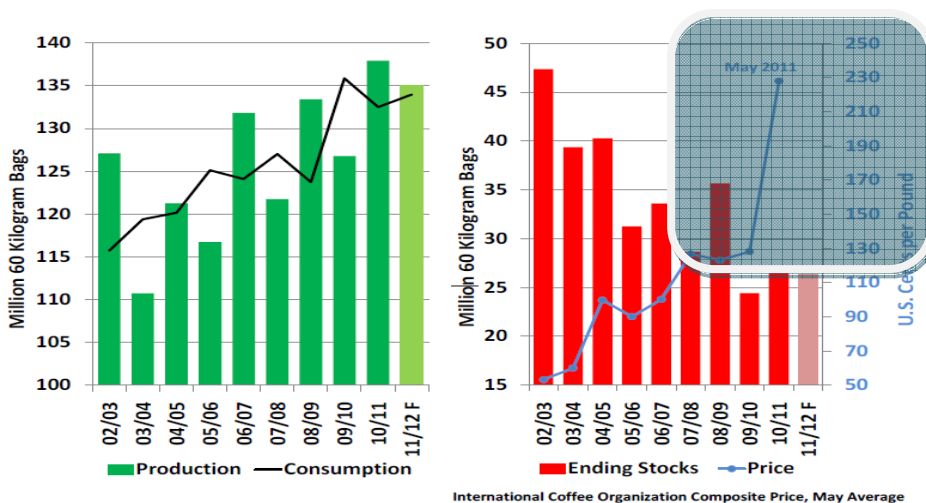


ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, “วิกฤตอาหารโลก: ผลกระทบ.....โอกาสของไทย”, ปีที่ 14 ฉบับที่ 2064 วันที่ 23 เมษายน 2551.

นอกจากนี้ ด้วยปัญหาวิกฤตพลังงานทำให้รูปแบบการเพาะปลูกในหลายๆ ประเทศเริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่การเพาะปลูกพืชพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นผลให้พื้นที่ที่ใช้ในการเพาะปลูกเพื่อการบริโภคที่ลดลง และมีการหันไปปลูกพืชพลังงานมากยิ่งขึ้น

สำหรับสถานการณ์การผลิตกาแฟโลกก็เป็นไปในลักษณะเดียวกันกับสินค้าเกษตรประเภทอื่นๆ ด้วยเช่นกัน พบว่า จากสถิติปริมาณและระดับราคา กาแฟในปี 2011 นั้นมีการคาดการณ์ว่าจะมีการผลิตลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับการผลิตในปี 2010 โดยลดลงประมาณ 2.9 ล้านถุง ขณะที่ปริมาณการบริโภคนั้นกลับมีแนวโน้มการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลให้ระดับราคาในไตรมาสสุดท้ายของกาแฟปี 2011 จะเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ดังแสดงในแผนภาพที่ 4.2

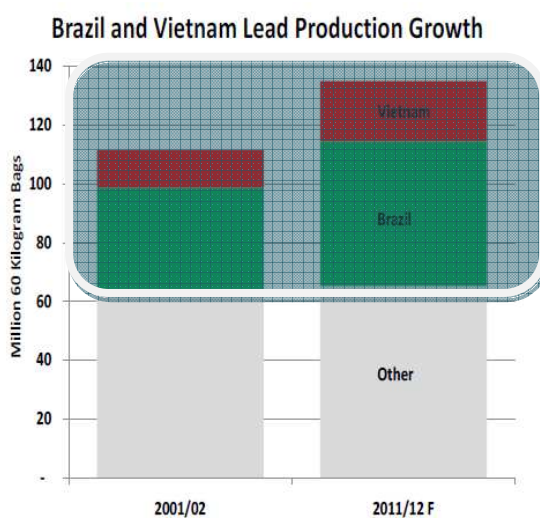
แผนภาพที่ 4.2 สถานการณ์กาแฟโลกในปัจจุบัน



ที่มา: USDA, Coffee: World Market and Trade, June 2011.

จากการศึกษา พบว่า ผู้ผลิตกาแฟรายใหญ่ของโลกนั้นได้แก่ ประเทศบราซิล เวียดนาม และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2001 – 2010) นั้น มีปริมาณการผลิตกาแฟโลกที่สูงขึ้นถึง 2.3 ล้านถุง หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัว 21% อย่างไรก็ดี พบว่าการเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิตดังกล่าวเป็นการเพิ่มในส่วนของประเทศบราซิล และเวียดนาม เป็นสำคัญ ขณะที่อีกกว่า 50 ประเทศมีการผลิตที่ค่อนข้างคงที่ โดยอาจมีการเพิ่มขึ้นในบางประเทศและลดลงในบางประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศผู้มีบทบาทสำคัญในการผลิตกาแฟของโลก คือ บราซิล และเวียดนาม โดยประเทศบราซิลนั้นเป็นผู้ผลิตกาแฟอาราบิก้าอันดับ 1 ของโลก ขณะที่ประเทศเวียดนามเป็นผู้ผลิตกาแฟโรบัสต้าอันดับ 1 ของโลก

แผนภาพที่ 4.3 ปริมาณการผลิตกาแฟโลก



ที่มา: USDA, Coffee: World Market and Trade, June 2011.

เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตกาแฟในแต่ละประเทศในช่วงปี 2553 – 2554 พบว่าผู้ที่มีปริมาณการผลิตมากที่สุด คือ ประเทศบราซิล ปริมาณที่ผลิตได้ ประมาณ 3.27 ล้านตัน/ปี หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 40 ของการผลิตรวมของโลก อันดับ 2 ได้แก่ เวียดนาม ปริมาณที่ผลิตได้ ประมาณ 1.12 ล้านตัน/ปี อันดับ 3 ได้แก่ โคลัมเบีย ปริมาณที่ผลิตได้ ประมาณ 0.54 ล้านตัน/ปี เท่ากับ อินโดนีเซีย

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออกต่อการผลิต เพื่อดูว่าประเทศใดบ้างที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออก ในกลุ่มประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ 5 อันดับแรก พบว่า โคลัมเบียถือเป็นประเทศที่มีอัตราการส่งออกสูงถึงร้อยละ 80 ของการผลิตทั้งหมดของประเทศ รองลงมาได้แก่ อินโดนีเซียซึ่งมีอัตราใกล้เคียงกันที่ประมาณ ร้อยละ 79.51 อันดับสามได้แก่ เวียดนาม ขณะที่ ประเทศบราซิลมีอัตราการส่งออกต่อการผลิตเป็นอันดับ 4 มีอัตราการส่งออกร้อยละ 69.19

ตารางที่ 4.1 ปริมาณการผลิตกาแฟของประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่

ปริมาณการผลิต	2010	ปริมาณการส่งออก (ถุง)	Jul-09 to Jun-10	สัดส่วนการส่งออกต่อการผลิต (%)
ทั่วโลก	133,308,000	ทั่วโลก	92,229,312	69.19
บราซิล (1)	48,096,000	บราซิล (1)	29,783,335	61.92
เวียดนาม (2)	18,500,000	เวียดนาม (2)	14,133,551	76.40
โคลัมเบีย (3)	9,200,000	อินโดนีเซีย (3)	7,359,676	80.00
อินโดนีเซีย (4)	8,856,000	โคลัมเบีย (4)	7,041,492	79.51
เอธิโอเปีย (5)	7,450,000	อินเดีย (5)	3,538,465	47.50
ไทย (20)	752,000	ไทย (25)	204,400	27.18

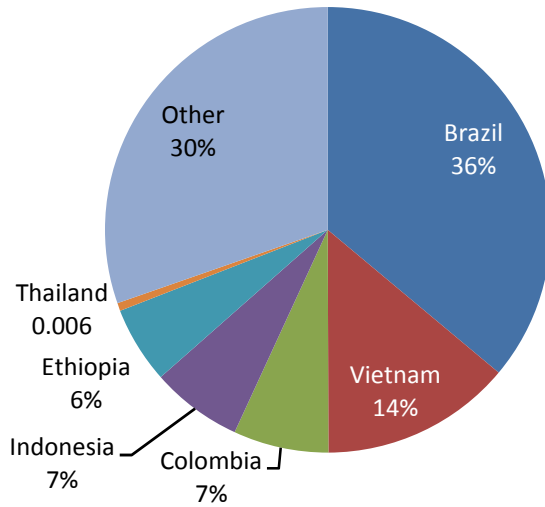
ที่มา: International Coffee Organization

หมายเหตุ: () คือ อันดับ

1 ถุง เท่ากับ 60 กิโลกรัม

สำหรับความสามารถในการผลิตและการส่งออกของไทยนั้น พบว่า ไทยมีอัตราการส่งออกต่อการผลิตในอัตรา ร้อยละ 27.18 ของการผลิตทั้งหมด หรือคิดเป็นการบริโภคเองถึงร้อยละ 72.82 ของการผลิตทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าการผลิตกาแฟของไทยเน้นการผลิตเพื่อการบริโภคในประเทศเป็นหลัก ซึ่งมีความแตกต่างกับการผลิตกาแฟของเวียดนามที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างชัดเจน

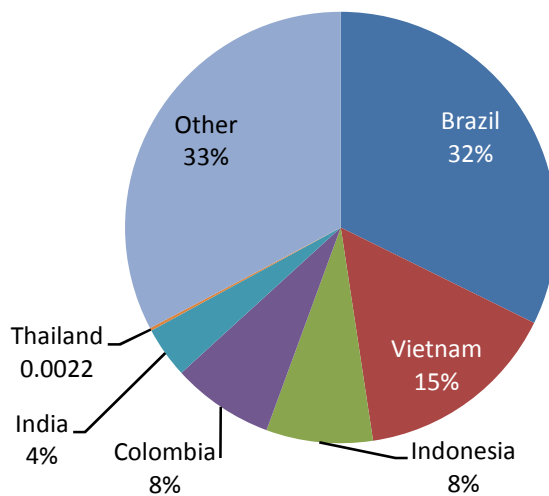
แผนภาพที่ 4.4 สัดส่วนปริมาณการผลิตกาแฟของประเทศผู้ส่งออกกาแฟ



ที่มา: International Coffee Organization

ทั้งนี้ หากพิจารณาสัดส่วนการผลิตจะเห็นได้ว่า การผลิตของประเทศบราซิลและเวียดนามรวมกันแล้วคิดเป็นร้อยละ 50 ของการผลิตกาแฟโลก นั่นหมายความว่า ทั้งสองประเทศนี้มีศักยภาพในการผลิตกาแฟมาก จึงทำให้เป็นประเทศที่มีการส่งออกเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกเช่นกัน กล่าวคือประเทศที่มีการส่งออกกาแฟมากที่สุด คือ ประเทศบราซิล รองลงมาได้แก่ ประเทศเวียดนาม อินโดนีเซีย โคลัมเบีย และอินเดีย ตามลำดับ ขณะที่ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกกาแฟในอันดับที่ 25 ของโลก อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ภูมิภาคอาเซียนมีความเหมาะสมในการผลิตกาแฟของโลกเช่นกัน กล่าวคือ เมื่อนำผลผลิตในเวียดนามและอินโดนีเซียรวมกัน พบว่า มีปริมาณการผลิตถึงร้อยละ 21 ของการผลิตทั้งหมดของโลก

แผนภาพที่ 4.5 สัดส่วนปริมาณการส่งออกกาแฟของประเทศผู้ส่งออกกาแฟ



ที่มา: International Coffee Organization

ดังนั้น เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออก พบว่า มีแนวโน้มใกล้เคียงกับการผลิต กล่าวคือ บราซิล และเวียดนามถือเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกประมาณ ร้อยละ 47 ของการส่งออกโลก และเมื่อพิจารณาปริมาณการส่งออกเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน พบว่า มีสัดส่วนการส่งออกประมาณ ร้อยละ 23 ของการส่งออกโลก กล่าวได้ว่าในภูมิภาคอาเซียนถือเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ของโลกเช่นเดียวกัน

กล่าวโดยสรุป ความโดดเด่นและลักษณะพิเศษของกาแฟประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 2 ประการ¹ คือ 1) กาแฟปลูกไม่สามารถทำการเพาะปลูกได้ในทุกพื้นที่ทั่วโลก ซึ่งปลูกได้เฉพาะประเทศที่อยู่ระหว่างละติจูดที่ 23 องศาเหนือ ถึง 23 องศาใต้เท่านั้น และต้องมีความอุดมสมบูรณ์และขนาดพื้นที่ที่มีความเหมาะสมจึงจะให้ผลผลิตที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่ให้ราคาสูง สามารถปลูกได้บางพื้นที่และ อุณหภูมิพอเหมาะ ฝนพอเหมาะเท่านั้น ดังนั้น จากข้อมูลผู้ผลิตและการส่งออก แสดงให้เห็นว่าพื้นที่สำคัญในฐานะผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกอยู่ที่ทวีปอเมริกาใต้ และภูมิภาคอาเซียนเป็นสำคัญ ขณะเดียวกัน 2) ในตลาดโลกนั้นมีการคาดการณ์ว่าราคากาแฟจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากรสนิยม การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ประกอบกับคาดการณ์ว่าในอนาคตจะขาดแคลนกาแฟเกิดขึ้น

4.2 ความได้เปรียบของไทยในการดำเนินธุรกิจด้านกาแฟ

ประเทศไทยถือเป็นประเทศชั้นนำด้านเกษตรแปรรูปซึ่งมีประสบการณ์ทั้งในเชิงการบริหารจัดการและเป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรหลายรายการอาจกล่าวได้ว่าจุดแข็งสำคัญของนักธุรกิจไทยคือการมีทักษะความชำนาญในการแปรรูป สำหรับกาแฟนั้นประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญในการแปรรูปโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กาแฟสำเร็จรูปประเภท 3 in 1² ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย คือประเทศในกลุ่ม CLMV นั้นเอง (รายละเอียดในบทที่ 5)

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาข้อมูลการนำเข้ากลับพบว่า ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบเพื่อใช้ในการแปรรูปด้วยเช่นกันแสดงให้เห็นว่าการผลิตวัตถุดิบเพื่อการแปรรูปนั้น ไทยยังไม่สามารถพัฒนากาแฟในเชิงพาณิชย์ได้เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรม³ ดังนั้นเมื่อพิจารณาความได้เปรียบของประเทศ CLMV ในเรื่องการปลูกกาแฟด้วยความเหมาะสมในการเพาะปลูกกาแฟในภูมิภาคนี้จึงถือเป็นการลงทุนเชิงพาณิชย์ที่น่าสนใจ อีกทั้งด้วยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในแต่ละ

¹ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทป่าของไฮแลนด์นักลงทุนเกี่ยวกับกาแฟรายใหญ่ในลาว

² จากข้อมูลการนำเข้าส่งออกกาแฟ พบว่า ประเทศไทยมีการนำเข้ากาแฟ 3 in 1 น้อยกว่าการส่งออก รายละเอียดในตารางที่ 4.2 HS 210112

³ สำหรับปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นแรงผลักดันให้นักลงทุนกาแฟไทยจำเป็นต้องมองหาพื้นที่อื่นๆ ในภูมิภาคในการปลูกและแปรรูปเพิ่มเติมเนื่องจาก ปัจจุบันแนวโน้มการปลูกกาแฟในภาคใต้ (โรบัสต้า) นั้น มีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากเกษตรกรนิยมปลูกยางพารา และปาล์มน้ำมันมากขึ้น ทำให้พื้นที่เพียงพอต่อการผลิตเพื่อรองรับระดับความต้องการระดับอุตสาหกรรมได้

ประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงอัตราการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศจึงสะท้อนถึงแนวโน้มในการพัฒนาตลาดกาแฟรองรับการบริโภคในแต่ละประเทศได้อีกด้วย

ภาพรวมของกาแฟไทยที่มีต่อกลุ่มประเทศ CLMV
กัมพูชา : ไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป กาแฟ 3 in 1 และเมล็ดกาแฟคั่วดิบที่ไม่สกัดคาเฟอีน ขณะที่ไม่มีผู้นำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศกัมพูชา
ลาว : ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 ขณะที่จะทำการนำเข้าเมล็ดกาแฟคั่วที่ไม่ผ่านการแปรรูปใด ๆ และกาแฟ 3 in 1 ในบางส่วน จากลาว
พม่า : ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 เป็นหลัก ขณะที่ไม่มีผู้นำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศพม่า
เวียดนาม : ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 ขณะที่มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟคั่วที่ไม่ผ่านการแปรรูปใด ๆ จากประเทศเวียดนาม
การส่งออกกาแฟของไทยไปยัง CLMV : สินค้ากาแฟที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV คือ สินค้ากาแฟที่อยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศ พม่า รองลงมาได้แก่ ลาว เวียดนาม และกัมพูชา ตามลำดับ
การนำเข้ากาแฟของไทยจาก CLMV : ประเทศไทยจะนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศกลุ่ม CLMV ในกลุ่มของอุตสาหกรรมกาแฟต้นน้ำ คือ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 090111 คือ เมล็ดกาแฟคั่วที่ไม่ผ่านการแปรรูปใด ๆ และกาแฟ 3 in 1 ในบางส่วนจากลาวเท่านั้น ซึ่งประเทศในกลุ่ม CLMV ที่มีศักยภาพในการผลิตเมล็ดกาแฟคั่วมากที่สุด คือ ประเทศเวียดนาม รองลงมาคือ ประเทศ ลาว

นอกจากนี้ หากวิเคราะห์ความเป็นไปได้จากพื้นฐานศักยภาพธุรกิจปลายน้ำระดับ SME ของธุรกิจไทยจากจุดแข็งในเรื่องธุรกิจการให้บริการ อาทิ ร้านอาหารและเครื่องดื่มก็ถือเป็นช่องทางการลงทุนที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศด้วยเช่นเดียวกัน

4.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมกาแฟในกลุ่มประเทศ CLMV

เนื่องจากการศึกษาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ได้นำกรณีศึกษาอุตสาหกรรมแปรรูปกาแฟซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาศักยภาพและทำตลาดค่อนข้างสูงในปัจจุบัน เมื่อพิจารณาภายในกลุ่มประเทศ CLMV ที่มีความต้องการบริโภค ส่งเสริมการปลูกกาแฟ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์กลุ่มกาแฟเพิ่มสูงขึ้น ทั้งในมิติการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ และ/หรือ การส่งออก ด้วยเหตุนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของการส่งเสริมอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปกลุ่มกาแฟ ทั้งในส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ การปลูกกาแฟ และการผลิตเมล็ดกาแฟ

รวมถึงส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ อุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูป นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาใน ส่วนของธุรกิจต่อเนื่อง อันได้แก่ ธุรกิจร้านกาแฟ อีกด้วย

ทั้งนี้ ได้มุ่งศึกษาการส่งเสริมการผลิตและการส่งออกกาแฟของประเทศไทยที่ผ่านมา เพื่อทราบ ถึงองค์ประกอบของการบริหารจัดการ และปัจจัยเชิงสถาบันที่กระทบต่อการพัฒนาการผลิตและตลาด สินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟ ซึ่งอาจเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดทิศทางการดำเนินนโยบายที่จะทำการ ส่งเสริมสินค้าเกษตรและการลงทุนที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการศึกษาถึง ปัจจัยการผลิต โครงสร้างตลาด ความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการลงทุนและช่องทางการลงทุน อุตสาหกรรมกาแฟในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งอาจจะเป็น “ทางเลือก” หนึ่งในการพัฒนาศักยภาพของ กลุ่มอุตสาหกรรมกาแฟและธุรกิจกาแฟของไทยอนาคต

4.4 กรอบความร่วมมือทางการค้าที่ส่งผลต่อการตลาดกาแฟ

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดสินค้ากาแฟของโลก พบว่า แนวทางการพัฒนาสินค้า แปรรูปกาแฟมุ่งเน้นในการสร้างดุลยภาพของอุปสงค์และอุปทานของกาแฟ โดยให้ความสำคัญต่อกลุ่ม เกษตรกร มาตรการที่สำคัญ ได้แก่ การพยายามพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบให้มีมาตรฐานโดยมุ่งเน้นไปที่ การช่วยเหลือเกษตรกรผู้ผลิต การปรับลดต้นทุนและความเสี่ยงทางราคาที่เกษตรกรต้องแบกรับจาก ความเสี่ยงของการผลิตสินค้าเกษตร อาทิ 1) มาตรการช่วยเหลือการปรับปรุงคุณภาพการผลิตของ เกษตรกร 2) มาตรการทางด้านราคา อาทิ การกำหนดเพดานราคาในกรณีระดับราคาตกต่ำ

สำหรับมาตรการช่วยเหลือในแง่การเพิ่มคุณภาพการผลิตกาแฟนั้น มีองค์การระหว่างประเทศที่มี บทบาทในการช่วยเหลือที่สำคัญ ได้แก่ องค์การกาแฟสากล (International Coffee Organization: ICO) ซึ่งเป็นองค์กรที่ช่วยเหลือและสนับสนุนอุตสาหกรรมกาแฟ โดยมี “โครงการพัฒนาคุณภาพกาแฟ”⁴ เพื่อให้มีการตรวจสอบคุณภาพกาแฟเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง อีกทั้ง มีการกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำ คุณภาพของกาแฟเพื่อการส่งออกขึ้น อาทิ ระบุจำนวนเมล็ดกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่ไม่เกิด 86 เมล็ด ต่อน้ำหนัก 300 กรัม การกำหนดความชื้นของเมล็ดกาแฟ ซึ่งการกำหนดมาตรฐานการค้าระดับสากลนี้ จึงถือเป็นการกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตามกติกาดังกล่าวในการผลิตกาแฟเพื่อการส่งออก ประโยชน์ที่ได้รับจากนโยบายดังกล่าวจึงมุ่งเน้นในการคัดกรองกาแฟที่ได้มาตรฐานความต้องการของ ผู้บริโภค ขณะเดียวกันยังนำไปสู่การยกระดับราคาของกาแฟให้สูงขึ้น

ขณะที่ มาตรการทางด้านราคาเป็นการศึกษาจากมาตรการของประเทศผู้ผลิตรายใหญ่ซึ่งส่งผล ต่อระดับราคาของตลาดโลก ตลอดจนแนวทางการบริหารจัดการสินค้ากลุ่มกาแฟของประเทศผู้ผลิตเพื่อ การส่งออกรายอื่นๆ ดังนั้น มาตรการทางด้านราคาจึงทำการศึกษาจากมาตรการของประเทศบราซิลเป็น

⁴ เริ่มมาตรการ ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2545

หลัก จากการศึกษา พบว่า นโยบายที่สำคัญประกอบไปด้วย 2 มาตรการ ได้แก่ มาตรการประกันราคาด้วยการทำสัญญาสิทธิ (Option) กับเกษตรกร และมาตรการควบคุมสต็อกสินค้าภายในประเทศเพื่อเป็นการควบคุมการส่งออก ทั้งนี้มาตรการทั้ง 2 มาตรการจะมีการใช้ควบคู่กัน ในกรณีของการทำสัญญาเพื่อประกันราคาจะมีการกำหนดราคาที่รัฐบาลรับซื้อ และกำหนดระยะเวลาส่งมอบโดยเกษตรกรต้องทำการซื้อสัญญาดังกล่าวจากรัฐบาล เพื่อให้รัฐบาลรับซื้อสินค้าของตนตามที่มีการตกลงไว้ อันเป็นผลให้เกิดการกำหนดราคามาตรฐานขึ้น อีกทั้ง เงินที่รัฐบาลได้รับจากการทำสัญญามานั้นจะนำไปใช้สำหรับสต็อกกาแฟต่อไป ดังนั้น จะเห็นได้ว่าด้วยมาตรการดังกล่าวย่อมส่งผลต่อปริมาณและระดับราคากาแฟในตลาดโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

นอกจากนี้ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างตลาดสินค้ากาแฟ คือ การเก็งกำไรในตลาดสินค้าเกษตรล่วงหน้า ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจและสถานการณ์ของตลาดทุนจึงมีส่งผลต่อระดับราคาสินค้าเกษตรหมายรวมถึงกาแฟด้วยเช่นกัน

4.4.1 ระเบียบในการค้าเสรีของภูมิภาคอาเซียน

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV นั้น สิ่งที่ต้องนำมาพิจารณาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการลงทุนว่าด้วยสินค้าเกษตรในภูมิภาคอาเซียนก็ยังคงมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงเช่นเดียวกัน ซึ่งกรอบการค้าเสรีในภูมิภาคหมายรวมถึงการเข้าไปลงทุนในประเทศหนึ่งประเทศใดระหว่างภาคีสมาชิกเช่นเดียวกัน จากการศึกษา พบว่า เมื่อพิจารณาตามกรอบพื้นที่ภูมิศาสตร์ของ CLMV แล้ว มิตินโยบายความร่วมมือตามยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี – เจ้าพระยา – แม่โขง (Ayeyawady - Chao Phraya - Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) ถือเป็นกรอบหรือทิศทางในการสร้างความร่วมมือที่ควรนำเสนอเพื่อเป็นประเด็นในการพิจารณาทิศทางการส่งเสริมการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งสินค้ากลุ่มกาแฟนั้นเป็นกลุ่มพืชเศรษฐกิจที่มีข้อมูลเชิงลึกอยู่ค่อนข้างน้อย ดังนั้น กระบวนการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนของประเทศต่างๆ จึงถูกผนวกไว้กับสินค้าเกษตรอื่นๆ ดังนั้น ในขั้นต้นคณะผู้วิจัยจะทำการศึกษาในมิติของข้อตกลงสำคัญของภูมิภาคเพื่อเป็นกรอบทางการศึกษา โดยแบ่งประเด็นพิจารณาข้อตกลงว่าด้วยสินค้าเกษตรไว้ 2 กรอบ ได้แก่ 1) กรอบการค้าเสรีอาเซียน 2) นโยบายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนใหม่: ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี – เจ้าพระยา – แม่โขง หรือ ACMECS โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ข้อตกลงตาม ASEAN Free Trade Area: AFTA⁵

เป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของการรวมกลุ่มอาเซียนขึ้นนั้น คือ การสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ตัวอย่างมาตรการสำคัญ ได้แก่ นโยบายการใช้อัตราภาษีพิเศษที่เท่ากัน (Common Effective Preferential Tariff: CEPT) สำหรับสินค้าของประเทศสมาชิกอาเซียน อันนำไปสู่การตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ขึ้น โดยสิทธิที่ประเทศภายในกลุ่มจะได้ระหว่างกัน คือ การให้สิทธิทางภาษีในลักษณะต่างตอบแทน กล่าวคือ มีการที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้านิดใด ประเทศสมาชิกนั้นจะต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้านิดเดียวกันด้วย ทั้งนี้ CEPT ได้กำหนดให้สินค้าที่ได้รับประโยชน์จากการลดภาษีจะต้องมีสัดส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN Local Content) อย่างน้อยร้อยละ 40 และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสม (Cumulative Rules of Origin) โดยกำหนดอัตราขั้นต่ำของวัตถุดิบเท่ากับ ร้อยละ 20 สำหรับมาตรการทางภาษี กำหนดให้ต้องมีการลดภาษีนำเข้าในบัญชีรายการลดภาษีภายใต้ CEPT ให้เหลืออัตราร้อยละ 0-5 ภายในวันที่ 1 มกราคม 2546 และจะลดอัตราร้อยละนำเข้าให้เป็น 0 ภายในปี 2553 สำหรับเวียดนามให้ลดอัตราร้อยละนำเข้าในปี 2549 ขณะที่ ลาวและพม่า ภายในปี 2551 ส่วนกัมพูชาภายในปี 2553 โดยจะต้องลดอัตราร้อยละนำเข้าทั้งหมดให้เป็น 0 ภายในปี 2558

สำหรับการยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี พบว่า AFTA กำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณ (Quantitative Restriction) ทันทีเมื่อสินค้าได้นำเข้าแผนการลดภาษีแล้ว และได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอาเซียนอื่นๆ แล้ว โดยต้องยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี (NTB) ภายใน 5 ปี หลังจากได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอาเซียนอื่นๆ ขณะนี้ อาเซียนกำลังดำเนินการเพื่อยกเลิกอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภายในอาเซียน โดยให้มีกระบวนการแจ้งข้ามประเทศ (Cross-notification) ซึ่งประเทศสมาชิกและภาคเอกชนสามารถแจ้งมาตรการที่มีใช้ภาษีที่ประเทศอื่นๆ ใช้อุปสรรคต่อสำนักเลขาธิการอาเซียน เพื่อรวบรวม ตรวจสอบ แล้วให้ประเทศสมาชิกที่ถูกแจ้งนั้นชี้แจงและดำเนินการยกเลิกต่อไปหากพบว่าเป็นอุปสรรคทางการค้าและไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของความตกลง CEPT

2) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี – เจ้าพระยา – แม่โขง (ACMECS)⁶

ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี – เจ้าพระยา – แม่โขง เป็นผลต่อเนื่องจากหลังการประชุมผู้นำอาเซียนสมัยพิเศษว่าด้วยโรค SARS เมื่อ 29 เมษายน 2546 ที่กรุงเทพฯ วัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อเป็นการลดช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกเพื่อส่งเสริมความเจริญอย่างยั่งยืนในภูมิภาคนี้ ซึ่งความเจริญดังกล่าวไม่เพียงแต่จะเป็นผลประโยชน์ของประเทศทั้งสิ้น แต่ยังส่งเสริมและ

⁵ กรมการค้าต่างประเทศ 2551

⁶ กรมการค้าต่างประเทศ 2551

ก่อให้เกิดความเข้มแข็งให้แก่กรอบความร่วมมืออาเซียนต่อไปด้วย เนื่องการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และไทย ย่อมหมายถึงความเข้มแข็งของอาเซียนโดยรวม นอกจากนี้ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของเวียดนามเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2547 ได้ทำให้ประเทศสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 5 ประเทศ ซึ่งช่วยเพิ่มความเข้มแข็งให้แก่กรอบความร่วมมือ ACMECS มากยิ่งขึ้น สำหรับข้อมูลทั่วไปว่าด้วยกรอบความร่วมมือ ACMECS⁷ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) โครงการ Contract Farming เป็นโครงการที่มีขึ้นเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรของกลุ่ม ACMECS ทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเนื่องจากประเทศในกลุ่ม ACMECS มีทรัพยากรธรรมชาติค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการขยายตัวของการผลิตให้เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น จึงมีการกำหนดแนวทางให้มีการทำโครงการ Contract Farming โดยการสนับสนุนให้ภาคเอกชน อาทิ ภาครัฐไทยเข้าไปร่วมส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้านและรับซื้อสินค้าเกษตรเหล่านั้นจากประเทศเพื่อนบ้านในราคายุติธรรม และ/หรือ ส่งออกสินค้ากลับมาไทยโดยได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรจากไทย ดังนั้น ผลที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ Contract Farming ย่อมจะทำให้เกิดการผลิตสินค้าโดยมีต้นทุนต่ำเนื่องจากมีการปลูกพืชที่ใช้แรงงานและพื้นที่ที่มีความเหมาะสมต่อการเพาะปลูก อีกทั้ง ทำให้อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปต่างๆ มีหลักประกันในด้านปริมาณสินค้าเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่แน่นอน
- 2) สินค้าเกษตรเป้าหมาย⁸ ประกอบด้วยสินค้า 2 ประเภท ได้แก่
 - พืชไร่ ได้แก่ ถั่วเหลือง ถั่วลิสง ละหุ่ง ข้าวโพดหวาน มันฝรั่ง มะม่วง หิมพานต์ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ยูคาลิปตัส ลูกเดือย และถั่วเขียวผิวมัน ซึ่งไทยจะให้ภาน้ำเข้าเป็นศูนย์ เพื่ออำนวยความสะดวกครบวงจร
 - พืชพลังงาน ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลัง และอ้อย

แม้ว่า สินค้าเกษตรประเภทกาแฟจะไม่ใช้สินค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีการมอบสิทธิพิเศษระหว่างกัน แต่หากพิจารณาแนวคิดในการดำเนินโครงการ Contract Farming แล้ว ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการเพาะปลูกเพาะผลิตสินค้าแปรรูปให้กับอุตสาหกรรมของไทยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีการลงทุนเพื่อให้ประเทศเพื่อนบ้านเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูปกาแฟไม่ว่าจะมีเป้าหมายในการบริโภคหรือส่งออกต่างประเทศก็ตาม จึงถือได้ว่าแนวคิดที่ว่าด้วย Contract Farming เป็นทางเลือกนโยบายชุดหนึ่งที่สามารถเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรของไทยภายใต้แนวคิดความร่วมมือระหว่างกันของประเทศในภูมิภาคอาเซียน

⁷ เริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน 2547

⁸ หมายเหตุ: สินค้าเกษตรเป้าหมายดังกล่าวเป็นสินค้ากลุ่มเป้าหมายของประเทศไทย

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันโครงการ ACMECS ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการทำ Contract Farming กับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากตัวสัญญาไม่สามารถบังคับใช้ได้จริงตามกฎหมาย ตัวอย่างที่พบได้แก่ เวลาซื้อขายจริงเกษตรกรมักไม่ค่อยปฏิบัติตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ นอกจากนี้ การซื้อขายมันสำปะหลังผ่านโครงการ Contract Farming ในปัจจุบันก็แทบไม่มีเลย เนื่องจากแค่ปริมาณการผลิตในประเทศก็มากกว่าความต้องการใช้แล้ว

ดังนั้น ความเป็นไปได้ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินการจำเป็นต้องมีการศึกษาและพัฒนากระบวนการส่งต่อสินค้าเกษตรเพื่อใช้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรมต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีของกาแฟนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการทำตลาดของผลิตภัณฑ์กาแฟก่อนด้วยว่ามีศักยภาพมากน้อยเพียงใด ในการทำตลาดในเชิงอุตสาหกรรม เพื่อให้การกำหนดมาตรการส่งเสริมไปในทิศทางที่ถูกต้องและเสริมสร้างความได้เปรียบทางการค้ามากที่สุด

4.5 สถานการณ์กาแฟในประเทศไทย

กาแฟในเชิงการค้าที่สำคัญของโลกมีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ กาแฟอาราบิก้า และกาแฟโรบัสต้า โดยปริมาณการผลิตกาแฟของโลกจะมีสัดส่วนของอาราบิก้า : โรบัสต้า ประมาณ 70 : 30 และปริมาณการค้ามีสัดส่วน 65 : 35 ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยผลิตกาแฟได้เพียงร้อยละ 1 ของโลก เป็นกาแฟโรบัสต้าถึงร้อยละ 97 และอาราบิก้าเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น เนื่องจากกาแฟอาราบิก้ามีรสชาติไม่เข้มข้น รุนแรง และกลิ่นหอมนุ่มนวล จึงถือเป็นกาแฟคุณภาพดี ตลาดโลกมีความต้องการสูง ประกอบกับแนวโน้มการบริโภคยังสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การผลิตภายในประเทศไม่เพียงพอ ต้องนำเข้าปีหนึ่งในปริมาณและมูลค่าสูง หากมีการพัฒนาการผลิตกาแฟดังกล่าว เพื่อทดแทนการนำเข้า จะเป็นการประหยัดเงินตราได้มาก

สำหรับตลาดในประเทศปัจจุบันการดื่มกาแฟได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เห็นได้จากธุรกิจร้านกาแฟที่พบเห็นได้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็นในห้างสรรพสินค้า ดิเกอสำนักงาน โรงพยาบาล บัมน์น้ำมัน และอื่น ๆ ซึ่งมีทั้งร้านกาแฟของไทยเองและต่างชาติ กาแฟกลายเป็นเครื่องดื่มที่จำเป็นและดื่มกันกว้างขวางยิ่งขึ้นโดยเฉพาะกาแฟสำเร็จรูปมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง

4.5.1 การปลูกกาแฟในประเทศไทย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้คาดคะเนการผลิตกาแฟในปี 2554 โดยคาดว่าจะมีเนื้อที่ให้ผลผลิตทั้งประเทศ 355,603 ไร่ ลดลงจากปีที่แล้ว ร้อยละ 1.08 เนื่องจากเนื้อที่โค่นกาแฟพันธุ์โรบัสต้าทางภาคใต้เพิ่มมากขึ้นมากกว่าเนื้อที่เริ่มให้ผลในปีใหม่ของกาแฟพันธุ์อาราบิก้าซึ่งมีแหล่งผลิตทางภาคเหนือ มีผลผลิต 45,642 ตัน ลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ 6.77 เนื่องจากเกษตรกรที่ปลูกกาแฟพันธุ์

โรบัสต้า บางส่วนเปลี่ยนมาใช้วิธี “ทำสาว”⁹ แทนการโค่นต้นกาแฟอายุมากทั้ง และผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 128 กิโลกรัม ลดลงร้อยละ 5.88 เนื่องจากในแหล่งผลิตทางภาคใต้สภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวย ปริมาณน้ำฝนลดลงมากจากปีที่ผ่านมาทำให้ผลอ่อนแห้ง

ตารางที่ 4.2 ปริมาณพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตกาแฟของไทย ในปี 2552-2553

พื้นที่เพาะปลูก/ผลผลิต	2552	2553	% (+/-)
พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	365,337	356,867	-2.3
ภาคเหนือ	25,468	29,340	15.2
ภาคกลาง	2,116	1,816	-14.2
ภาคใต้	337,753	325,711	-3.6

ที่มา: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ภาคที่มีการผลิตกาแฟมากที่สุดของประเทศไทย คือ ภาคใต้ รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือ และภาคกลาง ตามลำดับ โดยผลผลิตกาแฟร้อยละ 93 เป็นกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้า ซึ่งมีแหล่งเพาะปลูกอยู่ในภาคใต้และภาคกลางตอนล่าง แนวโน้มการปลูกกาแฟในภาคใต้นั้น มีแนวโน้มที่ลดลง เนื่องจากมีการหันไปปลูกยางพารา และปาล์มน้ำมัน ซึ่งให้ราคาผลตอบแทนที่สูงกว่าแทน ประกอบกับผลผลิตกาแฟต้องแข่งขันกับกาแฟนำเข้าจากเวียดนาม และอินโดนีเซีย ขณะที่การปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าจะมีการเพาะปลูกในภาคเหนือ กลับมีแนวโน้มการปลูกที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเป็นสายพันธุ์ที่มีกลิ่นและรสชาติเป็นที่นิยมบริโภคในรูปของกาแฟสด

4.5.2 อุตสาหกรรมกาแฟผงสำเร็จรูป (Instant Coffee) ของไทย

อุตสาหกรรมกาแฟผงสำเร็จรูป เริ่มมีขึ้นในปี พ.ศ. 2517 โดยมีบริษัท กาแฟผงไทย จำกัด เป็นผู้ผลิตรายแรกในตรา “เนสกาแฟ” ต่อมาเมื่อบริษัท เนสท์เล่ (สวีตเซอร์แลนด์) เข้ามาเป็นผู้ร่วมทุน จึงได้ตั้งบริษัทชื่อบริษัท คอวลิตี คอฟฟี่โปรดักส์ จำกัดขึ้นมาเป็นผู้ผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปแทน ส่วนบริษัท เขาช่องอุตสาหกรรม 1979 จำกัด และ บริษัท ซาราลี (ประเทศไทย) จำกัด (เดิมชื่อบริษัท สยามโค่น่า จำกัด) นั้นเข้ามาเป็นผู้ผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปในภายหลัง

สถานการณ์ของธุรกิจกาแฟผงสำเร็จรูปในปัจจุบัน มีผู้ผลิตที่สำคัญจำนวนไม่มากนัก ซึ่งแม้ว่าประเทศไทยจะสามารถผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปเพื่อการบริโภคในประเทศได้เองก็ตาม แต่ก็มีส่วนหนึ่งเป็นการนำเข้าในผลิตภัณฑ์กาแฟที่ไม่สามารถผลิตได้ เช่น กาแฟเทสเตอร์ช้อยส์ เป็นต้น

⁹ " ทำสาว " หมายถึง การตัดแต่งต้นไม้ที่มีอายุมากแล้ว เพื่อให้แตกกิ่งใหม่ ออกดอก ออกผล เหมือนกับต้นไม้ที่ปลูกใหม่จะทำให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตง่ายยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.3 รายชื่อและส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูป

รายชื่อผู้ผลิต	ปีที่เริ่มทำการผลิต (พ.ศ.)	ที่ตั้งโรงงาน ¹	หุ้นส่วนต่างชาติ	ทุนจดทะเบียน ² (ล้านบาท)	ตราผลิตภัณฑ์
บจ. ควอลิตี้ คอฟฟี่โปรดักส์	2517	ฉะเชิงเทรา	Nestle 49 %	500	เนสกาแฟ
บจ. เขาช่องอุตสาหกรรม 1979	2522	สมุทรปราการ	n.a.	270	เขาช่อง
บจ. ชาราลี (ประเทศไทย) (หรือ บ. สยามโคหน้า)	2529	ปทุมธานี	n.a.	148	มอคโคหน้า
อื่น ๆ และนำเข้า					ซูเปอร์เซฟ, เนสกาแฟ ³ , เทสเตอร์ช้อยส์

ที่มา: คลังข้อมูลสารสนเทศระดับภูมิภาค (ภาคใต้) โดยสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร

หมายเหตุ: ¹ ข้อมูลโรงงาน, กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545

² กระทรวงพาณิชย์, ทุนจดทะเบียนของผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูปรายใหญ่, 2546

³ แม้ในประเทศไทยจะมีผู้ผลิตกาแฟสำเร็จรูปยี่ห้อเนสกาแฟ แต่กาแฟสำเร็จรูปที่นำเข้าจะเป็นกาแฟที่ไม่สามารถผลิตในประเทศไทยได้

4.5.3 ธุรกิจร้านกาแฟของไทย

แม้กาแฟจะเป็นเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายและเป็นที่รู้จักในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน แต่ในปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวสูง สาเหตุหลัก ๆ อาจสืบเนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟรายใหญ่ ๆ จากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้ เช่น ซุซูกิ สตาร์บัคส์ สภาพดังกล่าวสร้างความคึกคักและตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจร้านกาแฟเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน ความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่มักดื่มกาแฟสำเร็จรูปกันเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบัน คนไทยได้หันมานิยมเข้าร้านกาแฟสดคั่วบดมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลมาจากธุรกิจร้านกาแฟในปัจจุบัน ไม่เพียงแต่ขายเฉพาะกาแฟเท่านั้น แต่ยังสามารถเสริมบริการอื่น ๆ ที่เพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วย อันจะเห็นได้จากร้านกาแฟส่วนใหญ่ที่มีในปัจจุบัน ที่มีการตกแต่งร้านสวยงาม และมักเน้นการขายสินค้าและบริการเสริมอื่น ๆ เช่น ขนมเค้ก คุกกี้ แชนด์วิช หรือบางแห่งมีบริการอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้าด้วย

ทั้งนี้จากผลการสำรวจพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยในปี พ.ศ. 2545 โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า คนไทยยังมีอัตราการดื่มกาแฟต่อคนต่ำมาก เฉลี่ย 200 แก้ว/คน/ปี เมื่อเทียบกับคนในแถบเอเชีย เช่น ชาวญี่ปุ่น ดื่มกาแฟเฉลี่ย 500 แก้ว/คน/ปี ในขณะที่ชาวอเมริกาดื่มกาแฟเฉลี่ย 700 แก้ว/คน/ปี ดังนั้น แนวโน้มการดื่มกาแฟของคนไทยในอนาคตคาดว่าจะยังคงเพิ่มสูงขึ้น ทำให้นักลงทุนจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยมากขึ้น

สำหรับประเภทของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทยนั้น มีหลายรูปแบบ ได้แก่

1. **ร้านกาแฟที่เป็นแฟรนไชส์จากต่างประเทศ** ร้านกาแฟเหล่านี้ส่วนใหญ่จับกลุ่มลูกค้าระดับบน ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย 65 บาทขึ้นไป ร้านกาแฟสตาร์บัคส์อาจถือได้ว่าเป็นผู้นำในตลาดนี้ ส่วนร้านอื่น ๆ ที่อยู่ในตลาดนี้ ได้แก่ ชูชูกิ โอบองแปง กลอเรีย จีนส์ คอฟฟี่ส์ เป็นต้น

2. **ร้านกาแฟของนักลงทุนต่างประเทศที่เข้ามาสร้างแบรนด์ในไทย** มีหลายรายเช่นกัน เช่น คอฟฟี่ เวิลด์ คอฟฟี่ปิ่นส์ โดยมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มนักศึกษาที่มีรายได้สูง และกลุ่มนักธุรกิจ คนทำงาน ปัจจุบัน มีการขยายสาขาไปในศูนย์การค้า เช่น เซ็นทรัล บีคซี โลตัส รูปแบบการตกแต่งร้านมีความทันสมัย กาแฟที่ใช้ในร้านมีทั้งที่เป็นกาแฟไทยและกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ ราคากาแฟขายอยู่ที่ 45 - 65 บาทต่อแก้ว

3. **ร้านกาแฟของคนไทยทั้งที่ลงทุนเองและเปิดสาขาในรูปแบบแฟรนไชส์** ร้านกาแฟในกลุ่มนี้มีหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ร้านที่โดดเด่นและ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในระบบแฟรนไชส์ ได้แก่ ร้านแบล็คแคนยอน ซึ่งได้ฉีกแนวการทำร้านกาแฟให้ต่างไปจากเดิมด้วยการเปิดร้านขายกาแฟควบคู่กับการขายอาหาร มุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางไปจนถึงระดับบนที่เป็นกลุ่มคนทำงานและกลุ่มครอบครัว ราคาจำหน่ายกาแฟอยู่ที่ 45 – 65 บาท แบล็คแคนยอนชูจุดขายที่ความสดใหม่ของกาแฟ ด้วยการชงกาแฟ 1 ชอง ต่อ 1 แก้ว เมล็ดกาแฟที่ใช้ 70% เป็นพันธุ์อาราบิก้าของโครงการหลวง และอีก 30 % เป็นเมล็ดกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ ร้านกาแฟอื่นๆ ในกลุ่มนี้ได้แก่ 94 Coffee, The Coffee Maker, Barista ร้านเหล่านี้จำหน่ายกาแฟที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับกาแฟจากร้านใหญ่ ๆ แต่ราคาถูกลงกว่า สิ่งนี้ถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีทางเลือกสำหรับการดื่มกาแฟเพิ่มขึ้น

4. **ร้านกาแฟของคนไทยที่เปิดร่วมกับปั๊มน้ำมัน** ร้านกาแฟเหล่านี้เน้นจับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเดินทาง ราคากาแฟจะไม่สูงนัก เฉลี่ยประมาณ 30 - 45 บาทต่อแก้ว กลุ่มนี้เน้นการเป็นร้านสะดวกซื้อที่ขยายตัวไปพร้อมกับปั๊มน้ำมัน แบรินต์ดัง ๆ เช่น บ้านไร่กาแฟร่วมกับปั๊มน้ำมัน JET, กาแฟ Amazon ร่วมกับปั๊มน้ำมัน ปตท. เป็นต้น การลงทุนโดยอาศัยแบรนด์ใหญ่ของปั๊มน้ำมัน ทำให้แบรนด์เล็ก ๆ ของร้านกาแฟดังกล่าวขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว

นอกจากการแบ่งเป็นกลุ่มในลักษณะเหล่านี้แล้ว ยังมีธุรกิจร้านกาแฟรายย่อยอีกเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะลงทุนในรูปแบบมุมกาแฟ (Corner/Kiosk) หรือรถเข็น (Cart) ที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์กาแฟ จะเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์และวัตถุดิบ ต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ เหล่านี้ จึงมีบริการให้คำปรึกษา สอนการทำกาแฟให้กับร้านกาแฟรายย่อยๆ เพื่อเป็นช่องทางจัดจำหน่ายอุปกรณ์กาแฟและเมล็ดกาแฟ ร้านกาแฟรายใหญ่เหล่านี้ได้แก่ บอนกาแฟ โอโรมา กาแฟบ้านเรา กาแฟแม่สลอง เป็นต้น

4.6 สถานการณ์การค้ากาแฟของประเทศไทย

สถานการณ์การค้ากาแฟของกลุ่มประเทศ CLMV และตลาดโลก สามารถพิจารณาจากการนำเข้าส่งออก เพื่อแสดงความสามารถในการผลิตกาแฟว่าการผลิตสามารถรองรับความต้องการในระดับใดระหว่างความต้องการของการบริโภคภายในประเทศ หรือมุ่งเน้นการส่งออก ทั้งนี้ ยังได้ศึกษากลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมกาแฟว่าใครมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการผลิตวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปกาแฟต่อไป

4.6.1 การค้ากาแฟระหว่างไทย-โลก

จากสัดส่วนปริมาณการส่งออกสินค้ากาแฟของประเทศไทยของไปยังตลาดโลก เมื่อพิจารณาเป็นรายสินค้า พบว่า สินค้าที่มีการส่งออกไปยังตลาดโลกมากที่สุด คือ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 รองลงมาได้แก่ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210111 หมายความว่าสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก คือ สินค้ากาแฟที่อยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1

ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาในส่วนของการนำเข้าสินค้ากาแฟจากตลาดโลก พบว่า สินค้าที่มีการนำเข้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่อยู่ในกลุ่มของอุตสาหกรรมกาแฟต้นน้ำ คือ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 090111 คือ เมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ (Coffee, not roasted, not decaffeinated) รองลงมา ได้แก่ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210111 และ 210112 ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน คือ ประมาณร้อยละ 31 ต่อการนำเข้าสินค้ากาแฟรวม

ตารางที่ 4.4 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและโลก

รหัสสินค้า	รายการ	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก หน่วย : ร้อยละ			สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า หน่วย : ร้อยละ		
		2551	2552	2553	2551	2552	2553
090121	Coffee, roasted, not decaffeinated	0.35	0.74	0.76	3.61	6.11	4.67
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated	5.1	0.55	0.62	45.31	18.76	32.03
090190	Coffee husks and skins, coffee	2.36	4.1	0.92	0.14	0.05	0.01
090122	Coffee, roasted, decaffeinated	0.07	0.1	0.03	0.20	0.37	0.23
090112	Coffee, not roasted, decaffeinated	0.17	0.25	0.27	0.06	0.12	0.04
210111	Extracts, Essences and Concentrates, of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	11.61	25.19	23.94	26.92	33.34	31.91
210112	Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	80.34	69.06	73.46	23.76	41.25	31.10
รวม โลก		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

4.6.2 การค้ากาแฟระหว่างไทย-CLMV

เมื่อพิจารณาการค้ากาแฟระหว่างไทยและกลุ่มประเทศ CLMV ในปี 2553 พบว่า สัดส่วนของปริมาณการส่งออกกาแฟของไทยไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ต่อปริมาณการส่งออกรวมทั้งโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.13 โดยเป็นการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 และ 210111 เป็นหลัก ส่วนการส่งออกสินค้าอื่นไปยังกลุ่มประเทศ CLMV นั้นแทบจะไม่มี การส่งออก กล่าวคือ มีการส่งออก น้อยมาก ซึ่งน้อยกว่าร้อยละ 1 ของการส่งออกรวมทั้งโลก ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากประเทศในกลุ่ม CLMV เองมีความสามารถในการผลิตเมล็ดกาแฟมากอยู่แล้วภายในประเทศ เช่น ประเทศเวียดนาม และ ลาว ขณะเดียวกัน ในด้านของการนำเข้าสินค้ากาแฟจากกลุ่มประเทศ CLMV มายังประเทศไทย พบว่า สินค้ากาแฟที่มีสัดส่วนการนำเข้าเมื่อเทียบกับปริมาณการนำเข้ารวมจากทั่วโลกมากที่สุด คือ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.03 ของการนำเข้ารวมทั่วโลก รองลงมา ได้แก่ สินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 090111 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.90 สำหรับสินค้ากาแฟอื่น ๆ มี สัดส่วนการนำเข้าที่น้อยมาก

ตารางที่ 4.5 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและ CLMV

รหัสสินค้า	% ต่อการ ส่งออกโลก	% ต่อการ นำเข้าโลก	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก หน่วย : ร้อยละ			สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า หน่วย : ร้อยละ		
	2553		2551	2552	2553	2551	2552	2553
090121	0.31	0.02	0.06	0.10	0.42	0.10	0.11	0.07
090111	0.01	27.90	0.10	0.04	0.01	99.33	99.10	99.52
090190	0.75	0	5.18	5.37	1.01	0	0	0
090122	0	0	0	0	0	0	0.01	0
090112	0.24	0	0.46	0.33	0.33	0	0	0
210111	15.92	0.04	35.03	26.54	21.48	0.04	0.45	0.26
210112	56.89	28.03	59.17	67.16	76.75	0.52	0.32	0.15
รวม CLMV	74.13	71.97	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ดังนั้น สามารถกล่าวได้ว่าการส่งออกสินค้ากาแฟไปยังกลุ่มประเทศ CLMV จะเป็นการส่งออกกาแฟ 3 in 1 เป็นหลัก ขณะที่มีการนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยจากกลุ่ม CLMV นั้น จะเป็นเพียงการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ และกาแฟ 3 in 1 เท่านั้น

ตารางที่ 4.6 สัดส่วนและมูลค่าการนำเข้า HS 090111 ของไทยจากกลุ่มประเทศ CLMV

หน่วย : ร้อยละ

รหัส 090111	แหล่ง นำเข้า	สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าของไทย		
		2551	2552	2553
Coffee, not roasted, not decaffeinated	กัมพูชา	-	-	-
	ลาว	0.28	3.08	0.54
	พม่า	0.03	0.16	-
	เวียดนาม	99.69	96.76	99.51
	CLMV	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

หากพิจารณาเฉพาะสินค้ากาแฟตามพิกัดศุลกากร 090111 ซึ่งหมายถึงเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใด ๆ จะเห็นได้ว่า สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากเวียดนามนั้นสูงถึงร้อยละ 99.5 ของการนำเข้า

จาก CLMV หรือคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากเวียดนามร้อยละ 87 จากทั่วโลก แสดงว่า เวียดนาม เป็นแหล่งนำเข้ากาแฟที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก

ตารางที่ 4.7 สัดส่วนและมูลค่าการส่งออก HS 210112 ของไทยไปยังกลุ่มประเทศ CLMV

หน่วย : ร้อยละ

รหัส 210112	ตลาดส่งออก	สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของไทย		
		2551	2552	2553
Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	กัมพูชา	1.99	9.37	13.96
	ลาว	28.12	13.08	18.92
	พม่า	61.82	56.32	51.29
	เวียดนาม	8.07	21.23	15.82
	CLMV	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ขณะเดียวกัน ในด้านการส่งออก เมื่อพิจารณาเฉพาะสินค้ากาแฟตามพิกัดศุลกากร 210112 หรือ กาแฟ 3 in 1 พบว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกไปพม่าคิดเป็นร้อยละ 51 ของการส่งออกไปยังกลุ่ม CLMV หรือคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกร้อยละ 40 ของทั้งโลก แสดงว่า ประเทศพม่าเป็นตลาดส่งออกสำคัญที่สุดของกาแฟ 3 in 1 ของไทย ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก

4.7 สถานการณ์การค้ากาแฟใน CLMV

กลุ่มประเทศที่เรียกว่า CLMV ที่ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนามนั้น มีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดี และเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ ทั้งป่าไม้ ประมง แร่ธาตุ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ รวมทั้งเป็นแหล่งแรงงานราคา กลุ่มประเทศเหล่านี้เป็นทั้งแหล่งผลิตและตลาดใหม่ที่น่าสนใจของภูมิภาค การเปิดเสรีและการอำนวยความสะดวกทางธุรกิจที่มีมากขึ้นจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ กอปรกับสังคมวัฒนธรรม และปัจจัยแวดล้อมที่ ใกล้เคียงกับประเทศไทย จึงเป็นโอกาสในการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของประเทศไทย

ทั้งนี้ เพื่อศึกษาโอกาสของประเทศไทยในการเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมกาแฟในกลุ่มประเทศ CLMV จึงจำเป็นต้องศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้ากาแฟในแต่ละประเทศ ดังนี้

4.7.1 ประเทศกัมพูชา

สภาพการค้าการลงทุนในกัมพูชา อุตสาหกรรมที่ต่างชาติเข้าไปลงทุนในกัมพูชามากที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออก โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป เนื่องจากกัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences: GSP) จากสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ฯลฯ ทำให้ได้รับการลดหย่อนและการยกเว้นภาษีนำเข้าจากประเทศดังกล่าว ประกอบกับกัมพูชามีต้นทุนค่าแรงที่ค่อนข้างต่ำ รวมทั้งมีการปรับปรุงกฎระเบียบด้านการลงทุนให้มีความโปร่งใสภายหลังการเข้าเป็นสมาชิก WTO ทำให้กัมพูชาเป็นฐานการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่งออกที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย

สำหรับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีมูลค่าการลงทุนอยู่ในระดับสูง ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี ธุรกิจก่อสร้าง โดยเฉพาะโรงงานและที่พักอาศัยซึ่งขยายตัวตามภาคการท่องเที่ยวและความต้องการห้องพักในเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ รวมทั้งความต้องการที่อยู่อาศัยแบบหอพักและคอนโดมิเนียมที่เพิ่มขึ้นในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเหมืองแร่ก็ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องสำหรับคู่แข่งทางการลงทุนที่สำคัญของไทย คือ เวียดนาม เกาหลีใต้ จีน มาเลเซีย และสิงคโปร์

ก) การค้ากาแฟระหว่างไทย-กัมพูชา

เมื่อพิจารณาการค้ากาแฟระหว่างไทยและประเทศกัมพูชา ในปี 2553 พบว่า สัดส่วนของปริมาณการส่งออกกาแฟของไทยไปยังกัมพูชาต่อปริมาณการส่งออกของกัมพูชารวม คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 98 เป็นการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 และ 210111 เป็นหลัก ส่วนการส่งออกสินค้ากาแฟอื่นไปยังกัมพูชานั้นมีการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 090121 คือ เมล็ดกาแฟคั่วดิบที่ไม่สกัดคาเฟอีน คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 2 จากการส่งออกรวมของประเทศกัมพูชารวม ในด้านการนำเข้าสินค้ากาแฟจากกัมพูชา พบว่า ประเทศไทยไม่มีการนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศกัมพูชา

กล่าวได้ว่า ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป กาแฟ 3 in 1 และเมล็ดกาแฟคั่วดิบที่ไม่สกัดคาเฟอีน ขณะที่ไม่มีมีการนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศกัมพูชา

ตารางที่ 4.8 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและกัมพูชา

รหัสสินค้า	รายการ	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก หน่วย : ร้อยละ			สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า หน่วย : ร้อยละ		
		2551	2552	2553	2551	2552	2553
090121	Coffee, roasted, not decaffeinated	0.17	0.65	2.30	0	0	0
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated	0	0	0	0	0	0
090190	Coffee husks and skins, coffee	0	0	0	0	0	0
090122	Coffee, roasted, decaffeinated	0	0	0	0	0	0
090112	Coffee, not roasted, decaffeinated	0	0	0	0	0	0
210111	Extracts, Essences and Concentrates, of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	63.56	23.93	20.28	0	0	0
210112	Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	36.27	75.42	77.42	0	0	0
รวม		100.00	100.00	100.00	0	0	0

ที่มา: INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY CENTER WITH COOPERATION OF THE CUSTOMS DEPARTMENT

ข) กาแฟในกัมพูชา

ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศกัมพูชาในแต่ละจังหวัดมักมีอาชีพทำนา และปลูกพืชไร่ เช่น ข้าวโพด ถั่วเหลือง ถั่วเขียว งาดำ เป็นต้น ปัญหาส่วนใหญ่ของภาคการเกษตรในแต่ละจังหวัดคือ ผลผลิตขาดตลาดรองรับ ขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการเกษตรเช่นพันธุ์พืช การอบแห้งผลผลิตสินค้าเกษตร และไซโล ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และการลงทุนในด้านอื่นๆ เช่น สาธารณูปโภค พลังงาน การพัฒนาเมืองและชนบท และเพื่อเป็นการชักจูงให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในจังหวัดกัมพูชา รัฐบาลกัมพูชาได้ปรับกฎหมายใหม่ให้เอื้อต่อการลงทุน โดยออกกฎหมายอนุญาตให้ผู้ว่าราชการจังหวัด สามารถอนุมัติการลงทุนได้ในวงเงินไม่เกิน 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอนุญาตให้ผู้ว่าราชการจังหวัดดำเนินนโยบายชักจูงให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนได้เพื่อการพัฒนาจังหวัดของตน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการลงทุนทำธุรกิจในประเทศกัมพูชานั้น มีอุปสรรคที่สำคัญหลายประการ ทั้งระบบภาษี และกฎหมายแรงงาน และหากเป็นการลงทุนด้านอุตสาหกรรม

ผลิตสินค้า เพื่อขายในประเทศจะมีความเสี่ยงสูง เพราะต้นทุนการผลิตสูง ทั้งค่าที่ดิน ค่าน้ำและค่าไฟฟ้า การลงทุนที่เหมาะสม คือ การผลิตเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อเมริกา และยุโรปที่จะส่งออกโดยอาศัยสิทธิพิเศษ เช่น GSP หรือการยกเว้นภาษีได้ ทำให้ธุรกิจที่ดำเนินการได้ดี คือ ธุรกิจขนาดเล็ก เมื่อดำเนินการไปแล้วค่อยขยายในภายหลัง หรือมีเช่นนั้นแล้วต้องเป็นการลงทุนขนาดใหญ่เลย

แม้ว่ารัฐบาลกัมพูชาจะเปิดกว้างที่จะสนับสนุนการค้าและการลงทุน แต่การได้รับสิทธิเรื่องการซื้อที่ดินในนามของนิติบุคคลจะต้องซื้อในนามนิติบุคคลสัญชาติกัมพูชา กล่าวคือ มีการจดทะเบียนร่วมทุนกับคนท้องถิ่นในอัตราส่วน 49 ต่อ 51 เพื่อจูงใจการลงทุน รัฐบาลได้ปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย องค์กรของรัฐ เพื่อปฏิบัติต่อนักลงทุนต่างชาติเช่นเดียวกับนักลงทุนท้องถิ่น โดยให้สิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินทุกอย่าง(ยกเว้นที่ดิน สามารถเช่า ได้ถึง 70 ปี) รัฐบาลยังให้การรับประกันที่จะไม่เข้าไปก้าวกายเรื่องกำหนดราคาสินค้าที่ผลิตขึ้นและการให้สิทธิในการส่งออกเงินทุน ผลกำไรของกิจการ สามารถลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง 100 % และในกรณีที่ไม่สามารถหาแรงงานที่มีฝีมือภายใน ประเทศได้สามารถจ้างแรงงานต่างชาติที่มีฝีมือมาทำงานได้

ค) กลุ่มธุรกิจกาแฟในกัมพูชา

ส่วนใหญ่การลงทุนในธุรกิจกาแฟจะอยู่ในรูปของแฟรนไชส์ร้านกาแฟมากกว่า การลงทุนในอุตสาหกรรมกาแฟ เช่น การปลูกกาแฟ และการแปรรูปกาแฟ ตัวอย่างของการลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ เช่น Ez's (ใส่กรอกเยอรมัน) Moly Care (บำรุงรักษา) และ Sponge (ขนมเค้ก) เนื่องจากประเทศกัมพูชามีปัญหาผลผลิตขาดตลาดรองรับ ขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการเกษตร เช่น พันธุ์พืช การอบแห้งผลผลิตสินค้าเกษตร และไซโล นอกจากนี้ ยังขาดแคลนอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ตัวอย่างธุรกิจกาแฟในประเทศกัมพูชา ได้แก่

- **Black Canyon** เป็นแฟรนไชส์ที่มีสาขาการลงทุนในธุรกิจกาแฟและร้านอาหาร 5 สาขา คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย กัมพูชา พม่า และดูไบ
- **The Coffee Maker** ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนชาวไทยและชาวกัมพูชา เปิดร้านที่เสียมเรียบ และมีแฟรนไชส์อีก 1 ร้านที่พนมเปญ
- **Dao Coffee** จากลาว มีการขยายตลาดกาแฟในอินโดจีนทั้งเวียดนาม กัมพูชา สำหรับในไทยได้เตรียมลงทุนกว่า 150 ล้านบาท ในการตั้งโรงงานผลิตกาแฟครบวงจรที่อำเภอวารินชำราบ อุบลราชธานี

- **Nestle** บริษัทสัญชาติสวิตเซอร์แลนด์ มีการจัดตั้งภูมิภาคย่อยในกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม
- **บอนกาแพ (ประเทศไทย) จำกัด** เป็นบริษัทไทย-สวิส ผู้ผลิตกาแฟชนิดเม็ด และบด มีการเปิดสาขาในประเทศกัมพูชา และลาว โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง บอนกาแพ (ประเทศไทย) กับนักลงทุนในพื้นที่

4.7.2 ประเทศ ลาว

เกษตรกรรมเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญของลาว และกว่าร้อยละ 80 ของกำลังแรงงานทั้งหมดอยู่ในภาคเกษตรกรรม ลาวมีพื้นที่เกษตรกรรมประมาณร้อยละ 20 ของพื้นที่ทั้งหมด ส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคใต้ซึ่งเป็นที่ราบลุ่ม ขณะที่ภาคเหนือเป็นภูเขาและที่ราบสูงไม่เหมาะแก่การเพาะปลูก พืชผลเกษตรสำคัญ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด ฝักมั้น พืชตระกูลถั่ว อ้อย ชากาแฟ แต่ผลผลิตเฉลี่ยต่อเฮกตาร์ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากความล้าหลังของเทคโนโลยีการผลิตอาศัยธรรมชาติเป็นสำคัญ

สินค้าที่นำลงทุนใน ลาว ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรและเครื่องจักรกล อุปกรณ์การเกษตร และการบริการ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ร้านอาหาร หรือร้านกาแฟ เป็นต้น

ก) การค้ากาแฟระหว่างไทย - ลาว

เมื่อพิจารณาการค้ากาแฟระหว่างไทยและประเทศ ลาว ในปี 2553 พบว่า สัดส่วนของปริมาณการส่งออกกาแฟของไทยไปยัง ลาว ต่อปริมาณการส่งออกของ ลาว รวม เกือบร้อยละเปอร์เซ็นต์เป็นการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 และ 210111 เป็นหลัก ทั้งนี้ เนื่องจากการผลิตเมล็ดกาแฟดิบ และเมล็ดกาแฟคั่วมีการผลิตในประเทศ ลาว ค่อนข้างมาก และเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่ง ทำให้มีการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศเพียงพอต่อความต้องการในประเทศ และสามารถมีการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย โดยจะเห็นได้จากการนำเข้าสินค้ากาแฟจากกัมพูชาของไทยที่พบว่า ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศ ลาว ในสินค้ากาแฟพิกัดศุลกากร 090111 คือ เมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าร้อยละ 84 และมีการนำเข้าสินค้ากาแฟพิกัดศุลกากร 210112 คือ กาแฟ 3 in 1 คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าร้อยละ 84 แต่เมื่อพิจารณาในอดีตแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่สินค้ากาแฟที่มีการนำเข้าจะเป็นเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ เกือบร้อยละเปอร์เซ็นต์

กล่าวได้ว่า ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 ขณะที่จะทำให้การนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ และกาแฟ 3 in 1 ในบางส่วน

ตารางที่ 4.9 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและลาว

รหัสสินค้า	รายการ	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก หน่วย : ร้อยละ			สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า หน่วย : ร้อยละ		
		2551	2552	2553	2551	2552	2553
090121	Coffee, roasted, not decaffeinated	0	0	0.002	0	0	4.95
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated	0.27	0.17	0.06	98.65	100.00	84.08
090190	Coffee husks and skins, coffee	0	0.07	0	0	0	0
090122	Coffee, roasted, decaffeinated	0	0	0	0	0	0
090112	Coffee, not roasted, decaffeinated	0	0	0	0	0	0
210111	Extracts, Essences and Concentrates, of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	56.83	60.83	36.02	0	0	0
210112	Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	42.90	38.93	63.92	1.35	0	10.97
รวม		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ข) กาแฟใน ลาว

ลาว มีพื้นที่ปลูกกาแฟ ทั้งหมด 4.50 หมื่นเฮกตาร์ มีผลิตรวมทั้งประเทศ 3.32 พันตัน โดยผลผลิตส่วนใหญ่อยู่ในแขวงจำปาศักดิ์ ซึ่งผลิตกาแฟได้มากถึง 2.13 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 64.16 ของผลผลิตทั้งประเทศ¹⁰

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟใน ลาว คือ

¹⁰ Ministry of Agriculture and Forestry of Laos

1. ที่ตั้ง และสภาพภูมิอากาศทางธรรมชาติ ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแฟ

พื้นที่เพาะปลูกกาแฟที่สำคัญของ ลาว คือ เมืองปากซอง (Pakxong หรือ Paksong) แขวงจำปาสัก ในบริเวณที่ราบสูงโบลาวเนน (Bolaven Plateau) มีอุณหภูมิโดยเฉลี่ยประมาณ 18-20 องศาเซลเซียสตลอดปี ทำให้เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับปลูกกาแฟ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกาแฟพันธุ์อาราบิก้า

ปัจจุบันสวนกาแฟกำลังขยายออกไปทุกทิศทุกทาง จากปากซองสู่เมืองบาเจียง ขึ้นไปยังเมืองเหล่างาม เขตที่ราบสูงโบลาวเนนในแขวงสาละวัน และ กระจายออกไปยังเมืองท่าแตง แขวงเซกอง ทางทิศตะวันออก ซึ่งจะทำให้มีเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้นอีกหลายพันเฮกตาร์

2. รัฐบาลลาวได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในสาขาเกษตรกรรม

โดยจะให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี ตามระดับส่งเสริมการลงทุนและเขตการส่งเสริมการลงทุน แบ่งสิทธิประโยชน์เป็น 3 ระดับ¹¹ ตามประเภทกิจการที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เช่น กิจการที่ช่วยแก้ปัญหาความทุกข์ยากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน กิจการโครงสร้างพื้นฐานและกิจการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

ค) กลุ่มธุรกิจกาแฟในประเทศ ลาวในปัจจุบัน

โครงการลงทุนด้านการเกษตรขนาดใหญ่ใน ลาว นั้นมักจะเป็นการลงทุนในการทำไร่กาแฟ การปลูกยางพารา การทำไร่อ้อย การเลี้ยงสัตว์ และการปลูกพืชเกษตร ภายใต้ความร่วมมือแบบ Contract Farming เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออกเนื่องจากตลาดภายในประเทศมีจำกัด ส่วนเกษตรกรรายย่อยอาจเพาะปลูกพืชการเกษตรเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคในท้องถิ่น

สำหรับอุตสาหกรรมกาแฟในประเทศ ลาว บริษัทเอกชนรายใหญ่ที่ปลูกกาแฟ คือ

- กลุ่มบริษัทดาวเฮือง ผู้ผลิตกาแฟหย่อมดาว มีพื้นที่เป็นของตนเอง 350 เฮกตาร์ในการทำสวนกาแฟ และมีการสร้างโรงงานผลิตกาแฟสำเร็จรูปเพื่อส่งขายยังต่างประเทศในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก
- กลุ่มโอลาม (Olam) ซึ่งลงทุนภายใต้บริษัทเอาท์สแปนโบลาวเนนส์จำกัด (Outspan Bolovens Ltd) โดยเป็นการเซ็นสัญญาการลงทุนกับรัฐบาลลาว¹² มีพื้นที่ 3,000

¹¹ ระดับที่ 1 เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมสูงสุด ระดับที่ 2 เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมปานกลาง และระดับที่ 3 เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต่ำ

¹² รูปแบบการลงทุนของต่างประเทศการลงทุนโดยตรงของต่างประเทศในลาวมี 3 รูปแบบ คือ

เฮกตาร์บนเส้นทางไปยังเมืองท่าแดง แขวงเซกอง ตั้งเป้าผลิตปีละ 7,500 ตัน ซึ่งตัวเลขนี้ คิดเป็น 25-30 % ปริมาณกาแฟที่ลาวส่งออก

- กลุ่มที่ซีซี กรุ๊ป ซึ่งลงทุนภายใต้บริษัทเทอรากอร์ จำกัด หนึ่งในบริษัทในกลุ่มบริษัทพรณธิธอร์ และได้รับการส่งเสริมการลงทุนในนามบริษัทปากซองไฮแลนด์จำกัด มีการปลูกและผลิตเมล็ดกาแฟอาราบิก้าที่เมืองปากซอง มีพื้นที่สัมปทานรวม 3,000 เฮกตาร์ (18,750 ไร่) สามารถถือครองที่ดินเป็นระยะเวลา 90 ปี ทั้งนี้ ผลผลิตกาแฟที่ไร่ในปากซองจะถูกส่งไปขายผ่านเทรดเดอร์ ที่มีเครือข่ายที่กว้างขวางในต่างประเทศ ก่อนจะกระจายไปยังร้านค้าแฟรอันใหญ่ในต่างประเทศ
- เอกชนไทยอื่น ๆ ที่ลงทุนปลูกกาแฟที่แขวงจำปาสัก เช่น บริษัทนะอินเตอร์อาโกร จำกัด บริษัทโซคชัยคอร์ปอเรชั่น เทรดดิ้ง และบริษัทสุกสะหวันการเกษตร เป็นต้น
- **Nestle** บริษัทสัญชาติสวิตเซอร์แลนด์ มีการจัดตั้งภูมิภาคย่อยในลาวเช่นเดียวกับกัมพูชา พม่า และเวียดนาม
- **บอนกาแฟ (ประเทศไทย) จำกัด** เป็นบริษัทไทย-สวิส ผู้ผลิตกาแฟชนิดเม็ดและบด มีการเปิดสาขาในลาว โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างบอนกาแฟ (ประเทศไทย) กับนักลงทุนในพื้นที่

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มผลผลิตกาแฟใน ลาวนั้น ทำได้ยากเนื่องจากพื้นที่ปลูกจำกัด ส่วนหนึ่งถูกกันไว้ใช้ผลิตพืชผักเพื่อส่งออก นอกจากนี้ยังขาดแคลนแรงงานอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดทำให้หลายปีมานี้ ยอดส่งออกกาแฟเฉลี่ยปีละประมาณ 20,000 ตันเท่านั้น

-
- 1) การลงทุนฝ่ายเดียวของผู้ลงทุนภายในหรือต่างประเทศ
 - 2) การลงทุนแบบหุ้นส่วนระหว่างผู้ลงทุนภายในกับต่างประเทศ เป็นการร่วมลงทุนระหว่างคนลาวกับต่างประเทศโดยมีกรรมสิทธิ์ร่วมกันและจัดตั้งนิติบุคคลใหม่ขึ้นภายใต้กฎหมายลาว โดยผู้ลงทุนต่างประเทศต้องถือหุ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ของทุนทั้งหมด การบริหารงานโครงการลักษณะนี้ให้กำหนดไว้ในสัญญาร่วมทุนและกฎระเบียบของนิติบุคคลที่ตั้งขึ้น
 - 3) การลงทุนธุรกิจร่วมตามสัญญา เป็นการลงทุนร่วมระหว่างนิติบุคคลลาวกับนิติบุคคลต่างประเทศโดยไม่ได้ตั้งนิติบุคคลใหม่หรือสาขาในลาว นิติบุคคลต้องแจ้งให้หน่วยงานของกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าและกระทรวงแผนการและการลงทุนทราบ เพื่อดำเนินการตามระเบียบและสัญญาการร่วมทุนต้องนำไปให้สำนักงานทะเบียนศาลรับรอง

4.7.3 ประเทศพม่า

พม่ามีขนาดประชากร 59 ล้านคน และมีพื้นที่ประมาณ 671,000 ตารางกิโลเมตร มีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ ประกอบกับมีแรงงานราคาถูก

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของประเทศพม่า ได้แก่ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ ไม้สัก รวมทั้งมีแหล่งพลังงานเชื้อเพลิง และแหล่งพลังงานไฟฟ้าพลังน้ำ เช่น แม่น้ำสาละวิน และแร่ต่าง ๆ ผลผลิตการเกษตรหลัก ได้แก่ ข้าว เมล็ดพืช ถั่ว งา อ้อย ไม้เนื้อแข็ง ปลา และผลิตภัณฑ์จากปลา ผลผลิตทางอุตสาหกรรมได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากไม้ แร่ต่าง ๆ เช่น ดีบุก ทองแดง เหล็ก ทังสแตน ซีเมนต์ อุปกรณ์ก่อสร้าง ปุ๋ย น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ เสื้อผ้า อัญมณี และหยก

ธุรกิจไทยที่เข้าไปลงทุนในพม่า นอกจากซีพี และบริษัทอิตาเลียนไทย ดีเวลอปเม้นท์ ที่เข้าไปทำธุรกิจก่อสร้าง และถ่านหินแล้ว ยังมีธุรกิจโรงแรมของคนไทยหลายราย เช่น โรงแรมในกลุ่มของพันธ์เลิศ ไบหยก, ชาลี โสภณพนิช และเครือดุสิตธานี นอกจากนี้ ยังมีร้านค้าแฟรนไชส์ คแคนยอน ที่เข้าไปเปิดในพม่า จนกลายเป็นที่ชุมนุมของลูกค้าตลาดบนในเมือง และชาวต่างชาติ และร้านโคคาสุก็ เป็นต้น

ก) การค้ากาแฟระหว่างไทย-พม่า

เมื่อพิจารณาการค้ากาแฟระหว่างไทยและประเทศพม่าในปี 2553 พบว่า สัดส่วนของปริมาณการส่งออกกาแฟของไทยไปยังกัมพูชาต่อปริมาณการส่งออกของกัมพูชารวม คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 98 เป็นการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 และ 210111 เป็นหลัก ส่วนการส่งออกสินค้ากาแฟอื่นไปยังพม่านั้นมีการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 090190 คือ Coffee husks and skins, coffee คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 2 จากการส่งออกรวมของประเทศพม่ารวม ในด้านของการนำเข้าสินค้ากาแฟจากพม่า พบว่า ประเทศไทยไม่มีการนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศพม่าในปี 2553

กล่าวได้ว่า ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 เป็นหลัก ขณะที่ไม่มีมีการนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศพม่า

ตารางที่ 4.10 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและ พม่า

รหัสสินค้า	รายการ	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก หน่วย : ร้อยละ			สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า หน่วย : ร้อยละ		
		2551	2552	2553	2551	2552	2553
090121	Coffee, roasted, not decaffeinated	0.01	0.04	0.15	0	0	0
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated	0	0.002	0	100.00	100.00	0
090190	Coffee husks and skins, coffee	10.22	10.91	2.02	0	0	0
090122	Coffee, roasted, decaffeinated	0	0.67	0	0	0	0
090112	Coffee, not roasted, decaffeinated	0.90	10.85	0.65	0	0	0
210111	Extracts, Essences and Concentrates, of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	16.76	77.52	18.55	0	0	0
210112	Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant	72.11	77.52	78.63	0	0	0
	รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	0

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ข) กาแฟในพม่า

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติของสหภาพพม่า (Foreign Investment Commission) ได้ประกาศให้การทำไร่ พืชเป็นยา กาแฟ ชา น้ำมันปาล์ม พืชสวนและจำหน่ายผลผลิตของตนได้ อยู่การดำเนินธุรกิจที่ชาวต่างชาติสามารถลงทุนได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศและชักจูงใจให้นักลงทุนชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนมากขึ้น และเมื่อปี 2548 รัฐบาลได้ส่งเสริมให้เอกชนเข้าไปลงทุนทำการปลูกกาแฟ โดยเตรียมพื้นที่ 100,000 เอเคอร์ และให้ความช่วยเหลืออื่น ๆ ในการทำปลูกพืชเศรษฐกิจนี้ด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาการเมืองภายในของพม่า เป็นปัญหาใหญ่ที่ทำให้ธุรกิจไทยยังมีความไม่มั่นใจในการลงทุนในพม่า เนื่องจาก ยังขาดความชัดเจนของนโยบายรัฐบาลพม่าว่าจะส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศมากน้อยเพียงใด ประกอบกับปัญหาระบบการเงินที่ต้องปรับปรุง

ค) กลุ่มธุรกิจกาแฟในประเทศไทยในปัจจุบัน

วัฒนธรรมชาวพม่า นั้น จะนิยมดื่มชามากกว่ากาแฟ โดยจะดื่มชาร้อน และชอบดื่มกันเป็นประจำทั้งในยามเช้าและยามเย็น และหันมาดื่มกาแฟต่อเมื่อเป็นไข้หรือไม่สบาย ชาวพม่าจึงถือว่า กาแฟเป็นเครื่องดื่มสำหรับผู้ป่วย และในภาษาพม่าไม่มีคำเรียกสำหรับร้านกาแฟ แต่จะมีเฉพาะคำว่าร้านน้ำชา ชาจึงนับเป็นเครื่องดื่มประจำชาติของชาวพม่าตลอดมา

เมื่อการดื่มกาแฟเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เดิมทีกาแฟที่คนพม่าดื่ม นั้น เป็นกาแฟผงที่คั่วบดขายกันตามท้องตลาด มีกรรมวิธีในการชงที่ยุ่งยาก แต่เมื่อมีการนำกาแฟสำเร็จรูปเข้ามาขายในพม่า ชาวพม่าจึงเริ่มเปลี่ยนรสนิยมมาดื่มกาแฟกันมากขึ้น เนื่องจากสามารถหาซื้อกาแฟสำเร็จรูปได้ง่าย และราคาไม่แพง ปัจจุบันมีกาแฟสำเร็จรูปจำหน่ายในประเทศไทยพม่าจำนวนมาก และการแข่งขันกันสูง โดยกาแฟเขาช่องของไทยได้มีการขยายตลาดไปยังประเทศพม่าด้วยเช่นกัน โดยกาแฟสำเร็จรูปที่ขายดีอันดับในปัจจุบันนั้น คือ ยี่ห้อ Super Coffeemix และ Ben Café ทั้งนี้ บริษัท Nestle มีการจัดตั้งภูมิภาคย่อยในพม่าด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ปัจจุบันมีการเข้าไปลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟ เช่น Black Canyon และ True Coffee ด้วย โดยมีเป้าหมายกลุ่มลูกค้าระดับกลาง นักธุรกิจท้องถิ่น และนักธุรกิจต่างชาติ

4.7.4 ประเทศเวียดนาม

เวียดนามให้ความสำคัญกับการลงทุนในโครงการต่างๆ โดยเฉพาะการลงทุนด้านพลังงานและเน้นการลงทุนในเขตอุตสาหกรรมที่เอื้อต่อการผลิตสินค้าที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้รวมถึงเพื่อให้เกิดการสร้างงานและการถ่ายทอดเทคโนโลยี

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลเวียดนามยังคงมีนโยบายสงวนอาชีพไว้สำหรับชาวเวียดนาม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเบาบางประเภท เช่น กิจการที่กระทบต่อความมั่นคงของชาติ กิจการด้านอาหาร กิจการที่ขัดต่อขนบธรรมเนียม กิจการด้านสิ่งพิมพ์และโฆษณา นอกจากนี้ ธุรกิจที่เวียดนามไม่ต้องการให้มีผู้ผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ ประมง การสำรวจอัญมณี ผลิตภัณฑ์ดักปลา เบียร์และเครื่องดื่ม ยาสูบ ซีเมนต์ อิฐ กระเบื้อง ลวดเหล็กสำหรับก่อสร้าง ท่อเหล็ก สังกะสี ปูน (ในโตรเจน ฟอสฟอรัส โปรแตสเซียม) แก้วเพื่อการก่อสร้าง หลอดฟลูออเรสเซนต์ และน้ำมันหล่อลื่น เป็นต้น

ขณะเดียวกันทิศทางการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เริ่มเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสมัยดั้งเดิม เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงขึ้นและปรับเปลี่ยนนโยบาย

ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศประเภทกิจกรรมร่วมทุนมาเป็นการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมดมากขึ้น ทำให้ระยะหลังเวียดนามเริ่มมีเงินทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ก) การค้ากาแฟระหว่างไทย-เวียดนาม

เมื่อพิจารณาการค้ากาแฟระหว่างไทยและประเทศเวียดนาม ในปี 2553 พบว่า สัดส่วนของปริมาณการส่งออกกาแฟของไทยไปยังเวียดนามต่อปริมาณการส่งออกของเวียดนามรวมเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์เป็นการส่งออกสินค้ากาแฟในพิกัดศุลกากร 210112 และ 210111 เป็นหลัก ทั้งนี้ เนื่องจากการผลิตเมล็ดกาแฟดิบ และเมล็ดกาแฟคั่วมีการผลิตในประเทศเวียดนามจำนวนมาก ทำให้มีการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศเพียงพอต่อความต้องการในประเทศ และสามารถมีการผลิตเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย โดยจะเห็นได้จากการนำเข้าสินค้ากาแฟจากเวียดนามของไทยที่พบว่า ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้ากาแฟจากประเทศเวียดนามในสินค้ากาแฟพิกัดศุลกากร 090111 คือ เมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์

กล่าวได้ว่า ประเทศไทยจะมีการส่งออกสินค้ากาแฟ ได้แก่ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 ขณะที่มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ จากประเทศเวียดนาม

ตารางที่ 4.11 สัดส่วนมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟของประเทศไทยและเวียดนาม

รหัสสินค้า	รายการ	สัดส่วนมูลค่าการส่งออก			สัดส่วนมูลค่าการนำเข้า		
		หน่วย : ร้อยละ			หน่วย : ร้อยละ		
		2551	2552	2553	2551	2552	2553
090121	Coffee, roasted, not decaffeinated	0.70	0.14	0.20	0.10	0.11	0.03
090111	Coffee, not roasted, not decaffeinated	0	0	0	99.33	99.07	99.62
090190	Coffee husks and skins, coffee	0.01	0	0	0	0	0
090122	Coffee, roasted, decaffeinated	0	0.02	0	0	0.01	0
090112	Coffee, not roasted, decaffeinated	0	0	0	0	0	0
210111	Extracts, Essences and Concentrates, of Coffee (e.g. : Instant Coffee etc.)	33.36	27.20	8.98	0.04	0.47	0.26
210112	Preparations with a basis of Extracts, Essences or Concentrates of Coffee or with a basis of Coffee (e.g. : Instant	65.92	72.64	90.82	0.52	0.33	0.08
	รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: กองเทคโนโลยีสารสนเทศ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ข) กาแฟในเวียดนาม

ประเทศเวียดนามเป็นผู้ส่งออกกาแฟเป็นอันดับที่สองของโลกรองจากประเทศบราซิล เวียดนามนับเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการเพาะปลูกพืชผลการเกษตร เช่น ข้าว กาแฟ พริกไทย และพืชที่ใช้ผลิตเป็นพลังงานทดแทนได้แม้โดยพื้นฐานของประเทศไทยและเวียดนามจะมีสินค้าที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงยังเป็นคู่แข่งทางธุรกิจ แต่ทั้งสองประเทศยังสามารถร่วมมือกันได้หลายด้าน โดยอาศัยความสมบูรณ์ของทรัพยากรและแรงงานของเวียดนาม ประกอบกับความสามารถด้านการแปรรูป เทคโนโลยี และการจัดการตลาดของไทย อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาการหาพื้นที่ขนาดใหญ่เพื่อการเพาะปลูก โดยเฉพาะในภาคใต้

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟในเวียดนาม คือ

1. ที่ตั้ง และสภาพภูมิอากาศทางธรรมชาติ ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแฟ

ในบริเวณที่ราบสูงภาคตะวันตก ตอนกลางของประเทศ บริเวณจังหวัดดักลัก (Dak Lak) ไคไล (Gia Lai) คอนตุม (Kon Tum) และลามดอง (Lam Dong) และบางจังหวัดในภาคใต้เช่น จังหวัดดองไน (Dong Nai) บาเรีย หวงเต่า (Ba Ria-Vung Tau) เบินเฟือก (Binh Phuoc) และจังหวัดอื่น ๆ รวมถึงจังหวัดชายฝั่งทะเลตอนกลางของประเทศ มีดินที่มีลักษณะเป็นดินลูกรังสีแดง (basaltic red soil) มีความอุดมสมบูรณ์สูงและดินชั้นบนมีความหนามาก ประกอบกับสภาพภูมิอากาศร้อนชื้น และมีฤดูเพียง 2 ฤดู คือฤดูแล้งกับฤดูฝน เหมาะสมแก่การปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้าที่มีคุณภาพดี

นอกเหนือไปจากการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้าในภาคใต้แล้ว ยังมีปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าในตอนเหนือของประเทศด้วย เนื่องจากในภาคเหนือจะมีภูมิอากาศ 3 แบบคือ เย็น หนาวเย็น และฝน ซึ่งเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้า

2. นโยบายการส่งเสริมการปลูกกาแฟของรัฐบาลเวียดนาม

การส่งเสริมการปลูกกาแฟของรัฐบาลเวียดนามนั้น ได้ดำเนินการควบคู่ไปกับการส่งเสริมการตลาด โดยมีการส่งเสริมในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปลูกกาแฟ ได้แก่

- การให้เกษตรกรมีสิทธิในพื้นที่ที่เพาะปลูกกาแฟ
- การสนับสนุนเงินทุนกู้ยืมเพื่อการเพาะปลูก ซึ่งถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- การจัดการการใช้ที่ดิน (Zoning) ให้ถูกต้องเหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูกของพืชแต่ละชนิด
- การส่งเสริมให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน ผลิตและค้าขายในประเทศเวียดนาม

ค) กลุ่มธุรกิจกาแฟในประเทศเวียดนามในปัจจุบัน

ปัจจุบันมีกลุ่มธุรกิจกาแฟใหญ่ ๆ ในเวียดนามอยู่ 3 กลุ่ม คือ ED&FMan, Newman Group และ O Lam ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินการด้วยทุนของกลุ่มเอง โดยที่รัฐบาลเวียดนามเพียงแต่อำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจให้เท่านั้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจกาแฟของประเทศเวียดนามพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีบริษัทผู้แปรรูปกาแฟที่มีชื่อเสียงระดับโลกเช่นบริษัทคาร์ฟ (Kraft Foods Company) ได้ลงทุนและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกาแฟส่งออกขายทั่วโลกอีกด้วย และในส่วนของ Dao Coffee จากลาว ก็มีการขยายตลาดกาแฟมายังประเทศเวียดนามด้วย

ในส่วนของการผลิตกาแฟผงสำเร็จรูปนั้น บริษัทเนสท์เล่ ได้มีการสร้างโรงงาน ตั้งอยู่ในจังหวัดโตนไญ จำนวน 5 โรง ทำการผลิตกาแฟผงสำเร็จรูป เพื่อขายในประเทศเวียดนาม และทำการส่งออก

บทที่ 5

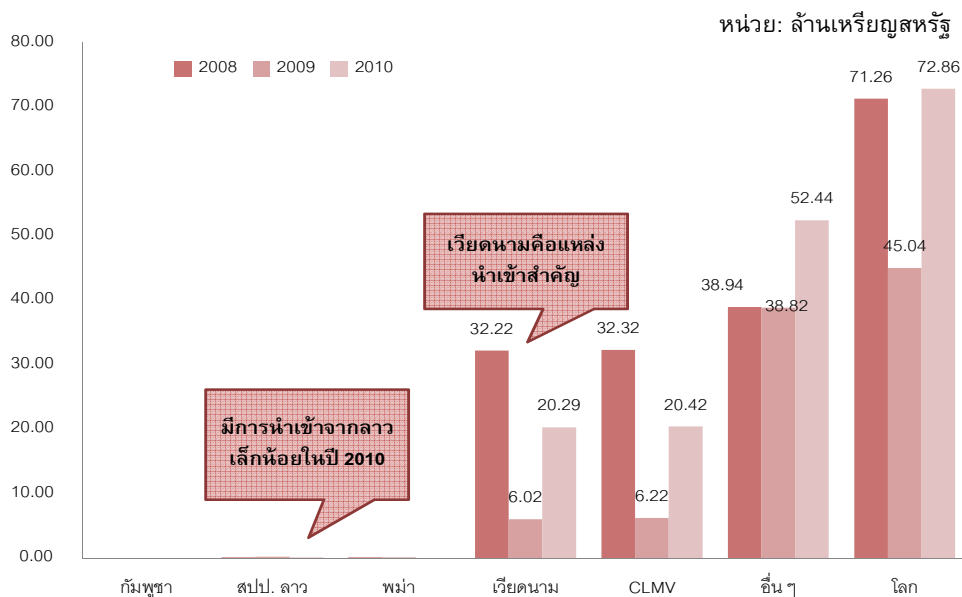
สรุปความสัมพันธ์ทางการค้ากาแฟของไทยและกลุ่มประเทศ CLMV

จากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศในกลุ่ม CLMV ที่ผ่านมา พบว่า หากพิจารณาอุตสาหกรรมกาแฟทั้งในกลุ่มต้นน้ำและปลายน้ำ มีข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการซึ่งสะท้อนให้เห็นบทบาทของประเทศไทยในภูมิภาคนี้ ในฐานะผู้แปรรูปสำคัญของภูมิภาคจากการพิจารณาผลการวิเคราะห์ปริมาณและสัดส่วนการส่งออกและนำเข้าสินค้ากาแฟ สำหรับผลการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้คณะผู้วิจัยสามารถประเมินศักยภาพของการผลิตและการบริโภคกาแฟในแต่ละประเทศในกลุ่ม CLMV ถึงการเป็นประเทศฐานการผลิตการผลิตวัตถุดิบ ตลอดจนการเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของภูมิภาค โดยสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

5.1 บทบาทของไทย ว่าด้วยสินค้ากลุ่มกาแฟในตลาด CLMV

สำหรับผลการวิเคราะห์ที่สำคัญในแง่ศักยภาพของตลาดและแหล่งวัตถุดิบนั้นถือเป็นประเด็นสำคัญของการศึกษา ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปสินค้ากาแฟจึงพยายามมุ่งเน้นให้สามารถวิเคราะห์เพื่อทราบถึงตลาดที่แท้จริงและเป็นตลาดที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะให้ผู้ลงทุนเข้าไปทำตลาดเพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในกลุ่ม CLMV ว่ามีแนวโน้มในลักษณะใด หรือมีโอกาที่จะดำเนินธุรกิจหรือไม่

แผนภาพที่ 5.1 มูลค่าการนำเข้ากาแฟของไทย



จากการศึกษามูลค่าการนำเข้าของไทยของผลิตภัณฑ์กาแฟทั้งต้นน้ำและปลายน้ำจากทั่วโลกซึ่งหากพิจารณาเฉพาะในกลุ่ม CLMV แล้วจะพบว่าประเทศเวียดนามถือเป็นแหล่งนำเข้าที่สำคัญของไทยหรือคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการนำเข้ารวมประมาณร้อยละ 44-45 ของทั้งหมดที่มีการนำเข้าจากทั่วโลก และเมื่อพิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าจากเวียดนามต่อการนำเข้าของไทยจากประเทศในกลุ่ม CLMV มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 50 หรือเฉลี่ยร้อยละ 65.5 ของการนำเข้าจาก CLMV ตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 5.1 สัดส่วนมูลค่าเฉลี่ยระหว่างปี 2008 -2010 ของการนำเข้ากาแฟประเภทเมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใด ๆ (HS 090111) ระหว่างประเทศในกลุ่ม CLMV

หน่วย: พันเหรียญสหรัฐ

	กัมพูชา	ลาว	พม่า	เวียดนาม	ไทย
กัมพูชา	-	-	-	-	-
ลาว	-	-	na	17.58	32.97
พม่า	-	na	-	-	22.22
เวียดนาม	-	65.86	-	-	-
ไทย	-	0.60	0.03	90.88	-

ที่มา: International Trade Centre

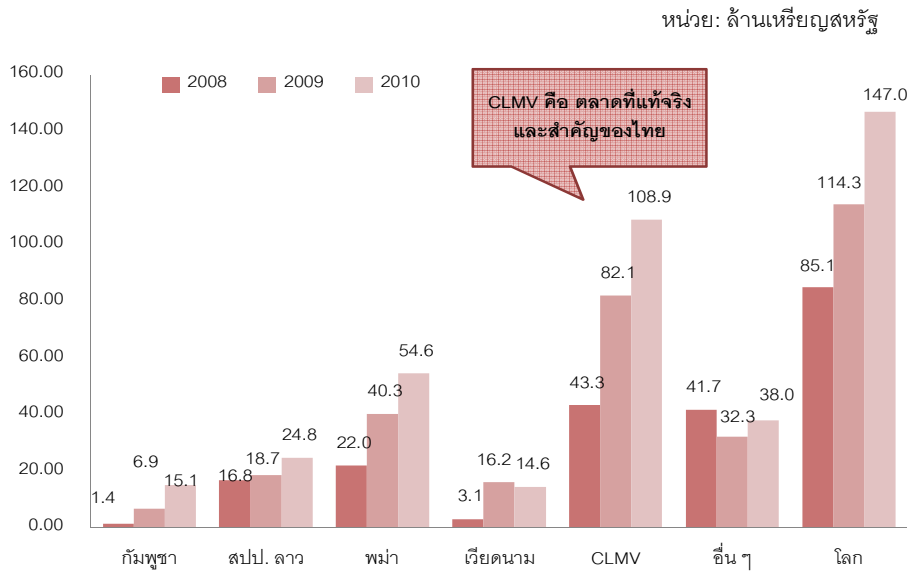
จากการศึกษาในรายละเอียดการนำเข้าส่งออกภายในประเทศ CLMV พบว่า ในกลุ่มเมล็ดกาแฟดิบ ประเทศเวียดนามมีการนำเข้าจากลาวเฉลี่ยถึงร้อยละ 65.86 ระหว่างปี 2008 – 2010 ขณะที่ไทยมีการนำเข้าจากเวียดนามในช่วงเวลาเดียวกันถึงร้อยละ 90.88 ขณะเดียวกันไทยนำเข้าจากลาวโดยตรงเพียงร้อยละ 0.6

อย่างไรก็ดี จากการศึกษามูลค่าการลงทุนในประเทศอื่น ๆ ในกลุ่ม CLMV พบข้อมูลที่น่าสนใจคือ ไทยเริ่มมีการนำเข้าจากประเทศลาวเพิ่มสูงขึ้นในปี 2010 และเมื่อพิจารณาจากข้อมูลการลงทุนของนักลงทุนที่ไปทำธุรกิจด้านกาแฟในลาว อาทิ บริษัทดาวเฮือง¹ บริษัทป่าซองไฮแลนด์ เป็นต้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าประเทศลาวเป็นประเทศที่ได้รับความสนใจในการเข้าไปลงทุนเกี่ยวกับการปลูกกาแฟซึ่งอาจทำให้ประเทศลาวกลายเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบเมล็ดกาแฟที่สำคัญของไทยในอนาคต และมีแนวโน้มมูลค่าการนำเข้าจากลาวเพิ่มสูงขึ้น²

¹ จากการศึกษพบว่า การส่งออกของบริษัทดาวเฮืองส่งออกเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 95 ของการส่งออกทั้งหมดของลาว

² คู่มือการค้าการลงทุนใน ลาว จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสครบรอบ 60 ปี ความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ลาว โดยสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ.กรุงเวียงจันทน์และสำนักงานการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ. กรุงเวียงจันทน์

แผนภาพที่ 5.2 มูลค่าการส่งออกกาแฟของไทย



จากการศึกษามูลค่าการส่งออกของไทยของผลิตภัณฑ์กาแฟทั้งต้นน้ำและปลายน้ำที่ส่งออกไปยังทั่วโลกพบข้อเท็จจริงที่สำคัญ คือ ตลาดการส่งออกผลิตภัณฑ์จากกาแฟสำคัญของไทยตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า CLMV คือตลาดที่ใหญ่และสำคัญที่สุดของไทยโดยในปี 2010 มีมูลค่าการส่งออกภายในกลุ่ม CLMV ถึง 108.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา จากการส่งออกรวมทั้งสิ้น 147 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือคิดเป็นถึงร้อยละ 74 ในปีดังกล่าว

อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงตลาดสำคัญในประเทศกลุ่ม CLMV พบว่า ตลาดที่ใหญ่ที่สุดของไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คือ พม่า หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 50 ของการส่งออกจากไทยภายในกลุ่ม CLMV สำหรับชนิดกาแฟซึ่งไทยส่งออกไปยังพม่าที่สำคัญคือ กาแฟประเภท 3 in 1 หรือ HS 210112

ตารางที่ 5.2 สรุปประเภทสินค้าในกลุ่มกาแฟที่นำเข้าและส่งออกจากกลุ่มประเทศ CLMV

ประเทศ	ส่งออก	นำเข้า
กัมพูชา	กาแฟสำเร็จรูป, กาแฟ 3 in 1	ไม่มีการนำเข้า
ลาว	กาแฟสำเร็จรูป, กาแฟ 3 in 1	เมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ
พม่า	กาแฟสำเร็จรูป, กาแฟ 3 in 1	ไม่มีการนำเข้า
เวียดนาม	กาแฟสำเร็จรูป, กาแฟ 3 in 1	เมล็ดกาแฟดิบที่ไม่ผ่านการแปรรูปใดๆ

ที่มา : จากการศึกษา

กล่าวโดยสรุป เมื่อทำการแบ่งพิจารณาข้อมูลการนำเข้าส่งออกกาแฟเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกาแฟต้นน้ำหรือ HS 09 และกาแฟปลายน้ำหรือ HS 21 สามารถสะท้อนความเชื่อมโยงของธุรกิจกาแฟในภูมิภาคผ่านการนำเข้าส่งออกของประเทศต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้



- 1) การผลิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมโยงสำคัญของการดำเนินธุรกิจกาแฟโดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่าง “ลาว เวียดนาม และไทย”
- 2) ปัจจุบัน พม่าและกัมพูชา ไม่ใช่พื้นที่สำคัญในการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบเมล็ดกาแฟของภูมิภาค
- 3) กาแฟสำเร็จในรูปแบบ 3 in 1 มีตลาดสำคัญในประเทศพม่า และไทยเป็นผู้ผูกขาดกาแฟกลุ่มดังกล่าวเมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการนำเข้า
- 4) แนวโน้มการบริโภคของกัมพูชาเป็นในลักษณะเดียวกันกับพม่าแต่มีขนาดเล็กกว่า

ดังนั้น หากพิจารณาปริมาณการส่งออกและการนำเข้าในแต่ละประเทศ จะพบว่าสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ CLMV คือ กาแฟสำเร็จรูป และกาแฟ 3 in 1 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศ พม่า รองลงมาได้แก่ ลาว เวียดนาม และกัมพูชา ตามลำดับ ขณะที่ในด้านของการนำเข้า นั้นจะสะท้อนให้เห็นว่าประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตเมล็ดกาแฟดิบมากที่สุด คือ ประเทศเวียดนาม รองลงมาคือ ประเทศ ลาว

5.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในสินค้ากลุ่มกาแฟใน CLMV

จากการพิจารณาสภาพโครงสร้างตลาดกาแฟภายใน CLMV ตามผลการวิเคราะห์ในหัวข้อที่ 5.1 เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุนสินค้ากลุ่มกาแฟแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยที่ไม่ใช่ปัจจัยในแง่ของตลาด หากแต่มุ่งเน้นพิจารณาปัจจัยเชิงสถาบัน อาทิ ปัจจัยทางการเมือง สังคม/วัฒนธรรม กฎระเบียบสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและอื่นๆ ของประเทศในกลุ่ม CLMV ซึ่งมุลดังกล่าวได้จากการศึกษาทบทวนข้อมูลและเอกสารวิชาการและกฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนข้อสรุปประสบการณ์การลงทุนของนักธุรกิจที่ได้เข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV

ด้วยเหตุนี้ ทางคณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการบริโภคกาแฟในแต่ละประเทศมาสรุปปัจจัยเชิงลึกที่ควรพึงพิจารณาในการลงทุนและขนาดการลงทุนซึ่งมีความเฉพาะตัวในแต่ละ

ละประเทศเพื่อสะท้อนความเป็นไปได้ในการลงทุนเชิงอุตสาหกรรมและ SMEs สำหรับผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 บริบทและเงื่อนไขการลงทุนกาแฟในกัมพูชา

แม้ว่า ประเทศกัมพูชานั้นมีโอกาสำคัญในการใช้เป็นฐานการลงทุนที่มีความพร้อมในอนาคตอันเนื่องปัจจัยในหลายประการ อาทิ ภูมิศาสตร์ซึ่งรัฐบาลกัมพูชาเพิ่มการลงทุนเพื่อพัฒนาเส้นทางการขนส่งและสามารถเชื่อมต่อเส้นทางระหว่างประเทศทำให้การคมนาคมขนส่งมีความต่อเนื่อง ประกอบกับความได้เปรียบจากปัจจัยทางด้านแรงงานจากการมีค่าจ้างที่ต่ำทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตทั้งในมิติลงทุนปลูกและแปรรูปได้ แต่ข้อได้เปรียบดังกล่าวนักลงทุนก็มีความจำเป็นต้องคำนึงถึงต้นทุนในการพัฒนาทักษะแรงงานให้มีความเหมาะสมกับการผลิตด้วยเช่นกัน หรือนักลงทุนอาจจำเป็นต้องนำองค์ความรู้ในการผลิตและแปรรูปเข้ามาเพื่อใช้กับโรงงานตนเอง

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรมเพื่อทำตลาดสินค้าภายในประเทศกัมพูชานั้น พบว่า ด้วยขนาดเศรษฐกิจและจำนวนประชากรค่อนข้างน้อยเป็นผลให้สภาพตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคโดยทั่วไปของกัมพูชายังเป็นขนาดตลาดที่แคบ ดังนั้น โครงสร้างภาคการผลิตในระดับอุตสาหกรรมของกัมพูชาจึงมุ่งเน้นเพื่อส่งออกเป็นสำคัญซึ่งแนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับอุตสาหกรรมกาแฟในประเทศกัมพูชาเช่นเดียวกัน อีกทั้ง กัมพูชายังมีข้อได้เปรียบในการเป็นฐานการลงทุนด้านอุตสาหกรรมจากสิทธิพิเศษทางการค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอ ขณะที่ ในแง่ของการลงทุนสินค้าเกษตรซึ่งกาแฟยังไม่ถือเป็นสินค้าเกษตรสำคัญที่รัฐบาลกัมพูชาให้การส่งเสริมมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

อีกทั้ง เมื่อพิจารณามิติด้านระเบียบการลงทุน พบว่า การลงทุนในประเทศกัมพูชาจำเป็นต้องมีนักลงทุนท้องถิ่นเข้าร่วมทุนกับชาวต่างชาติทั้งในแง่การถือครองที่ดินเพื่อการเพาะปลูก อีกทั้งการลงทุนเป็นเจ้าของกิจการต่างๆ ก็จำเป็นต้องมีผู้ร่วมลงทุนเป็นชาวกัมพูชาด้วยเช่นกัน ดังนั้น ในแง่ของสิทธิในการถือครองที่ดินนักลงทุนจำเป็นต้องมีการศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อรักษาผลประโยชน์ในการลงทุน ดังนั้น การจัดสรรที่ดินในการทำการเกษตรจึงยังเน้นไปที่สินค้าเกษตรข้างต้นเป็นผลให้ความต้องการสนับสนุนการลงทุนเพาะปลูกและการแปรรูปกาแฟในประเทศกัมพูชาจึงยังไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นทางการมากนัก ทั้งนี้สำหรับการลงทุนในอุตสาหกรรมกาแฟรายสำคัญในปัจจุบัน ได้แก่ บอนกาแฟ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ผลิตกาแฟเม็ดและกาแฟบด บริษัท Nestle ทำการผลิตกาแฟสำเร็จรูป

สำหรับ จุดอ่อนสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในประเทศกัมพูชา คือ นโยบายการส่งเสริมการลงทุนมีความไม่สอดคล้องกันในระดับพื้นที่และอาจมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจเกิดจากความไม่มีเอกภาพเชิงนโยบายของรัฐบาลทำให้การแปลงนโยบายส่งเสริมการลงทุนไปสู่การปฏิบัติระดับพื้นที่อาจ

เปลี่ยนแปลงได้ อาทิ ค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการประกอบการ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการวางแผนการผลิตของนักลงทุนในระยะยาว

ขณะที่ การลงทุนธุรกิจกาแฟในระดับ SMEs ของประเทศกัมพูชานั้น พบว่า ส่วนใหญ่การลงทุนในธุรกิจกาแฟจะอยู่ในรูปของแฟรนไชส์ร้านกาแฟ เช่น Black Canyon, The Coffee Maker เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีร้านกาแฟอื่น ๆ อีกจำนวนมาก (เช่น ร้าน FCC, Fresco, และ Java Coffee เป็นต้น) โดยมักตั้งอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น พนมเปญ หรือเสียมเรียบ ด้วยเหตุที่ประเทศกัมพูชามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้มีความต้องการห้องพักและร้านอาหารและบริการด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้น นับว่าเป็นโอกาสที่จะสามารถเข้าไปลงทุนธุรกิจกาแฟในระดับ SME ได้ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟในโรงแรม หรือร้านอาหารไทย เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงและลดปัญหาข้อจำกัดดังกล่าวทางคณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่าในการทางเลือกในการลงทุนในประเทศกัมพูชาที่เกี่ยวข้องกับสินค้ากลุ่มกาแฟนั้นจึงควรเป็นการลงทุนในระดับ SMEs อาทิ กลุ่มธุรกิจแฟรนไชส์กาแฟ อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น มากกว่าการลงทุนขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินลงทุน ตลอดจนต้องมีการใช้ปัจจัยการผลิตเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 5.3 ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศกัมพูชา

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
ข้อดี				
<p>1. ยังมีเศรษฐกิจที่เน้นภาคการเกษตรเป็นหลัก</p> <p>2. การผลิตภาคการเกษตรยังคงเน้นผลิตสินค้าเกษตรวัตถุดิบอยู่</p> <p>3. เน้นการขายสินค้าเกษตรในรูปแบบวัตถุดิบ (Raw Material)</p>	<p>1. มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงการขนส่งกับต่างประเทศ (ไทย ลาว เวียดนาม และท่าเรือ) ได้สะดวก</p> <p>2. มีความต่อเนื่องในด้านนโยบายเนื่องจากนายกรัฐมนตรีดำรงตำแหน่งโดยบุคคลเดียวอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. เป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรีและเปิดกว้าง</p>	<p>1. กัมพูชาเป็นสมาชิกของอาเซียนและองค์การการค้าโลก(WTO) สามารถใช้กัมพูชาเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังกลุ่มตลาดที่กัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษ GSP และ MFN</p> <p>2. ส่วนใหญ่การลงทุนในธุรกิจกาแฟจะอยู่ในรูปของแฟรนไชส์ร้านค้าแฟ</p> <p>3. เป็นทางผ่านเพื่อส่งสินค้าเข้าไปสู่เวียดนามและจีนได้</p>	<p>1. มีการปรับปรุงกฎระเบียบด้านการลงทุนให้มีความโปร่งใสภายหลังการเข้าเป็นสมาชิก WTO</p> <p>2. รัฐบาลกัมพูชาได้ปรับกฎหมายใหม่ให้เอื้อต่อการลงทุน โดยออกกฎหมายอนุญาตให้ผู้ว่าราชการจังหวัด สามารถอนุมัติการลงทุนได้ในวงเงินไม่เกิน 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอนุญาตให้ผู้ว่าราชการจังหวัดดำเนินนโยบายชักจูงให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนได้เพื่อการพัฒนาจังหวัดของตน</p> <p>3. การได้รับสิทธิเรื่องการซื้อที่ดินในนามของนิติบุคคลจะต้องซื้อในนามนิติบุคคลสัญชาติกัมพูชา กล่าวคือ มีการจดทะเบียนร่วมทุนกับคนท้องถิ่นในอัตราส่วน 49 ต่อ 51 เพื่อจูงใจการลงทุน</p>	<p>1. การลงทุนที่เหมาะสม คือ การผลิตเพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อเมริกา และยุโรป</p> <p>2. ธุรกิจที่ดำเนินการได้ดี คือ ธุรกิจขนาดเล็ก เมื่อดำเนินการไปแล้วค่อยขยายในภายหลัง หรือมีเซินนั้นแล้วต้องเป็นการลงทุนขนาดใหญ่เลย</p> <p>3. มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ นครวัด นครธม ที่จังหวัดเสียมเรียบ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้มีความต้องการห้องพักและร้านอาหารและบริการด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้น นับว่าเป็นโอกาสที่จะสามารถเข้าไปลงทุนได้ เช่น การลงทุนในธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารไทย เป็นต้น</p>

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแพ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
<p>4. กัมพูชาได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences: GSP) จากสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ฯลฯ ทำให้ได้รับการลดหย่อนและการยกเว้นภาษีนำเข้า</p> <p>5. อุตสาหกรรมที่ต่างชาติเข้าไปลงทุนในกัมพูชามากที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตเพื่อส่งออก โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป</p> <p>6. เป็นจุดเชื่อมโยงทาง logistics ไปยังภูมิภาคอื่นๆ : East West Economic Corridor</p>	<p>4. มีต้นทุนค่าแรงที่ค่อนข้างต่ำ</p> <p>5. มีความสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ และมีแรงงานราคาถูก</p> <p>6. ภาคการท่องเที่ยวขยายตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพนมเปญ</p>	<p>4. มีโอกาสที่จะพัฒนาเส้นทางรถไฟที่จะเชื่อมต่อกับทางรถไฟของไทยได้</p>	<p>4. กรณีที่ไม่สามารถหาแรงงานที่มีฝีมือภายในประเทศได้สามารถจ้างแรงงานต่างชาติที่มีฝีมือมาทำงานได้</p> <p>5. รัฐบาลได้ปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย องค์กรของรัฐ เพื่อปฏิบัติต่อนักลงทุนต่างชาติ เช่นเดียวกับนักลงทุนท้องถิ่น โดยให้สิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินทุกอย่าง(ยกเว้นที่ดิน สามารถเช่าได้ถึง 70 ปี)</p> <p>9. รัฐบาลยังให้การรับประกันที่จะไม่เข้าไปก้าวก่ายเรื่องกำหนดราคาสินค้าที่ผลิตขึ้นและการให้สิทธิในการส่งออกเงินทุน ผลกำไรของกิจการสามารถลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง 100 %</p>	
ข้อเสีย				
<p>1. ขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ และยังคงต้องการความช่วยเหลือเพื่อบูรณะประเทศทำให้ต้องพึ่งพาเงินช่วยเหลือจากต่างประเทศเป็นอย่างมาก</p> <p>2. มีความเป็นชาตินิยมสูง ซึ่งเป็นจุดที่นักการเมืองและกลุ่มพลังต่างๆ อาจใช้ประโยชน์ในความรู้สึกนี้มากก่อความไม่สงบในประเทศ และอาจทำให้ประชาชนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักลงทุนต่างชาติ</p>	<p>1. ขาดแคลนการบริหารจัดการความเชื่อมโยงกับทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ</p> <p>2. กัมพูชา ไม่ใช่พื้นที่สำคัญในการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบเมล็ดกาแฟของภูมิภาค</p>	<p>1. แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานไร้ฝีมือ</p> <p>2. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการทำธุรกิจต่างประเทศ</p>	<p>1. มีอุปสรรคที่สำคัญหลายประการ ทั้งระบบภาษี และกฎหมายแรงงาน</p> <p>2. หากเป็นการลงทุนด้านอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า เพื่อขายในประเทศจะมีความเสี่ยงสูง เพราะต้นทุนการผลิตสูง ทั้งค่าที่ดิน ค่าน้ำและค่าไฟฟ้า</p>	<p>1. ระบบการเงิน การธนาคาร และระบบศาล ไม่เป็นที่น่าเชื่อถือ</p> <p>2. ระบบสาธารณูปโภคอยู่ระหว่างการพัฒนา</p>

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
	<p>3. อย่างไรก็ดี ยังมีปัญหาเรื่องพื้นที่เพาะปลูก คือ ไม่สามารถเป็นเจ้าของในนามนิติบุคคลได้ หรือ จำเป็นต้องมีผู้ถือหุ้นร่วมร้อยละ 51 จึงถือครองที่ดินได้</p>		<p>3การลงทุนจำเป็นต้องถือหุ้นร่วมกับชาวต่างชาติ</p> <p>4. ความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่น ทำให้นักลงทุนต้องมีการปรับตัวบ่อยครั้ง</p> <p>5. ขาดนโยบายการคุ้มครองการลงทุนจากต่างประเทศอย่างจริงจังและเป็นระบบ</p>	<p>3. ปัญหาส่วนใหญ่ของภาคการเกษตรในแต่ละจังหวัดคือ ผลผลิตขาดตลาดรองรับขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการเกษตรเช่น พันธุ์พืช การอบแห้งผลผลิตสินค้าเกษตรและไซโล</p>

5.2.2 บริบทและเงื่อนไขการลงทุน การลงทุนกาแฟในลาว

การลงทุนผลิตและแปรรูปกาแฟในประเทศลาวนั้นมีจุดแข็งที่สำคัญ คือ ความเหมาะสมในการเพาะปลูก เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ การมีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมในการเพาะปลูกกาแฟ ทำให้ถือได้ว่าเป็นฐานการผลิตสินค้ากลุ่มกาแฟที่สำคัญในภูมิภาค ส่งผลปัจจุบันมีนักลงทุนหลายรายเข้าไปทำธุรกิจการปลูกกาแฟในลาว เช่น กลุ่มบริษัทดาวเอียง กลุ่มโอลาม (Olam) และ กลุ่มทีซีซี กรุ๊ป เป็นต้น ทั้งนี้ ยังพบว่านักลงทุนที่ทำการปลูกกาแฟบางราย เช่น ดาวเอียง ไม่เพียงแต่ทำการปลูกกาแฟเท่านั้น แต่มีการแปรรูปกาแฟ เพื่อจำหน่ายทั้งในและนอกประเทศอีกด้วย อีกทั้งค่าจ้างแรงงานที่ต่ำทำให้การผลิตขนาดใหญ่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค รวมไปถึง ปัจจุบันประเทศลาวมีการเปิดประเทศและมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญในการลงทุนในประเทศเกิดใหม่ลักษณะดังกล่าว คือ ความไม่สอดคล้องของนโยบายการส่งเสริมการลงทุนและมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการส่งเสริมบ่อยครั้งซึ่งส่งผลกระทบต่อการวางแผนการผลิตของนักลงทุนในระยะยาว และหากกล่าวถึงระดับของการลงทุนที่เหมาะสม การผลิตในระดับอุตสาหกรรมที่เหมาะสมควรเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก เนื่องจากลาวเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรน้อยจึงทำให้ปริมาณความต้องการบริโภคของคนภายในประเทศค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพในการผลิต ดังนั้น ภาคการผลิตกาแฟในประเทศลาวจึงควรเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และเพียงพอที่จะทำการผลิตเพื่อส่งออกขายยังต่างประเทศ

ดังนั้น โอกาสในการเข้าไปลงทุนในธุรกิจกาแฟในระดับอุตสาหกรรมนั้น นักลงทุนจึงควรพึงพิจารณาถึงการหาตลาดรองรับในต่างประเทศ รวมถึงข้อจำกัดในเรื่องของการถือครองที่ดินที่เริ่มเหลือที่ในการให้สัมปทานน้อยลง เป็นต้น

อีกทั้ง กระบวนการในการแปรรูปสินค้านักลงทุนจะต้องสามารถจัดหาเทคโนโลยีการแปรรูปและจำเป็นต้องมีการลงทุนพื้นที่เก็บสินค้าได้เอง เพราะถือเป็นข้อจำกัดสำคัญที่นักลงทุนขนาดใหญ่ต้องพึงพิจารณา ขณะเดียวกันหากมีการวางแผนในการลงทุนระยะยาวแล้วนักลงทุนจำเป็นต้องมีการวางแผนเรื่องเทคโนโลยีการปลูกและปรับปรุงพันธุ์ได้เอง เนื่องจาก ประเทศลาวยังมีข้อจำกัดในทางเทคโนโลยีการเกษตรอยู่แม้ว่าจะมีความพร้อมในเชิงพื้นที่ก็ตาม

ประเทศลาวนั้นถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคต ทำให้โอกาสและช่องทางในการลงทุนธุรกิจกาแฟในระดับ SME ในลักษณะของการทำร้านอาหาร หรือร้านอาหาร ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ค่อนข้างมาก ดังนั้น การลงทุนธุรกิจกาแฟระดับ SME ในประเทศลาวจึงควรมุ่งเน้นการลงทุนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญและสามารถรองรับรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศลาว ตัวอย่างกลุ่มธุรกิจ SME ที่มีการลงทุนอยู่เดิม อาทิ โจมา คอฟฟี่

โดยเป็นการทำธุรกิจ Coffee Café ซึ่งมีฐานธุรกิจอยู่ในหลวงพระบางเป็นสำคัญ หรือร้านกาแฟแฟรนไชส์ เช่น ทู คอฟฟี่ ในเมืองเวียงจันทน์ โดยอยู่ในลักษณะของอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ด้วย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ประเทศลาวยังคงมีปัญหาในเรื่องของความชัดเจนและเชื่อมโยงกันระหว่างแนวนโยบายของรัฐบาลและระดับท้องถิ่น นักลงทุนควรให้ความสำคัญและพึงระวังอย่างรอบคอบ

ตารางที่ 5.4 ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศลาว

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแพ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
ข้อดี				
<p>1. ยังมีเศรษฐกิจที่เน้นภาคการเกษตรเป็นหลัก</p> <p>2. ผลิตภาคการเกษตรยังคงเน้นผลิตสินค้าเกษตรวัตถุดิบอยู่</p> <p>3. มีความได้เปรียบจากการมีพลังงานการผลิตไฟฟ้าสูงสามารถส่งออกกระแสไฟฟ้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงได้</p> <p>4. เป็นพื้นที่ผลิตวัตถุดิบการเกษตรเพื่อการแปรรูป และเป็นแหล่งทรัพยากรที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้อย่างดีเยี่ยม</p> <p>5. เน้นการขายสินค้าเกษตรในรูปแบบวัตถุดิบ (Raw Material)</p>	<p>1. ค่าแรงงานต่ำ</p> <p>2. มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และแหล่งพลังงานไฟฟ้า</p> <p>3. ระบบเศรษฐกิจเป็นระบบเสรีการตลาด</p> <p>4. รัฐบาลมีนโยบายให้มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่แต่ละภาคของลาว</p> <p>5. ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าต่างๆ จากต่างประเทศ</p>	<p>1. ปัจจุบันสวนกาแพกำลังขยายออกไปทุกทิศทุกทาง จากปากของสูเมืองบาเจียง ขึ้นไปยังเมืองเหล่างาม เขตที่ราบสูงโบละเวนในแขวงสาละวัน และ กระจายออกไปยังเมืองท่าแดง แขวงเซกอง ทางทิศตะวันออก ซึ่งจะทำให้มีเนื้อที่ปลูกเพิ่มขึ้นอีกหลายพันเฮกตาร์</p>	<p>1. ระบบการเมืองไม่กระตุ้นให้มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ</p> <p>2. มีข้อจำกัดในการนำผลกำไรของผู้ลงทุนกลับประเทศ</p> <p>3. รัฐบาลลาวได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในสาขาเกษตรกรรม</p> <p>4. การลงทุนขนาดใหญ่ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อส่งออก เนื่องจาก ตลาดภายในประเทศมีจำกัด ส่วนเกษตรกรรายย่อยอาจเพาะปลูกพืชการเกษตรเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคในท้องถิ่น</p> <p>5. มีการสนับสนุนอย่างเต็มที่ในการลงทุน</p>	<p>1. จุดเชื่อมต่อการขนส่งและเขตการส่งออกมีจำนวนจำกัด</p> <p>2. ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานยังขาดการพัฒนา</p> <p>3. ผู้ถือบัตรผ่านแดนของไทยเดินทางผ่านเข้าพื้นที่ต่างๆ ในลาวไม่สะดวก</p> <p>4. ประชากรชาวลาวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทย ในด้านคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าจากจีนและเวียดนาม</p> <p>5. ยังขาดความชัดเจนและเชื่อมโยงกันระหว่างแนวนโยบายของรัฐบาลและระดับท้องถิ่น</p>

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
<p>6. ประเทศไทยและลาวมีความสัมพันธ์ทางการทูตค่อนข้างดีเมื่อเปรียบเทียบกับภายในกลุ่มประเทศ CLMV</p> <p>7. สินค้านำลงทุนใน ลาว ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรและเครื่องจักรกลอุปกรณ์การเกษตร และการบริการ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ร้านอาหาร หรือร้านค้ากาแฟ</p>	<p>6. เกษตรกรรมเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่สุดของลาว</p> <p>7. มีพื้นที่เกษตรกรรมประมาณร้อยละ 20 ของพื้นที่ทั้งหมด ส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคใต้ ซึ่งเป็นที่ราบลุ่ม ขณะที่ภาคเหนือเป็นภูเขาและที่ราบสูงไม่เหมาะแก่การเพาะปลูก</p> <p>8. พื้นที่ปลูกกาแฟ ทั้งหมด 4.50 หมื่นเฮกตาร์ ผลผลิตส่วนใหญ่อยู่ในแขวงจำปาศักดิ์</p> <p>9. ที่ตั้ง และสภาพภูมิอากาศทางธรรมชาติ ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแฟ มีสภาพภูมิอากาศดีในพื้นที่</p> <p>10. มีพื้นที่เหลือพอต่อการปลูกกาแฟแต่ต้องมีการพัฒนาพื้นที่ในการเพาะปลูก</p> <p>11. มีผลิตภาพในการผลิต</p>		<p>6. ความไม่สอดคล้องระหว่างนโยบายรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่นทำให้นักลงทุนต้องมีการปรับตัวบ่อยครั้ง</p>	<p>6. พื้นที่เพาะปลูกกาแฟที่สำคัญของ ลาว คือ เมืองปากซอง (Pakxong หรือ Paksong) แขวงจำปาสัก ในบริเวณที่ราบสูงโบลาวเวน (Bolaven Plateau)</p>
ข้อเสีย				
<p>1. ยังขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ทำให้โครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังไม่ได้รับการพัฒนา</p>	<p>1. ผลผลิตเฉลี่ยต่อเฮกตาร์ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากความล้าหลังของเทคโนโลยีการผลิต</p>	<p>1. การพัฒนาเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านค่อนข้างยาก และไม่มีศักยภาพ</p> <p>2. ตลาดลาวมีขนาดเล็กประชากร มีอำนาจซื้อต่ำ</p> <p>3. การเพิ่มผลผลิตกาแฟใน ลาวนั้น ทำได้ยากเนื่องจากพื้นที่ปลูกจำกัด ส่วนหนึ่งถูก</p>		

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
		<p>กันไปใช้ผลิตพืชผักเพื่อส่งออก</p> <p>4. ขาดแคลนแรงงาน</p> <p>5. ขาดแคลนผู้บริหารระดับกลาง</p> <p>6. ขาดแคลนเทคโนโลยีในการปรับปรุงพันธุ์กาแฟ</p> <p>7. ขาดแคลนเทคโนโลยีในการแปรรูป</p> <p>8. ความไม่พอเพียงของพื้นที่เก็บ (ไซโล)</p> <p>9. มีข้อจำกัดในทางเทคโนโลยีการเกษตร</p> <p>อยู่แม้ว่าจะมีความพร้อมในเชิงพื้นที่ก็ตาม</p> <p>10. ทักษะของแรงงานในการผลิตต่ำ</p>		

5.2.3 บริบทและเงื่อนไขการลงทุน การลงทุนกาแฟในพม่า

สำหรับประเทศพม่าถือเป็นประเทศที่เริ่มมีการส่งสัญญาณแก่นักลงทุนให้สามารถเข้าไปลงทุนในประเทศได้มากขึ้น แต่ด้วยอุปสรรคในเรื่องเสถียรภาพทางเศรษฐกิจยังเป็นปัญหาสำคัญในการลงทุนขนาดใหญ่ยังมีความเสี่ยงสูง อีกทั้งยังมีข้อกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศอยู่จำนวนมากทำให้เป็นข้อจำกัดสำคัญในการลงทุนเพื่อให้เป็นฐานการผลิตไปสู่ตลาดโลกได้

อย่างไรก็ดีจากสถิติข้อมูลการนำเข้าส่งออก พบว่า มีการนำเข้ากาแฟสำเร็จรูปจากต่างประเทศ ขนาดการบริโภคกาแฟสำเร็จรูปของคนภายในประเทศพม่านั้นสะท้อนถึงความต้องการบริโภคอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติสำหรับการเข้ามาทำธุรกิจกาแฟในพม่า โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการต่างชาติมักจะไม่เข้ามาทำตลาดเอง แต่จะใช้วิธีการแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย (Sold Agent) หรือ ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เพื่อมาทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ทั่วถึงทุก พื้นที่เป้าหมาย โดยสามารถแบ่งช่องทางจำหน่ายได้ออกเป็น 3 ประเภทโดยอิงเกณฑ์ชนิดสินค้าที่จัดจำหน่าย คือ สินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งผู้นำเข้า หรือ ตัวแทนจำหน่ายจะนำเข้าสินค้ามา และกระจายสินค้าไปสู่ผู้แทนขาย (Dealer) และ ผู้ขายส่ง (Wholesale) ซึ่งจะส่งต่อไปให้ผู้ค้าปลีก (Retailer) Mini Mart หรือ Super Market ในพม่าต่อไป

ประเทศพม่า เป็นประเทศที่ไม่มีการปลูกกาแฟในระดับอุตสาหกรรม แม้ว่าจะมีความอุดมสมบูรณ์และที่ตั้งของภูมิประเทศเหมาะสมก็ตาม เนื่องจากสภาพของพื้นที่มีลักษณะเป็นภูเขา ไม่เหมาะสมที่จะทำการลงทุนในระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แต่ก็มีบางพื้นที่ที่สามารถทำการเพาะปลูกพืชได้ดี นั่นคือ บริเวณตอนเหนือของประเทศ ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับนักลงทุนที่จะเข้าไปลงทุนได้ เพราะรัฐบาลได้เริ่มมีการส่งเสริมให้เอกชนเข้าไปลงทุนทำการปลูกกาแฟ และให้ความช่วยเหลืออื่น ๆ ในการทำปลูกพืชเศรษฐกิจนี้ด้วย ถึงแม้ปัจจุบันประเทศพม่าจะยังคงถูกต่อต้านทางการค้าระหว่างประเทศจากหลายประเทศ แต่เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มในการเปิดประเทศในอนาคต รัฐบาลพม่าเริ่มมีการส่งสัญญาณแก่นักลงทุนให้สามารถเข้าไปลงทุนในประเทศได้มากขึ้นซึ่งมาตรการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศทั้งสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศ EU ย่อมผ่อนคลายมาตรการคว่ำบาตรดังกล่าวลงและเป็นประโยชน์ต่อการลงทุนในระยะยาว รวมถึงการที่พม่าถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวอยู่มาก ดังนั้น แนวโน้มในอนาคตภาคการท่องเที่ยวย่อมชักจูงให้เกิดตลาดการบริโภคสินค้าจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นซึ่งจะมีผลต่อเนื่องไปถึงปริมาณความต้องการบริโภคกาแฟที่มากขึ้น โดยปัจจุบันมีร้านกาแฟที่เข้าไปลงทุนในประเทศพม่าบ้างแล้ว เช่น Black Canyon และ True Coffee โดยมีเป้าหมายกลุ่มลูกค้าระดับกลาง นักธุรกิจท้องถิ่น และนักธุรกิจต่างชาติเป็นสำคัญ ตัวอย่างพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ ย่างกุ้ง เมเมียว เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ดีในระยะยาว แต่เมื่อพิจารณาเงื่อนไขระยะสั้นที่นักลงทุนจำเป็นต้องพิจารณา คือ เงื่อนไขการลงทุนระดับอุตสาหกรรมในพม่านั้นนโยบายการส่งเสริมได้มีเงื่อนไขว่าการลงทุนดังกล่าวจำเป็นต้องมีเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 500,000 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือว่าเป็นเงินลงทุนจำนวนมากพอสมควรเมื่อคำนึงถึงต้นทุนการผลิตอื่นๆ และความเสี่ยงในการลงทุนจากเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเมืองในปัจจุบัน

ในแง่ของธุรกิจกาแฟระดับ SMEs กลุ่มกาแฟเพื่อการบริโภคของคนภายในประเทศนั้น แม้ว่าพม่าจะมีประชากรจำนวนมากแต่เมื่อพิจารณาวัฒนธรรมการกินของคนภายในประเทศ พบว่า มีแนวโน้มในการบริโภคกาแฟค่อนข้างน้อยเพราะมีวัฒนธรรมที่นิยมการดื่มชามากกว่ากาแฟ ดังนั้นจึงจะสามารถพบร้านขายชาได้ทั่วไป ขณะที่ร้านกาแฟจำนวนน้อยมาก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเริ่มมีการบริโภคกาแฟมากขึ้นจากการได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมการบริโภคจากสื่อต่างๆ ของประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย สำหรับกาแฟที่ชาวพม่านิยมบริโภค คือ กาแฟ 3 in 1 เนื่องจากสะดวกในการดื่มซึ่งโอกาสของนักลงทุนที่หาช่องในการดำเนินการตลาดกลุ่มดังกล่าว

อย่างไรก็ดี ข้อจำกัดหนึ่งในการเข้าไปลงทุนกลุ่ม SMEs ซึ่งยังไม่สามารถทำธุรกิจโดยตรงได้เอง อีกทั้งต้องมีการวางเงินประกันในการประกอบธุรกิจค่อนข้างสูง ดังนั้น อาจเป็นอุปสรรคที่นักลงทุนต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าและความเสี่ยงการลงทุนในระยะสั้นด้วยเช่นกัน ดังนั้น ช่องทางการลงทุนที่น่าสนใจ คือ การค้าโดยรวมลงทุน หรือ การมีผู้แทนจำหน่าย (Sold Agent) หรือ ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ที่เป็นคนท้องถิ่นมาทำหน้าที่ในการกระจายสินค้า

ตารางที่ 5.5 ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศพม่า

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
ข้อดี				
1. ภาคการเกษตรของพม่าถือเป็นภาคการผลิตที่มีสัดส่วนต่อการผลิตสูง	1. ค่าแรงงานต่ำ	1. กาแฟสำเร็จในรูปแบบ 3 in 1 มีตลาดสำคัญในประเทศพม่า และไทย เป็นผู้ผูกขาดกาแฟกลุ่มดังกล่าวเมื่อพิจารณาจากสัดส่วนการนำเข้า	1. FIC ได้ประกาศให้การทำไร่ พีชเป็นยา กาแฟ ชา น้ำมันปาล์ม และพืชสวน เป็นธุรกิจที่ชาวต่างชาติสามารถลงทุนได้	1. เมื่อมีการนำกาแฟสำเร็จรูปเข้ามาขายในพม่า ชาวพม่าจึงเริ่มเปลี่ยนรสนิยมมาดื่มกาแฟกันมากขึ้น เนื่องจาก สามารถหาซื้อกาแฟสำเร็จรูปได้ง่าย และราคาไม่แพง*
2. ข้อจำกัดและศักยภาพของตลาดเงินตลาดทุนของประเทศพม่าจำกัด	2. มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ		2. ปี 2548 รัฐบาลได้ส่งเสริมให้เอกชนเข้าไปลงทุนทำการปลูกกาแฟ โดยเตรียมพื้นที่ 100,000 เอเคอร์ และให้ความช่วยเหลืออื่น ๆ ในการทำปลูกพืชเศรษฐกิจนี้ด้วย	
3. มีก๊าซธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์	3. จะเป็นประตูชายฝั่งทะเลใหญ่ที่สุดของอินโดจีนในอนาคต			
4. เน้นการขายสินค้าเกษตรในรูปแบบวัตถุดิบ (Raw Material)	5. ตลาดของพม่าในอนาคตมีโอกาสพัฒนาเชื่อมโยงมากขึ้นจากการเข้าเป็นสมาชิกอาเซียน			
ข้อเสีย				
1. ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลที่ถูกต้อง และทันสมัย ทำให้ขาดข้อมูลด้านการตลาดและการเงิน	1. ปัจจุบันพม่ายังไม่ใช้พื้นที่สำคัญในการเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบเมล็ดกาแฟของภูมิภาค 2. ถูกกีดกันทางการค้าจากสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา	1. ชาตผู้ที่มีความรู้ในด้านการทำธุรกิจต่างประเทศ 2. ทักษะของแรงงานในการผลิตต่ำ	1. กฎระเบียบทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย	1. ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานยังขาดการพัฒนา 2. ภาครัฐการยังขาดความโปร่งใส

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
		3. พม่าถูกต่อต้านทางการค้าระหว่างประเทศจากหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป		3. ปัญหาการเมืองภายในของพม่า เป็นปัญหาใหญ่ที่ทำให้ธุรกิจไทยยังมีความไม่มั่นใจในการลงทุนในพม่า 4. ขาดความชัดเจนของนโยบายรัฐบาลพม่าว่าจะส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศมากน้อยเพียงใด ประกอบกับปัญหาระบบการเงินที่ต้องปรับปรุง

หมายเหตุ : * หมายถึง ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญประเทศพม่า ศูนย์เอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.2.4 บริบทและเงื่อนไขการลงทุน การลงทุนกาแฟในเวียดนาม

จากการวิเคราะห์ บริบทและเงื่อนไขการลงทุนกาแฟของเวียดนาม พบว่า เวียดนามเป็นที่มีความพร้อมทั้งทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศเช่นเดียวกับประเทศลาว แต่จุดแข็งสำคัญที่ทำให้การลงทุนในประเทศเวียดนามมีความโดดเด่นกว่าเนื่องจากเวียดนามมีการเปิดประเทศและนโยบายการส่งเสริมการลงทุนที่ชัดเจนกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่ม CLMV อีกทั้ง ด้วยระดับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและจำนวนประชากรสูง ดังนั้น ประเทศเวียดนามจึงมีตลาดภายในประเทศที่มีศักยภาพพอต่อการลงทุนเพื่อทำธุรกิจ SMEs ประเภท ร้านกาแฟ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ทั้งนี้ รูปแบบธุรกิจจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ตามศักยภาพ

นอกจากนี้ โอกาสของ SMEs อีกกลุ่ม คือ การดำเนินธุรกิจกาแฟที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ตัวอย่างกลุ่มธุรกิจ SMEs อาทิ ร้านกาแฟในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงถือเป็นโอกาสที่ดีในการลงทุนในเวียดนามรวมถึงร้านค้าเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

สำหรับ ในภาคการผลิตระดับอุตสาหกรรมนั้น แม้ว่าในเชิงนโยบายรัฐบาลเวียดนามจะมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนกาแฟ แต่จุดอ่อนสำคัญที่ส่งผลต่อโอกาสเข้าไปลงทุนปลูกหรือแปรรูปในเวียดนามในแง่ของนักลงทุนรายใหม่ คือ ด้วยการเมืองนโยบายส่งเสริมมาเป็นเวลานาน การหาพื้นที่ที่มีศักยภาพการผลิตและขนาดพื้นที่ที่มีความเหมาะสมเริ่มลดน้อยลงซึ่งอาจจะมีขนาดแปลงที่ดินในการเพาะปลูกเล็ก และแปรรูปที่สูงนั้นเป็นผลให้มีการแข่งขันสูงจากนักลงทุนที่มีอยู่เดิม ซึ่งใช้เวียดนามเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปทั่วโลก นอกจากนี้ ยังมีการลงทุนจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กลุ่มลงทุน Dao Coffee จากลาว ก็มีการขยายตลาดกาแฟมายังประเทศเวียดนามด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น ในแง่พื้นที่การเพาะปลูกจึงเป็นประเด็นที่นักลงทุนต้องพึงพิจารณาสำหรับภูมิภาคที่ยังมีพื้นที่เพื่อลงทุนเพาะปลูกในระดับอุตสาหกรรมจะอยู่ในภาคใต้ของเวียดนามเป็นสำคัญ

ตารางที่ 5.6 ตารางเงื่อนไขและบริบทในการลงทุนของประเทศเวียดนาม

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแพ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
ข้อดี				
<p>1. มีความเจริญเติบโตและความก้าวหน้าสูงกว่าประเทศกลุ่ม CLMV อื่นๆ</p> <p>2. มีภาคอุตสาหกรรมใหญ่กว่าภาคการเกษตร</p> <p>3. สินค้าเกษตร มีผลิตทั้งในรูปวัตถุดิบและสินค้าแปรรูป</p> <p>4. เริ่มมีบทบาทในตลาดโลกมากขึ้นเป็นลำดับ จากการเข้าเป็นสมาชิกองค์การระหว่างประเทศต่างๆ</p> <p>5. ทางรถไฟจากคุนหมิง-เวียดนาม ทำให้ การค้าขายระหว่างจีนตอนใต้กับเวียดนามทำได้สะดวกกว่าเดิม</p> <p>6. ความต่อเนื่องทางการเมืองทำให้มีโอกาสในการพัฒนาประเทศสูง</p>	<p>1. เศรษฐกิจเวียดนามขยายตัวในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่อง</p> <p>2. รัฐบาล ส่ง เสริม การ ลง ทุน จาก ต่าง ประเทศ อย่าง จริง จัง</p> <p>3. มีทำเลที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง</p> <p>4. มีเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อรองรับการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ</p> <p>5. นับเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงในการเพาะปลูกพืชผลการเกษตร</p> <p>6. ที่ตั้ง และสภาพภูมิอากาศทางธรรมชาติ ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแพ พันธุ์โรบัสต้าในภาคใต้ และกาแพพันธุ์อะราบิก้าในตอนเหนือของประเทศ</p> <p>7. ค่าแรงงานต่ำ</p>	<p>1. มีภูมิอากาศ และมีเมล็ดพันธุ์ดีในพื้นที่</p> <p>2. มีผลผลิตภาพในการผลิตสูง</p>	<p>1. ทิศทางการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เริ่มเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสมัยดั้งเดิม เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงขึ้น</p> <p>2. ปรับเปลี่ยนนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศประเภทกิจกรรมร่วมทุนมาเป็นการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมดมากขึ้น ทำให้ระยะหลังเวียดนามเริ่มมีเงินทุนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. มีนโยบายการส่งเสริมการปลูกกาแพของรัฐบาลเวียดนาม</p>	<p>1. ชาวเวียดนามมีทัศนคติที่ดีต่อนักลงทุนไทยและให้การยอมรับตราสินค้าไทยอย่างมาก</p>

ภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจ	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแพ	ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน	กฎระเบียบการลงทุน	อื่น ๆ
ข้อเสีย				
<p>1. เริ่มเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลก โดยเฉพาะการแข่งขันจากจีน</p> <p>2. มีเทือกเขาสูงตลอดแนวชายแดนเวียดนาม-ลาว ทำให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาเส้นทางคมนาคมขนส่งที่มีมาตรฐานได้</p> <p>3. ไม่สามารถพัฒนาการคมนาคมขนส่งได้เร็วเท่าที่ควร เนื่องจากขาดเงินทุน</p>	<p>1. มีปัญหาการหาพื้นที่ขนาดใหญ่เพื่อการเพาะปลูก (สำหรับนักลงทุนรายใหม่) โดยเฉพาะในภาคใต้</p> <p>2. พื้นที่ภูมิศาสตร์เป็นพื้นที่ซึ่งมักเกิดอุทกภัยบ่อยครั้ง</p>	<p>1. มีการแข่งขันในธุรกิจกาแพสูง</p> <p>2. ทักษะของแรงงานในการผลิตต่ำ</p> <p>3. ขาดแคลนผู้บริหารระดับกลาง</p>	<p>1. กฎหมายและระเบียบหลายประการของเวียดนามยังไม่เป็นสากล แม้ว่าจะมีพัฒนาการที่ดีขึ้นเป็นลำดับ แต่ยังคงต้องใช้เวลา</p>	<p>1. การปฏิรูประบบการเงินการธนาคารยังล่าช้า ทำให้นักลงทุนท้องถิ่นขาดแคลนเงินทุน เป็นอุปสรรคต่อการร่วมทุนกับต่างชาติ</p>

จากข้อสรุปการวิเคราะห์ บริบทและเงื่อนไขการลงทุนข้างต้น ทางคณะผู้วิจัยจึงเสนอทางเลือก โดยแบ่งความเป็นไปได้ในการลงทุนออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) การลงทุนในระดับอุตสาหกรรม คือ การเข้าไปลงทุนในการปลูกกาแฟ การผลิตกาแฟสำเร็จรูป หรือการผลิตกาแฟสำเร็จรูป ทั้งนี้ ประเทศที่มีความเหมาะสมในการทำธุรกิจนี้ คือ ประเทศเวียดนาม และ ลาว เนื่องจากมีปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ประกอบกับการส่งเสริมการลงทุนที่เอื้ออำนวย

2) การลงทุนในระดับ SMEs คือ การเข้าไปลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร หรือร้านกาแฟในประเทศ ซึ่งอาศัยเงินลงทุนที่น้อยกว่าการลงทุนในระดับอุตสาหกรรม และมีเงื่อนไขทางการลงทุนที่น้อยกว่า อีกทั้งยังสามารถทำการลงทุนได้ในทุกประเทศในกลุ่ม CLMV โดยอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ

ตารางที่ 5.7 ระดับการลงทุนที่เหมาะสมในแต่ละประเทศของกลุ่ม CLMV

ประเทศ	ระดับอุตสาหกรรม	ระดับ SMEs
กัมพูชา	-	✓
ลาว	✓	✓
พม่า	-	✓
เวียดนาม	✓	✓

ดังนั้น โอกาสของการลงทุนในธุรกิจกาแฟในระดับ SMEs นั้น สามารถกระทำได้ในทุกประเทศในกลุ่ม CLMV เนื่องจากมีข้อจำกัดในการลงทุนค่อนข้างน้อย ทั้งในเรื่องของเงินลงทุน พื้นที่สาธารณูปโภค และกฎระเบียบต่าง ๆ ที่น้อยกว่าการลงทุนในระดับอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และพื้นที่เศรษฐกิจในแต่ละประเทศ

สำหรับโอกาสในการลงทุนระดับอุตสาหกรรม เช่น การปลูกกาแฟ หรือการผลิตและแปรรูปกาแฟนั้น จากปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว ทั้งในเรื่องของแรงงาน พื้นที่เพาะปลูก สภาพภูมิอากาศ เทคโนโลยีทางการผลิต และกฎระเบียบต่าง ๆ ทำให้เห็นว่าประเทศที่มีโอกาสในการลงทุนในการปลูกกาแฟนั้น คือ ประเทศลาว และประเทศเวียดนาม กล่าวคือ ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบในเรื่องของเมล็ดพันธุ์ สภาพพื้นดินและภูมิอากาศ ทั้งยังมีการส่งเสริมให้นักลงทุนชาวต่างชาติเข้าไปลงทุนอย่างเต็มที่ ขณะที่ประเทศลาว แม้พื้นที่เพาะปลูก และเทคโนโลยีการผลิตจะยังไม่มีประสิทธิภาพ

เท่าที่ควร แต่หากมีการพัฒนาพื้นที่เพาะปลูก และเทคโนโลยีในการผลิตแล้ว ถือได้ว่าเป็นแหล่งลงทุนที่น่าจะมีความเป็นไปได้ในการลงทุนปลูกกาแฟ เพื่อส่งออกเป็นสำคัญ

ภาคผนวก ก.

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกาแฟ

ประเภทของผลิตภัณฑ์กาแฟ

เพื่อเป็นการวางกรอบและเข้าใจพื้นฐานของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาแฟที่มีอยู่ในตลาดให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยจึงทำการจำแนกลักษณะพื้นฐานของผลิตภัณฑ์กาแฟ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ซึ่งมีลักษณะสินค้า และวิธีการนำไปใช้ ที่สามารถสะท้อนถึงกระบวนการผลิตที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

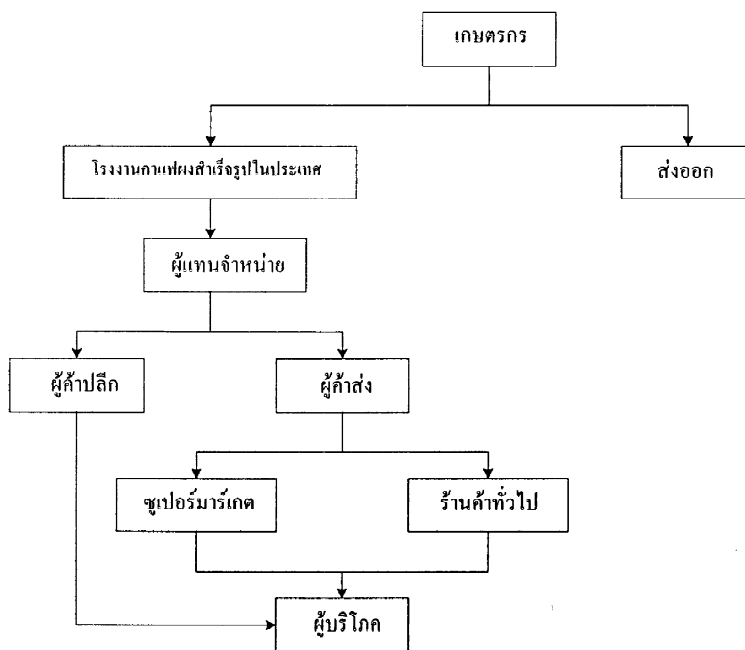
- 1) กาแฟคั่วบด (Roast and Ground Coffee) หมายถึง การนำสารกาแฟ หรือเมล็ดกาแฟมาคั่วให้สุกเพื่อให้ได้กลิ่นและรสชาติตามที่ต้องการและนำมาบดเป็นผง แล้วนำไปต้มหรือผ่านความร้อนด้วยอุปกรณ์การเตรียมกาแฟชนิดต่างๆ โดยต้องมีการกำจัดกากกาแฟออกด้วยการกรอง สำหรับผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดจะมีความแปรผันในด้านคุณภาพและความนิยมของตลาดจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ลักษณะภูมิศาสตร์ พฤกษศาสตร์ สภาพแวดล้อม กระบวนการผลิต การเก็บรักษา การใช้ความร้อนและเวลาในการคั่ว สำหรับ กาแฟคั่วบดที่ได้รับความนิยม คือ กาแฟที่มีสายพันธุ์อาราบิก้าเป็นส่วนประกอบหลัก รองลงมา ได้แก่ โรบัสต้า และอื่นๆ ซึ่งอาจมีการผสมกันตามความต้องการของตลาด
- 2) กาแฟผงสำเร็จรูป (Instant Coffee) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลกาแฟที่สุกแก่เต็มที่ตากให้แห้งสนิทมีความชื้นที่เหมาะสมนำมาคั่วจนได้ที่โดยไม่มีการผสมสิ่งอื่นใด แล้วนำมาสกัดตัวน้ำเท่านั้น จากนั้นนำไประเหยน้ำออกมาจนแห้งด้วยกรรมวิธีที่เหมาะสม มีลักษณะเป็นผง หรือเกล็ด สามารถละลายน้ำได้หมดทันที ผลิตภัณฑ์กาแฟผงสำเร็จรูปสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้ คือ
 - กาแฟผงสำเร็จรูปที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟ โดยไม่มีการปรุงแต่งด้วยส่วนผสมประกอบอื่นๆ แต่ผลิตภัณฑ์ อาจมีความแตกต่างกันเนื่องจากส่วนผสมของกาแฟที่ใช้ อุณหภูมิ และเวลาในการคั่ว
 - กาแฟผงสำเร็จรูปที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟและมีการปรุงแต่งด้วยสารอื่นๆ เพื่อให้ได้รสชาติตามความต้องการของ ผู้บริโภค เช่น การผสมด้วยน้ำตาลเคี้ยวชั้น (Caramel) เพื่อปรุงแต่งสี และกลิ่นของกาแฟ
 - กาแฟผงสำเร็จรูปชนิดที่ผสม ครีมเทียมและน้ำตาล พร้อมดื่มเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค

- กาแฟผงสำเร็จรูปที่สกัดคาเฟอีน (Decaffeinated coffee) ผลิตจากเมล็ดกาแฟที่สกัดสารคาเฟอีนออกแล้วนำมาผ่านกระบวนการแปรรูปกลายเป็นกาแฟผงสำเร็จรูปด้วยการผลิตที่ซับซ้อนกว่ากาแฟกลุ่มอื่นๆ จึงทำให้ราคาสูงกว่ากรณีอื่น
 - กาแฟผงสำเร็จรูปชนิดแต่งกลิ่น (Flavored coffee) โดยการเติมกลิ่นอื่นๆ ในกาแฟ อาทิ กลิ่นวานิลลา กลิ่นโสม เป็นต้น
- 3) กาแฟพร้อมดื่ม (Ready to Drink Coffee) หมายถึง ผลิตภัณฑ์กาแฟที่บรรจุอยู่ในกระป๋อง หรือกล่อง สามารถดื่มได้ทันที เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านความสะดวกในการหาซื้อ และวิธีดื่มได้เป็นอย่างดี ทำให้ตลาดกาแฟประเภทนี้มีการเติบโตและ มีการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง

โลจิสติกส์อุตสาหกรรมกาแฟ

โครงสร้างอุตสาหกรรมกาแฟนั้น หากพิจารณาโครงสร้างโดยจำแนกกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคแยกออกจากกันแล้ว พบว่า โครงสร้างอุตสาหกรรมกาแฟหลังจากได้รับวัตถุดิบในการผลิตจากภาคเกษตรแล้ว สามารถจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการผลิตออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการผลิตเพื่อเป้าหมายในการส่งออก และกลุ่มการผลิตเพื่อใช้ในการบริโภคภายในประเทศซึ่งผลิตภัณฑ์กาแฟอาจเข้าสู่ตลาดได้โดยกรณีที่เป็นการขายปลีก หรืออาจส่งผ่านสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคผ่านกลุ่มธุรกิจการค้าแล้วจึงทำการส่งไปสู่ผู้บริโภคในท้ายที่สุด

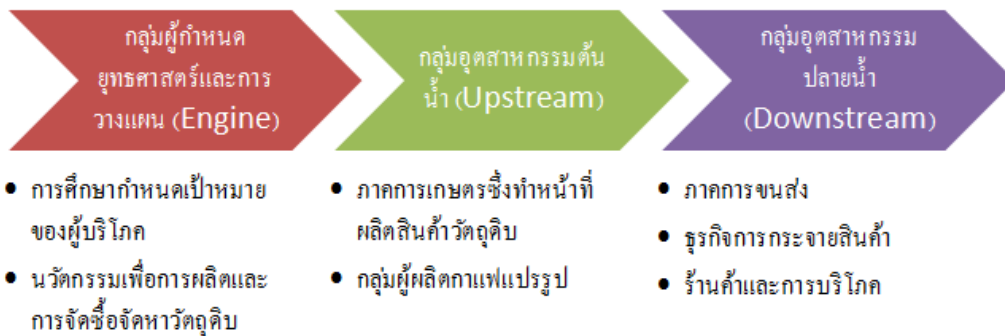
แผนภาพที่ ก.1 โลจิสติกส์อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรณีสินค้ากาแฟ



ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรม

นอกเหนือจากการพิจารณาโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตกาแฟสำเร็จรูป เพื่อสะท้อนหน่วยธุรกิจและกระบวนการส่งผ่านสินค้าไปสู่ผู้บริโภคแล้ว ยังสามารถพิจารณาในส่วนของอุตสาหกรรมต่อเนื่องซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตกาแฟ เพื่อสะท้อนให้เห็นมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนเห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างธุรกิจกับอุตสาหกรรมกาแฟ โดยสามารถจำแนกวงจรได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

แผนภาพที่ ก.2 วงจรอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกาแฟ

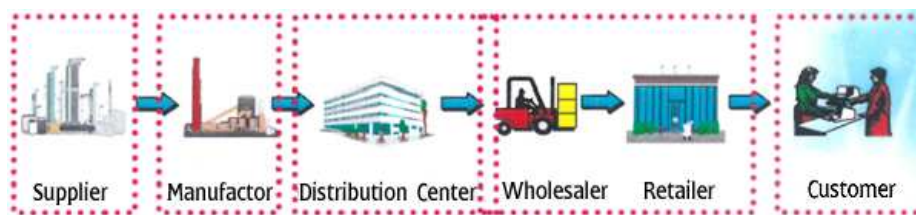


ที่มา: Logistics and Supply Chain ต้นน้ำในอุตสาหกรรมกาแฟ กรณีศึกษา บริษัทเนสกาแฟ, วันชัย รัตนวงษ์

- 1) กลุ่มผู้กำหนดยุทธศาสตร์และการวางแผน (Engine) กลุ่มนี้ถือเป็นการกำหนดแนวทางและวิธีการดำเนินอุตสาหกรรมกาแฟโดยทำหน้าที่ศึกษา วิเคราะห์เป้าหมาย เพื่อกำหนดวิธีการดำเนินกิจกรรมของอุตสาหกรรมกาแฟ ตัวอย่างการทำงานของขั้นตอนนี้ได้แก่ การศึกษากำหนดเป้าหมายของผู้บริโภค ตลอดจน นวัตกรรมเพื่อการผลิตและการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบเพื่อรองรับการทำธุรกิจในระดับอุตสาหกรรมกาแฟ
 - 2) กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) เมื่อทำการศึกษาความเป็นไปได้และแนวทางการธุรกิจที่ชัดเจนแล้ว จึงมีการจัดซื้อวัตถุดิบโดยทำการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนนำเข้าสู่การผลิตในเชิงอุตสาหกรรมดังนั้น ภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญ คือ ภาคการเกษตรซึ่งทำหน้าที่ผลิตสินค้าวัตถุดิบและมีผู้รวบรวมวัตถุดิบดังกล่าวเพื่อใช้ในการแปรรูปต่อไป และเมื่อได้ปัจจัยการผลิตเพื่อใช้ในการแปรรูปแล้ว ภาคส่วนสำคัญในลำดับต่อมาคือกลุ่มผู้ผลิตกาแฟแปรรูป
- อย่างไรก็ดี มีข้อสังเกตประการหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมผู้ผลิตกาแฟแปรรูป กล่าวคือ โครงสร้างการผลิตจะมีความแตกต่างกัน ระหว่างการผลิตเพื่อรองรับการบริโภคภายในประเทศ และการผลิตเพื่อทำการส่งออก ซึ่งข้อแตกต่างดังกล่าวย่อมเป็นผลย้อนกลับมาสู่การกำหนดปริมาณการรับซื้อวัตถุดิบต้นน้ำ
- นอกจากนี้ กลุ่มอุตสาหกรรมต้นน้ำสำคัญอีกกลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าประกอบเพื่อใช้ในการแปรรูป อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

- 3) กลุ่มอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) หลังจากการผลิตกาแฟแล้วเสร็จ อุตสาหกรรมปลายน้ำก่อนส่งไปถึงผู้บริโภคที่สำคัญ ได้แก่ ภาคการขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง หรือขนส่งไปสู่ตัวธุรกิจการกระจายสินค้า (ผู้แทนจำหน่าย) ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจะส่งต่อไปสู่ร้านค้าอาหารและเครื่องดื่มที่นำไปใช้ หรือผู้บริโภคต่อไป

แผนภาพที่ ก.3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง Logistics ในอุตสาหกรรมกาแฟ



ที่มา: Logistics and Supply Chain ตั้่นนำในอุตสาหกรรมกาแฟ กรณีศึกษา บริษัท เนสกาแฟ, วันชัย รัตนวงษ์

ดังนั้น เมื่อพิจารณาตัวละคร (Actors) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในสายอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตโดยตรงนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ 1) ผู้รวบรวมวัตถุดิบเพื่อป้อนโรงงาน (Supplier) 2) ผู้ผลิตหรือโรงงานอุตสาหกรรม (Manufacturer) 3) ผู้แทนจำหน่ายหรือผู้กระจายสินค้าแปรรูป (Distribution Center) 4) กลุ่มผู้ขนส่ง (Wholesaler) และการค้าปลีก (Retailer) และ 5) กลุ่มร้านค้าหรือผู้บริโภค (Customer)

A map of Southeast Asia with Thailand highlighted in red. The map shows the outlines of Thailand, Laos, Vietnam, Cambodia, and Myanmar. The text is overlaid on the map.

โครงการส่งเสริมการลงทุนไทยในกัมพูชา สปป.ลาว พม่า เวียดนาม 2554

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย