



สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ว าร ส าร ส

ปีที่ 24 ฉบับที่ 12 ธันวาคม 2556 ♦ www.boi.go.th

ส่งเสริมการลงทุน

I N V E S T M E N T P R O M O T I O N J O U R N A L



ครัวไทยสู่ครัวโลก



BUILD
We Link...

BUILD, or the BOI Unit for Industrial Linkage Development

BUILD has played a vital role in developing the industrial linkage for more than 20 years. The duties of BUILD are to act as an intermediary between manufacturers of ready-made products and small-and medium-sized manufacturers of parts, which will result in the linkage of industries and the transfer of production technology, leading to the strong growth in supporting industries in Thailand. All this provides a sound base for the sustainable development of the country's industry as a whole.

Sign up for a free BUILD membership to receive our weekly e-newsletter and keep you informed about our activities and events.

Please sign up at <http://build.boi.go.th>

Tel : +66(0)2 553 8111 ext.7 Fax : +66(0)2 553 8325

E-mail : sourcing@boi.go.th Website : <http://build.boi.go.th>



BUILD

ศูนย์บริการลงทุน

Investment with Smile

“เราทำให้การลงทุนของท่านเต็มไปด้วยรอยยิ้ม”



บริการด้วยใจ

- ให้คำปรึกษาและประสานงานแก้ไขปัญหาการลงทุนด้วยความรวดเร็ว
- บริการข้อมูล กฎ ระเบียบ ด้านการลงทุนแก่นักลงทุน และผู้สนใจทั่วไป
- บริการหนังสือและเอกสารด้านเศรษฐกิจการลงทุนอื่นๆ
- บริการจัดหาผู้ร่วมทุน
- อำนวยความสะดวกในการออกแบบใบอนุญาตทำงานและวีซ่าแก่นักลงทุน
- ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

555 ถนนวิภาวดีรังสิต จตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : 0 2553 8111 โทรสาร : 0 2553 8222
อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

Professional Trainings and Seminars Public Training and In house Training

บริการจัดการฝึกอบรมและสัมมนาอย่างมืออาชีพ ด้วยหลักสูตรการฝึกอบรมเฉพาะด้าน
ถ่ายทอดโดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ



แพคเกจอบรมและบริการนักลงทุน สมาคมสโมสรนักลงทุน

เลขที่ 1 อาคารทีพีแอนด์ที ชั้น 12, 16 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0 2936 1429 ต่อ 205-208, 212, 215

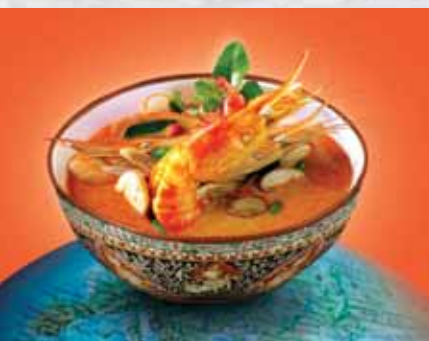
E-mail : is-investor@ic.or.th website : <http://www.ic.or.th>



วารสารส่งเสริมการลงทุน

INVESTMENT PROMOTION JOURNAL
ปีที่ 24 ฉบับที่ 12 ธันวาคม 2556

| สารบัญ CONTENTS



6



51



/5

ครัวไทยสู่ครัวโลก

นโยบายอุตสาหกรรมอาหารของภาครัฐ	6
"THAI SELECT" แบนด์อาหารไทย ดึงไกลทั่วโลก	18
อุตสาหกรรมฮาลาลในไทย ความฝันที่รอวันเป็นจริง	27
เวียดนาม บนเส้นทางสู่ครัวของโลก	33
นิคมการเกษตรพืชอาหารและพลังงานทดแทน	40
อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร	45

รอบรู้เออีซี

โฟล์คกับเป้าหมายเออีซี	51
อินโดและเวียดนามก้าวสู่มหาอำนาจเหล็กในเออีซี	56

บีไอไอ...มีอะไร

สถานการณ์การลงทุนในปี 2556 เกินความคาดหมาย	60
SUBCON THAILAND 2014 ที่สุดแห่งเวทีซื้อขายชิ้นส่วน	67

นานาชาติ

Aerospace Valley ความสำเร็จของคลัสเตอร์ อุตสาหกรรมอากาศยานยุโรป	69
Cool Japan ยกกระแสนญี่ปุ่น	75

ภาวะส่งเสริมการลงทุน

โครงการอนุมัติให้การส่งเสริมการลงทุน	78
--------------------------------------	----

OSOS

One Start One Stop Investment Center
ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน

Investment in Thailand
is not a big deal anymore

การลงทุนในประเทศไทย
ไม่ใช่เรื่องใหญ่อีกต่อไป



ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 18 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
อีเมล : osos@boi.go.th เว็บไซต์ : www.osos.boi.go.th โทรศัพท์ : 0 2209 1100 โทรสาร : 0 2209 1199



กองบรรณาธิการ

วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 24 ฉบับที่ 12 ธันวาคม 2556

เจ้าของ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

คณะที่ปรึกษา

นายอุดม	วงศ์วิวัฒน์ไชย	เลขาธิการฯ
นางหิรัญญา	สุจินัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน
นางสาวอัจฉรินทร์	พัฒนพันธ์ชัย	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน และที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ
นางสาวดวงใจ	อัศวจินตจิตร	รองเลขาธิการฯ
นายโชคคี	แก้วแสง	รองเลขาธิการฯ

กองบรรณาธิการ

นางสาวบุษราคัม	ศรีรัตนา	บรรณาธิการบริหาร
นางสาวซอแก้ว	ประสงค์สม	หัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวสุนันทา	อักษระกิจ	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ
นางสาวจิรวรรณ	การุณจิตร	ผู้ช่วยหัวหน้ากองบรรณาธิการ

คณะทำงานวารสารส่งเสริมการลงทุน

นายยุทธศักดิ์	คณาสวัสดิ์
ดร.บงกช	อนุโรจน์
นางสาวพรธัญ	เชิงสุทธา
นายสุทธิศักดิ์	ทัตพิทักษ์กุล
นางสาววันเพ็ญ	หรรษิตวิวัฒน์
นางสุภาดา	เกรียงเนตร
นางสาวทรงสิริสุข	คันนิเวสส
นางสาวปิยะวรรณ	ชัยนมาก
นายอิสระ	อมรกิจบำรุง
นางสาวรุณิดา	ศิริทรัพย์
นายธรรมรัตน์	รัตนพันธ์
นางสาวณภัทร	ทัฬหพันธ์
นางสาววรรณนิภา	พิภพไชยสิทธิ์
นางสาวอุทัยวรรณ	วิวัฒนสกุล
นางสาววิสรดา	พิงทองหล่อ
นางสาวอนาวดี	ควสานนท์
นางสาวยอกกมล	สุธีรพรณ์
นางสาวนันทนาฏ	กฤษณจินดา
นายธีระพงษ์	อติชาตนาพันธ์
นางสาวสุวิดา	ธัญวรงค์
นายสถาปนา	พรหมบุญ
นางสาววันทนา	ทาตาล
นายวุฒิชัย	ภัสส์เพ็ญ
นางสาวรัชฌิกร	ไทยชันบุญ

กองบรรณาธิการ วารสารส่งเสริมการลงทุน

ศูนย์บริการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
 โทรศัพท์ : 0 2553 8111 ต่อ 8145, 8410 และ 6196
 โทรสาร : 0 2553 8222 และ 0 2553 8316
 อีเมล : head@boi.go.th
 เว็บไซต์ : www.boi.go.th

ออกแบบและพิมพ์ที่

บริษัท เกรย์ แมทเทอร์ จำกัด

21/61-62 RCA โซน C ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระรามเก้า
 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320
 โทรศัพท์ : 0 2203 1240-7 แฟกซ์ : 0 2641 4211



การลงทุนภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทย หลายคนอาจนึกถึงอุตสาหกรรมหนัก หรือภาคการผลิตในด้านยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ หรือปิโตรเคมี ซึ่งถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีฐานการผลิตในบ้านเรามากมาย

แต่ในความเป็นจริงแล้ว ยังมีอุตสาหกรรมอีกกลุ่มที่ประเทศไทยมีความเข้มแข็งอย่างมาก และมีพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมกลุ่มนี้มีความเข้มแข็ง นั่นก็คือ อุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งการที่เราเป็นประเทศเกษตรกรรม และมีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อพืชผลทางการเกษตร ทำให้เราสามารถนำมาต่อยอดให้กับภาคการเกษตรกลายเป็นอุตสาหกรรมการเกษตร และเป็นผู้ผลิตอาหารป้อนคนเกือบทั่วโลก

ในแต่ละปี ค่าขอรับส่งเสริมการลงทุนจากปีโอไอ แม้ส่วนใหญ่จะเป็นการยื่นขอลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมหนัก แต่โครงการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและผลิตผลจากการเกษตรก็มีกรยื่นขอรับส่งเสริมการลงทุนจำนวนมากไม่แพ้กัน เพียงแต่มีมูลค่าเงินลงทุนไม่มากเท่าอุตสาหกรรมอื่นๆ เพราะธรรมชาติของโครงการลงทุนด้านอุตสาหกรรมเกษตรไม่ได้มีมูลค่าเงินลงทุนสูงหลายหมื่นล้านบาท

วารสารส่งเสริมการลงทุนฉบับส่งท้ายปี 2556 จึงขอเสนอเรื่องราวของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มหลักในการลงทุนด้านอุตสาหกรรมเกษตร โดยจะนำเสนอเรื่องราวในหลายมิติ ทั้งนโยบายอุตสาหกรรมอาหารของภาครัฐ แปรนคำอาหารไทยที่สร้างชื่อเสียงไปทั่วโลก และโอกาสที่ไทยจะก้าวไปสู่ผู้ผลิตอาหารฮาลาลชั้นนำของโลก รวมทั้งไปติดตามประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนามว่ามีเส้นทางก้าวไปสู่ครัวโลกเช่นเดียวกับบ้านเราอย่างไร



นโยบายอุตสาหกรรมอาหาร ของภาครัฐ



ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตอาหารสำคัญของโลกสามารถผลิตสินค้าเกษตรได้หลากหลาย เกินความต้องการบริโภคภายในประเทศ และมีมากพอสำหรับส่งเป็นสินค้าออกไปขายยังประเทศต่างๆ ที่ผ่านมาภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมอาหารมาตลอด และเมื่อรัฐบาลได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาในวันที่ 23 สิงหาคม 2554 นั้น ก็ได้กำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินที่สำคัญ โดยแบ่งการดำเนินการเป็น 2 ระยะคือ ระยะเร่งด่วนที่จะเริ่มดำเนินการในปีแรก และระยะการบริหารราชการ 4 ปีของรัฐบาล

ซึ่งในส่วนของนโยบายที่จะดำเนินการภายในช่วงระยะ 4 ปีของรัฐบาลชุดนี้ รัฐบาลจะดำเนินนโยบายหลักในการบริหารประเทศในด้านนโยบายเศรษฐกิจคือ รัฐบาลจะบริหารจัดการเศรษฐกิจให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีความสมดุลและเข้มแข็งทั้งในภาคเศรษฐกิจภายในประเทศและต่างประเทศ มีภูมิคุ้มกันต่อความเสี่ยงต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกทั้งด้านการค้าและการลงทุน รวมทั้ง

การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยวางโครงสร้างพื้นฐานด้านองค์ความรู้ มีระบบธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านอุตสาหกรรม การเกษตร ระบบบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ พลังงาน และระบบโครงข่ายสารสนเทศและการสื่อสาร

โดยในด้านภาคอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารนั้น ภาครัฐได้มีนโยบายไว้เป็นการเฉพาะดังนี้

1. เร่งปรับโครงสร้างการผลิตทางการเกษตรให้สอดคล้องกับโอกาสทางการตลาดและการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นตลาดเดิมและตลาดใหม่ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารของโลก เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของการทำประมง ปศุสัตว์ และพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศให้ครบวงจร รวมทั้งสนับสนุนการผลิตพืชพลังงาน เช่น ปาล์มน้ำมัน อ้อย มันสำปะหลัง เพื่อสนับสนุนนโยบายพลังงานทดแทน และสนับสนุนการผลิตสินค้าใหม่ที่มีโอกาสทางการตลาด เช่น พืชเส้นใย และสมุนไพร เป็นต้น

2. ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตร โดยการแปรรูปที่ได้คุณภาพและมาตรฐานสากลเพื่อเชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมการเกษตร โดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร ความปลอดภัยอาหารตามมาตรฐานสากล รวมทั้งให้มีระบบป้องกันและควบคุมการระบาดของโรค ตลอดจนสนับสนุนการแปรรูปสินค้าเกษตรในชุมชน

3. เร่งรัดการเจรจาข้อตกลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อป้องกันมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และพัฒนาโครงข่ายระบบการขนส่งสินค้าเกษตรทั้งในพื้นที่ชนบทและเมือง เพื่อขยายตลาดของสินค้าเกษตรและอาหารสู่ตลาดโลก

“การพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงและมีความได้เปรียบ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร”

จึงเห็นได้ว่านโยบายด้านเศรษฐกิจนั้น เป็นการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงและมีความได้เปรียบ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น ให้เป็นฐานการผลิตในระดับภูมิภาคและระดับโลก ด้วยการส่งเสริมการลงทุนหรือให้สิทธิพิเศษกับอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ รวมทั้งภาครัฐก็ได้มีนโยบายจัดหาและพัฒนาพื้นที่และโครงสร้าง



พื้นฐานที่เหมาะสม เพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะ 20 ปีข้างหน้า โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

สถานการณ์การค้าอาหารของไทย ในปี 2556

	พ.ศ. 2556		ม.ศ.-พ.ศ. 2556	
	ล้านตัน	ล้านบาท	ล้านตัน	ล้านบาท
ส่งออก	3.07	80,215	14.08	376,503
เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	-15.00	-18.70	-2.10	-7.30
การนำเข้า	1.35	35,241	5.38	160,394
เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	-10.60	0.20	-17.10	2.80
ดุลการค้า		44,974		216,109

ที่มา สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

ในภาคเอกชนและภาครัฐของประเทศได้ให้ความสนใจในการผลิตอาหารในทุกกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตตั้งแต่รายย่อยจนถึงอุตสาหกรรม และก็เช่นเดียวกับการดูแลของราชการ ที่จะมีส่วนงานราชการที่ดูแล กำกับหลายหน่วยงาน และหลายกระทรวง เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักส่งเสริมและสนับสนุนอาหารปลอดภัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ศูนย์บริการประกันคุณภาพอาหาร และสถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น ซึ่งบางครั้งก็มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน โดยในบทความนี้ จึงขอนำภาพโดยรวมของบางหน่วยงานมาเพื่อเป็นข้อมูลในเบื้องต้น

สถาบันอาหาร สถาบันหลักในการพัฒนาอาหาร เพื่อการอุตสาหกรรม

สถาบันอาหารนั้นได้จัดตั้งขึ้นจาก แนวคิดของ ภาครัฐ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และภาคเอกชน โดยกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เพื่อหา องค์กรที่ทำหน้าที่เป็นแกนนำในการพัฒนา อุตสาหกรรมอาหาร ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม จึงได้ มอบหมายให้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ดำเนินการศึกษา เพื่อหาข้อเสนอแนะและ ความจำเป็นในการจัดตั้งองค์กร หรือหน่วยงานที่จะ เป็นแกนนำในการกิจดังกล่าว

จากผลการศึกษา ได้มีข้อสรุปและเสนอแนะ ให้มีหน่วยงานใหม่ ที่จะป็นองค์กรนำในการพัฒนา ภาคอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ในรูปแบบ ของ "สถาบัน" โดยมีภารกิจเป็นแหล่งให้บริการ ข้อมูลด้านการค้าและเทคโนโลยี การบริการด้านการ ตรวจจับวิเคราะห์ การประสานความร่วมมือเพื่อการ แก้ไขปัญหา และยกระดับขีดความสามารถของ อุตสาหกรรมอาหาร ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรม มีคำริที่สอดคล้องและเป็น แนวทางเดียวกัน จึงได้นำเสนอเรื่องการจัดตั้ง "สถาบันอาหาร" เข้าสู่วาระการพิจารณาของคณะ รัฐมนตรี และมีมติให้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2539 ในรูปแบบองค์กรเครือข่าย ภายใต้อุตสาหกรรม พัฒนามูลนิธิ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ตามคำสั่ง กระทรวงอุตสาหกรรมที่ 440/2539 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน 2539

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ตระหนักถึง ความจำเป็นในการสร้างฐานข้อมูลเชิงลึกของ อุตสาหกรรมอาหารอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้าง ความมั่นคงทางด้านอาหารของประเทศในระยะต่อไป



จึงได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการพัฒนา ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Food Intelligence Center) ให้กับสถาบันอาหาร ซึ่งเป็น หน่วยงานหลักภายใต้การกำกับของกระทรวง อุตสาหกรรม ในการส่งเสริมการขยายตัวด้านการ ส่งออกอาหารไทย และเสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจภาค อุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2549

“สถาบันอาหารเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมอาหารของไทย พลิกผันให้ไทย ยกระดับสู่การผลิตระดับโลก”

สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม มีภารกิจ หลักในการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของ อุตสาหกรรมอาหารของไทย ซึ่งได้พยายามผลักดัน ให้โรงงานแปรรูปอาหารของไทยทุกระดับเข้าสู่ระบบ คุณภาพสุขอนามัยในการผลิตระดับโลกไม่ว่า จะเป็นระบบ FSC 2200 BRC หรือ ISO 22000 มา อย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี แต่การดำเนินการ ไม่สามารถครอบคลุมผู้ประกอบการในระบบผลิต อาหารได้อย่างทั่วถึงในระยะเวลาอันสมควร โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากยังขาดแรงจูงใจด้านการตลาด ขาดความพร้อม ด้านงบประมาณในการปรับปรุงอาคารสถานที่

การจัดจ้างที่ปรึกษา ขาดบุคลากรรองรับ ปัญหาเหล่านี้ต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐใน



รูปแบบต่างๆ หากจะตั้งเป้าให้ไทยมีภาพลักษณ์เป็นประเทศผู้ผลิตอาหารปลอดภัยชั้นนำของโลก การเร่งให้ความช่วยเหลือพัฒนาผู้ผลิตอาหารของไทยให้เข้าสู่ระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัยของโลก เพื่อให้การผลิตอาหารของไทยมีเสถียรภาพคงอยู่ได้ในภาวะวิกฤติด้านความมั่นคงของอาหาร และยืนหยัดแข่งขันได้ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และประชาคมโลก

จึงเป็นเรื่องสมควรได้รับการผลักดันให้เป็นนโยบายเชิงรุกและเร่งด่วนของรัฐบาล ในการสนับสนุนงบประมาณดำเนินการโครงการ "พัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้เป็นครัวอาหารคุณภาพของโลก" ให้เกิดขึ้นเพื่อเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารปลอดภัยของโลกระดับแนวหน้า และไม่เป็นเพียงครัวของโลก...แต่เป็นครัวที่ผลิตอาหารคุณภาพปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ

ทั้งนี้สถาบันอาหาร ได้จัดตั้งศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร เป็นภารกิจหลักของฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อปี 2539 โดยฝ่ายวิจัยและข้อมูล มีหน้าที่หลัก ดังนี้

1. สำรวจ รวบรวม และติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารดังกล่าว รวมตลอดทั้งพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร

อุตสาหกรรมอาหาร

2. ศึกษา วิจัยธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร ตลอดจนวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหาร และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาคือรัฐบาล

3. ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการด้านอุตสาหกรรมอาหารแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร

วัตถุประสงค์ในการพัฒนาศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร

1. เพื่อให้มีระบบสารสนเทศที่ใช้ในการสนับสนุนการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว

2. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจเตรียมการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของพลวัตโลก

“มีนักวิชาการที่พร้อมให้คำปรึกษา และช่วยเหลือด้านข้อมูล”

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาศูนย์ข้อมูล ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และเชื่อถือได้ เนื่องจากผู้ใช้งานศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Food Intelligence Center) ประกอบด้วยบุคคลหลายสาขาอาชีพที่มีความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นการบริการของศูนย์นอกเหนือจากข้อมูลที่จัดเก็บในระบบแล้ว เราจึงมีนักวิชาการที่พร้อมให้คำปรึกษา และช่วยเหลือด้านข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารในรูปแบบต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานแต่ละรายมากขึ้น โดยสถาบันอาหาร ตั้งอยู่ที่ 2008 ซอยอรุณอมรินทร์ 36 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพฯ โทร. 0 2886 8088 โทรสาร 0 2883 5853

โครงการเสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ อุตสาหกรรมอาหาร และสร้างความเชื่อมั่นให้ แก่คุณค่าอาหารของไทย

โครงการ "เสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่
อุตสาหกรรมอาหาร และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่
คุณค่าอาหารของไทย (Thailand Food Forward)"
เป็นแนวทางการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน
ให้กับภาคอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอาหารของไทย
ตามแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม
ของรัฐบาล ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบ
ผลิตภัณฑ์อาหารที่ตอบสนองความต้องการของตลาด
โลก

นอกจากนี้ การสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค
ต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คุณค่า และภาพลักษณ์
อาหารไทยเพื่อให้ไทยเป็นครัวของโลกอย่างสมบูรณ์
แบบนั้น ต้องสร้างกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคทั่วโลก
เข้าใจและรับรู้ถึง "อาหารไทย" อย่างแท้จริง อันจะ
ส่งผลถึงภาคการค้าของไทยในการขยายตลาด และ
รักษาคุณภาพและรสชาติอาหารของร้านอาหารไทย
และประชาสัมพันธ์ให้อาหารไทยรู้จักไปทั่วในต่างแดน
และเป็นส่วนเติมเต็มกิจกรรมต่างๆ นอกเหนือจาก
การผลิตที่ได้คุณภาพและมาตรฐานจากในประเทศไทย
แล้ว ให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สมบูรณ์
เป็นที่นิยมของต่างชาติ ซึ่งนอกจากความโดดเด่น
ด้านรสชาติแล้ว อาหารไทยยังแสดงถึงความประณีต
บรรจง รวมทั้งมีประโยชน์ต่อสุขภาพ รัฐบาลจึงมี
นโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก
(Kitchen of the World) โดยมุ่งดำเนินการอย่าง
เป็นระบบ ให้มีการขยายตัวของร้านอาหารไทย
จำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
ของประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
การส่งออกสินค้าอาหารและสินค้าอื่นๆ

“โครงการครัวไทยสู่โลก

เพื่อส่งเสริมให้อาหารไทย

เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก”

โครงการครัวไทยสู่โลกมีวัตถุประสงค์ในการ
มุ่งส่งเสริมให้อาหารไทย เป็นหนึ่งในอาหารที่ได้รับความ
นิยามไปทั่วโลก โดยตั้งเป้าหมายส่งเสริมอาหาร
ไทยให้เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมของโลกและให้
ไทยสามารถเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ 1 ใน
5 ของโลก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความเชื่อมั่นใน
ระดับสูงสุด ด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย ผลักดัน
ให้วิสาหกิจในการปรุงอาหารของไทย ตลอดจนเครื่องปรุง
อื่นๆ สามารถส่งออกได้มากขึ้น เพื่อสนับสนุนให้ร้าน
อาหารไทยในต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางกระจายข้อมูล
การท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นจุดประชาสัมพันธ์ ประเทศไทย
ให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ และเป็นแหล่งขายสินค้า หนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สนับสนุนการเปิดธุรกิจร้าน
อาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อผลักดันให้ร้านอาหาร
ไทยที่บริการอาหารรสชาติไทยแท้ รวมทั้งมี
มาตรฐานที่เป็นสากล

คนไทยเป็นครัวโลกกรมส่งเสริมฯ เดินหน้า

แนวคิดในเรื่องการผลักดันให้ผลผลิตทางด้านการ
เกษตรไทยก้าวไกลเป็นที่ยอมรับของทั่วโลกนี้มี
มานาน ทั้งนี้เพราะไทยคือประเทศหนึ่งของโลกที่มี
ความพร้อมด้านการกสิกรรม เนื่องจากมีพื้นที่และ
สภาพดินตลอดจนอากาศเหมาะสมกับการปลูกพืช
และพัฒนาสายพันธุ์พืชเพื่อการบริโภคทุกอารมณ
ด้านการกินของผู้คนทั่วโลก



กรมส่งเสริมการเกษตรได้เร่งดำเนินโครงการตรวจวิเคราะห์สารพิษตกค้างในผลผลิตพืชผัก ผลไม้ของเกษตรกรทั่วประเทศ ผ่านศูนย์บริหารศัตรูพืชที่มีทั่วประเทศใน 9 จังหวัด โดยเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตรจะเข้าไปอบรมให้ความรู้ในการตรวจสอบวิเคราะห์สารพิษกับเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ก่อนที่จะส่งเจ้าหน้าที่ดังกล่าวลงพื้นที่ เพื่ออบรมแนะนำแก่เกษตรกรผ่านศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำตำบล โดยในเบื้องต้น กรมฯ ได้ให้การสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ในการตรวจสอบและจัดซื้อชุดน้ำยาตรวจวิเคราะห์แล้วจำนวน 3,000 ชุด ซึ่งใน 1 ชุด สามารถตรวจสอบผลผลิตตัวอย่างของเกษตรกรได้ประมาณ 10 ตัวอย่าง

สำหรับการดำเนินการดังกล่าวนี้ก็มีเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก โดยมุ่งหวังให้มีการผลิตพืชผลทางการเกษตรตามชนิด ปริมาณ และคุณภาพตามความต้องการของตลาด ภายในและภายนอกประเทศ โดยสินค้าพืชผัก ผลไม้ของไทย จะต้องปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการตรวจวิเคราะห์สารพิษตกค้างในผลผลิตก่อนการ เก็บเกี่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรว่า การผลิตตามวิธีการที่ถูกต้องนั้นจะสามารถให้ผลผลิตที่มีคุณภาพปลอดภัยจากสารพิษจริง

**“ผักกาดขาวปลี ผักชี และพริก
ก็ยังมีปริมาณสารตกค้างมาก
เมื่อเทียบกับพืชผักอื่นๆ”**

อย่างไรก็ตาม จากการสุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์สารพิษตกค้างในรอบปีที่ผ่านมาปรากฏว่า พืชผักส่วนใหญ่ยังมีความปลอดภัยสูง โดยที่มีผักบางชนิด อาทิ ผักกาดขาวปลี ผักชี และพริก ที่ยังมีปริมาณสารตกค้างมากเมื่อเทียบกับพืชผักอื่นๆ ในกรณีนี้ทางกรมส่งเสริมการเกษตรกำลังดำเนินการเร่งรัด

พร้อมทำการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกร ได้ให้ความสำคัญในการลดและเลิกในที่สุดต่อการใช้สารเคมีที่มีอันตรายในการเพาะปลูก ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความปลอดภัยด้านสุขอนามัย พร้อมทั้งเป็นการลดต้นทุนการผลิต และยังเป็นการช่วยลดการสูญเสียมูลค่าที่เกิดจากการนำเข้าสารเคมีจากต่างประเทศ ซึ่งที่ผ่านมาไทยต้องนำเข้าสารเคมีที่เกี่ยวข้องจากต่างประเทศไม่น้อยกว่า 52,738,783 กิโลกรัม มีมูลค่าสูงถึง 7,294 ล้านบาท

ผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้าและความตกลงระหว่างประเทศความตกลงระหว่างประเทศเป็นพันธกรณีที่ประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกจะต้องปฏิบัติตาม เช่น ความตกลงภายใต้กรอบองค์การการค้าโลก ซึ่งเป็นกฎกติกาการค้าระหว่างประเทศที่มีจุดประสงค์เพื่อเปิดเสรีระหว่างกันในด้านต่างๆ มิให้มีการกีดกันการค้าระหว่างประเทศด้วยมาตรการต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การขยายการค้าระหว่างกัน องค์การการค้าโลกมีความตกลงหลายฉบับ เช่น ความตกลงด้านการค้าและการลงทุน ความตกลงว่าด้วยการบังคับใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ความตกลงว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากนี้ ในระยะหลังมานี้ประเทศต่างๆ มีการทำข้อตกลงเปิดเสรีในระดับทวิภาคีและระดับภูมิภาคกันเป็นจำนวนมาก เช่น เขตการค้าเสรีอาเซียน เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน เขตการค้าเสรีไทย-ญี่ปุ่น ภายใต้กรอบความร่วมมือ หุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่นที่เรียกว่า JTEPPA เขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย เป็นต้น

ซึ่งพันธกรณีในการเปิดเสรีภายใต้กรอบต่างๆ นั้น จะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกรอบการเจรจา เจเนอรัลเอจซีดีต่างๆ ตลอดจนผลของการเจรจา การเปิดเสรีภายใต้เขตการค้าเสรีต่างๆ ถึงแม้ว่าจะมุ่งหวังที่จะให้เกิดผลกระทบด้านบวกในภาพรวมของแต่ละคู่เจรจา แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านแล้ว จึงมีผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบการเปิดเสรีที่เกี่ยวข้อง กับสินค้าเกษตรและอาหารก็เช่นเดียวกัน

ในบางสินค้าประเทศไทยจะได้เปรียบแต่ในบางสินค้าประเทศไทยจะเสียเปรียบ และในบางสินค้าได้เปรียบกับการเปิดเสรีในบางเขตการค้าเสรีแต่เสียเปรียบในบางเขตการค้าเสรี เช่น การเปิดเสรีอาเซียน-จีน ไทยสามารถส่งออกผลไม้เมืองร้อนและมันสำปะหลังจำนวนมากไปจีน

แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องนำเข้าผักและผลไม้เมืองหนาวจำนวนมากจากจีน เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ โดยเฉพาะการรองรับผลกระทบด้านลบต่อการผลิตและการค้าในประเทศ นับตั้งแต่การเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านประสิทธิภาพให้ผู้ผลิตและผู้ค้าสามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าได้ หรือการยกระดับคุณภาพสินค้าเพื่อสู่ตลาดบน กระทั่งการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อผลิตสินค้าอื่นที่ได้เปรียบ

12 กฎกติกาการค้าของโลก

แม้ว่ากฎ/ระเบียบหรือกติกาการค้าโลกจะช่วยให้ประเทศกำลังพัฒนาได้รับประโยชน์จากการค้า และทำให้เกิดการเจรจาการค้าที่เป็นธรรม แต่หากไม่เตรียมพร้อม ก็อาจทำให้เสียเปรียบในการต่อรอง และไม่สามารถรักษาผลประโยชน์ที่พึงได้รับไว้ได้ โดยจะส่งผลกระทบต่อ 3 ลักษณะสำคัญ คือ

(1) การเป็นอุปสรรคต่อการส่งสินค้าจากประเทศกำลังพัฒนาเข้าไปจำหน่ายในตลาดประเทศพัฒนาแล้วโดยใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี เช่น มาตรการสิ่งแวดลอม สุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุน เป็นต้น

(2) การขยายบทบาทของประเทศพัฒนาแล้วไปยังประเทศกำลังพัฒนา โดยเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในสาขาต่างๆ มากขึ้น

(3) การส่งผลกระทบต่อนโยบายของรัฐ ภาคธุรกิจ และวิถีชีวิตของประชาชนที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพันธกรณี หรือ กระแสค่านิยมใหม่ๆ ของโลก

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ได้แก่

- มาตรการทางการค้าในรูปแบบที่ไม่ใช่ภาษี เช่น มาตรการสิ่งแวดลอม มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุน เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องยกระดับการผลิตให้ได้มาตรฐานเพื่อสามารถแข่งขันได้ และสนับสนุนความพยายามในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดลอม สร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน และความรับผิดชอบต่อสังคม

- กฎเกี่ยวกับการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อกำหนดระดับของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ครอบคลุมเรื่องเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การออกแบบผลิตภัณฑ์สิทธิบัตร และความลับทางการค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและภูมิปัญญา เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานความรู้

- มาตรการทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาโลกร้อนจะมีมากขึ้น ทั้งในรูปแบบที่เป็นมาตรการภาษีและที่ไม่ใช่มาตรการภาษี เช่น การเรียกเก็บภาษีคาร์บอนจากสินค้านำเข้าในประเทศสหรัฐอเมริกา การกำหนดให้ต้องรายงานปริมาณคาร์บอนที่เกิดจากการผลิตสินค้า และการเก็บค่าธรรมเนียมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคขนส่ง และการบินของสหภาพยุโรป เป็นต้น มาตรการทางการค้าและกฎระเบียบเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนเหล่านี้ จะทวีความเข้มข้น และทำให้การส่งสินค้าจากประเทศกำลังพัฒนาไปจำหน่ายในประเทศพัฒนาแล้วทำได้ยากขึ้น ส่งผลกระทบต่อการค้า การลงทุน และการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมของประเทศกำลังพัฒนา

การพัฒนาาระบบโลจิสติกส์

ระบบโลจิสติกส์มีความสำคัญในแง่ของการเป็นกิจกรรมเชื่อมโยง ระหว่างขั้นตอนการผลิตและการบริโภค ช่วยให่วงจรการผลิตและบริโภคเป็นไป

“ความรวดเร็วในการขนส่ง และต้นทุนที่ถูกลงเป็นปัจจัยสำคัญ ทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบ”

โดยสมบูรณ์ โลจิสติกส์จึงเป็นเรื่องของการจัดการที่ควบคู่กันไปกับการผลิต ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพสินค้าและต้นทุนการผลิต ซึ่งการแข่งขันในตลาดโลกนั้นวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ ความรวดเร็วในการขนส่ง และต้นทุนที่ถูกลงเป็นปัจจัยสำคัญทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบ แต่ประเทศไทยมีต้นทุนการขนส่งสินค้าสูงถึงร้อยละ 25 - 30 จึงต้องเร่งแก้ปัญหาค่าขนส่งระบบโลจิสติกส์ โดยอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

“มีการวิเคราะห์ว่าประเทศไทยมีข้อได้เปรียบ ที่จะพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการค้า และโลจิสติกส์ ของภูมิภาคเอเชีย และเชื่อมต่อไปสู่ภูมิภาคอื่นของโลก”

อย่างไรก็ตาม มีการวิเคราะห์ว่าประเทศไทยมีข้อได้เปรียบ ที่จะพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าและโลจิสติกส์ ของภูมิภาคเอเชียและเชื่อมต่อไปสู่ภูมิภาคอื่นของโลก หากได้รับการพัฒนาและสนับสนุนอย่างจริงจัง จะสามารถเป็น "a natural hub for the ten member nations" โดยประเทศไทยมีความได้เปรียบประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญในภูมิภาคเดียวกัน ใน



ด้านภูมิศาสตร์ซึ่งตั้งในตำแหน่งที่เป็นศูนย์กลางของเอเชีย และมีศักยภาพด้านระบบการขนส่งทางอากาศและทางบกที่ดีกว่า นอกจากนี้ประเทศไทยยังอยู่ใกล้กับประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดการค้าที่มีศักยภาพ จึงเป็นโอกาสที่จะพัฒนาเป็นประตูการค้าสู่จีนแผ่นดินใหญ่ได้มากกว่าด้วย

ส่งเสริมอาหารไทยให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภค

รัฐบาลได้ประกาศนโยบายและวางยุทธศาสตร์ "ครัวไทยสู่ครัวโลก" โดยมีเป้าหมายสำคัญ เพื่อผลักดันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ คิด 1 ใน 5 ของโลก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย รัฐบาลจะส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิตสินค้าอาหาร มาตรฐานความปลอดภัย เทคโนโลยีและบริการให้เป็นที่ยอมรับในเวทีการค้าระดับสากล เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยเตรียมความพร้อมรับมือการแข่งขันในเวทีการค้าโลก รวมทั้งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558

อุตสาหกรรมอาหารเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญสร้างรายได้ให้ประเทศ ปีละกว่า 20,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่องแม้ในภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ อุตสาหกรรมอาหารก็ยังคงเป็นสินค้าจำเป็น ซึ่งนอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจด้านโภชนาการแล้ว ความปลอดภัยของอาหารก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทุกประเทศทั่วโลกให้ความสำคัญ

ผู้ประกอบการต้องขอยอดเร่งสร้างความได้เปรียบและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เพราะในสถานการณ์เศรษฐกิจที่วิกฤติขณะนี้อุตสาหกรรมอาหารไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ในส่วนของผู้ประกอบการมองว่า ปัจจุบันไทยมีสถานะเป็นครัวโลกอยู่แล้วหากแต่ไทยต้องพัฒนาศักยภาพเพื่อให้เป็นฐานการผลิตอาหาร ที่หลากหลายได้ตามความแตกต่างของ

รสนิยม วัฒนธรรม และความต้องการของประเทศ ผู้นำเข้าอาหารจากไทยจากทั่วโลกได้ ที่สำคัญคือ ภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร และอาหารโดยเฉพาะการเพิ่มผลผลิตพร้อมๆ กับการพัฒนาคุณภาพสู่ระดับสากล

ความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ว่า จะต้องปลอดภัยจาก 3 ปัจจัยคือ ชีวภาพ สารเคมี และกายภาพ ความปลอดภัยของอาหารเป็นเรื่องที่ผู้

ประกอบการไทยต้องให้ความใส่ใจเพราะแนวโน้ม ประเทศที่นำเข้าอาหารจากไทย มีการกำหนด เงื่อนไขกฎระเบียบและมาตรฐานความปลอดภัยของ อาหารเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรม อาหารของไทยจะต้อง เร่งพัฒนาต่อยอดเรื่อง ความ ปลอดภัยของอาหาร เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารของไทย ก้าวหน้าต่อไปได้

ระบบและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารในขั้นต้น

GMP ย่อมาจาก Good Manufacturing Practice (หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร) โดยถือเป็นระบบการจัดการสถานะแวดล้อมขั้นพื้นฐาน ของโรงงาน ตลอดจนกระบวนการผลิตและการปฏิบัติงาน ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้ถูกสุขลักษณะ เพื่อเป็นการ ป้องกันการปนเปื้อนทั้งทางกายภาพ เคมี จุลินทรีย์ ที่จะเข้าสู่ผลิตภัณฑ์อาหาร

HACCP ย่อมาจาก Hazard Analysis Critical Control Point (การวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤติ ที่ต้องควบคุม) เป็นระบบการจัดการที่มีการรวบรวม ข้อมูลตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต ตลอดจน

ผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค นำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเสี่ยง ของอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และหาจุดในการควบคุม พร้อมทั้งดำเนินการตาม 7 ขั้นตอนให้ถูกต้อง

ISO 9000 (version 2000) เป็นระบบบริหาร คุณภาพที่แสดงความสามารถในการทำให้สินค้าตรงตาม ความต้องการของลูกค้าโดยมีการวัดระดับความพึง พอใจของลูกค้าอยู่เสมอ มีกระบวนการในการ ปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องและการรับประกันความ สอดคล้องกับข้อกำหนดของลูกค้าและกฎหมายที่ เกี่ยวข้อง

ร่างยุทธศาสตร์ครัวไทย สู่ครัวโลก ของสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นครัวอาหารปลอดภัยมีคุณค่า ทางโภชนาการและมีคุณภาพของโลก

เป้าหมาย

1. มูลค่าการส่งออกอาหารของไทยเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี
2. สถานประกอบการด้านอาหารได้รับ มาตรฐานความปลอดภัยในการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

3. อาหารของประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็น อาหารรสชาติดีมีคุณภาพ และดีต่อสุขภาพเพิ่มขึ้นปีละ 5 ชนิด

4. มูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

5. ประเทศไทยมีศูนย์ One Stop Service เพื่อความอำนวยความสะดวก ต่อผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ แนวทางภาคอุตสาหกรรม กลยุทธ์

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำมาตรฐานด้านความปลอดภัย เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และด้านสิ่งแวดล้อม มาใช้ในการผลิตเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค

2. ผลักดันให้มีการตรวจสอบสินค้านำเข้าอย่างสม่ำเสมอ และรวดเร็ว รวมถึงสนับสนุนให้มีการประเมินความเสี่ยง เพื่อสื่อสารไปยังผู้ผลิตและผู้บริโภค

3. ผลักดันให้เกิดเครือข่ายผู้บริโภคปลอดภัย

ยุทธศาสตร์

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานในการผลิต การบริหารจัดการ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน

2. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพลักษณ์อัตลักษณ์ครัวไทยสู่ครัวโลก และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด

3. ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาเพิ่มคุณค่าให้แก่วัตถุดิบทางเกษตร ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อาหาร ตลอด Supply Chain ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้แปรรูปและผู้บริโภค

4. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาบุคลากร การจัดการองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานในการผลิตการบริหารจัดการเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางอุตสาหกรรม

1. การพัฒนาโรงงานอาหารของไทย เพื่อสร้างศักยภาพในการส่งออก (Halal และ Non-halal) เช่น ระบบ GMP, HACCP, BRC เป็นต้น

2. การส่งเสริมและสนับสนุนสถานประกอบการด้านอาหารจัดทำระบบ Productivity

และระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้เพื่อลดข้อกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี เช่น Green Productivity, Carbon Footprint, Carbon Label, Water Footprint เป็นต้น

3. การส่งเสริมการพัฒนาวัตถุดิบ เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส ที่ใช้ในการผลิตอาหารไทยได้มาตรฐานและความปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

4. Food Valley

5. การวิจัยและประเมินความเสี่ยงด้านอาหารปลอดภัยแบบบูรณาการและสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภค

6. การสร้างและพัฒนาเครือข่ายผู้บริโภค ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดตั้งชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย เป็นต้น

แนวทางร้านอาหาร

1. การพัฒนาธุรกิจอาหารไทยและผู้ปรุงอาหารไทย ให้ปลอดภัยได้มาตรฐานสากล

2. การส่งเสริมและสนับสนุนให้สถานประกอบการด้านอาหารจัดทำระบบ Productivity และระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ เพื่อลดข้อกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี เช่น Productivity เป็นต้น

3. การให้รางวัลเพื่อส่งเสริมคุณภาพร้านอาหารในประเทศ (Food Quality Awards) และผลักดันร้านอาหารไทยในต่างประเทศ

4. การส่งเสริมการพัฒนาวัตถุดิบ เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส ที่ใช้ในการผลิตอาหารไทยได้มาตรฐานและความปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

กลยุทธ์

1. การสร้างตราสัญลักษณ์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย

2. การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ความรู้ด้านอาหารไทยดี มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการ

อย่างต่อเนื่อง

3. สร้างช่องทางการจำหน่ายอาหารไทยระดับ Premium

4. การเปิดตลาดสินค้าใหม่ เมนูอาหารไทยใหม่ๆ หรือตลาดเฉพาะด้าน เช่น อาหารฮาลาล

5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพบปะเจรจาทางการค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ

2. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ครัวไทยสู่ทั่วโลก และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางด้านการตลาด

แนวทางอุตสาหกรรม

1. การสร้างตราสัญลักษณ์อาหารไทยปลอดภัย และสื่อสารไปยังผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

2. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การขยายตลาด

3. การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารไทยในเมนูใหม่ๆ ให้รู้จักในตลาดโลกนอกเหนือจากเมนูเดิมเพื่อขยาย Market Share จากร้านอาหารไทยที่มีอยู่เดิม เช่น ห่อหมก เป็นต้น

4. การสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นมาตรฐานฮาลาลไทย ก้าวไกลเชื่อมั่นสู่สากล

5. Road Show / Business Matching

แนวทางร้านอาหาร

1. การสร้างตราสัญลักษณ์อาหารไทยปลอดภัยและสื่อสารไปยังผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อาหารไทยมีคุณภาพ ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น จัด Event, สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ Social Media เป็นต้น

3. การส่งเสริม สนับสนุน และแก้ไขปัญหาอุปสรรคของร้านอาหารไทยในต่างประเทศ

4. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มประเทศเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่การขยายตลาด

5. การสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นมาตรฐานฮาลาลไทย ก้าวไกล เชื่อมั่นสู่สากล

6. การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารไทยในคำรับใหม่ๆ ทั้งคำรับยอดนิยม และคำรับอาหารใหม่ๆ ให้รู้จักในตลาดโลกนอกเหนือจากเมนูเดิมเพื่อขยาย Market Share จากร้านอาหารไทยที่มีอยู่เดิม เช่น เมนูห่อหมก เป็นต้น

กลยุทธ์

1. ยกกระดับและเสริมสร้างมูลค่าให้แก่วัตถุดิบทางการเกษตร สินค้าอาหาร เพื่อให้เป็นอาหารพร้อมบริโภค พร้อมปรุง

2. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่ม สร้างพันธมิตรด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตของหน่วยงานต่างๆ (ภาครัฐและเอกชน) เพื่อนำมาบูรณาการ การสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารของไทยอย่างเป็นระบบ

3. ส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร-อาหารให้ปราศจากสารเคมี เพื่อนำไปสู่ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ตามแนวโน้มการบริโภคในปัจจุบัน

3. ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาเพิ่มคุณค่าให้แก่วัตถุดิบทางเกษตร ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อาหารตลอด Supply Chain ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้แปรรูปและบริโภค

แนวทางอุตสาหกรรม

1. การส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาด้านการผลิต รูปแบบ คุณภาพ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ กากของเสีย (By Product) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วัตถุดิบ ทางทางการเกษตร-อาหารและอาหารเฉพาะกลุ่ม

2. การวิจัยเรื่องสรรพคุณ ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ของเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส ในสินค้าอาหารไทย

3. Food Valley

4. การพัฒนาเทคนิคการผลิต และ

กระบวนการ เพื่อคงคุณค่าของสาระสำคัญ เช่น สมุนไพร โอเมก้า 3 คอลลาเจน เป็นต้น

5. การพัฒนามาตรฐานวัตถุดิบทางการเกษตรเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงกับการส่งออก

6. หาสารทดแทนเพื่อใช้แทนสารเคมี

7. การส่งเสริมและพัฒนาสินค้าอาหารเกษตรอินทรีย์ อาหารจากธรรมชาติเพื่อการบริโภคที่ปลอดภัย

แนวทางร้านอาหาร

1. การวิจัยและพัฒนาตำรับอาหารไทยในเชิงพาณิชย์ เช่น อาหารสุขภาพ เฉพาะกลุ่มผู้บริโภค เช่น เฉพาะวัย เฉพาะกลุ่มผู้ป่วย หรือพัฒนาการใช้วัตถุดิบทดแทน เป็นต้น

กลยุทธ์

1. ผลักดันให้มีศูนย์พัฒนาอาหารไทยและครัวไทยสู่โลก ให้มีบริการเบ็ดเสร็จต่อผู้ประกอบการ และผลักดันให้เกิดการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. ปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมายอาหารให้เหมาะสมและทันสมัยและอำนวยความสะดวกต่อการแข่งขันเสรี

3. บ่มเพาะบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้มีความครบถ้วนต่อการดำเนินธุรกิจ

4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการการค้า ระหว่างประเทศ

4.ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาบุคลากร การจัดการองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

แนวทางอุตสาหกรรม

1. การตั้งศูนย์พัฒนาอาหารไทยและครัวสู่โลก เพื่อจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล อบรม แก้ไขปัญหา Trouble Shooting ให้คำปรึกษาด้านเทคนิค

2. การจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อทบทวนกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค

ทางการค้า

3. การสร้างความเข้มแข็งให้กับบุคลากรในหน่วยสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

4. การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเป้าหมายผ่านกิจกรรมต่างๆ


แนวทางร้านอาหาร

1. การตั้งศูนย์พัฒนาอาหารไทยและครัวไทยสู่โลก เพื่อจัดทำและเผยแพร่ข้อมูล อบรม แก้ไขปัญหา Trouble Shooting ให้คำปรึกษาด้านเทคนิค

2. การจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อทบทวนกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคทางการค้า

3. การพัฒนาบุคลากรด้านร้านอาหาร พ่อครัว แม่ครัว นวัตกรรมเทคโนโลยี การเจรจาต่อรอง ด้านภาษา

4. สร้างความเข้มแข็งให้กับบุคลากรในหน่วยสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

5. สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเป้าหมายผ่านกิจกรรมต่างๆ 





ครัวไทยสู่ครัวโลก

วันทนา ทาคาล / ธรรมรัตน์ รัตนพันธ์ / สุนันทา อักษรระกิจ



"THAI SELECT" แบรนด์อาหารไทย ค้างไกลทั่วโลก

ผู้ที่เคยไปรับประทานอาหารในร้านอาหารไทยในต่างประเทศ อาจจะพอกันตาไปกับเครื่องหมาย "Thai Select" อยู่บ้าง ซึ่งโครงการ Thai Select อยู่ภายใต้การดูแลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) มีมาตั้งแต่ปี 2547 เพื่อมอบเครื่องหมาย "Thai Select" ให้แก่ร้านอาหารไทยในต่างแดนที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ทั้งรสชาติ ความสะอาด การใช้วัตถุดิบ รวมถึงตกแต่งบรรยากาศที่มีความเป็นไทยแท้ ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยในต่างแดนได้รับเครื่องหมาย "Thai Select" จำนวน 1,452 ราย

เราได้มีโอกาสพูดคุยกับคุณชัชพล โรจนเสน หัวหน้ากลุ่มงานครัวไทยสู่ครัวโลก สำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจการเกษตรและอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ถึงที่มาของโครงการนี้



"โครงการไทย ซีเล็คท์ (Thai select) มีมาตั้งแต่โครงการ Kitchen to the World ที่เดิมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มอบให้กับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ สืบเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่ชาวต่างชาติ มีร้านอาหารในต่างประเทศบางร้านที่บอกว่าเป็นร้านอาหารไทย แต่ความจริงแล้วไม่มีเมนูอาหารไทยเป็นอาหารของชาติอื่นที่แอบอ้าง ดังนั้น เพื่อให้ชาวต่างชาติได้เลือกรับประทานอาหารไทยที่แท้จริง จึงมอบตราไทย ซีเล็คท์ให้ หลังจากนั้นจึงมอบความรับผิดชอบ

ให้มาอยู่ที่กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ โดยมีหลักเกณฑ์คือ มอบให้กับร้านอาหารไทย ที่มีอาหารไทยอยู่ในร้าน มีการตกแต่งแบบไทย มีความสะอาดถูกหลักสุขอนามัย และมีบริการที่ดี"

สำหรับสาเหตุที่โครงการดังกล่าวมาอยู่ภายใต้การดูแลของกรมส่งเสริมการส่งออก คุณชีพพล เล่าว่า เนื่องจากทางกรมฯ เห็นว่าจะ เป็นช่องทางหนึ่ง ในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารไทยไปต่างประเทศ เมื่อขายอาหารไทยก็ต้องใช้วัตถุดิบที่เป็นของไทย นอกจากนั้นการตกแต่งร้านก็ควรจะใช้เฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องตกแต่งที่มีความเป็นไทย ประกอบกับในขณะนั้นเริ่มมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เกิดขึ้น จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะส่งเสริมให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์โอท็อปมาเป็นของตกแต่งร้านและเครื่องใช้บนโต๊ะอาหารได้

"ภายหลังจากเริ่มโครงการแล้ว มีการพัฒนาไปเรื่อยๆ ก็พบว่าที่จริงแล้วร้านอาหารไทยอาจจะไม่ได้เป็นช่องทางในการขยายมูลค่าการส่งออกมากนัก เพราะวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้มักจะใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เนื้อสัตว์ ผัก เป็นต้น ยกเว้นบางประเทศที่ต้องนำเข้าจากประเทศไทย เราจึงต้องเปลี่ยนคอนเซ็ปต์จากช่องทางการเพิ่มมูลค่าโดยตรง เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของอาหารไทย ซึ่งเป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าทางอ้อม ร้านอาหารไทยไม่ได้นำเข้าสินค้าโดยตรงแต่ไปซื้อจาก

ผู้นำเข้า เพราะฉะนั้นเมื่อมีการบริโภคอาหารไทยมากขึ้น ผู้นำเข้าก็จะนำเข้าสินค้าอาหารไทยมากขึ้นตามไปด้วย"

ปัจจุบันอาหารไทยได้รับความนิยมอย่างมาก จากผลการสำรวจเมื่อปี 2555 อาหารไทยเป็นอาหารนานาชาติลำดับที่ 5 ที่คนชื่นชอบ โดยอันดับที่หนึ่งเป็นอาหารอิตาลี รองลงมาคือ อาหารฝรั่งเศส จีน และญี่ปุ่น

“ร้านอาหารไทยทั้งของคนไทยและต่างชาติ สามารถเข้าร่วมโครงการได้ ครอบคลุมที่ใช้วัตถุดิบหลักของไทย และมีรสชาติความเป็นไทย”

การมอบตรา "ไทย ซีเล็คท์"

"วัตถุประสงค์ของโครงการคือ การมอบตรา "ไทย ซีเล็คท์" ให้กับร้านอาหารไทยที่ทำอาหารที่มีความเป็นไทย อาจจะปรับให้เข้ากับบางประเทศ เพื่อความเหมาะสมเล็กน้อย คนชาติอื่นสามารถเป็นเจ้าของร้านอาหารไทยได้และไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ปรุงอาหารจะเป็นชาติไหน ครอบคลุมที่ใช้วัตถุดิบหลักในการปรุงอาหารของไทย มีรสชาติความเป็นไทย ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนการส่งออกวัตถุดิบของไทย เพราะวัตถุดิบของแต่ละชาติมีความแตกต่างกัน โดยจะมีการเข้าไปตรวจสอบว่าร้านอาหารนั้นมีคุณสมบัติถูกต้องตามหลักเกณฑ์หรือไม่ ในปัจจุบันร้านอาหารไทยในต่างประเทศจะต้องมีเมนูอาหารไทยในร้านนั้นๆ อย่างน้อยร้อยละ 60 ของเมนูอาหาร และจะมีเมนูบังคับประมาณ 10 รายการ เช่น ส้มตำ คัมยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไท ยำ เป็นต้น ซึ่งร้านไหนที่อยากได้ตรา"ไทย ซีเล็คท์" ก็จะต้องสมัคร จากนั้นจะมีคณะกรรมการที่ประจำการอยู่ในต่างประเทศ ในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบของสำนักงานนั้นๆ เข้าไปตรวจสอบ"



"คณะกรรมการอาจจะมีความรู้ทางด้านอาหารไม่เท่ากัน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านอาหารมาตั้งหลักเกณฑ์การมอบ เช่น กำหนดรายการอาหารขึ้นมาประมาณสิบรายการ ซึ่งในสิบรายการนั้นจะกำหนดว่าต้องมีส่วนประกอบอะไรบ้าง รสชาติหลัก รสชาติรอง เพราะว่าอาหารไทยจะมีรสชาติเผ็ด เปรี้ยว หวาน รวมอยู่ด้วยกันแล้วแต่ว่าร้านนั้นจะปรุงในรสชาติไหนมากน้อยเพียงใด"

“ตรา “ไทย ซีเล็คท์” มอบให้ทั้งร้านอาหารไทย ในต่างประเทศ ร้านอาหารไทยที่อยู่ในประเทศ และผู้ประกอบการอาหารสำเร็จรูป”

เกณฑ์การคัดเลือก

สำหรับเกณฑ์การเลือกตรา "ไทย ซีเล็คท์" นั้นจะมีเกณฑ์ เช่น รสชาติ ส่วนประกอบ การตกแต่งร้าน ความสะอาด และมีระดับคะแนน แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

- **ไทย ซีเล็คท์พรีเมียม (Thai Select Premium) ระดับยอดเยี่ยม** เทียบเท่า 5 ดาวหรือสูงกว่า เป็นสถานประกอบการร้านอาหารที่ปรุงอาหารไทยแท้ มีการตกแต่งแบบไทยแท้ (Classical Thai Restaurant) หรือ แบบร่วมสมัย (Modern Thai Restaurant) การบริการมีคุณภาพสูง ผู้บริโภคมีความภาคภูมิใจในการใช้บริการ

- **ไทย ซีเล็คท์ (Thai Select) ระดับดีเด่น** เทียบเท่า 3 - 4 ดาว เป็นสถานประกอบการร้านอาหารที่ปรุงอาหารไทย มีบริการหรือสินค้ามีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล มีความคุ้มค่าต่อการใช้บริการหรือบริโภค อาจเป็นประเภทให้บริการอาหารไทยแท้เต็มรูปแบบ หรืออาหารไทยร่วมสมัย หรือแบบบริการด่วน อาหารจานเดียว หรือแบบบริการจัดส่ง (Fast food, Quick Serve, Home Delivery)



สำหรับประเภทผลิตภัณฑ์อาหารไทย (สินค้าอาหารไทยส่งออก) ไทย ซีเล็คท์ ไทย ฟู้ด (Thai Select Thai Food) นั้นพิจารณาจากอาหารไทยพร้อมรับประทาน (Package Food หรือ Ready to Eat หรือ Ready to Serve) หรือพร้อมปรุง (Ready to Cook) ประกอบด้วย อาหารคาว อาหารหวาน เครื่องแกง/เครื่องปรุงรสที่ปรุงสำเร็จ และน้ำจิ้ม ที่ผ่านกรรมวิธีประกอบอาหารที่ใช้เครื่องปรุงตามแบบอย่างอาหารไทย บ่งบอกเอกลักษณ์ของอาหารไทย และมีรสชาติของอาหารไทย บรรจุในบรรจุภัณฑ์ถนอมอาหารที่ได้มาตรฐานสากล โดยอาหารยังคงมีคุณภาพสมบูรณ์เมื่อส่งถึงผู้รับปลายทาง และหากสินค้าวางจำหน่ายในประเทศไทย ต้องติดฉลากอาหารตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) คุณชีพพลได้เล่าเพิ่มเติมอีกว่า

"แรกเริ่มมีการมอบตราให้เฉพาะร้านอาหารไทยในต่างประเทศ แต่ปัจจุบันมีการมอบให้ร้านอาหารไทยในประเทศด้วยซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อปี 2555 และยังมอบให้กับอาหารไทยสำเร็จรูปอีกด้วย เพื่อให้เห็นว่าร้านอาหารไทยในโลกมีมาตรฐานเดียวกัน แต่เนื่องจากร้านอาหารไทยในประเทศมีจำนวนมาก จึงเลือกเฉพาะร้านอาหารไทยที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวก่อน ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการดำเนินการ สำหรับตรา "ไทย ซีเล็คท์" จะมีการกำหนดอายุของตราไว้ 3 ปี ถ้าร้านนั้นปิดลงหรือเปลี่ยนเจ้าของร้าน เราจะทำการยกเลิกตรา "ไทย ซีเล็คท์" และจะต้องสมัครขอใหม่จึงจะได้ตรานั้นอีกครั้ง"

"ผลิตภัณฑ์ที่ได้ "ไทย ซีเล็คท์" จะต้องผลิตในไทย เน้นรสชาติของความเป็นไทย วัตถุดิบที่นำมาผลิตส่วนใหญ่่มักจะเป็นของไทย โดยเราขอความร่วมมือจากผู้ที่ได้รับตรา "ไทย ซีเล็คท์" ให้คิดฉลากในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย ถ้าเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไหนมีฉลากของ "ไทย ซีเล็คท์" ติดอยู่ก็จะทราบได้ว่ามีรสชาติของอาหารไทย ผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ได้รับตรา "ไทย ซีเล็คท์" จะมีอายุ 3 ปี เช่นเดียวกันกับร้านอาหารไทย ทั้งนี้ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขอรับสมัครทั้งผลิตภัณฑ์และร้านอาหาร"

สิ่งที่ผู้ประกอบการได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

"ในช่วงสองปีที่ผ่านมา มีการประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร "ไทย ซีเล็คท์" ในรูปแบบต่างๆ ทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดงานนิทรรศการ เช่น งาน Thai food festival งาน Thai select week ในประเทศต่างๆ แล้วแต่สำนักงานในประเทศนั้นจะจัดขึ้น มีการจับฉลากรางวัล การตอบคำถาม เพื่อส่งเสริมให้คนมารับประทานอาหารในร้าน "ไทย ซีเล็คท์" มากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการเชิญผู้ประกอบการร้านอาหาร "ไทย ซีเล็คท์" เข้ามาร่วมงานแสดงสินค้าอาหารไทย เพื่อที่จะมาดูว่าอาหารไทยมีการพัฒนาอย่างไร แล้วสามารถนำไปประกอบอาหารในร้านของคนได้อย่างไรบ้าง จะเน้นการประชาสัมพันธ์ร้านเป็นหลัก"



"ร้านที่ได้รับตรา "ไทย ซีเล็คท์" แล้ว จะได้รับประกาศนียบัตรและสติ๊กเกอร์ติดที่หน้าร้าน หากต้องการทำสื่อที่ประชาสัมพันธ์ร้านเพิ่มเติมก็สามารถทำได้เลย ปัจจุบันเว็บไซต์ของ "ไทย ซีเล็คท์" อยู่ระหว่างการดำเนินการสามารถใช้งานได้ในระดับหนึ่งแล้ว รายละเอียดต่างๆ ก็จะมีอยู่ในนั้น จะมีรายชื่อร้านที่ได้รับตราของ "ไทย ซีเล็คท์" ทั้งหมดโดยแบ่งเป็นแต่ละประเทศ มีที่อยู่ของร้านและยังมีผลิตภัณฑ์ "ไทย ซีเล็คท์" อีกด้วย รวมถึงเมนูอาหารและของหวานของไทยที่นิยมกันมากในต่างประเทศ"

ในช่วงปี 2556 ที่ผ่านมามีคนสนใจสมัครเข้าร่วมตรา "ไทย ซีเล็คท์" จำนวนมาก

"ในช่วงปี 2556 ที่ผ่านมามีคนสนใจสมัครเข้าร่วมตรา "ไทย ซีเล็คท์" เป็นจำนวนมาก ซึ่งเดิมโครงการนี้อาจจะไม่ค่อยมีความต่อเนื่องมากนัก แต่ช่วงสองปีที่ผ่านมามีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยก็เห็นความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อทราบว่ามามีกิจกรรมที่ทางกรมฯ สนับสนุน ก็อยากเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น สำหรับการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบนั้น จะอยู่ในรูปแบบของการเชิญชวนเป็นส่วนใหญ่นักงานของกรมฯ 61 แห่งทั่วโลก จะเชิญชวนผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ของตน ให้สมัครเข้าร่วมรับตรา "ไทย ซีเล็คท์"

"ปัจจุบันมีการมอบตราให้ร้านอาหารไทย

ในต่างประเทศแล้ว 1,452 ร้าน

อาหารไทยในประเทศ 67 ร้าน

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป

ทั้งหมด 62 รายการ"

คุณชัชพลกล่าวถึงสถิติการมอบตรา "ไทย ซีเล็คท์" ให้กับผู้ประกอบการว่า "ปัจจุบันมีการมอบตราให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศแล้ว 1,452 ร้าน อาหารไทยในประเทศ 67 ร้าน ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปทั้งหมด 62 รายการ"ร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา "ไทย ซีเล็คท์" มากที่สุดอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ ยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ตามลำดับ สำหรับทวีปแอฟริกาและตะวันออกกลาง มีร้านอาหารที่ได้รับตรา "ไทย ซีเล็คท์" แล้ว 24 ร้าน ซึ่งหากไม่รวมตะวันออกกลางจะมีเพียง 11 ร้าน

ในปี 2556 ที่ผ่านมา มีการมอบตรา "ไทย ซีเล็คท์" ให้กับครัวการบินไทย ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากการบินไทยได้ทำการปรับปรุงอาหารไทยให้มีรสชาติความเป็นไทยมากขึ้น ซึ่งทางคณะกรรมการได้ไปทำการตรวจสอบ เห็นว่าสมควรมอบตรา "ไทย ซีเล็คท์" ให้กับการบินไทย จึงได้ทำบันทึกข้อตกลงของทั้งสองหน่วยงาน ซึ่งจะทำให้ตรา "ไทย ซีเล็คท์" ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยในช่วงเดือนธันวาคม 2556 จะมีการจัดกิจกรรมร่วมกับการบินไทยโดยจะนำอาหารเมนู "ไทย ซีเล็คท์" มารับรองแขกที่ห้องรับรองพิเศษ เนื่องจากมีชาวต่างชาติมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสร้างการรับรู้ในตราสินค้า "ไทย ซีเล็คท์" ให้มีความแข็งแกร่งและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

"ไทย ซีเล็คท์ มักจะมีปัญหา

เรื่องของพ่อครัวและแม่ครัวอยู่เสมอ"

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนา "Thai Select" ต่อไปในอนาคต

คุณชัชพล ได้เล่าถึงปัญหา และอุปสรรคของโครงการ Thai select ที่ผ่านมาว่า

"เนื่องจากร้านอาหารที่ได้รับตรา "ไทย ซีเล็คท์" ในต่างประเทศ มักจะมีปัญหาเรื่องของพ่อครัวและ



แม่ครัวอยู่เสมอ ดังนั้น สำนักงานในต่างประเทศของกรมฯ จะพิจารณาว่าร้านอาหารในพื้นที่ความรับผิดชอบของตนมีปัญหาและอุปสรรคที่จะต้องแก้ไขในเรื่องใด ก็จะเสนอโครงการเข้ามาที่ส่วนกลาง จากนั้นจะทำการพิจารณาว่าจะสนับสนุนการแก้ไขปัญหาร้านนั้นๆ อย่างไร อย่างเช่น รสชาติของอาหาร ก็จัดให้มีผู้ทรงคุณวุฒิไปให้ความรู้กับผู้ประกอบการ นอกจากให้ความรู้ทางด้านอาหารแล้วยังให้ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งการจะเปิดร้านอาหารในต่างประเทศจะต้องทำตามกฎเกณฑ์ของประเทศนั้นๆ ด้วย"

"ช่วงที่ผ่านมามีปัญหาด้านระเบียบ ค้านสุขอนามัย พี่สัตรีของประเทศต่างๆ ซึ่งจะมีปัญหามากน้อยแตกต่างกันและในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่น ปัญหาเรื่องผักที่เข้าไปในยุโรปว่ามีสารเคมีปนเปื้อน ซึ่งขณะนี้ได้แก้ไขปัญหานั้นเนื่องจากความไม่เข้าใจเรียบร้อยแล้ว หรือบางกรณีผู้ส่งออกรายเล็กหรือผู้นำเข้าเองที่ปฏิบัติไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ของแต่ละประเทศ ซึ่งเมื่อมีปัญหากระทรวงพาณิชย์ก็จะไปเจรจาและแก้ไขร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้วย"

"ขณะนี้ กรมฯ อยู่ระหว่างการปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้ตรา "ไทย ซีเล็คท์" ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ที่ผ่านมาเป็นช่วงของการพัฒนาและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการร้านอาหาร จากส่วนราชการเองและจากผู้มีความรู้เรื่องอาหาร ก็ จะนำมาปรับปรุงว่าการมอบตรา "ไทย ซีเล็คท์" ควร

จะมีหลักเกณฑ์ไหนให้ครอบคลุมธุรกิจบริการด้านอาหารให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตรา "ไทย ซีเล็คท์" เป็นที่ยอมรับ ซึ่งในช่วงปีที่ผ่านมามีผู้ต้องการสมัครมากขึ้นทุกที่ทั่วโลกทั้งผลิตภัณฑ์และร้านอาหาร"

"ด้านการพัฒนาบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในเรื่องนี้ ก็ได้มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารจากสถาบันสอนทำอาหารที่มีชื่อเสียง มาช่วยกำหนดหลักเกณฑ์ที่ครอบคลุมเพื่อให้ง่ายสำหรับคนไม่มีความรู้หรือมีความรู้น้อยเรื่องอาหาร รวมทั้งมาให้คำปรึกษา ให้ความรู้ว่าจะเอาเมนูไหน วัตถุดิบอะไร ส่วนประกอบ ขั้นตอนการทำเป็นอย่างไร รสชาติ รูปร่าง สีกลิ่นเป็นอย่างไร"

"ในช่วงสองปีที่ผ่านมาโครงการได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพอมีความต่อเนื่อง มีโครงการชัดเจน มีงบประมาณสนับสนุน ก็น่าจะได้รับการยอมรับมากขึ้น"

นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก

คุณชัชพลได้พูดถึงท้ายกับเราถึงนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกว่า เป็นการทำอะไรก็ได้ให้คนในโลกนี้ตระหนักว่าประเทศไทยคือ ผู้ผลิตอาหารที่สามารถนำออกสู่ตลาดโลกได้ ประเทศไทยเป็นประเทศเล็กๆ แต่สามารถเป็นผู้ส่งออกอาหารอันดับที่ 11 ของโลก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเรามีศักยภาพด้านร้านอาหารและอาหารสำเร็จรูปมาก ประเทศไทยมีความพร้อมในการเพาะปลูก มีการประมงที่ทำได้ตลอดทั้งปี คุณภาพของสินค้าดี มีเทคโนโลยีในการผลิตที่สามารถผลิตได้ตามความต้องการของตลาดโลก ทั้งที่เป็นอาหารไทยและอาหารของชาติอื่นด้วย

อุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อการส่งออกถือว่าเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศ การมอบเครื่องหมาย Thai Select ให้กับร้านอาหารไทยทั้งในและต่างประเทศที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านการปรุงอาหาร ความสะอาด รสชาติ การตกแต่งร้าน การให้บริการที่มีความเป็นไทย ใช้

วัตถุดิบของไทย รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ส่งออก จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้อุตสาหกรรมด้านอาหารและบริการของไทยเป็นที่รู้จัก สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารในสายตาผู้บริโภค และช่วยรักษารสชาติอาหารไทยแท้ให้คงไว้

“โครงการ Thai Select เป็นส่วนหนึ่ง ในการสนับสนุนและผลักดัน ให้อุตสาหกรรมอาหารไทย เพื่อการส่งออกมีมูลค่าสูงขึ้น”

นอกจากนี้ ยังถือว่าโครงการ Thai Select เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนและผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อการส่งออกมีมูลค่าสูงขึ้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารและบริการด้านอาหารของโลก





โครงการ Thai Select

ที่มา

ตราสัญลักษณ์ Thai Select เริ่มมอบให้กับร้านอาหารไทยในต่างประเทศครั้งแรกโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากเห็นว่าอาหารไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และเพื่อช่วยให้ชาวต่างชาติที่ต้องการบริโภคอาหารไทยแท้ในต่างประเทศสามารถเลือกร้านอาหารที่บริการด้วยอาหารไทยแท้ได้ ต่อมารัฐบาลมีความเห็นว่าร้านอาหารไทยเป็นช่องทางสำคัญในการส่งออกสินค้าอาหาร และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการอาหาร เช่น ของใช้ ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร รวมถึงการสร้างงานให้กับคนไทย จึงได้มอบความรับผิดชอบให้กับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการ ต่อ ดังนั้นการพิจารณาขอตรา Thai Select จึงได้มุ่งให้ร้านอาหารไทย จะต้องตกแต่งโดยสินค้าไทย และเชิญชวนให้ร้านที่ได้รับตรา Thai Select จำหน่ายสินค้าไทย เช่น สินค้าหัตถกรรมหรือสินค้า OTOP ด้วย โดยร้านอาหารไทยจะต้องบริการอาหารไทยมากกว่าอาหารชาติอื่นตามสัดส่วนที่กำหนดคือต้องมีบริการอาหารไทยอย่างน้อยร้อยละ 60 ในรายการอาหาร กรณีร้านอาหารไทยในต่างประเทศและอย่างน้อยร้อยละ 80 สำหรับร้านอาหารไทยในประเทศ โดยอาหารที่บริการต้องมีรสชาติไทย ในขณะเดียวกันก็มีการตกแต่งร้านสวยงาม มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ของอาหารไทย และประเทศไทย

วัตถุประสงค์

- เพื่อเผยแพร่อาหารไทยที่มีรสชาติไทยแท้โดยใช้วัตถุดิบและส่วนประกอบการปรุงอาหารของไทย
- เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารไทย และเผยแพร่อาหารไทยสู่ผู้บริโภคชาว

ต่างประเทศ รวมถึงการบริการและสินค้าไทยที่ใช้ตกแต่งร้าน

- เพื่อกระตุ้นความต้องการบริโภคอาหารไทย วัตถุดิบและเครื่องปรุงอาหารไทย
- เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทยให้ปรับตัวรองรับความต้องการของตลาดต่างประเทศ
- เพื่อให้ตรา Thai Select เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ประเภทของตรา Thai Select

มี 3 ประเภท ได้แก่

- ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อให้ชาวต่างชาติได้รับประทานอาหารที่มีเครื่องปรุงและรสชาติไทยแท้
- ร้านอาหารไทยในประเทศ เพื่อให้ชาวต่างชาติที่รู้จักตรา Thai Select ในต่างประเทศแล้ว เกิดความมั่นใจ ว่าในประเทศไทยก็มีร้าน Thai Select ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- ผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป เพื่อมอบตรามาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปให้แก่ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารไทยให้มีรสชาติเป็นไทย

ระดับของร้านอาหาร Thai Select แบ่งออกเป็น 2 ระดับ

1. Thai Select Premium
2. Thai Select

หลักเกณฑ์สำคัญในการพิจารณา

แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. หลักเกณฑ์สำหรับร้านอาหารไทยในต่างประเทศและในประเทศไทย
2. หลักเกณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูป

หลักเกณฑ์การให้คะแนน

ร้านอาหารไทย	ผลิตภัณฑ์อาหารไทย สำเร็จรูป
หลักเกณฑ์พื้นฐาน	หลักเกณฑ์พื้นฐาน
* Food Safety	* Food Safety
- ความสะอาดของโต๊ะ พื้น ห้องน้ำ บริเวณร้าน อาหารที่เสิร์ฟ ห้องเตรียม วัตถุดิบ ภาชนะ ชุดพนักงาน	- ผ่าน GMP ได้ - ผ่าน GMP และอื่นๆ
* วัตถุดิบ	* ขั้นตอนการเตรียมและ ประกอบอาหาร
- ใช้ส่วนผสมและเครื่อง ปรุงถูกต้องตามที่กำหนด ไว้ในรายละเอียด	- รับประทานได้ทันที หรืออุ่นเล็กน้อย - ละลายการแช่แข็งและอุ่น - ปรุงและเติมวัตถุดิบอื่น
* รายการอาหาร	* บรรจุภัณฑ์
- มีรายการอาหารไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 หรือ 80	- หีบห่อ บรรจุภัณฑ์ ฉลาก มีความเหมาะสม สวยงาม รายละเอียดชัดเจน
* พ่อครัว/แม่ครัว	* คุณภาพของอาหาร
- ผ่านการอบรมหลักสูตร การปรุงอาหารไทย	- เมื่อเปิดภาชนะอาหาร ยังสวยงาม เมื่อผ่านการอุ่น แล้วยังมีรูปลักษณะเหมือน ปรุงสด ไม่ละ
* รสชาติอาหาร	* รสชาติอาหาร
- มีความเป็นไทย	- รสชาติเป็นไทย ใช้ วัตถุดิบไทย อาจไม่เผ็ด เท่าไทยแท้

ร้านอาหารไทย	ผลิตภัณฑ์อาหารไทย สำเร็จรูป
หลักเกณฑ์เฉพาะ	
* การตกแต่งร้าน	
- บรรยากาศภายใน/ภายนอก สื่อถึงความเป็นไทย ตกแต่งโต๊ะอาหารเหมาะสม คามการใช้งาน พื้นที่ในร้าน ไม่แน่นเกินไป มีพื้นที่ใช้สอย พิเศษ เช่น ห้องจัดเลี้ยง/บาร์ และมีอุปกรณ์ตกแต่งแบบไทย	
* การบริการ	
- เมนูแสดงข้อมูลอาหาร ชัดเจน	
- พนักงานส่วนหน้ามี ความรู้เรื่องอาหาร รับ รายการอาหารได้ถูกต้อง สุภาพ	
- พนักงานส่วนครัว แต่งกาย สะอาด จัดเก็บผมเรียบร้อย	
- ปรุงอาหารตามคำสั่ง ได้ถูกต้อง/รวดเร็ว	
* คุณภาพอาหาร	
- วัตถุดิบสด	
- วัตถุดิบสะอาด	
- ถูกต้องตามคำรับ	
* การนำเสนออาหาร	
- เลือกภาชนะเหมาะสม กับประเภทอาหาร	
- จัดอาหารสวยงามตาม รูปแบบไทย	
- ใช้วัตถุดิบตกแต่งเหมาะสม	
* มีส่วนร่วมในกิจกรรม สาธารณะ	

รายการอาหารสำคัญที่ใช้เป็นแนวทางในการตรวจสอบ


เช่น มันฝรั่ง ผักไทย คัมภักไก่ คัมยักุ้ง แงงเดี่ยวหวานไก่ แงงเผ็ดเปิดอย่าง หมูสะเต๊ะ ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ พะแนง ผัดกระเพรา ไก่ห่อใบเตย ไก่ย่าง ข้าวเหนียว ส้มตำ ข้าวคั้งหน้าคั้ง ยำเนื้อ ทอดมันปลากทราย กระทงทอง เป็นต้น

ส่วนประกอบและลักษณะอาหารเพื่อเป็นแนวทางในการตรวจสอบ

เช่น ผักไทย มีส่วนประกอบหลักคือ ก้วยเตี๋ยว เส้นเล็ก ถั่วงอก กวยซ่าย หอมแดง กระเทียม น้ำปลา เนื้อกั้ง น้ำตาลมะพร้าว มะขามเปียก

ลักษณะอาหารมีสีน้ำตาลอ่อน หอมเครื่องปรุง รสหวานนำเค็ม มีรสชาติเปรี้ยวเล็กน้อย เส้นก้วยเตี๋ยว เหนียวนุ่ม ไม่ละและไม้จับเป็นก้อน เป็นต้น

สิทธิประโยชน์ของการได้รับตรา Thai Select

1. สนับสนุนผู้ได้รับตรา Thai Select เข้าร่วมกิจกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าอาหาร Thai Fex World of Food Asia
2. สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ
3. สนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมให้ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ 





อุตสาหกรรมฮาลาลในไทย ความฝันที่รอวันเป็นจริง

ปัจจุบันประชากรทั่วโลกมีมากกว่า 6,000 ล้านคน และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยที่มีประชากรเป็นชาวมุสลิมประมาณ 2,000 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรโลก และที่ผ่านมามีประชากรชาวมุสลิมมีการขยายตัวเฉลี่ยที่อัตราประมาณร้อยละ 3 ต่อปี และยังคงคาดว่าภายในปี 2568 ประชากรมุสลิมจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 ของประชากรโลก จึงคาดว่าความต้องการบริโภคในผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมากขึ้นจากการขยายตัวของจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกและรายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลอย่างมากมาย

“ฮาลาล” มีความหมายว่า อนุมัติ

คำว่า "ฮาลาล" เป็นคำจากภาษาอาหรับ มีความหมายว่า อนุมัติ ซึ่งจะใช้ได้ทั้งการกิน การใช้ การบริการ และอื่นๆ ไม่ใช่ใช้กับอาหารฮาลาลเพียงอย่างเดียว ดังที่คนส่วนใหญ่เข้าใจกัน แต่บทความนี้จะกล่าวถึงอาหารฮาลาลเป็นหลัก เพื่อให้เป็นไปตาม Theme



"ครัวไทยสู่ครัวโลก"

อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีการผลิตตามศาสนาบัญญัติ ที่ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสมปรุง ประกอบ หรือแปรรูป และชาวมุสลิมสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ ได้โดยสนิทใจ ทั้งนี้ผู้ผลิตที่ปฏิบัติตามศาสนบัญญัติจะได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลได้ โดยคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่างๆ เป็นผู้อนุญาต ซึ่งจะมี

เครื่องหมายประทับตราสัญลักษณ์ "ฮาลาล" ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับว่า **حلال** ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งได้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า "สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย" หรือเป็นภาษาอังกฤษว่า "The Islamic Committee Office of Thailand" โดยเครื่องหมายตราสัญลักษณ์นี้จะออกให้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล เช่น อาหารและเครื่องดื่มและติดประทับตรานี้ไว้ข้างบรรจุภัณฑ์



สำหรับประเทศอื่นๆ นั้นก็จะใช้ภาษาอาหรับนี้เช่นกัน แต่แตกต่างกันในลักษณะของตราสัญลักษณ์และผู้ที่สามารถอนุมัติให้ตรานี้ได้ ตัวอย่างเช่น มาเลเซียและประเทศอื่นๆ



ประเทศไทยมีการผลิตอาหารฮาลาลโดยผู้ประกอบการมุสลิมผลิตเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมด้วยกัน ซึ่งปัจจุบันเกิดผู้ประกอบการมุสลิมเพิ่มขึ้น และมีการให้การรับรองฮาลาล การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยจุฬาราชมนตรีเมื่อปี 2491 ต่อมาในปี 2524 ได้ดำเนินการให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในนามคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย



อาหารฮาลาลได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก และจากการที่ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลของไทยมีการขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 11 ซึ่งสินค้าอาหารฮาลาลส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่ การแปรรูปอาหารทะเล อาหารสำเร็จรูป ผัก ผลไม้ ขนมขบเคี้ยวและของทานเล่นบรรจุภาชนะฉีกในรูปแบบต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยและภาครัฐจึงควรที่จะร่วมมือกันพัฒนาการผลิตและการตลาดให้รองรับความต้องการที่คาดว่าจะขยายตัวขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานการผลิตให้กับผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ปัจจุบัน มีบริษัทที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีเพียง 1,200 บริษัทในปี 2550 เป็น 3,500 บริษัท รวมกว่า 70,000

“สายโซ่การผลิต จะต้องถูกต้องตามบัญญัติ”

ผลิตภัณฑ์ (สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล กันยายน 2556) โดยในส่วนของมาตรฐานอาหารฮาลาลนั้น รัฐบาลได้กำหนดลงในมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ โดยครอบคลุมการจัดการระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบที่ครอบคลุมกระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบ การจัดเตรียมกระบวนการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา การนำเสนองาน และการจัดจำหน่าย การรักษาความปลอดภัยของอาหาร เครื่องหมายและฉลาก ตลอดจน "สายโซ่การผลิต" จะต้อง "ฮาลาล" คือถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง "ฮารอม" คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุอันตราย ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (คอตยิบ)



ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาล จะแตกต่างกันที่มาตรฐานอาหารฮาลาลที่ต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

เปรียบเทียบคุณสมบัติและเงื่อนไขระหว่างมาตรฐาน อาหารฮาลาลกับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้กำหนดมาตรฐาน <ol style="list-style-type: none"> 1.1 อัลลอฮ์ (ช.บ.) พระผู้เป็นเจ้า 1.2 ศาสดามูฮัมหมัด (ช.ล.) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้กำหนดมาตรฐาน <ol style="list-style-type: none"> 1.1 องค์กรระหว่างประเทศ 1.2 องค์กรเอกชน
<ol style="list-style-type: none"> 2. หลักการสำคัญ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติ ศาสนาอิสลาม 2.2 ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม) 2.3 คอตยิบ (ดี) ตามบัญญัติ ศาสนาอิสลาม <ul style="list-style-type: none"> - ความสะอาด - ความปลอดภัยจากสารพิษ - สิ่งปนเปื้อน - คุณค่าทางโภชนาการ - รักษาสิ่งแวดล้อม 	<ol style="list-style-type: none"> 2. หลักการสำคัญ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด การประกัน 2.2 คุณภาพ (Q.A.) <ul style="list-style-type: none"> - ความสะอาด - ความปลอดภัย - คุณค่าทางโภชนาการ
<ol style="list-style-type: none"> 3. การบริหารมาตรฐาน <ol style="list-style-type: none"> 3.1 องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติ ศาสนาอิสลาม 3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐาน ต้องเป็นมุสลิมที่ดี และมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ 	<ol style="list-style-type: none"> 3. การบริหารมาตรฐาน <ol style="list-style-type: none"> 3.1 หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชน ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ 3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิมมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
<p>4. ระบบมาตรฐาน</p> <p>4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาล ซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง (ฮาลาล) และที่คี่ (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p> <p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐานคือ ฮาลาล (Halal)</p>	<p>4. ระบบมาตรฐาน</p> <p>4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อย หลายลักษณะ เช่น มาตรฐานโรงงาน มาตรฐานการบริหารการผลิต เป็นต้น</p> <p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มอก. GMP , ISO , HACCP</p>
<p>5. ปัจจัยการผลิต</p> <p>5.1 วัตถุดิบ ส่วนผสม และสารปรุงแต่ง มีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า "ฮาลาล" ปราศจากสิ่ง "ฮารอม"</p> <p>5.2 กระบวนการผลิต จะต้อง "ฮาลาล" ทุกขั้นตอน</p> <p>5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาด ปลอดภัย จากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิด และไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p>	<p>5. ปัจจัยการผลิต</p> <p>5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมโดยไม่ว่าฮาลาลหรือไม่</p> <p>5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ</p>

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
<p>5.4 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต จะต้องสะอาด และไม่ได้อยู่ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาล ไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลเพื่อป้องกันการสับสน และเข้าใจผิดของผู้บริโภค</p> <p>5.6 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p>	
<p>6. พนักงาน</p> <p>6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลในขณะที่ผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุญ์</p>	<p>6. พนักงาน</p> <p>6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาล ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม</p>

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
6.2 พนักงานเช็คสัตว์ ต้องเป็นมุสลิม มีสุขภาพจิต สมบูรณ์ ไม่เป็น โรคที่ส่งคมรังเกียจ และมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยว กับการเช็คสัตว์ คามบัญญัติ ศาสนาอิสลาม	6.2 พนักงานเช็คสัตว์ ไม่จำเป็นต้องเป็น มุสลิม

เนื้อหา จากหนังสือฮาลาลและฮารอมในอิสลาม ของเชคยูซุฟ อัลกอรอควีย์

ภาพประกอบ จากหนังสือสิ่งที่จะต้องห้าม (ฮารอม) ในอิสลาม โดยอับดุลเลาะห์ ละออแมน

อุตสาหกรรมฮาลาลนั้น นอกจากอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแล้วยังมีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่กำลังเป็นโอกาสทางการค้าที่มีมิติของฮาลาลเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างมาก เช่น เครื่องสำอาง ยา สมุนไพร ยาสีฟัน เครื่องนุ่งห่ม ที่ผลิตจากหนังสัตว์เส้นใยจากสัตว์ ระบบโลจิสติกส์ ฮาลาล เช่น การบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว (Halal Food Services for Tourism) ภัตตาคาร โรงแรม และบริการทางการแพทย์ (Halal Medical Hub) เนื่องจากในปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเป็นตลาดที่มีการเติบโตเร็วมาก

ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยจะพบว่า

จุดแข็ง ประเทศไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบในการสินค้าทางด้านการเกษตรและอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลกซึ่งได้รับการยอมรับในมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้า

จุดอ่อน การประชาสัมพันธ์สินค้าฮาลาลยังไม่แพร่หลายไม่ทั่วถึง ผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้และความเข้าใจในการประกอบธุรกิจฮาลาลดีพอ

โอกาส สินค้าอาหารฮาลาลไทยยังมีโอกาสมาก เนื่องจากประชากรมุสลิมทั่วโลกมีกว่า 2,000 ล้านคน คิดเป็น 1 ใน 4 ของประชากรโลก เมื่อเกิดอุปสงค์ทั่วโลก ประเทศไทยมักได้รับความเสียหายน้อยกว่าที่อื่น ทำให้เรามีแหล่งวัตถุดิบที่เพียงพอเพื่อสนองความต้องการได้

ข้อจำกัด การกำหนดคุณภาพหรือหลักเกณฑ์สินค้าฮาลาลของบางประเทศแตกต่างกัน ทำให้เกิดปัญหาในการส่งออก ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งเป็นแหล่งอุตสาหกรรมฮาลาล

จะเห็นได้ว่าโอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถพัฒนาให้เป็นฐานการผลิตอาหารฮาลาลและผลิตภัณฑ์ฮาลาลอื่นๆ จึงมีความเป็นไปได้มาก หากภาครัฐมีนโยบายและให้การสนับสนุนในอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างจริงจังและความร่วมมือจากภาคเอกชนในการผลิตและปฏิบัติอย่างถูกวิธี เพื่อก้าวไปสู่การเป็นประเทศผลิตอาหารสู่โลกได้

“ยุทธศาสตร์เพิ่มมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลร้อยละ 10”

ทั้งนี้ คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาล ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในช่วงปี 2553 - 2562 โดยมีเป้าหมายดังนี้

1. เพิ่มมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลอย่างน้อยร้อยละ 10 ต่อปี โดยมีสินค้าเป้าหมายได้แก่ ผักและผลไม้ สินค้าประมง สินค้าปศุสัตว์
2. มีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับของทั้งในและต่างประเทศ
3. ให้การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลมีความเป็นเอกภาพและมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
4. ผลักดันพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้เป็นแหล่งอุตสาหกรรมฮาลาลและสนับสนุนให้ปัตตานีเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

ขอขอบคุณข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับฮาลาล

- ศูนย์วิทยาศาสตร์อาหารฮาลาลมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
- สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย
- ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาล
- สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
- สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด



Single Halal logo authorized by Central Islamic Council of Thailand (CICOT) according to Islamic Organization Administration Act 1997

Source: Halal Standard Institute of Thailand as of Sept 3, 2017



& Southern Th

ASIAT

201



เวียดนามบนเส้นทางสู่ครัวของโลก

เมื่อเดือนธันวาคม 2529 หรือ 27 ปีมาแล้ว เวียดนามได้เริ่มปฏิรูปเศรษฐกิจครั้งใหญ่ปรับเปลี่ยนจากระบบวางแผนส่วนกลางมาเป็นเศรษฐกิจแบบการตลาด ยกเลิกระบบนารวม อนุญาตให้ชาวนาขายพืชผลทางการเกษตรในตลาด ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรมเติบโตอย่างรวดเร็ว จากเดิมผลิตอาหารไม่เพียงพอกับความ ต้องการ เกิดภาวะข้าวขาดแคลน

แต่ปัจจุบันเวียดนามสามารถผลิตอาหารได้เหลือเพื่อเกินความต้องการและกำลังก้าวไปสู่การเป็นครัวของโลกในหลายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์และเกษตรกรมีความขยันหมั่นเพียร จนเป็นประเทศที่ได้รับการยกย่องอย่างมากจากองค์การสหประชาชาติ โดยในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2556 สามารถส่งออกสินค้าเกษตรกรรมมากถึง 2.52 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 8 แสนล้านบาท

“จีนเป็นผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ที่สุดของเวียดนาม คิดเป็นสัดส่วน 1 ใน 3 ของปริมาณการส่งออกข้าวของเวียดนามทั้งหมด”

ส่งออกข้าวอันดับ 2 ของโลก

สินค้าอาหารสำคัญรายการแรกคือ ข้าว จากเดิมผลิตไม่เพียงพอกับการบริโภคในประเทศ แต่ปัจจุบันเวียดนามมีผลผลิตมากถึงปีละ 27.7 ล้านตัน เป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 5 ของโลก รองจากจีน อินเดีย อินโดนีเซีย และบังกลาเทศ ขณะที่ไทยเป็นอันดับ 6 ของโลก 20.2 ล้านตัน นอกจากนี้ ได้แข่งหน้าไทยซึ่งเดิมเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลกมายาวนาน โดยปัจจุบันเวียดนามก้าวเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก รองจากอินเดีย ขณะที่ไทยหล่นมาเป็นอันดับ 3 ของโลก โดยจีนเป็นผู้นำเข้าข้าวรายใหญ่ที่สุดของเวียดนาม คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 1 ใน 3 ของปริมาณการส่งออกข้าวของเวียดนามทั้งหมด

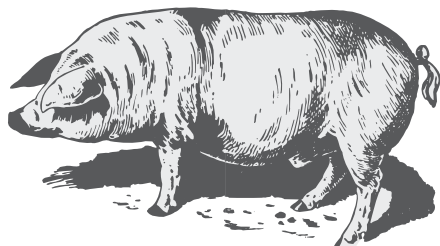


ปัญหาสำคัญในระยะเวลาที่ผ่านมาคือ ข้าวเวียดนาม มีคุณภาพต่ำ ทำให้ราคาจำหน่ายต่ำกว่าไทยมาก ดังนั้น รัฐบาลเวียดนามจึงได้ริเริ่มโครงการปรับปรุงคลังเก็บ และไซโลเพื่อให้สามารถเก็บข้าวได้นานขึ้น รวมทั้งช่วยเหลือผู้ส่งออกในเวียดนามในการสร้างยี่ห้อ (Brand) ท้องถิ่นของตัวเอง และการนำเครื่องมือที่ทันสมัย มาใช้ทดแทนแรงงานในการผลิตข้าวเพื่อส่งออก

ผลิตสุกรใหญ่ที่สุดในเอเชีย

นอกจากนี้ เวียดนามยังเป็นผู้ผลิตเนื้อสุกร รายใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และรายใหญ่อันดับ 5 ของโลก รองจากจีน สหภาพยุโรป บราซิล และรัสเซีย โดยในปี 2555 ผลิต 2.025 ล้านตัน อย่างไรก็ตาม เป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการตลาดภายในประเทศแทบทั้งหมด ส่งออกเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

เครื่องเจริญโภคภัณฑ์ได้เข้าไปทำธุรกิจด้านสุกร ในเวียดนาม โดยเข้าไปพัฒนา และปรับปรุงสายพันธุ์สุกร จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงสุกรขึ้น โดยมีทีมนักวิชาการ และสัตวบาลคอยดูแลให้คำแนะนำในด้าน



การเลี้ยงแก่เกษตรกร พร้อมกับมีโรงงานแปรรูปอย่างครบวงจรรวมถึงแปรรูปเป็นลูกชิ้น และไส้กรอก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

นม ได้พัฒนาอย่างรวดเร็วจากเดิมมีโคนมเพียง 1.1 หมื่นตัว ในปี 2533 เพิ่มเป็น 1.67 แสนตัว ในปี 2555 โดยมีผลผลิตนมดิบ 3.81 แสนตัน คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 30 ของอุปสงค์นมดิบภายในประเทศ เนื่องจากปริมาณการบริโภคนมของประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 15 ลิตรต่อคนต่อปี ทำให้ยังต้องนำเข้านมจากต่างประเทศเป็นสัดส่วนมากถึง ร้อยละ 70

รัฐบาลเวียดนามได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มปริมาณโคนมเป็น 5 แสนตัว โดยมีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 1 ล้านตันต่อปี ภายในปี 2563 นอกจากนี้ จะเพิ่มผลผลิตด้วย เนื่องจากปัจจุบันโคนมมีผลผลิตเฉลี่ยเพียง 4.6 ตันต่อตัวต่อปี เพียงครึ่งหนึ่งของผลผลิตโดยเฉลี่ยของโลก เนื่องจากเป็นเกษตรกรรายย่อย โดยส่วนใหญ่มีโคนมเพียง 3 - 5 ตัวต่อครอบครัว

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนมรายใหญ่ของเวียดนาม คือ บริษัท Vietnam Dairy Products (Vinamilk) ซึ่งในปี 2556 คาดว่าจะมีรายได้ 4.6 หมื่นล้านบาท และกำไร 9 พันล้านบาท นอกจากผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมในเวียดนามแล้ว ยังส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศด้วย โดยเมื่อเดือนกรกฎาคม 2556 ได้รับอนุมัติจากสำนักงานอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา ในการส่งออกไปจำหน่ายยังสหรัฐอเมริกา



ล่าสุดบริษัท Vinamilk ได้เปิด 2 โรงงานเมื่อต้นปี 2557 มูลค่าลงทุนรวมกว่า 6 พันล้านบาท โรงงานแรกตั้งในสวนอุตสาหกรรมเวียคนาม - สิงคโปร์ ในจังหวัด Binh Duong มีกำลังผลิตนมผง 5.4 หมื่นตันต่อปี และโรงงานที่ 2 ตั้งในเขตอุตสาหกรรม My Phuoc Industrial Zone ในจังหวัด Binh Duong เช่นเดียวกัน มีกำลังผลิต 4 ร้อยล้านลิตรต่อปี ในเฟสแรก และเพิ่มเป็น 8 ร้อยล้านลิตรต่อปี เมื่อเฟสที่ 2 เปิดดำเนินการ

ก้าวต่อไปของบริษัท Vinamilk คือ การไปลงทุนยังต่างประเทศ โดยในปี 2552 ได้จ่ายเงิน 2.5 ร้อยล้านบาท เพื่อซื้อหุ้นร้อยละ 19.3 ในบริษัท Miraka ของนิวซีแลนด์ ต่อมาเมื่อปลายปี 2556 ได้ตกลงซื้อหุ้นร้อยละ 70 ในบริษัท Driftwood Dairy ซึ่งตั้งที่มลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ ได้มีแผนลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตนมในกัมพูชา ในปี 2557

บะหมี่สำเร็จรูปอันดับ 4 ของโลก

จากสถิติของสมาคมบะหมี่สำเร็จรูปแห่งโลก ซึ่งตั้งอยู่ที่นครโอซากา ปริมาณการบริโภคบะหมี่สำเร็จรูปของโลกในปี 2555 มีจำนวนรวมกันมากถึงหนึ่งแสนล้านห่อ โดยจีนซึ่งรวมถึงฮ่องกงด้วยมีปริมาณการบริโภคสูงสุดคือ 4.4 หมื่นล้านห่อ รองลงมาคือ อินโดนีเซีย 1.4 หมื่นล้านห่อ ญี่ปุ่น 5.4 พันล้านห่อ เวียดนาม 5.1 พันล้านห่อ อินเดีย 4.4 พันล้านห่อ สหรัฐอเมริกา 4.3 พันล้านห่อ เกาหลีใต้ 3.5 พันล้านห่อ ไทย 3 พันล้านห่อ ฟิลิปปินส์ 2.7 พันล้านห่อ ฯลฯ

สำหรับเวียดนามซึ่งเป็นตลาดบะหมี่สำเร็จรูปใหญ่อันดับ 2 ของ AEC บริษัทผู้นำคือ บริษัท Acecook Vietnam ปัจจุบันถือหุ้นทั้งหมดโดยบริษัท Acecook ซึ่งเป็นผู้ผลิตบะหมี่สำเร็จรูปรายใหญ่อันดับ 5 ของญี่ปุ่นและมาตั้งฐานการผลิตในเวียดนาม โดยครองตลาดร้อยละ 51.5 ในเวียดนาม มีแบรนด์ที่ได้รับความนิยม คือ Hao Hao และ Hao 100 นับเป็น



ตลาดระบองที่จำหน่ายในห้างบิ๊กซีที่กรุงฮานอย เวียดนาม

ผู้ผลิตบะหมี่สำเร็จรูปรายใหญ่อันดับ 2 ของ AEC นับว่ามียอดขายรวมในแต่ละปีมากเป็น 2 เท่าของบริษัทไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตบะหมี่สำเร็จรูปรายใหญ่ที่สุดของไทย สำหรับผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 3 คือ บริษัท Masan ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16.5 และบริษัท Asia Food ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.1

เริ่มแรกบริษัท Acecook Vietnam ไม่ประสบความสำเร็จในตลาดเวียดนามมากนัก เนื่องจากมีราคาแพง ในระยะหลังได้ปรับลดราคาขายลง ทำให้ขายดีเป็นเทน้ำเทท่า เนื่องจากเป็นบะหมี่คุณภาพดีกว่าของบริษัทท้องถิ่น แต่ราคาถูก ประกอบกับสามารถดัดแปลงรสชาติให้สอดคล้องกับรสนิยมชาวเวียดนามที่แตกต่างกันไป โดยชาวเวียดนามได้ชอบบะหมี่ที่มีรสชาติเข้มข้น ขณะที่ชาวเวียดนามเหนือชอบรสชาติกลมกล่อม ทั้งนี้ บริษัท Acecook Vietnam นอกจากจำหน่ายบะหมี่ในเวียดนามเกือบ 3 พันล้านห่อต่อปี โดยครองตลาดในเวียดนามมากถึงร้อยละ 60 แล้ว ยังส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศอีกมากกว่า 40 ประเทศทั่วโลก โดยครองตลาดอันดับหนึ่งในกัมพูชาอีกด้วย

ศักยภาพสูงค้ำจุนสัตว์น้ำ

สำหรับในค้ำจุนสัตว์น้ำ น่านน้ำเวียดนามถือเป็นแหล่งประมงที่สมบูรณ์ มีทรัพยากรสัตว์น้ำจำนวน

มาก ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับกิจการผลิตอาหารทะเลเป็นอย่างมาก โดยในปี 2556 คาดว่าเวียดนามจะส่งออกสินค้าสัตว์น้ำมูลค่าประมาณ 2 แสนล้านบาท โดยกระทรวงเกษตรกรรมและการพัฒนาชนบท (Ministry of Agriculture and Rural Development - MARD) ของเวียดนาม กำหนดเป้าหมายปริมาณการจับสัตว์น้ำค่อนข้างคงที่ ณ ระดับ 2.4 – 2.6 ล้านตันต่อปี ต่อเนื่องจนถึงปี 2563 โดยลดเป้าหมายปริมาณจับสัตว์น้ำบริเวณชายฝั่งจาก 1.2 เหลือ 0.8 – 0.87 ล้านตันต่อปี ขณะเดียวกันเพิ่มเป้าหมายปริมาณจับสัตว์น้ำนอกชายฝั่งจาก 1 เป็น 1.4 - 1.53 ล้านตันต่อปี

สำหรับการลงทุนด้านสัตว์น้ำของไทยในเวียดนาม บริษัท รอยแอล ฟู้ดส์ จำกัด ของไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายปลากระป๋องซาร์ดีนและแมกเคอเรลในซอสมะเขือเทศ ภายใต้ชื่อ "สามแม่ครัว" ได้ก่อตั้งฐานผลิตปลากระป๋องในเวียดนาม คำเนินการในนามบริษัท รอยแอลฟู้ดส์ (เวียดนาม) จำกัด ตั้งภายในนิคมอุตสาหกรรมของเมืองเทียนยาง (Tien Giang) ทางภาคใต้ของประเทศ และที่จังหวัดเหง่อัน (Nghe An) ทางภาคกลางของประเทศ ขณะที่เครือเจริญโภคภัณฑ์ ได้ส่งเสริมเกษตรกรของเวียดนามเลี้ยงปลาคอรี่ และได้จัดตั้งโรงงานแปรรูปปลาคอรี่เพื่อส่งออก โดยบางส่วนส่งมาจำหน่ายในประเทศไทย



สำหรับผลิตภัณฑ์กุ้ง เวียดนามกำลังมาแรง ปัจจุบันเวียดนามนับเป็นประเทศผู้ผลิตกุ้งรายใหญ่อันดับ 3 ของโลก รองจากจีนและไทย โดยในปี 2556 คาดว่าเวียดนามจะส่งออกกุ้งเป็นมูลค่ามากถึง 9 หมื่นล้านบาท อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปยังจีนเกือบทั้งหมดเป็นกุ้งที่เป็นวัตถุดิบยังไม่ได้แปรรูป ทำให้เกิดการขาดแคลนกุ้งสำหรับแปรรูปในประเทศ ทำให้ต้องนำเข้ากุ้งยังไม่ได้แปรรูปจากอินเดียและแอฟริกา

“คาดว่าเวียดนามจะกลายเป็นมหาอำนาจในด้านแปรรูปกุ้งในอนาคต เนื่องจากหลายบริษัทมีแผนก่อสร้างฐานผลิตในเวียดนาม”

มีการคาดว่าเวียดนามจะกลายเป็นมหาอำนาจในด้านแปรรูปกุ้งในอนาคต เนื่องจากหลายบริษัท เช่น เครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือมิตรสุขของญี่ปุ่น มีแผนก่อสร้างฐานผลิต และแปรรูปกุ้งแบบครบวงจรในเวียดนามเพื่อส่งออกในอนาคต เนื่องจากมีข้อได้เปรียบทั้งเป็นแหล่งวัตถุดิบ และได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP) จากสหภาพยุโรป ขณะที่ไทยจะถูกตัดสิทธิ GSP ในอนาคต เนื่องจากเป็นประเทศมีรายได้ปานกลางแล้ว

สำหรับบริษัท Masan Consumer Corp นับเป็นผู้ผลิตน้ำปลารายใหญ่ของเวียดนาม ครองตลาดน้ำปลามากถึงร้อยละ 76 โดยน้ำปลาฟู้ก๊วกของเวียดนามที่ผลิต ณ เกาะฟู้ก๊วก ของจังหวัดเทียนยาง (Kien Giang) ซึ่งมีทำเลที่ตั้งในอ่าวไทย นับว่ามีชื่อเสียงอย่างมาก โดยใช้วัตถุดิบเป็นปลาเกะตากที่จับได้รอบๆ เกาะ อย่างไรก็ตาม ในระยะหลังมีการใช้ฉลากปลอมหลอกลวงผู้บริโภคว่าเป็นน้ำปลาฟู้ก๊วก

เพื่อแก้ไขปัญหาข้างต้น ทางกรมของเวียดนามได้ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามแหล่งทางภูมิศาสตร์เพื่อคุ้มครองสิทธิ และป้องกันการลอกเลียนแบบ โดยสหภาพยุโรปได้มอบ

ประกาศนียบัตร Protected Designation of Origin Certification ให้แก่น้ำปลาฟู้กิวกไปแล้วในปี 2556 โดยนับเป็นผลิตภัณฑ์แรกของเออีซีที่ได้รับมอบ PDO จากสหภาพยุโรป

ส่งออกกาแฟอันดับ 1 ของโลก

ส่วนกาแฟนับเป็นพืชผลทางการเกษตรสำคัญอันดับ 2 ของประเทศ รองจากข้าว เวียดนามก้าวกระโดดแซงหน้าโคลัมเบีย กลายเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก รองจากบราซิล นับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา และในปี 2555 เวียดนามได้แซงหน้าบราซิลเป็นประเทศส่งออกรายใหญ่ที่สุดในโลก โดยส่งออกมากกว่า 1.7 ล้านตัน มูลค่า 1.1 แสนล้านบาท มีลูกค้ารายใหญ่คือ เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่าเวียดนามกับบราซิลเน้นปลูกกาแฟต่างชนิดกัน กล่าวคือ เวียดนามปลูกพันธุ์โรบัสต้าเกือบทั้งหมด ขณะที่บราซิลปลูกพันธุ์อาราบิก้า

เวียดนามมีครอบครัวเกษตรกรพึ่งพารายได้จากกาแฟมากถึง 3 ล้านคน โดยเกษตรกรจำนวนมากเป็นชาวเขาซึ่งเป็นคนกลุ่มน้อยของประเทศ มีพื้นที่เพาะปลูกมากถึง 4 ล้านไร่ การเพาะปลูกกาแฟมีมากบนที่ราบสูงทางตอนกลางของประเทศ โดยเฉพาะที่เมืองบวนมาทิวต (Buon Ma Thuot) ในจังหวัดดักลัก ได้รับฉายาว่าเป็นเมืองหลวงกาแฟของเวียดนาม เนื่องจากมีกาแฟที่มีชื่อเสียงมาก โดยมีการจดทะเบียนการกาแฟเป็นประจำทุก 2 ปี ในเดือนธันวาคม เมืองแห่งนี้



“จังหวัดดักลัก ได้รับฉายาว่า เป็นเมืองหลวงกาแฟของเวียดนาม”

ในการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามแหล่งทางภูมิศาสตร์ กาแฟบวนมาทิวตได้รับมอบหนังสือรับรองการคุ้มครองแห่งชาติในปี 2548 จากสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในเวียดนามแล้ว แต่ยังไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามแหล่งภูมิศาสตร์ในต่างประเทศได้ เนื่องจากมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านี้แล้วในหลายประเทศ เป็นต้นว่า บริษัทกวางโจว บวนมาถวต คอฟฟี่ ในมณฑลกวางตุ้ง ของจีน ได้จดทะเบียนการค้าเอาไว้แล้ว

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทในประเทศอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร แคนาดา เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ฯลฯ ได้ยื่นจดทะเบียนชื่อการค้าบวนมาทิวต (Buon Ma Thuot) เอาไว้เช่นเดียวกัน ดังนั้น คณะกรรมการประชาชน จังหวัดดักลักได้อนุญาตให้จัดตั้งสมาพันธ์กาแฟบวนมาทิวตขึ้นเพื่อจัดการกับปัญหาดังกล่าว โดยเลือกบริษัทด้านกฎหมายในกรุงฮานอย เป็นผู้ดำเนินการกับบริษัทเหล่านี้ยุติการใช้ชื่อทางการค้าดังกล่าว

ขณะที่ชา ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2556 เวียดนามส่งออก 1.28 แสนตัน มูลค่า 206 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 6 พันล้านบาท โดยนับเป็นประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับ 5 ของโลก สำหรับลูกค้ารายใหญ่ที่สุดคือ ปากีสถาน อย่างไรก็ตาม กว่าร้อยละ 90 ยังเป็นการส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ



“เวียดนามนับเป็นประเทศที่เพาะปลูก และส่งออกพริกไทยรายใหญ่ที่สุดในโลก”

ปลูกพริกไทยอันดับ 1 ของโลก

พริกไทย เวียดนามนับเป็นประเทศที่เพาะปลูกและส่งออกพริกไทยรายใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี 2556 คาดว่าจะส่งออกมากถึง 1.3 - 1.35 แสนตัน มูลค่ามากเป็นประวัติการณ์ประมาณ 2.7 หมื่นล้านบาท ปัจจุบันผลผลิตเฉลี่ยระดับ 800 - 1,120 กิโลกรัมต่อไร่ โดยเกษตรกรบางรายสามารถมีผลผลิตสูงถึง 1,440 - 1600 กิโลกรัมต่อไร่

ยิ่งไปกว่านั้น เวียดนามยังประสบผลสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพให้มีคุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของผู้ซื้อ โดยมีโรงงานคัดแยกทำความสะอาดพริกไทยขนาดใหญ่ มีเครื่องจักรทันสมัยสามารถใช้ไอน้ำอบหรือล้างพริกไทย จากนั้นอบให้แห้งเพื่อป้องกันเชื้อราอัสปลาทอกซิน ทำให้สามารถขายพริกไทยได้ในราคาที่สูงกว่าเดิม

สำหรับมันสำปะหลัง เวียดนามมีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 36 ล้านไร่ ผลผลิต 9.4 ล้านตันต่อปี นับเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก รองจากประเทศไทย โดยมีมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลังในปี 2555 ประมาณ 4 หมื่นล้านบาท

ส่งออกเม็ดมะม่วงหิมพานต์มากที่สุดในโลก

สำหรับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เวียดนามพัฒนาตนเองอย่างรวดเร็วจนแซงหน้าอินเดียกลายเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของโลกนับตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา โดยมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากเพียง 5 ร้อยล้านบาท ในปี 2543 เพิ่มเป็น 2.2 แสนตัน มูลค่า 4.5 หมื่นล้านบาท ในปี 2555 โดยมีลูกค้ารายใหญ่คือ สหรัฐอเมริกา จีน และเนเธอร์แลนด์

อย่างไรก็ตาม กรณีของเม็ดมะม่วงหิมพานต์แตกต่างจากพืชผลชนิดอื่นคือ ผลผลิตในประเทศไม่เพียงพอับความต้องการ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ



บีไอโอเยี่ยมชมกิจการเครื่องเจริญโภคภัณฑ์ในเวียดนาม

มากถึงครึ่งหนึ่งของทั้งหมด จากทวีปแอฟริกา โดยเฉพาะจากไนจีเรียและแทนซาเนีย อินโดนีเซีย และกัมพูชา เพื่อมาแปรรูปภายในประเทศสร้างมูลค่าเพิ่มแล้วส่งออกต่างประเทศ

รัฐบาลของประเทศในทวีปแอฟริคามีนโยบายส่งเสริมการแปรรูปเม็ดมะม่วงหิมพานต์ในประเทศ แทนการส่งออกในรูปวัตถุดิบ ซึ่งจะกระทบต่อการนำเข้าของเวียดนาม

สำหรับผัก และผลไม้ คาดว่าในปี 2556 มีมูลค่าส่งออกประมาณ 3 หมื่นล้านบาท โดยมีลูกค้ารายใหญ่คือ จีน โดยสินค้าส่งออกหลักคือ มะม่วง ส้ม ลิ้นจี่ ฝรั่ง กุ้ง กุ้งแช่ และผักสด

“เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ไปก่อตั้งโรงงาน อาหารสัตว์ในเวียดนามแล้ว 8 แห่ง”

จะใช้พืช GMO เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์


สำหรับอาหารสัตว์ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ไปก่อตั้งโรงงานอาหารสัตว์ในเวียดนามแล้ว 8 แห่ง เป็นต้นว่า โรงงานผลิตอาหารสัตว์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์ ณ นครมอญสากรรมหมี ฟุก ของจังหวัดบิ่นห์เยือง ซึ่งก่อสร้างแล้วเสร็จ และกำลังจะเริ่มเดินเครื่องการผลิตในเดือนสิงหาคม 2553 นับเป็นโรงงานผลิตอาหารสัตว์ที่ทันสมัยที่สุดในทวีปเอเชีย มีมูลค่าการ

ลงทุนทั้งสิ้นประมาณ 1,500 ล้านบาท กำลังผลิต 6 แสนตันต่อปี และล่าสุดกำลังก่อสร้างโรงงานอาหารสัตว์เพิ่มเติมอีก 1 โรงงาน มีทำเลที่ตั้งทางตอนกลางของประเทศที่จังหวัดบิ่ญดิน (Binh Dinh) พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกษตรกรเวียดนามเพาะปลูกข้าวโพดเพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์

เพื่อเพิ่มผลผลิต เวียดนามได้ทดลองปลูกพืชตัดแต่งพันธุกรรม (GMO) จำนวน 3 ชนิด คือ ข้าวโพด ถั่วเหลือง และฝ้าย ในระดับแปลงทดลอง เพื่อลดการนำเข้าข้าวโพด และถั่วเหลืองเพื่อนำมาผลิตเป็นอาหารสัตว์ ซึ่งแต่ละปีนำเข้ามากถึง 6 หมื่นล้านบาท ทั้งนี้ จากการทดลองพบว่าผลผลิตเพิ่มอย่างน่าพอใจเป็นต้นว่า ผลผลิตข้าวโพดเพิ่มจากปกติอีกร้อยละ 30 - 40

**“การพัฒนาสินค้าอาหารอย่างรวดเร็ว
ของเวียดนามนับเป็นเรื่องที่ต้องจับตามอง
อย่างใกล้ชิด เนื่องจากหลายผลิตภัณฑ์
แข่งขันโดยตรงกับไทย”**

การพัฒนาสินค้าอาหารอย่างรวดเร็วของเวียดนามนับเป็นเรื่องที่ต้องจับตามองอย่างใกล้ชิด เนื่องจากหลายผลิตภัณฑ์แข่งขันโดยตรงกับไทย และนับเป็นความท้าทายสำคัญของไทยที่ต้องเผชิญกับคู่แข่งสำคัญที่กำลังมาแรง ยิ่งไปกว่านั้น เวียดนามยังได้เปรียบไทยอย่างเห็นได้ชัดจากเครือข่ายคนเวียดนามจำนวนหลายล้านคนที่อพยพไปอยู่ต่างประเทศในยุคสงครามเย็น ซึ่งจำนวนมากได้ประกอบอาชีพร้านค้าของชำ ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ นับเป็นกำลังสำคัญในการช่วยกระจายสินค้าอาหารของเวียดนามไปจำหน่ายยังทั่วโลก

ขณะเดียวกัน การเติบโตด้านการเกษตรของเวียดนามนับเป็นโอกาสทางธุรกิจสำคัญของไทยเป็นต้นว่า เครือเจริญโภคภัณฑ์มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าอาหารในเวียดนามมากถึง 4.5 หมื่นล้านบาท ในปี 2555 และรายได้มีอัตราการเติบโตสูงโดยในปี 2556 เติบโตในอัตราร้อยละ 17 





นิคมการเกษตรพืชอาหาร และพลังงานทดแทน เส้นทางสู่การเพิ่มศักยภาพ การผลิตพืชอาหารและพืชพลังงานไทย

ปัจจุบันหลายประเทศประสบปัญหาวิกฤตพลังงาน โดยเฉพาะประเทศเกษตรกรรมที่ส่วนใหญ่จะต้องนำเข้าพลังงานมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าน้ำมันดิบ หรือน้ำมันสำเร็จรูป ถ่านหิน รวมถึงก๊าซธรรมชาติด้วย

วิกฤตพลังงานโลก จุดเริ่มการหาแหล่งพลังงานใหม่ มาทดแทน

พลังงานในรูปแบบของน้ำมันดิบ น้ำมันสำเร็จรูป ถ่านหิน หรือก๊าซธรรมชาติ เรามักเรียกรวมกันว่า "พลังงานฟอสซิล" ซึ่งจะหมายถึง พลังงานที่เกิดจากซากพืชซากสัตว์ที่ตายทับถมกันนับล้านปีใต้ท้องทะเลหรือพื้นดินลึก โดยพลังงานเคมีจะถูกสะสมในโครงสร้างอะตอมของเชื้อเพลิงเหล่านี้ เมื่อเกิดปฏิกิริยาเคมี เช่น การเผาไหม้ก็จะทำให้เกิดพลังงานความร้อนออกมา และนำไปใช้งานได้ต่อไป

มนุษย์เราส่วนใหญ่จึงคุ้นเคยกับการนำ



พลังงานฟอสซิลมาใช้เป็นพลังงานหลัก มานับเป็นร้อยปีแล้ว จนกระทั่งเกิดปัญหาวิกฤตพลังงานในรอบ 10 ปีหลัง จึงหันมาศึกษาและประสบความสำเร็จสามารถคิดค้นพลังงานในรูปแบบต่างๆ มาใช้ทดแทนพลังงานฟอสซิลได้ โดยมีต้นทุนที่ถูกลงมากจนคุ้มที่จะนำมาใช้งานในเชิงพาณิชย์ได้

พลังงานทดแทนที่นิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีหลายรูปแบบ อาทิเช่น พลังงานจากแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานชีวมวล และที่สำคัญ พลังงานจากพืชผลทางการเกษตร

พลังงานทดแทนกับวิกฤตขาดแคลนอาหาร

การนำพลังงานทดแทนบางอย่าง โดยเฉพาะพลังงานจากพืชผลทางการเกษตรมาใช้แทนพลังงานฟอสซิล ทำให้เกิดข้อถกเถียงว่า จะนำไปสู่การขาดแคลนอาหารในอนาคตหรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้นับว่าเป็นปัญหาใหญ่ในหลายๆ ประเทศพอสมควร เนื่องจาก โลกในภาวะปัจจุบัน ได้ประสบปัญหาภัยธรรมชาติในหลายพื้นที่ ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลงเป็นอย่างมาก

“นำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ผลิตเป็นพลังงานทดแทนในประเทศไทย เนื่องจากเรามีพื้นที่เกษตรกรรมมาก”

การนำพืชอาหาร เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อ้อย มันสำปะหลัง ไปผลิตเป็นพลังงานทดแทนมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันราคาพลังงาน โดยเฉพาะราคาน้ำมันและก๊าซธรรมชาติอยู่ในระดับราคาที่สูง และมีแนวโน้มว่าราคาจะสูงขึ้นไปอีก ทำให้มีการปรับพื้นที่ปลูกพืชเพื่อไปเป็นพลังงานทดแทนเป็นจำนวนมาก พื้นที่ในการปลูกพืชอาหารจึงลดลง ทำให้ผลผลิตพืชอาหารลดน้อยลงตามไปด้วย

ดังนั้น จึงมีแนวโน้มสูงมาก จนเป็นที่วิตกว่าเกษตรกรจะนำพืชเกษตรกรรมไปใช้ในการผลิตพลังงานทดแทนมากขึ้น จนอาจจะเลยการนำพืชเหล่านั้นไปผลิตอาหาร เนื่องจากพื้นที่เกษตรกรรมในหลายประเทศทั่วโลกไม่สามารถที่จะเพิ่มพื้นที่



เพาะปลูกเพื่อรองรับความต้องการด้านอาหารและพลังงานทดแทนไปพร้อมกันได้ ในขณะที่ราคารับซื้อการนำพืชผลทางการเกษตรไปใช้ผลิตพลังงานทดแทนมีราคาที่สูงกว่าอุตสาหกรรมอาหารด้วย และอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องไปสู่การขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหาร ซึ่งประเทศไทยของเราเองก็อาจจะประสบกับปัญหานี้ด้วยเช่นเดียวกันในอนาคตอันใกล้

ประเทศไทยกับการวางสมดุลด้านอาหารและพลังงาน

ถึงแม้จะมีการเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมสักเพียงใด ประเทศไทยของเรายังคงได้ชื่อว่าเป็นประเทศเกษตรกรรม จนถึงมีการขนานนามประเทศไทยว่าเป็น "ครัวของโลก" แต่ก็ปฏิเสธอีกไม่ได้เช่นกันว่าประเทศไทยยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าพลังงานหลัก เช่น น้ำมันจากต่างประเทศอยู่ ในขณะที่พลังงานอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเรามีใช้เองคือ ก๊าซธรรมชาติในอ่าวไทยก็มีปริมาณสำรองลดลง จนเกรงว่า อาจจะหมดลงในอนาคตอันใกล้

ดังนั้น การนำพืชผลทางการเกษตรมาใช้ผลิตเป็นพลังงานทดแทนในประเทศไทย จึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และถือว่าเป็นจุดเด่นอันหนึ่งของประเทศไทยด้วย เนื่องจากเรามีพื้นที่เกษตรกรรมมาก และมีการปลูกพืชได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นข้าว อ้อย มันสำปะหลัง หรือข้าวโพด ซึ่งพืชผลทางการเกษตรเหล่านี้สามารถนำไปผลิตเป็นพลังงานทดแทนได้เป็นอย่างดี

การผลิตพลังงานทดแทนจากพืชผลทางการเกษตรเหล่านี้จึงถือเป็นนโยบายหลักอันหนึ่งของรัฐบาลไทยในทุกชุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาถือว่าได้

เมื่ออุตสาหกรรมอาหารและนโยบายด้านพลังงาน มีความสำคัญอย่างมาก ในแผนพัฒนาฉบับที่ 11 จึงได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน โดยพยายามสร้างและกระตุ้นให้ภาคเกษตรมีความเข้มแข็งและช่วยให้

เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง สามารถผลิตอาหารได้เพียงพอ มีคุณภาพควบคุมไปกับการพัฒนาพลังงานทดแทนจากพืชที่เพียงพอ เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประเทศเมื่อราคาพลังงานเกิดความผันผวน รวมถึงสร้างหลักประกันรายได้ให้แก่ครัวเรือนเกษตรกรในระบบด้วย

เป้าหมายของรัฐบาลไทยที่ผ่านมาในทุกสมัย รวมถึงปัจจุบัน ได้กำหนดให้มีการผลิตเอทานอลและไบโอดีเซล ให้มีสัดส่วนที่สูงขึ้น เพื่อลดการนำเข้าและการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลเพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน โดยมีเป้าหมายเพิ่มการใช้เอทานอล และไบโอดีเซล เป็นส่วนประกอบในน้ำมันเบนซินและดีเซลไม่น้อยกว่า 9 และ 4.5 ล้านลิตรต่อวัน ภายในปี 2565 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทางการเกษตรเป้าหมายที่จะนำมาพัฒนาเป็นพลังงานทดแทน เช่น เอทานอลและไบโอดีเซลนั้น ส่วนใหญ่เป็นพืชที่สามารถใช้เป็นอาหารด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ การวางแผนเพื่อเพิ่มปริมาณให้เพียงพอ นั้นมีอยู่ 2 แนวทางหลัก คือ

ประการแรกคือ การขยายพื้นที่ปลูกให้เพิ่มขึ้น ซึ่งก็ต้องมีความระมัดระวังในการขยายพื้นที่ปลูกที่ไม่ควรเข้าไปรุกพื้นที่อื่น ๆ

ประการที่สอง การเพิ่มผลผลิตให้เพิ่มอย่างเพียงพอ โดยการพัฒนาเพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่ให้สูงขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาบูรณาการ เริ่มตั้งแต่การใช้พันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง การจัดการดิน ปุ๋ย และน้ำที่มีประสิทธิภาพให้มากขึ้น เช่น ทำให้ผลผลิตของมันสำปะหลังให้ได้ 15 - 20 ตันต่อไร่ ผลผลิตอ้อยให้ได้ 20 - 25 ตันต่อไร่ และปาล์มน้ำมันให้ได้ 5 - 10 ตันต่อไร่ ซึ่งหากได้ผลผลิตตามเป้าหมาย ก็ไม่ต้องเป็นกังวลในเรื่องของความมั่นคงทั้งด้านอาหารและพลังงานของประเทศ แต่ต้องมีการลงทุนเพิ่มปัจจัยการผลิตให้เพียงพอ

ที่สำคัญคือ ภาครัฐจะมีการวางแผนเพื่อ

“กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงได้จัดตั้ง นิคมการเกษตรพืชอาหารและพลังงานทดแทน ในสินค้า 5 ชนิด คือ ข้าว อ้อย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และปาล์มน้ำมัน”

กำหนดโซนนิ่งการปลูกพืชทั้งอาหารและพลังงานให้ชัดเจน โดยสามารถวางแผนการผลิตและการขนส่งผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ ร่วมกับการขึ้นทะเบียนเกษตรกร ที่ปลูกพืชอาหารและพลังงานให้ชัดเจน เพื่อให้ความรู้ทางวิชาการ การเข้าถึงแหล่งทุนที่พอเพียง เพื่อสร้างให้เป็น SMART FARMERS ต่อไป

จากนโยบายมาสู่การปฏิบัติ นิคมการเกษตร พืชอาหารและพลังงานทดแทน

จากแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน โดยจะส่งเสริมและกระตุ้นให้ภาคเกษตรมีความเข้มแข็ง และช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง สามารถผลิตอาหารได้เพียงพอ มีคุณภาพควบคุมไปกับการพัฒนาพลังงานทดแทนจากพืชด้วย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงได้มีโครงการจัดตั้งนิคมการเกษตรพืชอาหารและพลังงานทดแทนในสินค้า 5 ชนิด คือ ข้าว อ้อย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และปาล์มน้ำมัน ในพื้นที่ ส.ป.ก.และพื้นที่นิคมสหกรณ์ ซึ่งในการดำเนินงานในเขตนิคมสหกรณ์ โดยการจัดตั้งนิคมการเกษตรฯ ถือว่าเป็นการวางโครงสร้างการผลิตใหม่ ทั้งในด้านแหล่งน้ำสายพันธุ์พืชชนิดใหม่ๆ เพื่อให้เกิดเป็นศูนย์พืชชุมชนในนิคมการเกษตร รองรับวิกฤตอาหารและพลังงาน โดยเฉพาะเป้าหมายการผลิตพืชพลังงานทดแทน ซึ่งรัฐบาลได้ตั้งเป้าว่าต้องสามารถผลิตเอทานอลได้ 9 ล้านลิตรต่อวัน และผลิตไบโอดีเซลได้ 4.9 ล้านลิตรต่อวัน ซึ่งจะช่วยรองรับปริมาณความต้องการใช้พลังงานทดแทนที่เพิ่มมากขึ้น และลดการนำเข้า

เชื้อเพลิงจากต่างประเทศจาก 1.1 ล้านล้านบาท เหลือเพียง 4.5 แสนล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 60 ของปริมาณเชื้อเพลิงนำเข้า

สำหรับหลักเกณฑ์การจัดตั้งนิคมการเกษตร พืชอาหารและพลังงานทดแทน ทางกระทรวงเกษตร และสหกรณ์ได้วางกรอบในการดำเนินงานที่สำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ การคัดเลือกพื้นที่ และการคัดเลือก สินค้า โดยกำหนดหลักเกณฑ์ดังนี้

1. การคัดเลือกพื้นที่ มีหลักเกณฑ์ย่อยเพิ่มเติมคือ

1.1 จะต้องเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมของ แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร ทั้งแหล่งน้ำธรรมชาติและ แหล่งน้ำจากชลประทาน หรือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ/ โอกาสในการพัฒนาแหล่งน้ำและระบบชลประทาน มีคุณภาพดินเหมาะสม เน้นดำเนินการในพื้นที่เขต ปฎิรูปที่ดินฯ เขตนิคมสหกรณ์ เขตจัดรูปที่ดิน และ พื้นที่อื่นๆ ที่เหมาะสม

1.2 จะต้องเป็นพื้นที่ที่มีฐานการผลิตพืช อาหารและพืชพลังงานทดแทน หรือสินค้าเป้าหมาย เดิมอยู่แล้ว ประมาณร้อยละ 70 แต่มีความจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพ

1.3 จะต้องมีความพร้อมของเกษตรกร และชุมชน เพื่อรองรับการดำเนินงานนิคมการเกษตร การพัฒนาโครงการรวมกลุ่ม และจัดตั้งสถาบัน เกษตรกร

1.4 จะต้องเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพและ โอกาสทางการตลาด

“การดำเนินงานนิคมการเกษตรจะต้อง กำหนดกิจกรรมดำเนินงานให้สอดคล้องกับ ความต้องการของเกษตรกร โดยน้อมนำ พระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวสู่การปฏิบัติ”

2. การคัดเลือกสินค้า มีหลักเกณฑ์ย่อยเพิ่มเติม 2 ประเด็นคือ

2.1 เน้นสินค้าเกษตรที่เป็นอาหาร ทั้ง ด้านพืช ปศุสัตว์ ประมง และสินค้าพลังงานทดแทน ได้แก่ มันสำปะหลัง อ้อยโรงงาน ปาล์มน้ำมัน ข้าว และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ฯลฯ โดยกำหนดให้เป็นสินค้าหลัก ในการจัดทำนิคมการเกษตร

2.2 สนับสนุนการทำเกษตรผสมผสาน ควบคู่ไปกับสินค้าหลัก โดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบ เพื่อสร้าง รายได้ให้เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงาน/กิจกรรมของนิคม การเกษตร เพื่อสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนให้ แก่โครงการ

ในการดำเนินงานนิคมการเกษตรจะต้อง กำหนดกิจกรรมดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร โดยน้อมนำพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวสู่การปฏิบัติ ในหลักการพึ่งพาตนเอง ตามแนวทางเกษตรยั่งยืน พร้อมทั้งผลักดันให้เกษตรกร มีบทบาทและส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างสูงสุด เพื่อให้เกิดความยั่งยืนหลังจากโครงการสิ้นสุดลง

ทั้งนี้ จะมีการพิจารณาตัวชี้วัดความสำเร็จของ นิคมการเกษตร ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน เช่นกัน ได้แก่

1. ตัวชี้วัดด้านความสำเร็จของโครงการ ซึ่ง จะประกอบด้วย

1.1 **โครงสร้างพื้นฐาน** นิคมการเกษตร ต้องมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ดิน น้ำ ถนน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เพื่อให้เป็นแหล่งผลิต ที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการผลิตสินค้า เป้าหมาย ภาครัฐต้องจัดหาและพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานให้พร้อม

1.2 **องค์ความรู้** เกษตรกรที่เข้าร่วม โครงการต้องได้รับความรู้เพียงพอในการพัฒนา

กิจกรรมการผลิตและการตลาด รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ในนิคม ซึ่งภาครัฐต้องมีหน้าที่เติมองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรเพื่อสร้างความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ

1.3 การบริหารจัดการสินค้าเกษตรครบวงจร
โดยสินค้าเป้าหมายในนิคม จะต้องได้รับการบริหารจัดการที่ดีตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและเกษตรกร

1.4 การบูรณาการ สามารถวัดได้จาก ผลการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ (กิจกรรม งบประมาณ ระยะเวลา) หรือความร่วมมือในการขับเคลื่อนโครงการร่วมกัน เช่น การประชุมคณะทำงานฯ การจัดประชุม workshop เป็นต้น

2. ตัวชี้วัดด้านความสำเร็จของเกษตรกร จะประกอบด้วย

- 2.1) การยกระดับรายได้
- 2.2) คุณภาพชีวิตดีขึ้น
- 2.3) ความเข้มแข็งของเกษตรกร

ทั้งนี้ โครงการนิคมสหกรณ์การเกษตรนาร่อง ที่ได้เปิดดำเนินการไปแล้วหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็น

- นิคมสหกรณ์การเกษตรข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่ จังหวัดตาก และจังหวัดเพชรบูรณ์
- นิคมสหกรณ์การเกษตรข้าวที่ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดนครปฐม และจังหวัดนครศรีธรรมราช
- นิคมสหกรณ์การเกษตรมันสำปะหลังที่ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดจันทบุรี
- นิคมสหกรณ์การเกษตรปาล์มน้ำมัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดนครศรีธรรมราช
- นิคมสหกรณ์การเกษตรอ้อยที่ จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดกำแพงเพชร

ทั้งนี้ ในอนาคตคาดว่า นิคมสหกรณ์การเกษตร พืชอาหารและพลังงานทดแทนเหล่านี้ก็จะมีมากขึ้นมาเรื่อยๆ ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยคาดหวังว่าจะสามารถดึงศักยภาพสูงสุดของพืชเหล่านี้ออกมา เพื่อสร้างความสมดุลด้านอาหารและพลังงาน

“กิจการที่นำผลิตผลเหล่านั้นนำไปผลิต เป็นสินค้าเกษตรต่อเนื่องและพลังงานทดแทน เป็นกิจการที่บีโอไอให้การส่งเสริมฯ และเกือบทั้งหมดจะได้สิทธิประโยชน์สูงสุดด้วย”

บีโอไอเล็งเพิ่มศักยภาพการผลิตพืชอาหาร และพืชพลังงาน

การจัดตั้งนิคมการเกษตรพืชอาหารและ พลังงานทดแทนที่ถือว่าเป็นเส้นทางสู่การเพิ่ม ศักยภาพการผลิตพืชอาหารและพืชพลังงานไทย อาจ จะไม่ใช่กิจการที่บีโอไอให้การส่งเสริมโดยตรง เพราะส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยสหกรณ์ในท้องถิ่น แต่กิจการที่นำผลิตผลเหล่านั้นนำไปผลิตเป็นสินค้า เกษตรต่อเนื่องและพลังงานทดแทน เป็นกิจการที่ บีโอไอให้การส่งเสริมฯ และเกือบทั้งหมดจะได้สิทธิ ประโยชน์สูงสุดด้วย

แต่ในอนาคต ร่างยุทธศาสตร์ใหม่ที่บีโอไอ กำลังอยู่ในระหว่างนำเสนอต่อคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน มีการให้การส่งเสริมฯในรูปแบบคลัสเตอร์ ด้วย ซึ่งจะคล้ายกับรูปแบบของนิคมการเกษตรพืช อาหารและพลังงานทดแทนที่กล่าวถึงข้างต้น

นอกจากนั้น การให้สิทธิประโยชน์ในรูปแบบ คลัสเตอร์นี้จะให้สิทธิประโยชน์ที่แตกต่างจากกิจการ ทั่วไป และจะถูกออกแบบให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรม นั้นๆ ทั้งเครือข่ายด้วย ซึ่งอุตสาหกรรมอาหารและ พลังงาน ก็เป็นสองในหลายคลัสเตอร์ที่บีโอไอให้ ความสำคัญเป็นอย่างมาก 📌





อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร จาก สะควก ปลอดภัย และยั่งยืน ไปสู่ถูกและดี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

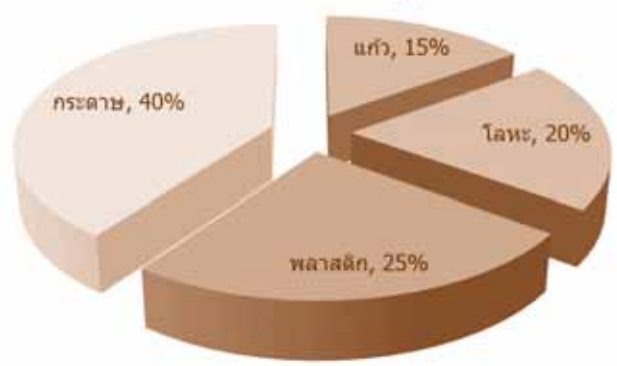


ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรซึ่งเป็นสินค้าส่งออกอันดับสองของประเทศไทยรองจากสินค้าอุตสาหกรรม และสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมอาหารก็คือ "บรรจุภัณฑ์" นอกเหนือจากการเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่บรรจุ ป้องกัน เก็บรักษาอาหารที่บรรจุอยู่ภายในแล้ว ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารหรือข้อมูลต่างๆ ไปยังผู้บริโภค และในบางครั้งเป็นตัวช่วยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น และด้วยเทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

สำหรับภาพรวมของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยนั้นสามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แก้ว โลหะ พลาสติก และกระดาษ

สัดส่วนการใช้บรรจุภัณฑ์ของไทย



ที่มา กรมการค้าต่างประเทศ รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย

บรรจุภัณฑ์แก้ว มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 15 นิยมใช้มานานและแพร่หลาย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มี

ความปลอดภัยต่อสินค้าที่บรรจุโดยเฉพาะสินค้าอาหาร เพราะป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและความชื้นได้ดี มีความคงรูปและทนความร้อนได้สูง สวยงาม สามารถใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนได้ สำหรับข้อเสียคือ มีน้ำหนักมาก แดกหักง่าย และราคาค่อนข้างสูง ขวดแก้วนิยมนำไปใช้บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม ยา และเครื่องสำอาง

บรรจุภัณฑ์โลหะ มีสัดส่วนการใช้ร้อยละ 20 มีทั้งชนิดที่ทำจากเหล็กและอะลูมิเนียม บรรจุภัณฑ์โลหะมีข้อดีในด้านความแข็งแรง ป้องกันการซึมผ่านของอากาศ แสง และจุลินทรีย์ ป้องกันน้ำและอากาศไม่ให้ซึมผ่านได้ดี จึงสามารถถนอมอาหารได้ยาวนานขึ้น แต่มีข้อเสีย คือ ขึ้นสนิมได้และมีรอยต่อหรือรั่วได้ บรรจุภัณฑ์โลหะมีหลายรูปแบบ เช่น กระป๋องเคลือบชนิดต่างๆ หลอดบีบแบบต่างๆ (Collapsible Tube) กระป๋องฉีดพ่น (Aerosol) ถัง (Drum) อะลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminium Foil) เป็นต้น ซึ่งในอุตสาหกรรมอาหารมีความต้องการใช้กระป๋องโลหะมากที่สุด โดยนำไปบรรจุอาหารทะเล ผักผลไม้แปรรูป เครื่องดื่ม และนม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเริ่มนิยมใช้พลาสติกมากขึ้น ทำให้กระป๋องโลหะมีแนวโน้มว่าจะมีการใช้ลดลง

บรรจุภัณฑ์พลาสติก มีสัดส่วนการใช้ที่ร้อยละ 25 และมีแนวโน้มที่จะมีการใช้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสามารถนำไปใช้งานได้อย่างกว้างขวาง น้ำหนักเบา ราคาถูก และสามารถดัดแปลงเป็นรูปทรงต่างๆ ตามความต้องการใช้งาน ทำให้มีการนำมาใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นๆ อย่างเช่น ขวดแก้วและกระป๋องโลหะ บรรจุภัณฑ์พลาสติกมีหลายรูปแบบ ทั้งขวดพลาสติก ถุง กระปุก ลัง กระสอบ ถาดพลาสติก ถาดโฟม นอกจากนี้ยังมีบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ที่ส่วนใหญ่นำไปใช้ห่อหุ้มอาหาร หรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ด้านนอกอีกชั้นหนึ่ง เช่น ฟิล์มหด (Shrinkable Film) และฟิล์มห่อหุ้ม (Wrapped Film) เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตใน

ปัจจุบันสามารถผลิตฟิล์มชนิดหลายชั้น (Multi-Layer Film) ที่สามารถเพิ่มคุณสมบัติในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ข้างในได้ดียิ่งขึ้น สำหรับอุตสาหกรรมที่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกส่วนใหญ่ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารซึ่งมีการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับวัสดุอื่นๆ รองลงมาได้แก่ อุตสาหกรรมเคมี

บรรจุภัณฑ์กระดาษ มีสัดส่วนการใช้มากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 40 เนื่องจากกระดาษมีข้อดีคือ มีราคาถูก น้ำหนักเบา และย่อยสลายได้ง่าย จึงสามารถนำมารีไซเคิลได้ ซึ่งก็เข้ากับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน โดยบรรจุภัณฑ์กระดาษแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ กล่องกระดาษ และถุงกระดาษ และมีรูปแบบหลากหลาย เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก กล่องกระดาษแข็ง ถุงกระดาษหลายชั้น ถุงกระดาษชั้นเดียว อย่างไรก็ตาม กระดาษก็มีข้อเสียคือ ฉีกขาด สามารถตัด พับ และงอได้ง่าย รวมทั้งไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำ อากาศและความชื้นได้ดีนัก ในปัจจุบันจึงมีการนำกระดาษไปเคลือบด้วยฟิล์มพลาสติกหรือสารเคมีต่างๆ เพื่อลดจุดด้อยในเรื่องนี้

“อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้บรรจุภัณฑ์มากที่สุด ประมาณร้อยละ 60 ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตทั้งหมด”

อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้บรรจุภัณฑ์มากที่สุด (ประมาณร้อยละ 60 ของปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตทั้งหมด) โดยบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุแต่ละประเภท ทั้ง แก้ว โลหะ พลาสติก และกระดาษ ต่างก็มีจุดเด่นให้เลือกใช้งาน แต่ในขณะเดียวกันก็มีจุดด้อยแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการรักษาผลิตภัณฑ์ที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ชนิดนั้นๆ แนวโน้มของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท จึงเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะลด

ข้อบกพร่องของบรรจุภัณฑ์ชนิดนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ความต้องการของผู้บริโภค กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ และที่จะขาดไม่ได้เลยก็คือ ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3 ปัจจัยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร สะดวก ปลอดภัย และยั่งยืน

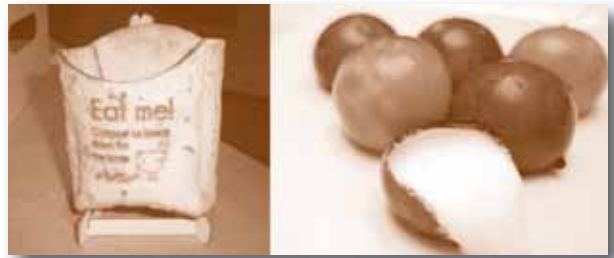
เว็บไซต์ fooddive.com ได้ระบุว่าจากงาน Pack Expo 2013 ซึ่งเป็นงานนิทรรศการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุด ได้เห็นถึงแนวโน้มสำคัญ 3 ประการ ที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร คือ ความสะดวกในการพกพา (Portability) ความปลอดภัย (Safety) และความยั่งยืน (Sustainability)

ความสะดวกในการพกพา (PORTABILITY)

ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป ผู้คนมีความเร่งรีบมากขึ้น การรับประทานอาหารบนรถหรือระหว่างเดินทางไปทำงานเป็นเรื่องปกติ ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมองหาสิ่งใหม่ๆ ที่จะมาตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบนี้ จึงมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารที่ใช้งานสะดวกทั้งในการพกพาและใช้งาน รวมไปถึงความสะดวกในการจัดเก็บและขนส่งด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดบรรจุสำหรับการใช้ครั้งเดียว หรือแม้แต่บรรจุภัณฑ์ประเภทที่ปิดผนึกได้ (Re-Sealable Pouch) เช่น ถุงซีลล็อก บรรจุภัณฑ์แบบตั้งได้ (Stand up Pouch) ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เพราะสามารถบีบให้เป็นรูปแบบได้หลากหลาย บางครั้งมีการคิดจุกเพื่อให้สะดวกในการนำสินค้าออกมาใช้ (Dispenser) สามารถเปิดแล้วปิดใหม่ได้ และมีรูปแบบของฝาปิดหลากหลายสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วย และล่าสุดยังมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบรับประทานได้ (Edible Packaging) ด้วย



บรรจุภัณฑ์แบบ Re-Sealable Pouch และแบบตั้งได้ (Stand up Pouch)



บรรจุภัณฑ์แบบรับประทานได้ (Edible Packaging)

สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบพกพาที่เราพบเห็นได้มากที่สุด จะพบในอุตสาหกรรมอาหารประเภทอาหารว่าง เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์นม ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถเก็บไว้ในสภาพบรรยากาศห้อง (Room Atmosphere) โดยไม่จำเป็นต้องเก็บในตู้เย็น

**“ความสะดวกของอาหาร
ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึง
ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร”**

ความปลอดภัย (SAFETY)

ความปลอดภัยของอาหารยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารและผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์เองต่างก็ต้องค้นหาวิธีการ

ที่จะยกระดับหรือพัฒนาคุณภาพทางค่านนี้ เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ป้องกันออกซิเจนและความชื้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์คงความสดใหม่เป็นเวลานาน และที่สำคัญที่สุดคือ ป้องกันการปนเปื้อนของผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ การใช้วัสดุชนิดใหม่ หรือการใช้เทคนิคหรือกระบวนการผลิตแบบใหม่ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร สุขภาพและความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งกระบวนการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จะมีความพิเศษ เช่น ฟิล์มที่มีอัตราซึมผ่านสูง หรือที่รู้จักกันว่า **"Breathable Film"** เพื่อใช้ในการห่อบรรจุผัก ผลไม้ ดอกไม้ การบรรจุแบบปลอดเชื้อ (Aseptic Packaging) การบรรจุแบบปรับอากาศ (Modified Atmosphere Packaging หรือ MAP) การใช้บรรจุภัณฑ์แอคทีฟ (Active Packaging) เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์สำหรับการบรรจุแบบปลอดเชื้อ (Aseptic Packaging) โดยทั่วไปวัสดุที่ใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับการบรรจุแบบปลอดเชื้อ จะประกอบด้วยวัสดุไม่น้อยกว่า 2 ประเภท โดยวัสดุแต่ละอย่างจะมีคุณสมบัติเด่นที่แตกต่างกัน เช่น บรรจุภัณฑ์ถุงในกล่อง (Bag in Box) ตัวบรรจุภัณฑ์มักจะเป็นการเคลือบ (Laminate) ของฟิล์มพลาสติกชนิดต่างๆ เช่น EVA, Metalized Film และ LDPE เพื่อประสานคุณสมบัติแต่ละชั้นให้ได้คุณสมบัติรวมตามต้องการของตัวบรรจุภัณฑ์และสินค้า ตัวถุงที่ได้จะมีความเหนียว ทนการทิ่มทะลุได้ (Puncture - Resistant) และต้านการซึมผ่าน



บรรจุภัณฑ์ถุงในกล่อง (Bag in Box)



บรรจุภัณฑ์แบบปลอดเชื้อ (Aseptic Packaging)

(Barrier) ทำยที่สุดโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ยังต้องสามารถปิดผนึกได้อย่างสมบูรณ์ (Hermetically Sealed container)

บรรจุภัณฑ์สำหรับการบรรจุแบบคัดแปลงบรรยากาศ (Modified Atmosphere Packaging MAP) เป็นเทคนิคการถนอมอาหารหรือยืดอายุการเก็บอาหารสด หรืออาหารที่แปรรูปโดยการบรรจุอาหารในบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับสัดส่วนบรรยากาศภายในให้มีอัตราส่วนของก๊าซชนิดต่างๆ แตกต่างไปจากบรรยากาศปกติ โดยสัดส่วนของก๊าซที่ใช้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามระยะเวลา อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งชนิดของผลิตภัณฑ์และชนิดของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ MAP มักใช้กับอาหารแช่เย็น เช่น อาหารสด เนื้อสด ผักผลไม้สด หรือผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการการแปรรูปอาหารหรือทำให้สุก (Cooking) มาแล้ว แล้วนำมาแช่เย็น (Chilled Food) หลังการบรรจุในบรรจุภัณฑ์แล้วจะเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำ (Cold Storage)



บรรจุภัณฑ์แบบคัดแปลงบรรยากาศ (Modified Atmosphere Packaging)

บรรจุภัณฑ์แอคทีฟ (Active Packaging) คือบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ปกป้องอาหาร และขณะเดียวกันจะช่วยควบคุมสภาพบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ โดยการยอม หรือ สกัดกั้นการแพร่ของก๊าซต่างๆ ที่ผ่านเข้า-ออกจากบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมตามความต้องการของอาหารหรือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อยืดอายุการวางจำหน่าย (Shelf Life) และรักษาคุณภาพ โดยในการควบคุมส่วนประกอบของบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ จะใช้สารเคมี ได้แก่ สารดูดออกซิเจน สารดูดกลิ่น สารดูดความชื้น หรือ สารยับยั้งจุลินทรีย์ เป็นต้น



บรรจุภัณฑ์แอคทีฟ (Active Packaging)

ความยั่งยืน

บรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืน (Sustainable Packaging) ยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่ชัด และยังไม่มีการเปรียบเทียบบังคับหรือข้อกำหนดใดขึ้นมา แต่ก็ได้มีการตีความว่าการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืนเป็นการผลิตโดยให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด กล่าวคือ ผลิตจากวัสดุที่มีแหล่งที่มาที่มีความรับผิดชอบ ประหยัดทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าโดยออกแบบให้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยตลอดช่วงวงจรของการใช้งาน และมีข้อมูลครบถ้วน ขณะเดียวกันก็มีคุณสมบัติตามกลไกตลาดคือ มีราคาที่เหมาะสม ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายและในการขนส่ง ซึ่งคงต้องกล่าวถึงแนวโน้มสำคัญ 2 ประการคือการรีไซเคิล และพลาสติกชีวภาพ

“นอกจากการใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้มาผลิตแล้ว พลาสติกรีไซเคิลจะถูกนำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มากขึ้น”

การรีไซเคิล นอกเหนือไปจากลดการใช้ให้น้อยลง (Reduce) และการนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) แล้ว การรีไซเคิลก็มีความสำคัญไม่แพ้กันสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และมีแนวโน้มจะมีมากขึ้นในอนาคต สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ นอกจากการใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้มาผลิตแล้ว พลาสติกรีไซเคิลจะถูกนำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มากขึ้น โดยมีการพัฒนากระบวนการและค้นหาเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการรีไซเคิลพลาสติกให้หลากหลายและเปลี่ยนเป็นเม็ดพลาสติกที่มีคุณภาพสูง สำหรับพลาสติกรีไซเคิลที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารในปัจจุบัน เช่น RPET (Recycle Polyethylene Terephthalate) ซึ่งผ่านกระบวนการกำจัดสิ่งเจือปน (Decontamination Process) เพื่อให้ได้เรซิน PET ชนิดรีไซเคิลที่มีความบริสุทธิ์สูงและสามารถสัมผัสอาหารได้

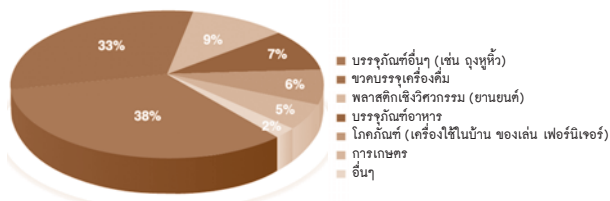
การสร้างตระหนักถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับพลาสติกรีไซเคิลมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนากระบวนการและขั้นตอนในการเก็บและการคัดแยกขยะ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของกระบวนการรีไซเคิล อีกปัจจัยหนึ่งที่จะสนับสนุนมีการนำพลาสติกมารีไซเคิลมากขึ้นได้



ถาดพลาสติกจากเม็ดพลาสติก PET รีไซเคิล

พลาสติกชีวภาพ มีแนวโน้มจะมีปริมาณการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าตลาดพลาสติกชีวภาพจะมีการเติบโตสูงในปี 2558 มีมูลค่ามากกว่า 6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และจะเพิ่มเป็น 12.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2568 โดยมากกว่าร้อยละ 70 ของพลาสติกชีวภาพถูกนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ในปี 2568 คาดว่าจะมีการใช้พลาสติกชีวภาพในอุตสาหกรรมยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันซึ่งมีการนำไปใช้ประมาณร้อยละ 10 เป็นมากกว่าร้อยละ 25 เนื่องมาจากศักยภาพในการทำกำไรค่อนข้างสูง ทั้งนี้ นวัตกรรมความต้องการของผู้บริโภคและข้อกำหนดทางกฎหมาย จะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดพลาสติกชีวภาพ

สัดส่วนของกำลังการผลิตพลาสติกชีวภาพของโลก ในปี 2554 แบ่งตามการใช้งาน



ที่มา European Bioplastic facts and gures (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2555)

พลาสติกชีวภาพ ยังมีการใช้ไม่แพร่หลายนัก และยังมีผู้ผลิตน้อยราย อันเนื่องมาจากต้นทุนและราคาที่สูง เมื่อเทียบกับพลาสติกที่มาจากปิโตรเลียม การลดต้นทุนสามารถทำได้ถ้ามีปริมาณการใช้งานมากขึ้น และการใช้วัตถุดิบราคาถูกในกระบวนการผลิต นอกจากนี้การปรับปรุงสมบัติเชิงเทคนิคของพลาสติกชีวภาพเพื่อให้ใช้งานได้กว้างขึ้นก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ และที่สำคัญที่สุดคือ การสร้างความ



ตระหนักให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของพลาสติกชีวภาพในด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันหลายๆ ประเทศก็เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ จึงมีการคาดการณ์ว่าพลาสติกชีวภาพจะมีส่วนแบ่งในตลาดพลาสติกเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25-30 ภายในปี 2563 และแน่นอนว่าอุตสาหกรรมที่จะนำไปใช้มากที่สุดก็คือ อุตสาหกรรมอาหาร ที่เป็นดาวเด่นสำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้นำทางด้านการผลิตและส่งออกอาหารของโลก ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) ทำให้ในอนาคตอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จะยังคงมีการขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามไปด้วย และเราจะได้เห็นบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ ด้วยคุณสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม ในราคาที่ถูกลง และในขณะเดียวกันก็เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นในตลาดมากขึ้นอย่างแน่นอน

ที่มา สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ฝ่ายเทคโนโลยีอาหาร กรมการค้าต่างประเทศ และกรมส่งเสริมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สถาบันพลาสติก
<http://www.fooddive.com/>
<http://www.foodnetworksolution.com/>





โฟล์คกับเป้าหมาย AEC

บริษัท โฟล์คสวาเก้น มีประวัติความเป็นมาอันน่าศึกษา โดยเฉพาะความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ของรถ "Beetle" หรือ "เต่าทอง" ซึ่งกลายมาเป็นรถยนต์อมตะของคนทั่วโลก แม้จะเข้าสู่ยุคตกต่ำเมื่อ 10 - 20 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากไม่มีรถยนต์รุ่นใดที่จะมาทดแทนรถยนต์เต่าทองได้

โฟล์คสวาเก้นได้กลับมายิ่งใหญ่อีกครั้งหนึ่ง และกลายเป็นบริษัทผลิตรถยนต์ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก แต่หากนับเฉพาะรถยนต์นั่งส่วนบุคคลแล้ว กลุ่มโฟล์คสวาเก้นนับเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในโลก และมีเป้าหมายจะเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในโลกภายในปี 2561 แต่การบรรลุเป้าหมายนี้ได้ จะต้องกำจัดคู่แข่งที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำมากในกลุ่ม AEC



เป็นผู้ผลิตรถเก่งรายใหญ่ที่สุดในโลก

อุตสาหกรรมรถยนต์ของโลกเป็นการแข่งขันระหว่าง 3 กลุ่มบริษัทยักษ์ใหญ่ที่มียอดขายใกล้เคียงกันมาก คือ กลุ่มโตโยต้า กลุ่มจีเอ็ม และกลุ่มโฟล์คสวาเก้น โดยจากสถิติเมื่อปี 2555 โตโยต้ามียอดขายมากอันดับ 1 ของโลก จำนวน 10.1 ล้านคัน รองลงมาคือ จีเอ็ม 9.29 ล้านคัน โฟล์คสวาเก้น 9.25 ล้านคัน ฮุนได 7.4 ล้านคัน และฟอร์ด 5.6 ล้านคัน

อนึ่ง หากวัดเฉพาะการผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลแล้ว โฟล์คสวาเก้นเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 1 ของโลก โดยในปี 2555 ผลิตมากถึง 8.6 ล้านคัน รองลงมาคือ โตโยต้า 8.3 ล้านคัน ฮุนได 6.8 ล้านคัน จีเอ็ม 6.6 ล้านคัน และฮอนด้า 4.1 ล้านคัน

ผลิตรถยนต์ใหญ่ที่สุดของโลก ไกลแค่เอื้อม

กลยุทธ์สำคัญของโฟล์คสวาเก้นตามแผนยุทธศาสตร์ Strategy 2018 คือ ก้าวสู่ผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในโลกภายในปี 2561 ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ไม่ไกลเกินเอื้อม เนื่องจากมีความพร้อม และแข็งแกร่งมากในด้านต่างๆ

ประการแรก ด้านยุทธศาสตร์ที่ยืดหยุ่น ทำให้การผลิตมีต้นทุนต่ำ รถยนต์แบบต่างๆ ของ

กลุ่มโพล์คสวาเกินสามารถใช้แพลตฟอร์ม และชิ้นส่วนต่างๆ ร่วมกัน ทั้งๆ ที่เจาะคนละตลาด และมีสมรรถนะแตกต่างกันมาก ช่วยลดต้นทุนลงได้มาก โดยนับเป็นบริษัทรถยนต์ที่ดีเยี่ยมที่สุดในโลกสำหรับยนตรกรรมในด้านนี้

ประการที่สอง มีแบรนด์รถยนต์มากมาย ตั้งแต่ตลาดบนถึงตลาดล่าง โดยเฉพาะแบรนด์โพล์คสวาเกินเท่านั้น แต่รวมถึงออคี้ ปอร์เช่ แมน สแกนเนีย เบนท์ลีย์ เซียท สโกค้ำ บูกาคิ ลัมบอร์จินิ ฯลฯ รวมถึงรถจักรยานยนต์คูาคิอีกด้วย

ประการที่สาม ด้านนวัตกรรม ปัจจุบันโพล์คสวาเกินนับเป็นบริษัทรถยนต์ที่ใช้จ่ายในด้านวิจัย และพัฒนา มากที่สุดในโลก จากสถิติที่รวบรวมโดยบริษัทที่ปรึกษา Booz & Company ของสหรัฐอเมริกา ได้ประมวลข้อมูลการใช้จ่ายด้านวิจัย และพัฒนาในช่วงเดือน มิถุนายน 2555 - มิถุนายน 2556 พบว่าบริษัทรถยนต์โพล์คสวาเกินใช้จ่ายมากอันดับ 1 ของโลก คือ 11.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ รองลงมาคือ ซัมซุง 10.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ บริษัท ผลิตยาโรช 10.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ บริษัท อินเทล 10.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ บริษัท ซอฟต์แวร์ไมโครซอฟต์ 9.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ บริษัท ไคโยค้ำ 9.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

สำหรับการวิจัย และพัฒนาของโพล์คสวาเกิน นอกจากจะเน้นพัฒนารถยนต์ให้มีสมรรถนะและความปลอดภัยสูงขึ้น รวมถึงสะดวกสบายมากขึ้น เช่น ระบบเตือนภัยให้รถยนต์แล่นอยู่ในเลน ระบบตรวจสอบการอ่อนเพลียหรือ่วงนอน ระบบช่วยจอด ฯลฯ

นอกจากนี้ ยังวิจัยเพื่อลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม โดยประสบผลสำเร็จในการพัฒนารถยนต์ให้สามารถลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยเฉลี่ยจาก 159 กรัม/กิโลเมตร ในปี 2550 เหลือ 134 กรัม/กิโลเมตร ในปี 2555 และเป้าหมายจะต้องลดลงให้เหลือ 120 กรัม/กิโลเมตร ภายในปี 2558 ตาม

กฎระเบียบของสหภาพยุโรป ยิ่งไปกว่านั้น กำหนดลดลงเหลือ 95 กรัม/กิโลเมตร ภายในปี 2563

โพล์คสวาเกินได้พัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น พัฒนาน้ำหนักของรถยนต์ให้เบาลง โดยใช้วัสดุทดแทนที่มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรงสูงมาใช้ เช่น คาร์บอนไฟเบอร์ รวมถึงพัฒนาเครื่องยนต์แบบใหม่ ซึ่งมี 4 สูบ เมื่อเครื่องเดินปกติ แต่กรณีเมื่อเครื่องยนต์ต้องการกำลังน้อย เช่น จอด หรือแล่นช้าๆ ลูกสูบที่ 2 และ 3 จะหยุดการทำงานโดยอัตโนมัติ

“โพล์คประกาศจะก้าวสู่อันดับ 1 ของโลก ในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าภายในปี 2561”

นอกจากนี้ ยังได้วิจัย และพัฒนารถยนต์ไฟฟ้า รถยนต์ไฮบริด ทั้งนี้ แม้ปัจจุบันการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าของโพล์คสวาเกินจะตามหลังคู่แข่ง เช่น จีเอ็ม โตโยต้า นิสสัน ฯลฯ หลายช่วงตัว แต่ผู้บริหารของโพล์คสวาเกินได้ประกาศเมื่อกลางปี 2556 เกี่ยวกับเป้าหมายจะก้าวสู่อันดับ 1 ของโลก ในการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าภายในปี 2561



แข็งแกร่งแทบทุกตลาด

ขณะเดียวกันโฟล์คสวาเก้นแข็งแกร่งในตลาดต่างๆ กล่าวคือ จีนซึ่งเป็นตลาดรถยนต์ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ละปีมียอดขาย 18.8 ล้านคัน ครองส่วนแบ่งตลาดมากถึงร้อยละ 20.8 ซึ่งอันดับ 1 กับค่ายจีเอ็ม (กรณีรวมยอดขายรถยนต์ยี่ห้อวูหลิงที่จีเอ็มร่วมทุนกับจีน) อย่างสูสี

บริษัท โฟล์คสวาเก้น ได้พยายามขอซื้อหุ้นของฝ่ายจีน เพื่อถือหุ้นในบริษัททั้งสิ้น เพื่อให้มีความเป็นอิสระในการบริหารโรงงาน ซึ่งจำเป็นมากในการลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพรถยนต์ อย่างไรก็ตาม การเจรจากับฝ่ายจีนยังไม่ประสบผลสำเร็จ

ขณะที่ทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งนับเป็นตลาดใหญ่อันดับ 2 ของโลก ขนาด 17.2 ล้านคัน กลุ่มโฟล์คสวาเก้นมีส่วนแบ่งร้อยละ 4.9 แม้ค่อนข้างน้อย แต่ก็ได้คิดการใหญ่ ด้วยการก่อสร้างโรงงานประกอบรถยนต์แห่งใหม่ที่รัฐเทนเนสซี พร้อมกับออกแบบรถยนต์พัสดุนวัตกรรมใหม่สำหรับตลาดรถยนต์ทวีปอเมริกาเหนือโดยเฉพาะ เพื่อแข่งขันในตลาดรถยนต์ขนาดกลางกับคู่แข่งสำคัญจากค่ายญี่ปุ่น คือ โตโยต้า คัมรี และฮอนด้า แอคคอร์ด

“ตลาดเอเชียแปซิฟิก นับเป็นจุดอ่อนสำคัญ”

สำหรับตลาดเอเชียแปซิฟิก (ไม่รวมจีน) ตลาดใหญ่อันดับ 3 ของโลก ขนาด 14.8 ล้านคัน นับเป็นจุดอ่อนสำคัญ มีส่วนแบ่งเพียงร้อยละ 2.4 โดยในจำนวนนี้ครอบคลุมถึง AEC ด้วย ซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 1

ส่วนตลาดยุโรปตะวันตกที่ใหญ่อันดับ 4 ของโลก จำนวน 13.2 ล้านคัน มีส่วนแบ่งตลาดมาเป็นอันดับ 1 มากถึงร้อยละ 24.4 โดยในระยะเวลาที่ผ่านมาส่วนแบ่งตลาดยุโรปตะวันตกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากเดิมเพียงร้อยละ 18 ในปี 2548

ขณะที่ทวีปอเมริกาใต้ ตลาดใหญ่อันดับ 5 ของโลก 5.8 ล้านคัน ครองส่วนแบ่งค่อนข้างมากคือร้อยละ 19.6 ยุโรปกลาง และยุโรปตะวันออก ตลาดใหญ่อันดับ 6 ของโลก 4.3 ล้านคัน ครองส่วนแบ่งค่อนข้างมากเช่นกันคือ ร้อยละ 15.4

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ปัจจุบันยุโรปเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ แต่ไม่กระทบต่อโฟล์คสวาเก้นมากนัก เนื่องจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของเยอรมนี ซึ่งเป็นบ้านเกิดเมืองนอน และตลาดสำคัญ ยังนับว่าค่อนข้างดี ประกอบกับยอดขายนอกยุโรปเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60 ของทั้งหมด

นอกจากนี้ โฟล์คสวาเก้นยังพยายามสร้างวิกฤตเป็นโอกาส โดยจากการที่บริษัทรถยนต์ในยุโรปรายอื่นๆ โดยเฉพาะเฟียต และเปอร์โยต์ มีฐานะการเงินไม่ดีนัก ทำให้เป็นโอกาสที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดในยุโรปให้มากขึ้น โดยใช้มาตรการต่างๆ เช่น ลดเงินคาวน์หรือลดดอกเบี้ย รวมถึงหาโอกาสซื้อกิจการของคู่แข่งในราคาถูก เป็นต้นว่า ได้เสนอซื้อรถยนต์อัลฟาโรมีโอจากบริษัทเฟียต แต่ได้รับการปฏิเสธที่จะขาย



แยกทางกับซูซูกิ

ในระยะเวลาที่ผ่านมา โฟล์คสวาเก้นได้จ่ายเงิน 1.7 พันล้านยูโร หรือประมาณ 8 หมื่นล้านบาท เมื่อเดือนมกราคม 2552 เพื่อเข้าไปซื้อหุ้นร้อยละ 19.9 ในบริษัท ซูซูกิมอเตอร์ ของญี่ปุ่น เพื่อหวังใช้ฐาน

การผลิตของซูซูกิในทวีปเอเชีย โดยเฉพาะในอินเดีย ซึ่งซูซูกิแข็งแกร่งมาก รวมถึงใน AEC เพื่อประกอบรถยนต์โฟล์คสวาเก้น ขณะเดียวกันโฟล์คสวาเก้นจะตอบแทนแก่ซูซูกิในรูปแบบสนับสนุนด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านประหยัดเชื้อเพลิง

หาก 2 บริษัทร่วมมือเป็นพันธมิตรกันแล้ว จะเป็นกลุ่มรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกแข่งหน้าโตโยต้า และจีเอ็มอย่างชัดเจน เนื่องจากยอดผลิตรถยนต์โฟล์คสวาเก้น 9.25 ล้านคัน ในปี 2555 เมื่อรวมกับซูซูกิอีก 2.89 ล้านคัน จะรวมเป็น 12.14 ล้านคัน นำห่างโตโยต้า 10.1 ล้านคัน และจีเอ็ม 9.29 ล้านคัน

แต่ทั้ง 2 บริษัท ร่วมมือเป็นพันธมิตรในช่วงสั้นๆ เท่านั้น โดยเมื่อเดือนกันยายน 2554 โฟล์คสวาเก้นได้กล่าวหาซูซูกิได้ละเมิดข้อตกลงการร่วมมือเป็นพันธมิตร เนื่องจากได้ไปจัดหาเทคโนโลยีเครื่องยนต์ดีเซลจากบริษัทรถยนต์เพียงคนเดียวที่จัดหาจากโฟล์คสวาเก้น

จากนั้นเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2554 ซูซูกิได้ประกาศขอแยกทาง เนื่องจากเห็นว่าความร่วมมือกับโฟล์คสวาเก้นไม่ใช่เป็นแบบพันธมิตรอย่างเท่าเทียมกันแต่อย่างใด แต่โฟล์คสวาเก้นได้ปฏิบัติกับซูซูกิเสมือนกับว่าเป็นบริษัทลูกของตนเอง นอกจากนี้ ยังไม่ได้สนับสนุนในด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับเครื่องยนต์ไฮบริดให้กับตนเองตามที่ได้เคยสัญญาเอาไว้

ซูซูกิได้ฟ้องร้องขอให้โฟล์คสวาเก้นขายหุ้นที่ถือร้อยละ 19.9 คืนแก่ซูซูกิ แต่โฟล์คสวาเก้นปฏิเสธที่จะขายคืน ดังนั้น จึงส่งเรื่องนี้ให้กระบวนการอนุญาโตตุลาการเป็นผู้ตัดสิน

ตกลงไม่ได้กับโปรตอน

จากการที่ AEC เป็นจุดอ่อนสำคัญที่สุด โฟล์คสวาเก้นจึงพยายามกำจัดจุดอ่อนอย่างเต็มที่ แต่การดำเนินการในระยะที่ผ่านมายังเป็นแบบกล้าๆ กลัวๆ จึงยังไม่ได้ลงทุนก่อตั้งฐานผลิตในภูมิภาคนี้ ทำให้ไม่สามารถที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้ เนื่องจากต้นทุน

การผลิตสูง ประกอบการนำเข้าต้องเสียอากรขาเข้าสูงมาก ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ ทั้งๆ ความจริงแล้วประชาชนใน AEC ชื่นชอบโฟล์คสวาเก้นในฐานะยন্ত্রกรรมเยอรมนี โดยเฉพาะรถตู้ได้รับความนิยมอย่างมาก

ทั้ง 2 บริษัทได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจเมื่อเดือนตุลาคม 2547 ว่าบริษัท โฟล์คสวาเก้น จะเข้าไปถือหุ้นในบริษัท โปรตอน และใช้โรงงานแห่งใหม่ของบริษัท โปรตอน คือ โรงงาน Tanjung Malim ผลิตรถยนต์โฟล์คสวาเก้นเพื่อจำหน่ายทั้งในตลาดประเทศมาเลเซีย และเพื่อเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก

หากการเจรจาประสบผลสำเร็จ จะเป็นผลดีสำหรับทั้ง 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายโฟล์คสวาเก้นได้มีโอกาสใช้โรงงานประกอบรถยนต์ขนาดใหญ่ของเพื่อแก้ไขจุดอ่อนสำคัญของโฟล์คสวาเก้น กล่าวคือ ไม่มีฐานการผลิตในเอเชียภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีส่วนแบ่งตลาดน้อยมากในภูมิภาคนี้

ขณะเดียวกันบริษัท โปรตอน ก็จะได้รับเทคโนโลยีอันทันสมัย สามารถนำกำลังผลิตที่เกินความต้องการมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า แทนที่จะทิ้งไปโดยเปล่าประโยชน์ จะช่วยลดต้นทุนการผลิตลงไปได้มาก รวมถึงสามารถอาศัยเครือข่ายทางการตลาดของบริษัท โฟล์คสวาเก้น ในการส่งออกรถยนต์ที่ประกอบในประเทศมาเลเซีย

แต่การเจรจาในรายละเอียดไม่ประสบผลสำเร็จ โดยบริษัท Khazanah Nasional ซึ่งเป็นกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติของรัฐบาลมาเลเซีย ซึ่งในขณะนั้นเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ร้อยละ 42.75 ในบริษัท โปรตอน รวมถึงกองทุนบำเหน็จบำนาญแห่งชาติ (Employees Provident Fund - EPF) ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 10.78 และบริษัทน้ำมันแห่งชาติ Petroliam Nasional Bhd (Petronas) ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 7.85 ยังคงต้องการให้บริษัท โปรตอน ยังคงบริหารงานอย่างเป็นอิสระภายหลังบริษัท โฟล์คสวาเก้น เข้ามาถือหุ้นใหญ่

“โฟล์คสวาเก้น ยืนยันว่า จะต้องมีอำนาจเด็ดขาดในการบริหาร”

ขณะที่บริษัท โฟล์คสวาเก้น แม้ตกลงยอมลดสัดส่วนที่จะเข้าไปถือหุ้นในบริษัท โปรตอน จากร้อยละ 51 เหลือร้อยละ 49 แต่ยังคงยืนยันว่าจะต้องมีอำนาจเด็ดขาดในการบริหารงานบริษัท โปรตอน ทำให้ฝ่ายมาเลเซียได้ตอบปฏิเสธเงื่อนไขข้างต้น ดังนั้นบริษัท โฟล์คสวาเก้น จึงได้ประกาศเมื่อต้นเดือนมกราคม 2549 ยกเลิกการเจรจาเพื่อร่วมทุนในบริษัท โปรตอน



อนึ่ง ปัจจุบันบริษัท DRB - HICOM ของมาเลเซีย ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของบริษัท โปรตอน ได้ลงนามในสัญญาความร่วมมือกับบริษัท โฟล์คสวาเก้นของเยอรมนีเมื่อปี 2553 ในการใช้ฐานผลิตเดิมของตนเองที่เมือง Pekan ในรัฐปาหัง ซึ่งมีกำลังผลิต 90,000 คัน/ปี กำหนดในช่วงแรกจะประกอบรถยนต์โฟล์คสวาเก้นรุ่น Passat และ Jetta เพื่อจำหน่ายในประเทศก่อน จากนั้นเริ่มผลิตเพื่อส่งออกนับตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไป

คาดตั้งฐานผลิตในอินโดนีเซีย รุก AEC

การไม่มีฐานผลิตของตนเอง ทำให้ล้มเหลวในตลาด AEC โฟล์คสวาเก้นจึงได้ประกาศเมื่อกลางปี 2556 ที่จะจัดตั้งฐานการผลิตของตนเองขึ้นใน AEC เร็วๆ นี้ เพื่อบุกตลาดภูมิภาคนี้อย่างจริงจัง ทั้งนี้ มีการคาดหมายว่าจะจัดตั้งในอินโดนีเซียหรือไม่ก็ไทย แต่น่าจะเป็นอินโดนีเซียมากกว่า เนื่องจากมีประชากรมากถึง 240 ล้านคน และกำลังจะก้าวขึ้นเป็นตลาดรถยนต์ขนาดใหญ่อีกหนึ่งแห่งของโลกในอนาคต ซึ่งหากจัดตั้งขึ้นจริงแล้วก็จะทำให้อินโดนีเซียกลายเป็นฐานการผลิตรถยนต์สำคัญอีกแห่งหนึ่งใน AEC เคียงคู่กับประเทศไทย





อินโดและเวียดนาม ก้าวสู่มหาอำนาจเหล็กในเออีซี

เดิมเออีซีไม่มีอุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำที่ใช้สินแร่เหล็กเป็นวัตถุดิบและใช้เทคโนโลยีระดับแนวหน้าของโลกแต่อย่างใด โดยโรงถลุงเหล็กที่มีอยู่มีขนาดเล็กมากและความสามารถในการแข่งขันต่ำ หรือมีเดิมนั้นก็เป็นการผลิตเหล็กจากเศษเหล็กโดยใช้เตาหลอมไฟฟ้า



เตาถลุงเหล็ก Blast Furnace ของบริษัท ปอัสโก ในเกาหลีใต้

เดิมเออีซีไม่มีเทคโนโลยี BF/BOF

สำหรับการผลิตเหล็กต้นน้ำมีเทคโนโลยีหลักคือ Blast Furnace/Basic Oxygen Furnace (BF/BOF) เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก กำลังผลิตปกติจะมีขนาดเกินกว่า 3 ล้านตัน/ปี เดิมเออีซียังไม่มีโรงถลุงเหล็กเทคโนโลยี BF/BOF ที่มีขนาดใหญ่และมาตรฐานสากลแต่อย่างใด

การผลิตเหล็กตามเทคโนโลยี BF/BOF ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนหลัก

ขั้นตอนแรก คือ เป็นการผลิตเหล็ก (Iron Making) โดยนำวัตถุดิบ เช่น สินแร่เหล็ก ถ่านโค้ก ไปเผาในเตา Blast Furnace (BF) ซึ่งบางครั้งเรียกกันในภาษาไทยว่า "เตาพ่นลม" หรือ "เตาถลุงทรงสูง" มีลักษณะเป็นเตาคั้งและป่องตรงกลาง ก่อสร้างด้วยอิฐทนไฟ ภายใต้อุณหภูมิสูงถึง 1,000 องศาเซลเซียส จะเรียกว่าเหล็กถลุงหรือเหล็กหมู (Pig Iron)

ขั้นตอนที่สอง เป็นการผลิตเหล็กกล้า (Steel Making) เนื่องจากเหล็กเหลวที่ได้รับจากขั้นตอนแรก มีคาร์บอนแทรกตัวในรูปกราไฟต์จำนวนมาก ทำให้เหล็กมีลักษณะเปราะและยากที่จะแปรรูปไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ จำเป็นต้องมาแปรรูปให้เป็นเหล็กกล้า

เพื่อให้มีคุณสมบัติตามต้องการ กระบวนการนี้ส่วนใหญ่จะใช้เตา Basic Oxygen Furnace (BOF) โดยนำเหล็กที่หลอมเหลวและเศษเหล็ก (ปกติจะมีสัดส่วนเหล็กเหลวร้อยละ 75 และเศษเหล็กร้อยละ 25) เข้าไปในเตา Basic Oxygen Furnace และจะเป่าก๊าซออกซิเจนจากส่วนบนเข้าไปในเตา เพื่อให้ออกซิเจนรวมตัวกับคาร์บอนและสิ่งเจือปนต่างๆ เพื่อขจัดออกไปจากเนื้อเหล็ก



ไทยไปไม่ถึงดวงดาว

ความจริงแล้วไทยเป็นมหาอำนาจในอุตสาหกรรมเหล็กของเอเชีย เนื่องจากมีอุตสาหกรรมเหล็กชั้นกลาง น้ำแข็งแรงแรงที่สุด ทั้งการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็น เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กไรสนิมรีดเย็น เหล็กก่อสร้าง ฯลฯ และมีศักยภาพสูงในเอเชียในการก่อตั้งอุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำ เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศระดับสูง โดยเฉพาะอุปสงค์ต่อเหล็กคุณภาพสูงสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ ขณะที่การผลิตเหล็กต้นน้ำของไทยเป็นการผลิตจากเศษเหล็ก โดยในปี 2555 มีปริมาณการผลิตเพียงประมาณ 4.4 ล้านตัน ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการในประเทศ ต้องนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศจำนวนมาก

ยิ่งไปกว่านั้น มีถึง 4 บริษัทผลิตเหล็กยักษ์ใหญ่ของโลกต่างสนใจจะก่อสร้างโรงถลุงเหล็กในไทย กล่าวคือ มีผู้ผลิตเหล็กระดับโลกถึง 4 ราย ได้ยื่นหนังสือแสดงเจตจำนงเกี่ยวกับการลงทุนคือ บริษัทอาร์เชอร์มิตทัล จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่

อันดับ 1 ของโลก บริษัท นิปปอนสตีล ของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่อันดับ 2 ของโลก บริษัท JFE ของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่อันดับ 9 ของโลก และบริษัท เซี่ยงไฮ้เป่าสตีล ของจีน ซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่อันดับ 4 ของโลก โดยทั้ง 4 โครงการ กำหนดจะใช้เทคโนโลยีเหมือนกัน คือ Blast Furnace และ Basic Oxygen Furnace

“ไทยเผชิญกับการต่อต้านจาก NGOs”

แต่ความพยายามตั้งฐานผลิตเหล็กต้นน้ำของไทยต้องสะดุดลง เนื่องจากเผชิญกับการต่อต้านจาก NGOs มีความพยายามแก้ไขสถานการณ์อยู่บ้าง เช่น บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ได้ไปซื้อโรงถลุงเหล็ก Teesside Cast Product (TCP) ในอังกฤษ เพื่อนำเหล็กที่ผลิตจากโรงงานแห่งนี้ส่งมารีดเป็นเหล็กแผ่นในไทย



ประธานาธิบดีอินโดนีเซียจับมือกับผู้บริหารบริษัทโพสโก ในพิธีเปิดโรงถลุงเหล็กมาตรฐานโลกแห่งแรกในเอเชีย เมื่อเดือนธันวาคม 2556

อินโดฯ เปิดโรงถลุงเหล็กมาตรฐานโลกแห่งแรกในเอเชีย

สำหรับประเทศม้ามืดที่กลายเป็นมหาอำนาจในอุตสาหกรรมเหล็กของเอเชียในอนาคตจึงเป็นอินโดนีเซียและเวียตนาม สำหรับอินโดนีเซีย เดิมมีเฉพาะการผลิตเหล็กพูนของบริษัท Krakatau Steel (KRAS) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของอินโดนีเซียเท่านั้น

แม้เป็นการถลุงโดยใช้สินแร่เหล็กเป็นเชื้อเพลิง แต่เป็นเทคโนโลยีการผลิตแบบ Direct Reduction ซึ่งไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก และมีขนาดกำลังผลิตค่อนข้างต่ำ

ล่าสุดนายพลสุสึโล บัมบัง ยูโคโยโน ประธานาธิบดีเพิ่งทำพิธีเปิดโรงถลุงเหล็กมาตรฐานโลกแห่งแรกของเออีซีของบริษัท Krakatau Posco ที่เมือง Cilegon เมื่อปลายเดือนธันวาคม 2556 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท Krakatau Steel (KRAS) รัฐวิสาหกิจของอินโดนีเซีย ถือหุนร้อยละ 30 และบริษัท โปสโก ของเกาหลีใต้ ผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่อันดับ 5 ของโลก ถือหุนร้อยละ 70 โครงการมีเตา Blast Furnace จำนวน 2 เตา กำลังผลิตรวม 6 ล้านตัน/ปี ตั้งบนพื้นที่ประมาณ 2 พันไร่ ลงทุนรวม 2 แสนล้านบาท โดยเฟสแรกที่เพิ่งเปิดดำเนินการมีกำลังผลิต 3 ล้านตัน/ปี เพื่อป้อนตลาดในประเทศครึ่งหนึ่งและเพื่อส่งออกอีกครึ่งหนึ่ง

ในปี 2555 อินโดนีเซียผลิตเหล็ก 3.7 ล้านตัน โครงการข้างต้นจะทำให้ปริมาณการผลิตเหล็กของอินโดนีเซียเพิ่มขึ้นเป็น 9.7 ล้านตัน กลายเป็นประเทศผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่อันดับ 2 ของเออีซี รองจากเวียดนาม และรายใหญ่อันดับ 20 ของโลก



เวียดนามจะก้าวสู่มหาอำนาจเหล็กในเออีซีในอนาคต

สำหรับโครงการเหล็กต้นน้ำแห่งที่ 2 ของเออีซีที่อยู่ระหว่างก่อสร้าง นับเป็นโรงถลุงเหล็กขนาดยักษ์ไม่เพียงจะเป็นโรงถลุงเหล็กใหญ่ที่สุดในเออีซีเท่านั้น แต่เป็นโรงถลุงเหล็กใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก เป็นการร่วมทุนของบริษัทไต้หวัน 2 บริษัท กล่าวคือบริษัท ฟอร์โมซา ซึ่งเป็นยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของไต้หวัน ถือหุนร้อยละ 95 และบริษัท ไชน่าสตีล ผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ของไต้หวันและผู้ผลิตรายใหญ่อันดับ 31 ของโลก ถือหุนร้อยละ 5

โครงการได้ก่อสร้างขึ้นที่ Vung Ang Economic Zone ในจังหวัด Ha Tinh ทางภาคเหนือของเวียดนาม ลงทุนรวมกว่า 9 แสนล้านบาท ตั้งบนพื้นที่กว้างขวางถึง 1.25 หมื่นไร่ จะมีเตา Blast Furnace มากถึง 6 เตา กำลังผลิตรวมถึง 22.5 ล้านตัน/ปี เมื่อเปิดเต็มโครงการจะจ้างงานมากถึง 1 หมื่นคน

ปัจจุบันได้เริ่มก่อสร้างเฟสแรกจำนวน 2 เตา กำลังผลิต 7 ล้านตัน/ปี มูลค่าลงทุน 2.4 แสนล้านบาท ไปแล้วเมื่อเดือนธันวาคม 2555 โดยมีนายเหวียนเติน ยวุง นายกรัฐมนตรีของเวียดนามเป็นประธานในพิธีวางศิลาฤกษ์ กำหนดเปิดดำเนินการ Blast Furnace เตาแรกเดือนพฤษภาคม 2558 และเปิดดำเนินการเตาที่ 2 ในปี 2559 และกำหนดก่อสร้างแล้วเสร็จทั้งโครงการในปี 2563

“เวียดนามกลายเป็นอันดับ 11 ของโลก”

ปัจจุบันเวียดนามมีการผลิตเหล็กจากเศษเหล็ก 5 ล้านตัน การตั้งฐานการผลิตเหล็กข้างต้น หากก่อสร้างเสร็จเต็มโครงการ จะทำให้ปริมาณการผลิตเหล็กเพิ่มขึ้นเป็น 27.5 ล้านตัน/ปี กลายเป็นประเทศผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ที่สุดในเออีซี และรายใหญ่อันดับ 11 ของโลก

การผลิตเหล็กข้างต้นจะก่อให้เกิดอุตสาหกรรม
ปลายน้ำที่ใช้เหล็กเป็นวัตถุดิบตามมาอีกมากมายใน
2 ประเทศ เช่น อุตสาหกรรมผลิตเหล็กแผ่น
อุตสาหกรรมผลิตเหล็กก่อสร้าง อุตสาหกรรมท่อเรือ
อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนโลหะ เครื่องจักรกลหนัก
 ฯลฯ จะส่งเสริมให้ทั้ง 2 ประเทศกลายเป็นฐาน
อุตสาหกรรมหนักของเอเชียในอนาคต

ขณะเดียวกันนับเป็นความท้าทายของ
อุตสาหกรรมเหล็กของไทยซึ่งเป็นเพียงการผลิตขั้น
กลางน้ำเท่านั้น เนื่องจากทั้ง 2 โครงการของ
อินโดนีเซียและเวียดนามนับเป็นโรงงานผลิตเหล็ก

แบบครบวงจร โดยผลิตทั้งคาน้ำและกลางน้ำต่อเนื่อง
กันไป ช่วยประหยัดต้นทุนโดยไม่ต้องเสียพลังงานมา
Reheat ทำให้เหล็กร้อนอีกครั้งหนึ่งก่อนนำไปรีดร้อน
และลดต้นทุนโลจิสติกส์ไม่ต้องเสียค่าขนส่งจาก
โรงถลุงเหล็กมายังโรงงานผลิตเหล็กขั้นกลางน้ำ
เพื่อแปรรูป แล้วขนส่งไปยังลูกค้าอีกต่อหนึ่ง โดย
เสียค่าขนส่งรวบเดียวถึงลูกค้า ขณะเดียวกันนับเป็น
โครงการขนาดใหญ่มาตรฐานโลก ก่อให้เกิดการ
ประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ทำให้มี
ประสิทธิภาพสูงกว่าและต้นทุนการดำเนินการต่ำกว่า 📌





สถานการณ์การลงทุน ในปี 2556 เกิดความคาดหมาย

ปี 2556 นับเป็นอีกปีที่ประเทศไทยก้าวผ่านความเหน็ดเหนื่อยจากเหตุการณ์ต่างๆ มากมายรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว การส่งออกลดลง ขณะที่ภาคการบริโภคภายในประเทศก็ลดลงจนทำให้หน่วยงานทางด้านเศรษฐกิจของประเทศหลายแห่งได้ออกมาประกาศปรับคาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจไทยครั้งแล้วครั้งเล่า

ในส่วนของการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นกัน จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่า ในปี 2556 จะมีมูลค่าเงินลงทุนจากโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมฯ 1 ล้านล้านบาท แต่เมื่อเวลาผ่านไปถึงเดือนพฤศจิกายน 2556 มูลค่าดังกล่าวมีประมาณ 8 แสนล้านบาท ทำให้ปีไอไอได้ปรับลดเป้าในการส่งเสริมฯ เหลือ 9 แสนล้านบาท

แต่กลับกลายเป็นว่า สถานการณ์พลิกผัน แม้จะอยู่ในช่วงความวุ่นวายทางการเมือง แต่มูลค่าเงินลงทุนกลับทะลุเป้าหมายไปมากกว่าที่คาดไว้

**“ใกล้สิ้นปี 56 มูลค่าเงินลงทุน
ยังได้แค่ 8 แสนล้านบาท”**



นายอุดม วงศ์วิวัฒน์ไชย

เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ลงทุนยังทำสถิติ ทะลุ 1 ล้านล้านบาท

ทั้งนี้ในค่านของการลงทุนนั้น นับได้ว่าเป็นอีกปี ที่ถือว่ายังมีข่าวดี โดยเฉพาะเมื่อการรายงานตัวเลข ภาพรวมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) พบว่า การยื่นขอรับ ส่งเสริมการลงทุนตลอดทั้งปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,237 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวมกว่า 1,110,400 ล้านบาท

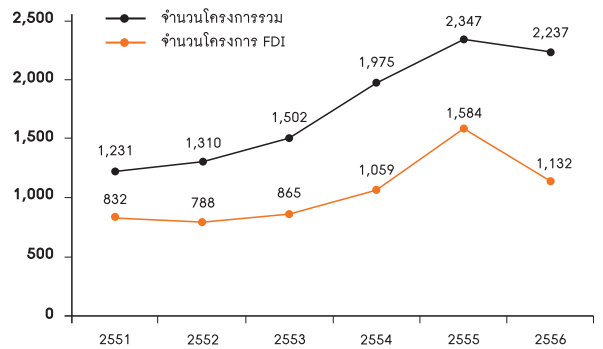
แม้ภาพรวมตัวเลขการลงทุนปรับลดลงเล็กน้อย หรือประมาณร้อยละ 6 จากปี 2555 ที่มีการยื่น ขอรับการส่งเสริมฯ อยู่ที่ 2,347 โครงการ เงินลงทุน 1,182,000 ล้านบาท แต่ตัวเลขลงทุนยังเป็นระดับ ที่สูงกว่าปกติที่ทุกปีจะมียอดขอรับการส่งเสริมฯ ที่ ประมาณ 500,000 - 700,000 ล้านบาท รวมถึงสูง กว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ตั้งแต่ช่วงกลางปีที่ 900,000 ล้านบาท และที่สำคัญเป็นมูลค่าเงินลงทุนที่สูงกว่า 1 ล้านล้านบาท เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน

**“มาตรการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนา
ที่ยั่งยืนช่วยอุดยอดทะลุ 1 ล้านล้านบาท”**

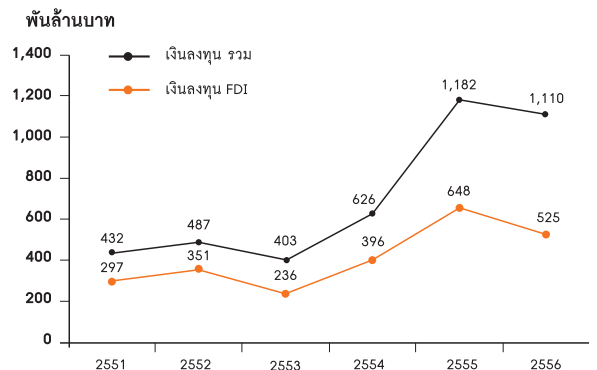
เร่งขอใช้สิทธิประโยชน์ก่อนสิ้นปี

ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนกระตุ้นการลงทุนในปี 2556 มาจากนโยบายการส่งเสริมฯ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งได้ต่ออายุนโยบายมาตั้งแต่ปี 2555 และจะหมดอายุ ลงภายในสิ้นเดือนธันวาคม 2556 ได้มีส่วนเร่งให้นักลงทุน โดยเฉพาะกลุ่มกิจการขนาดใหญ่ ยื่นขอรับ การส่งเสริมฯ ในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2556 หรือ ช่วงก่อนหมดอายุมาตรการเพียง 1-2 สัปดาห์จำนวนมาก จนส่งผลทำให้เฉพาะเดือนธันวาคม เดือนเดียวมี โครงการยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ทั้งสิ้นถึง 554 โครงการ มูลค่าลงทุนประมาณ 270,300 ล้านบาท กิจการที่ น่าสนใจ เช่น กิจการผลิตไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ และพลังงานหมุนเวียน กิจการผลิตเชื้อเพลิงชีวภาพ กิจการผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ และชิ้นส่วน เป็นต้น

จำนวนโครงการขอรับการส่งเสริมฯ ปี 2551 - 2556



มูลค่าคำขอรับการส่งเสริมฯ ปี 2551 - 2556



**“โรงไฟฟ้า สายการบิน รถยนต์
รถกระบะ ชิ้นส่วนยานยนต์ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์
ขยายการลงทุนหลายแสนล้านบาท”**

กลุ่มอุตสาหกรรมบริการและสาธารณูปโภค ลงทุนกว่า 5 แสนล้านบาท

กิจการเด่นที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุน มากที่สุดในปี 2556 ได้แก่ กิจการบริการและ สาธารณูปโภค มีจำนวน 849 โครงการ มูลค่าเงิน ลงทุนทั้งสิ้น 522,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2555 มีโครงการขนาดใหญ่ ที่น่าสนใจ คือ

- กิจการขนส่งทางอากาศ 18 โครงการ ลงทุน 170,000 ล้านบาท
 - กิจการผลิตไฟฟ้าจากก๊าซธรรมชาติ 16 โครงการ ลงทุน 103,200 ล้านบาท
 - กิจการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม 8 โครงการ ลงทุน 24,200 ล้านบาท
 - กิจการผลิตไฟฟ้าจากชีวมวล 19 โครงการ ลงทุน 25,800 ล้านบาท
 - กิจการท่าเรือรับก๊าซธรรมชาติเหลว ลงทุน 21,400 ล้านบาท
 - กิจการ Data Center 3 โครงการ ลงทุน 10,000 ล้านบาท
 - กิจการเขตอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ 2 โครงการ ลงทุน 8,100 ล้านบาท
 - กิจการโรงแรม 5 โครงการ ลงทุน 7,500 ล้านบาท
 - กิจการเขตอุตสาหกรรม 4 โครงการ ลงทุน 7,200 ล้านบาท
- กิจการที่ได้รับความสนใจรองมาเป็นอันดับ 2 ได้แก่ กิจการผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง มีค่าขอรับการส่งเสริมฯ 448 โครงการ มูลค่ารวม 254,300 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 มีโครงการขนาดใหญ่ คือ
- กิจการประกอบรถกระบะและผลิตชิ้นส่วน 2 โครงการ ลงทุน 63,800 ล้านบาท
 - กิจการประกอบรถยนต์และผลิตชิ้นส่วนเครื่องยนต์ ลงทุน 33,000 ล้านบาท
 - กิจการผลิตเครื่องยนต์ดีเซล 2 โครงการ ลงทุน 19,000 ล้านบาท
 - กิจการผลิตยานพาหนะ ลงทุน 18,900 ล้านบาท
 - กิจการผลิต Auto floor panel ลงทุน 9,300 ล้านบาท
 - กิจการผลิตโครง เพลา และเฟืองท้ายรถบรรทุก ลงทุน 7,500 ล้านบาท

- กิจการผลิต Turbocharger และชิ้นส่วน ลงทุน 5,100 ล้านบาท
 - กิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อื่นๆ 17 โครงการ ลงทุน 24,500 ล้านบาท
- กิจการที่ได้รับความสนใจเป็นอันดับ 3 ได้แก่ หมวดเกษตรกรรม และผลผลิตจากการเกษตร มีค่าขอรับการส่งเสริมฯ 362 โครงการ มูลค่ารวม 122,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2555 ร้อยละ 38 มีโครงการที่สำคัญ คือ
- กิจการผลิตเครื่องคั้นจากพืชผักผลไม้ 5 โครงการ ลงทุน 10,600 ล้านบาท
 - กิจการผลิตเอทานอล และเชื้อเพลิงต่างๆ 7 โครงการ ลงทุน 9,800 ล้านบาท
 - กิจการผลิตอาหารสัตว์ 9 โครงการ ลงทุน 9,300 ล้านบาท
 - กิจการผลิตแป้งและแป้งแปรรูป 7 โครงการ ลงทุน 7,200 ล้านบาท
 - กิจการผลิตอาหารสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง และอาหารแช่แข็ง 6 โครงการ ลงทุน 7,400 ล้านบาท
 - กิจการผลิตยางแท่งและยางผสม 9 โครงการ ลงทุน 6,400 ล้านบาท
 - กิจการเลี้ยงสัตว์ 5 โครงการ ลงทุน 4,800 ล้านบาท
 - กิจการห้องเย็นและรถห้องเย็น 5 โครงการ ลงทุน 4,500 ล้านบาท
 - กิจการผลิตน้ำมันจากปาล์มและรำข้าว 4 โครงการ ลงทุน 3,500 ล้านบาท
 - กิจการผลิตแคปซูลเจลาติน ลงทุน 3,500 ล้านบาท
- กิจการที่ได้รับความสนใจเป็นอันดับ 4 ได้แก่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า มีค่าขอรับการส่งเสริมฯ 285 โครงการ มูลค่ารวม 101,900 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 39 จากช่วงเดียวกันของปี 2555 มีโครงการสำคัญ คือ

- โครงการผลิตฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ และชิ้นส่วน 5 โครงการ ลงทุน 46,800 ล้านบาท
 - โครงการผลิตและประกอบแผ่นวงจรพิมพ์ (PCB, PCBA) 5 โครงการลงทุน 15,300 ล้านบาท
 - โครงการผลิตและทดสอบวงจรรวม (IC) ลงทุน 5,500 ล้านบาท
 - โครงการผลิตเซลล์แสงอาทิตย์และแผงเซลล์แสงอาทิตย์แบบ Multicrystalline ลงทุน 4,700 ล้านบาท
 - โครงการผลิตเครื่องพิมพ์เอกสารแบบ Multifunction และชิ้นส่วน ลงทุน 1,800 ล้านบาท
 - โครงการผลิตสายไฟ ลงทุน 1,600 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Compressor ลงทุน 1,400 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Rubber Roller ลงทุน 1,100 ล้านบาท
- กิจการที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนเป็นอันดับ 5 ได้แก่ อุตสาหกรรมเคมี กระจก และพลาสติกมีค่าขอรับการส่งเสริมฯ 174 โครงการ มูลค่ารวม 49,200 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2555 ร้อยละ 72 มีโครงการที่สำคัญ ได้แก่
- โครงการผลิต Acetone, N - Butanol และตัวทำละลาย ลงทุน 5,100 ล้านบาท
 - โครงการผลิตปุ๋ยเคมี 2 โครงการ ลงทุน 4,800 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Polyether Polyol ลงทุน 3,000 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Ethylene Oxide ลงทุน 2,800 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Low Density Polyethylene ลงทุน 2,500 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Chlorinated Polyvinyl Chloride Resin ลงทุน 1,700 ล้านบาท
 - โครงการผลิต Caustic Soda และกรด Hydrochloric ลงทุน 1,900 ล้านบาท

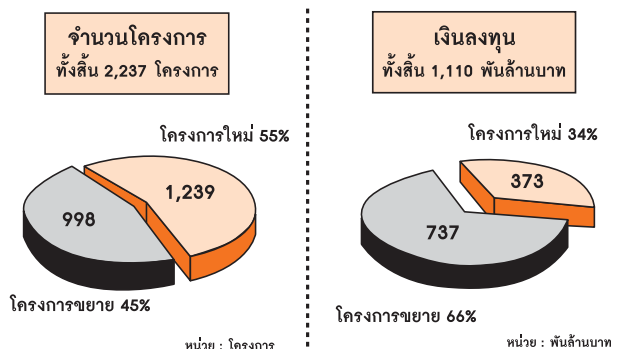
- โครงการผลิตเกลือ ลงทุน 1,600 ล้านบาท
- โครงการผลิต Hexamethylene Diisocyanate Derivative ลงทุน 1,200 ล้านบาท
- โครงการผลิตสี และสารเคลือบผิว 1,200 ล้านบาท

กิจการคนไทยลงทุนร้อยละ 46

สำหรับกิจการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมฯ นั้น เมื่อกระจายสัดส่วนแบ่งเป็นการถือหุ้น จะพบว่า เป็นกิจการที่คนไทยถือหุ้นทั้งสิ้น มีจำนวน 1,040 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46 ของจำนวนโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ทั้งหมด ส่วนเงินลงทุนมีมูลค่าทั้งสิ้น 427,100 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของทั้งหมด ขณะที่ เป็นโครงการต่างชาติลงทุนทั้งสิ้น มีจำนวน 706 โครงการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 ของจำนวนโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ทั้งหมด ส่วนเงินลงทุนมีมูลค่าทั้งสิ้น 232,700 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21 ของทั้งหมด

สามารถแบ่งเป็นโครงการยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ในโครงการใหม่จำนวน 1,239 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 55 ของจำนวนโครงการที่ยื่นคำขอทั้งสิ้น แต่เงินลงทุนของโครงการใหม่คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 34 ของเงินลงทุนทั้งหมด หรือประมาณ 372,500 ล้านบาท

ในช่วงปี 2556
มีโครงการใหม่และโครงการขยายยื่นขอรับการส่งเสริมฯ ในสัดส่วน 55 : 45



กิจการขนาดใหญ่มีต่อเนื่อง

สำหรับรูปแบบการลงทุนจะกระจายในขนาดกิจการต่างๆ ได้แก่

- การลงทุนขนาดไม่เกิน 200 ล้านบาท มีจำนวน 1,540 โครงการ มูลค่าลงทุน 85,800 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69 ของจำนวนโครงการทั้งหมด และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของมูลค่าลงทุนทั้งสิ้น
- การลงทุนขนาดเกิน 200 - 1,000 ล้านบาท มีจำนวน 524 โครงการ มูลค่าลงทุน 257,100 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23 ของจำนวนโครงการทั้งหมด และร้อยละ 23 ของมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น
- การลงทุนขนาดใหญ่เกิน 1,000 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 173 โครงการ มูลค่าลงทุน 767,500 ล้านบาท แม้คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 8 ของโครงการทั้งหมด แต่คิดเป็นมูลค่าลงทุนมากถึงร้อยละ 69 ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งสิ้น

นักลงทุนยึดลงทุนเขต 2 สูงสุด

นักลงทุนกระจายแหล่งที่ตั้งของการลงทุนดังนี้

- การขอรับส่งเสริมการลงทุนจะอยู่ในเขต 2 มากที่สุด มีการลงทุนทั้งสิ้น 846 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 38 ของจำนวนโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ทั้งหมด มีมูลค่าลงทุนรวม 423,000 ล้านบาท



• รองมาเป็นการลงทุนในเขต 1 มีการขอรับการส่งเสริมฯทั้งสิ้น 660 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 30 ของโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ทั้งหมด โดยมูลค่าลงทุนรวม 168,900 ล้านบาท

• สำหรับการลงทุนในเขต 3 มีการลงทุนทั้งสิ้น 632 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 28 ของจำนวนโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ ทั้งหมด มูลค่าลงทุน 331,300 ล้านบาท

ญี่ปุ่นยังแชมป์เอฟดีไอ

สำหรับภาพรวมโครงการที่ขอรับการส่งเสริมฯ โดยตรงจากต่างประเทศ (เอฟดีไอ) ในปี 2556 มีจำนวน 1,132 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวม 524,768 ล้านบาท จำนวนโครงการปรับลดลงร้อยละ 28.5 จากปี 2555 ที่มีจำนวน 1,584 โครงการ ขณะที่มูลค่าเงินลงทุนลดลงร้อยละ 19 จากปี 2555 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 647,974 ล้านบาท

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เข้ามาลงทุนสูงสุดจำนวน 562 โครงการ เงินลงทุนรวม 282,848 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 ของมูลค่าลงทุนจากต่างประเทศทั้งสิ้น โดยการลงทุนจากญี่ปุ่นส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มกิจการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ และกิจการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วน เช่น

- กิจการประกอบรถกระบะ และผลิตชิ้นส่วน 2 โครงการ ลงทุน 63,800 ล้านบาท
- กิจการประกอบรถยนต์และผลิตชิ้นส่วนเครื่องยนต์ ลงทุน 33,000 ล้านบาท
- กิจการผลิตเครื่องยนต์ดีเซล ลงทุน 18,000 ล้านบาท
- กิจการผลิตโครง เพลา และเฟืองทำยารดบรรทุก ลงทุน 7,500 ล้านบาท
- กิจการผลิต Turbocharger และชิ้นส่วน ลงทุน 5,100 ล้านบาท
- กิจการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อื่นๆ 14 โครงการ ลงทุน 21,500 ล้านบาท

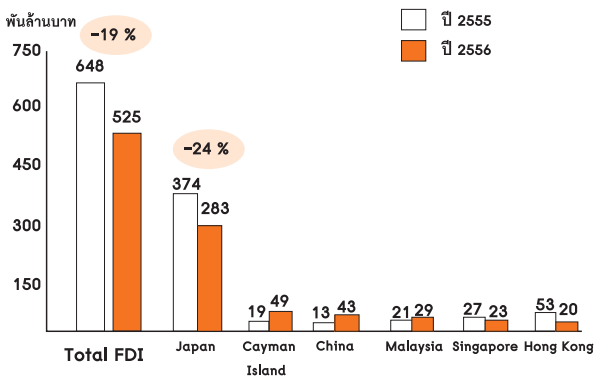


นักลงทุนจากญี่ปุ่นยังมีการลงทุนในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น

- กิจกรรมผลิตอะลูมิเนียมแบบแท่งหรือแผ่น 2 โครงการ ลงทุน 23,200 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตและประกอบแผ่นวงจรมินิ 2 โครงการ ลงทุน 3,500 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตผ้าอ้อมเด็ก ลงทุน 2,600 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตลวดโลหะ 2 โครงการ ลงทุน 2,500 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตสารเคมี เช่น กรดไฮโดรคลอริก เป็นต้น ลงทุน 1,900 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตเครื่องพิมพ์เอกสารแบบ Multifunction และชิ้นส่วน ลงทุน 1,800 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตสายไฟ ลงทุน 1,600 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตสายพานลวดสลิง ลงทุน 1,500 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตชิ้นส่วนเหล็กทุบ ลงทุน 1,500 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิต Compressor ลงทุน 1,400 ล้านบาท
- กิจกรรมผลิตแม่พิมพ์ ลงทุน 1,300 ล้านบาท
- กิจกรรม Data Center ลงทุน 1,100 ล้านบาท

รองลงมาเป็นการลงทุนจากจีน จำนวน 45 โครงการ มูลค่าการลงทุน 42,530 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8 ของมูลค่าลงทุนจากต่างประเทศทั้งสิ้น โครงการสำคัญ ได้แก่

- กิจกรรมผลิตยางยานพาหนะ ลงทุน 19,000 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิต Auto floor panel ลงทุน 9,300 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตเซลล์แสงอาทิตย์และแผงเซลล์แสงอาทิตย์แบบ Multicrystalline ลงทุน 4,700 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตไฟฟ้าจากพลังงานลม ลงทุน 4,200 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตปุ๋ยเคมี ลงทุน 1,000 ล้านบาท
- มาเลเซีย จำนวน 35 โครงการ มูลค่าเงินลงทุน 29,190 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ของมูลค่าลงทุนจากต่างประเทศทั้งสิ้น โครงการสำคัญ ได้แก่ กิจกรรมการขนส่งทางอากาศ 2 โครงการ ลงทุน 23,400 ล้านบาท
- สิงคโปร์ จำนวน 93 โครงการ มูลค่าเงินลงทุนรวม 22,781 ล้านบาท มีการลงทุนเป็นอันดับ 4 มีมูลค่าลงทุน 22,800 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 ของมูลค่าลงทุนจากต่างประเทศทั้งสิ้น สาเหตุที่สิงคโปร์มีเงินลงทุนสูง เนื่องจากมีโครงการจากต่างประเทศลงทุนผ่านสิงคโปร์ โดยมีเงินลงทุนรวม 8,100 ล้านบาท โครงการสำคัญ ได้แก่
- กิจกรรมศูนย์กระจายสินค้าระหว่างประเทศ (เบลเยียม) ลงทุน 1,300 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตเครื่องยนต์ดีเซล (ญี่ปุ่น) ลงทุน 2,000 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตยางแท่ง ลงทุน 1,700 ล้านบาท
 - กิจกรรมสำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค (ญี่ปุ่น) ลงทุน 1,500 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานยนต์ (ญี่ปุ่น) ลงทุน 1,000 ล้านบาท
 - กิจกรรมผลิตเหล็กแผ่น (ออสเตรเลีย, ญี่ปุ่น) ลงทุน 1,000 ล้านบาท
- และอันดับ 5 เป็นการลงทุนจากฮ่องกง จำนวน 39 โครงการ มูลค่าเงินลงทุน 20,181 ล้านบาท



คำขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ
ปี 2556 ลดลงร้อยละ 19
ญี่ปุ่นลงทุนมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 54
ของมูลค่า FDI ทั้งหมด

สถิติ 1 ล้านล้าน 2 ปีซ้อน แรงกดดันการส่งเสริมการลงทุนปี 2557

แม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองยังไม่มีทีท่าว่าจะยุติเมื่อใด และจะจบลงอย่างไร แต่บีโอไอก็มั่นใจว่าสถานการณ์การลงทุนในประเทศไทยน่าจะยังทรงตัว และน่าจะมีมูลค่าเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 9 แสนล้านบาท

เพราะประเทศไทยมีอุตสาหกรรมชิ้นส่วนที่มีศักยภาพและความพร้อมในการป้อนชิ้นส่วนให้กับผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ และประเทศไทยยังมีตลาดในประเทศที่เข้มแข็ง มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณสุขโลกที่ดีสำหรับการเป็นฐานผลิตเพื่อการส่งออก

และที่สำคัญ ยังมีมาตรการส่งเสริมการลงทุน โครงการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล ระยะที่ 2 หรืออีโคคาร์ 2 ซึ่งคาดว่าจะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนอีกหลายหมื่นล้านบาท และหากยุทธศาสตร์การส่งเสริมฯ ใหม่จะถูกนำมาใช้ใน ปี 2558 ตามแผนงานเดิม จะส่งผลให้มีการยื่นขอรับการส่งเสริมฯ มากยิ่งขึ้น เพราะกิจการหลายประเภทอาจจะไม่มีการให้การส่งเสริมฯ อีกต่อไปในอนาคต

ในทางกลับกัน มูลค่าเงินลงทุนที่ทะลุ 1 ล้านล้านบาท ในช่วง 2 ปีติดต่อกันนี้ ก็กลายเป็นแรงกดดัน บีโอไออยู่ไม่น้อย เพราะหากมูลค่าเงินลงทุนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใด เช่น เศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัวแบบทรงๆ ความขัดแย้งทางการเมืองยังยืดเยื้อ ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ฯลฯ ก็อาจทำให้สถานการณ์ด้านการลงทุนของไทยดูย่ำแย่ เพราะแตกต่างจากช่วงเงินลงทุนทะลุ 1 ล้านล้านบาทนั่นเอง 📊





SUBCON THAILAND 2014

ที่สุดแห่งเวทีซื้อขายชิ้นส่วน

แม้ว่าภารกิจหลักของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีไอไอ คือ การส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในประเทศไทย ด้วยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่โครงการลงทุนต่างๆ แต่อีกหนึ่งภารกิจซึ่งนับวันจะยิ่งมีความสำคัญถึงขั้นขาดไม่ได้ และเป็นภารกิจที่บีไอไอได้ดำเนินงานมานานกว่า 15 ปีแล้ว ก็คือการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักและเข้าใจกันดีในวงการอุตสาหกรรมว่า การส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายชิ้นส่วนจากผู้ประกอบการรายย่อย

ตลอดระยะเวลากว่า 15 ปี ที่บีไอไอ โดยหน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม หรือหน่วย BUILD (BOI Unit for Industrial Linkage Development) ได้ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาแก่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและการรับช่วงการผลิต ด้วยการจัดกิจกรรมมากมาย อาทิ กิจกรรมผู้ซื้อพบผู้ขาย กิจกรรมตลาดกลางซื้อขายชิ้นส่วน การเจรจาจับคู่ธุรกิจ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการนำผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยไปร่วมงานแสดงสินค้าในเวทีใหญ่ทั่วโลก ซึ่งผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วย BUILD ได้



ก่อให้เกิดการซื้อขายชิ้นส่วนและการรับช่วงการผลิตในประเทศไทย เป็นมูลค่ากว่า 173,000 ล้านบาท

สำหรับการจัดงาน ซับคอนไทยแลนด์ ซึ่งบีไอไอได้ร่วมมือกับ บริษัท ยู บี เอ็ม เอเชีย ประเทศไทย จำกัด จัดขึ้นครั้งแรกในปี 2007 หรือในปี 2550 โดยบีไอไอต้องการให้เกิดเวทีในการรวบรวมผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีศักยภาพมาไว้ในงานเดียวเพื่อให้บรรดาบริษัทชั้นนำที่ต้องการแสวงหาผู้ผลิตชิ้นส่วนหรือผู้รับช่วงการผลิตไม่ต้องเสียเวลาไปเสาะหา แต่สามารถมาพบปะเจรจา และจับคู่กับชิ้นส่วนที่ต้องการได้ภายในงาน

จากสถิติของการจัดงาน ซับคอนไทยแลนด์ ครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 7 หรือนับตั้งแต่จัดงาน SUBCON THAILAND 2007 - 2013 ปรากฏว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมสนับสนุนและการรับช่วงการผลิตได้อย่างดี โดยมียอดของการเจรจาจับคู่

ธุรกิจตลอด 7 ปี มากถึงจำนวน 17,287 คู่ ก่อให้เกิดมูลค่าการซื้อขายชิ้นส่วนและการรับช่วงการผลิตเป็นมูลค่าเกือบ 3 หมื่นล้านบาท (มูลค่าตลอด 7 ปี คือ 29,941 ล้านบาท) และตลอดการจัดงานทั้ง 7 ครั้ง มีผู้เข้าชมงานรวม เกือบ 150,000 คน

“ซัฟคอนไทยแลนด์ 2014 ซึ่งจะจัดขึ้น ในวันที่ 15 - 17 พฤษภาคม 2557 ที่ไบเทค บางนา”

สำหรับการจัดงาน ซัฟคอนไทยแลนด์ 2014 ซึ่งจะจัดขึ้นในวันที่ 15 - 17 พฤษภาคม 2557 ที่ไบเทค บางนา จะเป็นการจัดครั้งที่ 8 และจะยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดย**คุณนฤชา ฤชุพันธุ์ ผู้อำนวยการ หน่วยพัฒนาการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม หรือหน่วย BUILD** ระบุว่า "ซัฟคอน ไทยแลนด์เป็นงานแสดงอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตชั้นนำแห่งภูมิภาคอาเซียน โดยในครั้งนี้จะมุ่งเน้นไปสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งสำนักงานบีโอไอในต่างประเทศจะช่วยเชิญผู้ซื้อชิ้นส่วนอุตสาหกรรมและผู้ผลิตชั้นนำจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกให้มาร่วมงาน การเข้าร่วมงานซัฟคอนไทยแลนด์ 2014 จะทำให้ผู้ประกอบการทั้งในประเทศและอาเซียนได้ทำการค้าขายกับผู้ผลิตชั้นนำทั่วโลก"

กิจกรรมสำคัญภายในงาน ซึ่งผู้เข้าชมงานจะได้รับประโยชน์ทางธุรกิจ ประกอบด้วย งานแสดงชิ้นส่วนอุตสาหกรรม ซึ่งจะมีผู้ผลิตชิ้นส่วนกว่า 300 ราย ทั้งไทย อาเซียน ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศ ร่วมนำผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุตสาหกรรมมาจัดแสดง

นอกจากนี้จะมีกิจกรรมจับคู่ทางธุรกิจ ซึ่งสามารถลงทะเบียนออนไลน์แสดงความต้องการในการนัดหมายคู่เจรจา ซึ่งจะเป็นโอกาสให้ทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนไทยและผู้ซื้อจากต่างประเทศได้เจรจาธุรกิจร่วมกัน ได้บอกความต้องการชิ้นส่วนต่างๆ ที่อยากได้ผู้รับช่วงการผลิต

ในงานยังมี Buyer's Village ซึ่งเป็นพื้นที่ให้บริษัทชั้นนำบริษัทขนาดใหญ่ที่ต้องการซื้อชิ้นส่วนหรือต้องการหาผู้รับช่วงการผลิต ได้บอกความต้องการชิ้นส่วนและนโยบายการจัดซื้อชิ้นส่วนของบริษัทที่สำคัญ งานซัฟคอนไทยแลนด์ 2014 จะมีการจัดสัมมนาเสริมความรู้ในด้านการผลิต โดยมีวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมาบรรยายเรื่อง เทคนิคการยกระดับการผลิต การบริหารการเงินและการลงทุน การบริหารการจัดซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ และนโยบายการจัดซื้อชิ้นส่วน เป็นต้น

ซัฟคอนไทยแลนด์ 2014 มีบริษัทชั้นนำระดับโลกตอบรับเข้าร่วมงานแล้วจำนวนมาก โดยเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ Mercedes-Benz, Samsung Electronics, Isuzu Motors, Whirlpool, Thai Summit Autoparts Industry, Suzuki, Electrolux, Panasonic Motors, Honda Trading, Haier, Mitsubishi Electric ฯลฯ

บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนที่สนใจเข้าร่วมงานสามารถติดต่อสอบถามหน่วย BUILD หรือ สามารถดาวน์โหลดโบรชัวร์การจัดงาน หรืออ่านข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.subconthailand.com 





Aerospace Valley

ความสำเร็จของคลัสเตอร์ อุตสาหกรรมอากาศยานยุโรป

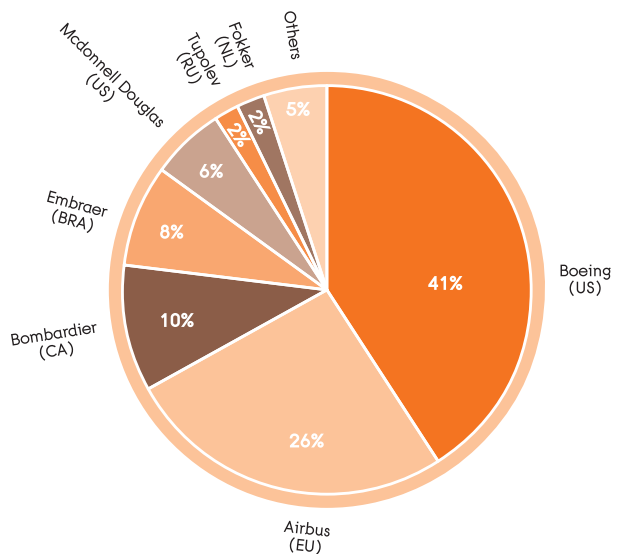


แนวโน้มอุตสาหกรรม อากาศยานโลก

ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมอากาศยานเติบโตอยู่ใน 2 ภูมิภาคหลัก คือ อเมริกาเหนือและสหภาพยุโรปตามผู้ผลิตหลักรายใหญ่ของโลก 4 ราย ได้แก่ Boeing (สหรัฐฯ) และ Airbus (ยุโรป) ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องบินพาณิชย์ขนาดใหญ่กว่า 100 ที่นั่งตามด้วย Bombardier (แคนาดา) และ Embraer (บราซิล) มีเมืองเพียงไม่กี่แห่งในโลกที่มีชื่อเสียงในฐานะที่เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอากาศยาน เช่น ซีแอตเทิล มอนทรีออล ตุลูลูส เป็นต้น ปัจจุบัน แม้ว่าผู้ผลิตเครื่องบินจะยังคงเน้นดำเนินกิจกรรมด้านการออกแบบ ประกอบ และการตลาดเอง แต่ก็มีแนวโน้มที่จะซื้อชิ้นส่วนจากประเทศต่างๆ มากขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งช่วยเปิดโอกาสให้เกิดคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชีย

นอกจากนี้ การเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจในเอเชียส่งผลให้ธุรกิจการบินในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่จำนวนผู้โดยสารและการขนส่งสินค้าทางอากาศ รายงานเรื่อง "Profitability and the Air Transport

ประมาณการสัดส่วนของผู้บินทั่วโลกแบ่งตามผู้ผลิต



ที่มา AirInsight 11 ตุลาคม 2556

Value Chain" ที่สมาคมการบินส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association : IATA) เผยแพร่ในเดือนมิถุนายน 2556

ระบุว่าในอีก 20 ปีข้างหน้าสายการบินจะต้องเพิ่มการให้บริการ 3 ถึง 4 เท่าตัวเพื่อรองรับการเติบโตของชนชั้นกลางในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิกและตลาดใหม่ในละตินอเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

จำนวนประชากรที่มีรายได้ปานกลางในปี 2552 และคาดการณ์ปี 2573



ที่มา Profitability and the Air Transport Value Chain, June 2013, International Air Transport Association (IATA)

Key indicators 2012 - 2032		Demand by region 2012 - 2032		
Growth measures		Region	New airplanes	Value (\$B)
World economy Gross domestic product (GDP)	3.2%	Asia Pacific	12,820	1,890
Airplane fleet	3.6%	Europe	7,460	1,020
Number of passengers	4.1%	North America	7,250	810
Airline traffic Revenue passenger-kilometers (RPK)	5.0%	Middle East	2,610	550
Cargo traffic Revenue tonne-kilometers (RTK)	5.0%	Latin America	2,900	300
		CIS*	1,170	140
		Africa	1,070	130
		Total	35,280	4,840

*Commonwealth of Independent States.

ที่มา Boeing 2013 Current Market Outlook 2013-2032

“ในอีก 20 ปีข้างหน้าความต้องการเครื่องบินพาณิชย์ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นอีก โดยกว่า 1 ใน 3 ของเครื่องบินใหม่จะใช้รองรับตลาดการบินในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก”

รายงานของบริษัท Boeing ระบุว่า ณ ปี 2555 มีเครื่องบินพาณิชย์ทั่วโลกประมาณ 20,310 ลำ และในอีก 20 ปีข้างหน้าความต้องการเครื่องบินพาณิชย์ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นอีก 35,280 ลำ เป็น 41,240 ลำ โดยกว่า 1 ใน 3 ของเครื่องบินใหม่จะใช้รองรับตลาดการบินในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก”

การขยายตัวของการจัดซื้อชิ้นส่วนอากาศยานระหว่างประเทศและการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในภูมิภาคทำให้ประเทศไทยและอีกหลายประเทศในเอเชียเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมอากาศยานเพื่อรองรับความต้องการในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นมาเลเซียซึ่งจัดตั้ง Malaysia International Aerospace Centre (MIAC) ในปี 2548 สิงคโปร์ซึ่งพัฒนานิคมอากาศยาน Seletar Aerospace Park ตั้งแต่ปี 2550

สำหรับประเทศไทย สำนักวิจัยและพัฒนาธุรกิจการบิน สถาบันการบินพลเรือนชี้ให้เห็นว่าธุรกิจการบินของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างชัดเจนได้จากการพัฒนาฝูงบินของสายการบิน การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ การเติบโตของอุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยาน และการเตรียมความพร้อมในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมการบิน โดยนอกเหนือจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของเอเชียแล้ว ปัจจัยหลักอีกประการหนึ่งที่สนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินคือ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558

ทั้งนี้ การเรียนรู้จากคลัสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จแล้วจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานของไทย ในโอกาสนี้ ขอหยิบยกคลัสเตอร์อากาศยานในยุโรปซึ่งเป็นหนึ่งในสองศูนย์กลางอุตสาหกรรมอากาศยานหลักของโลกมาเป็นตัวอย่าง

Aerospace Valley

Aerospace Valley คือ คลัสเตอร์อุตสาหกรรม



แผนที่คลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศฝรั่งเศส

อากาศยาน อวกาศ และระบบสมองกลฝังตัวที่ครอบคลุมพื้นที่แคว้นอากิแตน (Aquitaine) และแคว้นมิดี - ปีเรเน (Midi-Pyrenees) เป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป และ 1 ใน 71 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศฝรั่งเศส โดยรัฐบาลฝรั่งเศสได้จัด Aerospace Valley อยู่ในกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก (World Competitiveness Cluster)



จุดเริ่มต้นของ Aerospace Valley

โครงการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเกิดจากความคิดริเริ่มแบบ Top - down Approach ของรัฐบาลฝรั่งเศส โดยในปี 2547 หรือ 9 ปี ที่แล้วรัฐบาลฝรั่งเศสมีนโยบายจะสร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเกิดจากความร่วมมือระหว่างบริษัทขนาดใหญ่ SMEs หน่วยงานวิจัยและพัฒนา และสถาบันการศึกษาเพื่อเร่งรัดให้เกิดนวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรม การเติบโตทางเศรษฐกิจ และการจ้างงาน และได้เปิดโอกาสให้แต่ละท้องถิ่น ส่งข้อเสนอเพื่อคัดเลือกโดยพิจารณาจาก ศักยภาพและโครงสร้างพื้นฐานของแต่ละพื้นที่ แคว้นมิดี-ปีเรเน และอากิแตนได้รับการคัดเลือก ให้เป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยาน 1 ใน 3 ของฝรั่งเศส (อีก 2 แห่งคือ Pegase ที่เมืองมาร์เซย์ (Marseille) และ Astech ที่กรุงปารีส)

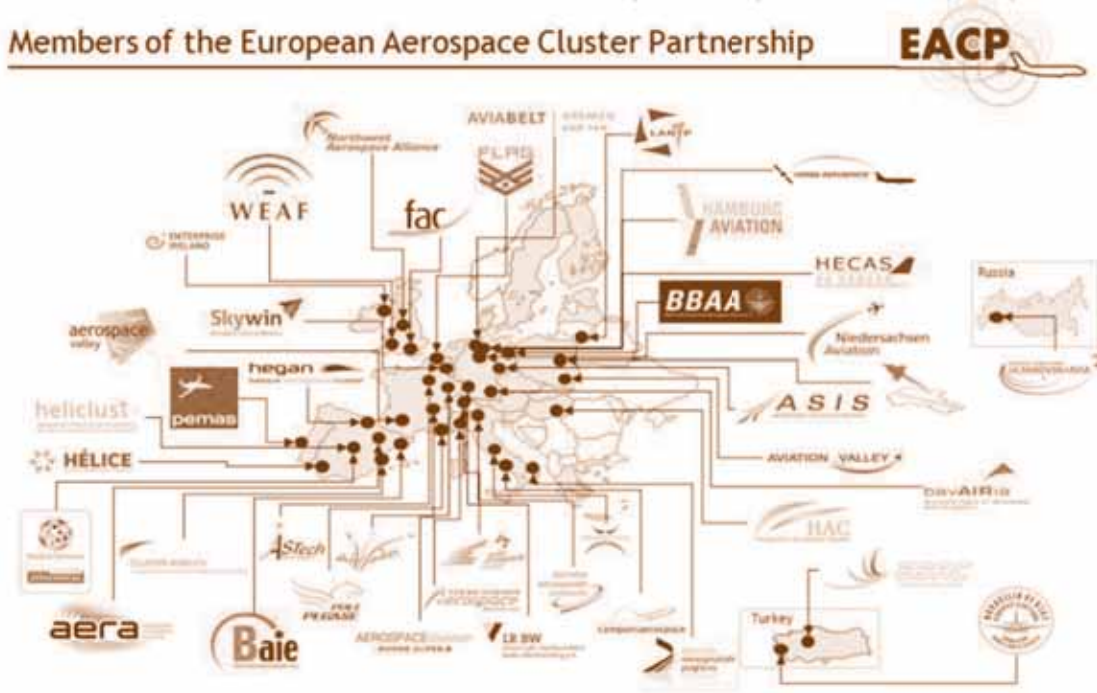
ที่มา DGCI/DATAR ณ เดือนสิงหาคม 2556

จุดแข็งของ Aerospace Valley

Aerospace Valley ประกอบด้วยธุรกิจ 3 กลุ่มหลัก คือ 1) อากาศยาน 2) อวกาศ และ 3) ระบบสมองกลฝังตัว มีการจ้างงานรวมประมาณ 120,000 คน คิดเป็น 1 ใน 3 ของแรงงานในอุตสาหกรรมการบินและเกินครึ่งของแรงงานในสาขาอวกาศของประเทศฝรั่งเศส

บริษัทผู้ผลิตอากาศยานและชิ้นส่วนจำนวนมากตั้งอยู่ในแคว้นมิดี - ปีเรเน ขณะที่กิจกรรมซ่อมบำรุง (MRO) จะอยู่ในแคว้นอากิแตนมากกว่า โดยเมืองทูลูส (Toulouse) ในแคว้นมิดี-ปีเรเนเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของ Airbus ซึ่งมีการจ้างงานถึง 20,000 คน

แผนที่คลัสเตอร์อากาศยานของยุโรปที่เป็นสมาชิก European Aerospace Cluster Partnership (EACP)



ที่มา European Aerospace Cluster Partnership (<http://www.eacp-aero.eu/index.php?id=4>)

“Aerospace Valley เป็นที่ตั้งของบริษัท 1,600 ราย ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตเครื่องบิน”

Aerospace Valley เป็นที่ตั้งของบริษัท 1,600 ราย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิตเครื่องบิน เช่น Airbus, ATR, Daher - Socata, Dassault - Aviation ผู้ผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน เช่น Safran, Saft ผู้ให้บริการซ่อมบำรุง เช่น Air France, Sabena Technics ผู้วางระบบสมองกลฝังตัว (Embedded System) เช่น Thales, Alstom, Honeywell Aerospace, Rockwell Collins เป็นต้น การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจการบินส่งผลให้ Aerospace Valley มีการผลิตเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละประมาณ 42 ลำ หรือมากกว่า 1 ลำต่อวัน นอกจากนี้ จำนวนเครื่องบินที่เพิ่มมากขึ้น

ยังทำให้ธุรกิจการแยกชิ้นส่วนและรีไซเคิลเครื่องบินมีความสำคัญมากขึ้นด้วย

ในด้านการศึกษาและวิจัย Aerospace Valley เป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาด้านอากาศยานชั้นนำ 2 ใน 3 แห่งของประเทศฝรั่งเศส ได้แก่ โรงเรียนการบินพลเรือน (Ecole Nationale de l'Aviation Civile : ENAC) และสถาบันวิศวกรรมการบินและอวกาศ (Institut Supérieur de l'Aéronautique et de l'Espace : ISAE) รวมถึงสถาบันวิจัยและฝึกอบรมอีก 13 แห่ง ซึ่งมีนักวิทยาศาสตร์ที่ทำงานด้านการวิจัยในพื้นที่รวมทั้งสิ้นประมาณ 8,500 คน

นอกจากนี้ Aerospace Valley ยังเป็นสมาชิกของ European Aerospace Cluster Partnership (EACP) ซึ่งเป็นเครือข่ายคลัสเตอร์อากาศยานของประเทศต่างๆ ในยุโรป ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือระหว่างกัน ปัจจุบันสมาชิก EACP ประกอบด้วยคลัสเตอร์อากาศยาน 41 แห่ง

จาก 14 ประเทศในยุโรป นอกเหนือจาก Aerospace Cluster ของฝรั่งเศสแล้ว ยังมีคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานของยุโรปที่สำคัญอื่นๆ เช่น ฮัมบวร์ก (เยอรมนี) มาดริด (สเปน) และโทริโน (อิตาลี) เป็นต้น

Aerospace Valley Association

Aerospace Valley Association เป็นสมาคมที่จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2548 เพื่อพัฒนา Aerospace Valley สมาคมฯ เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคการศึกษาและวิจัยอากาศยานของทั้งสองแคว้น เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์ทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก

รัฐบาลฝรั่งเศสได้ให้เงินสนับสนุนการดำเนินงานของสมาคมฯ โดยจะมีการประเมินผลงานและต่อสัญญาทุกๆ 3 ปี และปัจจุบันสมาคมฯ ได้ต่อสัญญาเป็นรอบที่ 3 (2556 - 2559) สมาคมฯ เริ่มต้นจากเจ้าหน้าที่เพียง 4 - 5 คนและเพิ่มเป็น 22 คน ปัจจุบันสมาคมฯ มีสมาชิกประมาณ 650 ราย ซึ่งร้อยละ 50 เป็น SMEs

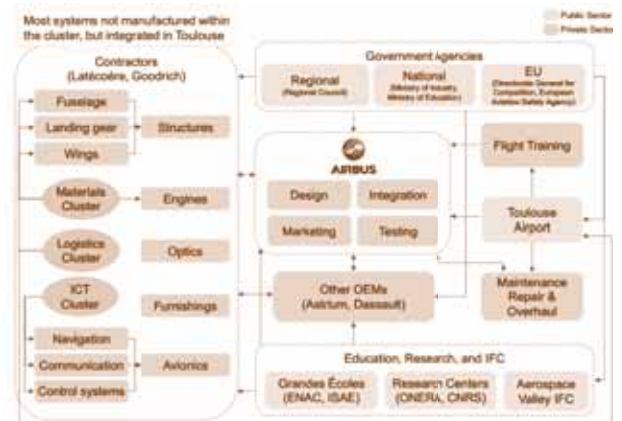
วัตถุประสงค์หลัก 6 ประการของ Aerospace Valley Association ได้แก่

1. ผลักดันให้เกิดนวัตกรรมของสินค้า บริการ และกระบวนการผลิตโดยความร่วมมือด้านการวิจัย
 2. เสริมสร้างทักษะของบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมของบริษัทสำหรับอนาคต
 3. ร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจและการจ้างงาน
 4. ร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ในอุตสาหกรรมอากาศยานเพื่อขับเคลื่อนคลัสเตอร์
 5. เสริมสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยี
 6. ส่งเสริมนโยบายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- ทั้งนี้ ภารกิจหลักของสมาคมฯ คือ การ

ผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่ SMEs สถาบันวิจัยและสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ จากการที่ฝรั่งเศสมีอัตราการว่างงานในปัจจุบันสูงถึงร้อยละ 10.9 ทำให้สมาคมฯ มีภารกิจที่ท้าทายมากขึ้นในการส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น

งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมของ Aerospace Valley Association มาจาก 2 ส่วนหลัก ส่วนแรกคิดเป็นร้อยละ 60 ของงบดำเนินงานของสมาคมฯ มาจากค่าสมาชิกรายปีที่เรียกเก็บจากสมาชิกซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนพนักงานของสมาชิกแต่ละราย (สำหรับสมาชิกที่เป็น SMEs ค่าสมาชิกจะอยู่ที่ประมาณ 400 - 500 ยูโร ขณะที่บริษัท Airbus อยู่ที่ประมาณ 20,000 ยูโร) ส่วนที่สองร้อยละ 40 มาจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐทั้งจากส่วนกลางและท้องถิ่น ได้แก่ กระทรวงกลาโหม แคว้นมิดี - ปีเรเน แคว้นอากิแตน เมืองตูลูส เมืองบอร์โด (Bordeaux) และหน่วยงาน Competitiveness Cluster ของฝรั่งเศส

องค์ประกอบคลัสเตอร์อากาศยานของเมืองตูลูส



ที่มา Jyot Bawa, Iker Cillero Etxebeste, Micheal Konialian, Jonathan Naha Pro Martin, Hugo Ruiz-Taboada and Michael E. Porter; Hiroataka Takeuchi, Aerospace Cluster in the Toulouse Region, May 10, 2013, Microeconomics of Competitiveness, Harvard Business School

นอกเหนือจากงบประมาณกิจกรรมปกติของสมาคมฯ แล้ว สมาชิกร Aerospace Valley Association มีสิทธิ์ยื่นของบประมาณสนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนาจากรัฐบาลส่วนกลาง ซึ่งจะสนับสนุนงบประมาณร้อยละ 40 แก่โครงการที่ได้รับการคัดเลือกและบริษัทต้องออกเงินเองร้อยละ 60 ในแต่ละปี คลัสเตอร์อุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันทั่วประเทศ จะคัดเลือกโครงการในคลัสเตอร์ของตนที่มีศักยภาพและส่งให้รัฐบาลกลางพิจารณา ทั้งนี้ นับตั้งแต่เริ่มโครงการ รัฐบาลให้เงินสนับสนุนไปแล้วทั้งสิ้นประมาณ 850 ล้านบาท ซึ่ง Aerospace Cluster ได้รับงบประมาณสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาแล้วคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของเงินสนับสนุนทั้งหมด

บทเรียนจากความสำเร็จของ Aerospace Valley

กล่าวได้ว่า ความสำเร็จของ Aerospace Valley เป็นผลมาจากการทำงานที่สอดคล้องกันของทั้ง 3 องค์ประกอบหลัก คือ ภาครัฐซึ่งริเริ่มความคิดที่จะจัดตั้งคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและให้การสนับสนุนทางการเงินในด้านการวิจัยและพัฒนา ภาคเอกชนที่ขับเคลื่อนการขยายตัวของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีการบินในอนาคต และสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยที่พัฒนาบุคลากรและดำเนินการวิจัยและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม โดยมี Aerospace Valley Association เป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือดังกล่าว

ดังนั้น การพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานของไทย จึงต้องเตรียมความพร้อมในหลายด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน บุคลากรที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญ บริษัทใหญ่ที่เป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและสร้างอุปสงค์ให้เกิดขึ้น อุตสาหกรรมสนับสนุน สถาบันการศึกษาและวิจัย และหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ประสานหน่วยงาน

ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์

**“บริษัทที่ลงทุนในกิจการดังกล่าว
จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
เป็นระยะเวลา 8 ปี และได้รับยกเว้น
อากรขาเข้าเครื่องจักรทุกเขต”**

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมอากาศยานของประเทศไทย โดยถือว่ากิจการผลิตซ่อม หรือดัดแปลงอากาศยาน (Aircraft Conversion) รวมทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์อากาศยานหรือเครื่องใช้บนอากาศยานเป็นกิจการที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อประเทศเป็นพิเศษ ซึ่งบริษัทไทยและต่างชาติที่ลงทุนในกิจการดังกล่าวจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี ทุกเขตโดยไม่กำหนดสัดส่วนการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และได้รับยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรทุกเขต” ทั้งนี้ หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย ร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดและจริงจัง ชาวไทยคงจะได้เห็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอากาศยานเป็นรูปร่างขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ 📌





ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าเกาหลีได้ประสบผลสำเร็จอย่างมากในการสร้างแบรนด์ของประเทศผ่านรูปแบบ "วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ" นับว่าส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก นอกจากสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศจากการจำหน่ายสินค้าวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ แอนิเมชัน วิกิโอเกม คนครี แฟชั่น ฯลฯ แล้ว ยังมีส่วนเกื้อกูลธุรกิจอื่นๆ ที่ต่อเนื่องอีกมากมาย นับเป็นกรณีศึกษาสำคัญ

ยิ่งใหญ่ในอดีต

ความจริงแล้วในอดีตอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของญี่ปุ่นอยู่อันดับแนวหน้าของเอเชีย ทั้งในด้านคนครี เช่น เพลงสูกียากิของญี่ปุ่นโด่งดังทั่วโลก ขณะที่ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ญี่ปุ่นสร้างภาพยนตร์มากที่สุดในโลกกว่า 500 เรื่องต่อปี ภาพยนตร์จำนวนมาก

ได้รับรางวัลนานาชาติ เช่น 7 เซียนซามูไร และราโชมอนของสุคยอคผู้กำกับคุโรซาวา ฮอลลีวู้ดถึงกับลอกเลียนแบบภาพยนตร์เรื่อง 7 เซียนซามูไรในเวลาต่อมา โดยปี 2503 ได้มีการสร้างภาพยนตร์ลอกเลียนแบบโดยใช้ชื่อว่า "The Magnificent Seven" หรือ "เจ็ดสิงห์แดนเสือ" ส่วนคาราโอเกะ การ์ตูนโปเกมอน และโคราเอมอน เกมแพ็คแมน ก็ได้รับความนิยมไปทั่วโลก

แต่ระยะหลังสินค้าวัฒนธรรมของญี่ปุ่นอ่อนแอลงไปมาก โดยกระแสเกาหลี หรือที่เรียกกันว่า "คลื่นหรือกระแสนิยมเกาหลี" (Korean Wave) หรือ "ฮันริว" (Hallyu) ซึ่งความจริงแล้วศิลปะวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไม่ได้เป็นรองเกาหลีแต่น่าจะเหนือกว่าด้วยซ้ำ เป็นต้นว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นได้ขึ้นสูงสุดในปี 2503 จากนั้นก็ตกต่ำลงอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบัน ทั้งในจำนวนภาพยนตร์ที่สร้างขึ้น และ

จำนวนผู้ชมภาพยนตร์ โดยภาพยนตร์ฮ่องกง และเกาหลีใต้แซงหน้าแบบไม่เห็นฝุ่น



METI ดึงตัวส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรม

ปัจจุบันกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของญี่ปุ่น ได้ดึงตัวในการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรม โดยได้จัดตั้งกองอุตสาหกรรมสื่อและเนื้อหา (Media and Content Industry Division) ต่อมาได้จัดตั้งกองอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Division) ขึ้นเมื่อปี 2553 ประกอบด้วยแผนกต่างๆ เช่น แผนกนโยบายแฟชัน แผนกส่งเสริม Cool Japan แผนกนโยบายออกแบบ แผนกสินค้าอุปโภคบริโภค และแผนกหัตถกรรม

**“กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม
จัดตั้งบริษัท Cool Japan Fund Inc ขึ้น
เพื่อบริหารจัดการกองทุน ช่วยเหลือ SMEs
ที่จะขยายธุรกิจในต่างประเทศ”**

ล่าสุดกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ได้ประกาศจัดตั้งบริษัท Cool Japan Fund Inc ขึ้นเริ่มแรกจะมีเจ้าหน้าที่ 15 คน โดยมีนายโนบุยูกิ โอะตะ

อดีตผู้อำนวยการของบริษัทแฟชันอิสเสะมียาเกะ และอดีตผู้บริหารของห้างสรรพสินค้ามัคสุย่า เป็นผู้บริหารเพื่อบริหารจัดการกองทุน Cool Japan Fund ขนาด 3.75 หมื่นล้านเยน หรือประมาณ 1.1 หมื่นล้านบาท โดย 3 หมื่นล้านเยน มาจากราชการ และอีก 7.5 พันล้านเยน มาจากภาคเอกชน 15 บริษัท เป็นต้นว่า เอเอ็นเอ เค็นท์สึ โคนิปอนพรีนซ์ ธนาการมิตซึโฮ ฯลฯ เพื่อช่วยเหลือ SMEs ที่จะขยายธุรกิจในต่างประเทศ และกำหนดจะเพิ่มเงินกองทุนเป็น 9 หมื่นล้านเยน หรือประมาณ 3 หมื่นล้านบาท ภายในเดือนมีนาคม 2557



เป้าหมาย 19 ล้านล้านบาท

ตามโครงการ Cool Japan Fund ได้กำหนดเป้าหมายสร้างรายได้ 56.6 ล้านล้านบาท หรือ 19 ล้านล้านบาท ภายในปี 2563 โดยกำหนดเป้าหมาย 6 สาขา

- แฟชัน
- เนื้อหา เช่น วิดีโอเกม ภาพยนตร์ การ์ตูน
- อาหารญี่ปุ่น เครื่องสำอาง ถ้วยชาม
- บริการ เช่น สปา โรงแรม การศึกษา สวัสดิการ
- สินค้าท้องถิ่น เช่น เครื่องเงิน
- การท่องเที่ยวให้ต่างชาติได้สัมผัสกับวัฒนธรรมญี่ปุ่น

บริษัท Cool Japan Fund Inc กำหนดนำเงินกองทุนไปสนับสนุนโครงการต่างๆ เช่น โครงการจัดตั้งศูนย์การค้าในต่างประเทศ เพื่อเป็นช่องทางวางจำหน่ายสินค้าญี่ปุ่นให้ต่างประเทศ และเป็นสถานที่ให้ภัตตาคารญี่ปุ่นมาตั้งกิจการ โครงการแสวงหาสินค้าญี่ปุ่นในต่างประเทศที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ โครงการส่งเสริมการออกอากาศภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นในสถานีโทรทัศน์ในต่างประเทศ โครงการไปซื้อกิจการหรือร่วมลงทุนในบริษัทต่างชาติที่มีเครือข่ายจำหน่ายสินค้ากว้างขวางในประเทศนั้นๆ รวมถึงให้บริการสนับสนุนบริษัทญี่ปุ่นที่ไปลงทุนในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในต่างประเทศในด้านต่างๆ เช่น บริการด้านกฎหมาย การทำบัญชี ภาษีอากร ฯลฯ

อนึ่ง สำหรับกรณีของประเทศไทย สินค้าวัฒนธรรมญี่ปุ่นได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น โดยภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรีญี่ปุ่นและไทย ได้เปิดเสรีการค้าบริการทางด้าน

ภัตตาคารร้านอาหารให้กับชาวญี่ปุ่น โดยชาวญี่ปุ่นสามารถเปิดกิจการร้านอาหารในประเทศไทยโดยถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 60 ก็สามารถมีสิทธิในการประกอบกิจการทุกอย่างเหมือนกับเจ้าของกิจการคนไทย ทำให้ไทยนับเป็นประเทศที่มีร้านอาหารญี่ปุ่นมากเป็นลำดับที่ 6 ของโลก รองจากสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน 🇯🇵





โครงการอนุมัติให้การส่งเสริม การลงทุน เดือนพฤศจิกายน 2556

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
หมวด 1 เกษตรกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร						
1	จเรฟาร์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เลี้ยงไก่เนื้อ 1,120,000 ตัว	1.5	32.00	15	บุรีรัมย์ (เขต 3)
2	เอไอ เอนเนอร์จี จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไบโอดีเซล 26,700,000 ลิตร	1.18	110.00	6	สมุทรสาคร (เขต 1)
3	MR. YUMING FAN (ร่วมทุนไทย - จีน - ฮองกง)	เชื้อเพลิงชีวมวลอัด 340,000 ตัน	1.17	108.00	232	ศรีสะเกษ (เขต 3)
4	สุขสมบูรณ์ผลิตภัณฑ์ น้ำมันพืช จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เนยเทียมและเนยขาว 28,800 ตัน	1.12	90.00	35	ชลบุรี (เขต 2)
5	เอ.เอส.ที. ปาล์มออยส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ 102,000 ตัน และเมล็ดในปาล์มอบแห้ง 30,000 ตัน	1.12	166.00	70	ประจวบคีรีขันธ์ (เขต 3)
6	แสงศรียน้ำมันปาล์ม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันเมล็ดในปาล์ม 21,760 ตัน	1.12	50.80	37	สุราษฎร์ธานี (เขต 3)
7	นางสาวสินีนาดา อรรถมานะ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันสังเคราะห์จาก เศษพลาสติก 6,300 ตัน	1.18	108.10	44	ชลบุรี (เขต 2)
8	นายทวีวัฒน์ นันทิรุจ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ส่วนผสมอาหารสัตว์ (กากมันสำปะหลังอัดเม็ด) 50,000 ตัน	1.6	108.60	45	นครราชสีมา (เขต 3)
9	นายประเวศ นันทิรุจ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ส่วนผสมอาหารสัตว์ (กากมันสำปะหลังอัดเม็ด) 50,000 ตัน	1.6	108.60	45	นครราชสีมา (เขต 3)
10	บ้านไร่ผลิตไฟฟ้า จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เชื้อเพลิงชีวมวลอัด (WOOD PELLETS) 43,800 ตัน	1.17	140.00	26	อุทัยธานี (เขต 3)
11	เอส.พี.โอ. อะโกร อินคัสตรีส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	น้ำมันปาล์มดิบ 45 ตัน และน้ำมันเมล็ดในปาล์ม 7,711 ตัน	1.12	340.90	115	ชุมพร (เขต 3)
12	ซีเฟรชอินคัสตรี จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - สวีเดน)	สัตว์น้ำแช่แข็ง 9,500 ตัน	1.11	79.80	393	ชุมพร (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
13	เบทาโกร จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	อาหารสัตว์ 48,000 ตัน	1.6	229.90	35	ลพบุรี (เขต 2)
14	คันทนา (ภาคอีสานตอนล่าง) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ปลูกไม้ยูคาลิปตัส 30,000 ไร่	1.3	357.40	29	อุบลราชธานี (เขต 3)
15	คันทนา (ภาคเหนือ) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ปลูกไม้ยูคาลิปตัส 6,000 ไร่	1.3	79.30	24	เพชรบูรณ์ (เขต 3)
16	คันทนา (ภาคกลาง) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ปลูกไม้ยูคาลิปตัส 30,000 ไร่	1.3	335.00	34	สุพรรณบุรี (เขต 3)
17	ซีเฟรชอินเตอร์ จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - สวีเดน)	อาหารกึ่งสำเร็จรูปและ กึ่งสำเร็จรูปแช่แข็ง 12,000 ตัน	1.11	76.60	554	ชุมพร (เขต 3)
18	เอส ซี ไอ อีโค เซอร์วิสเซส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	เชื้อเพลิงจากขยะ (REFUSE DERIVED FUEL) 60,000 ตัน	1.18	117.00	10	สระบุรี (เขต 2)
หมวด 2 เหมือนแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน						
1	ซี วาย ซี เมทัล จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ลวดเหล็ก (STEEL WIRE) 10,560 ตัน	2.13	160.00	19	ชลบุรี (เขต 2)
2	โอเซียน คอมเมิร์ซ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	BRASS UBGIT/BAR/ROD 2,400 ตัน	2.17	13.50	22	สิงห์บุรี (เขต 3)
3	ยามะชิน แมททีเรียล (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ตัดโลหะ 1,200 ตัน	2.18	10.00	4	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา						
1	MR. JOSEF TRAUNMUELLER (ร่วมทุนไทย - ออสเตรีย - สหรัฐ)	เครื่องนึ่งห่ม 19,550 ชิ้น เคหะสิ่งทอ 6,900 ชิ้น	3.1	7.15	69	ขอนแก่น (เขต 3)
2	โกลเด้น ดี ไทรอัมพ์ จำกัด (ร่วมทุนไทย - อินเดีย)	เครื่องประดับ 3,000 กิโลกรัม	3.7	20.00	109	กรุงเทพฯ (เขต 1)
3	ไทย มิโกโมคิ จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เฟอร์นิเจอร์ 20,000 ชิ้น	3.15	60.00	54	ระยอง (เขต 2)
4	สยาม โคเค็น จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	หน้ากากอนามัย 8,582,400 ชิ้น	3.9	300.00	59	ชลบุรี (เขต 2)
หมวด 4 ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่ง						
1	นายวิวัฒน์ ยอดสง่า (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น แผ่นหลังคา เหล็กและโครงหลังคาตัวซี สำหรับโรงงาน 4,770 ตัน	4.3	28.10	65	ปราจีนบุรี (เขต 3)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
2	เอสเอ็นซี ครีเอทีวิตี แอนโทโลจี จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ท่อน้ำยาแอร์สำหรับยานพาหนะ 2,000,000 ชิ้น	4.10	30.00	50	ระยอง (เขต 2)
3	อีโนเพาเวอร์เทรอน แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เฟืองทำयरรถบรรทุกและชิ้นส่วน 42,330 ชุด	4.10	63.70	175	ชลบุรี (เขต 2)
4	MR.KAZUYA KAWAKAMI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนของเครื่อง WELDING ROBOT และ WELDING GUN และชิ้นส่วนแม่พิมพ์ 7 คัน อุปกรณ์จับยึด 8 คัน	4.2	96.70	30	ชลบุรี (เขต 2)
5	อิตทอิ แมทลส์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น ข้อต่อสายอ่อน ของท่อแก๊ส 2,500,000 ชิ้น	4.3	80.10	84	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
6	ชิบซากิ ทีบี (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนญี่ปุ่น - สิงคโปร์)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น LONG SLIDE STOPPER, ACTIVE PIN และ HEIGHT PIN 430 คัน	4.3	40.00	30	สระบุรี (เขต 2)
7	มาโนะ พรีซัน (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ 9,000,000 ชิ้น	4.3	99.50	27	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
8	MR.PENG FEI (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	แม่พิมพ์ 200 ชุด ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ 60 ชุด การซ่อมแซมแม่พิมพ์ 120 ชุด	4.2	89.40	65	ระยอง (เขต 2)
9	เอสเอ็มอาร์ ออโตโมทีฟ ซิสเต็ม (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นไต้หวันทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนสำหรับยานพาหนะ 5,040,000 ชิ้น PRINTED CIRCUIT BOARD สำหรับยานพาหนะ 3,780,000 ชิ้น	4.10	171.40	63	ระยอง (เขต 2)
10	คิซิมโต อินคัสตรี (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น CONTROL BOX SUPPORT 12,000 คัน	4.3	66.60	40	ชลบุรี (เขต 2)
11	สายทิพย์ สแปพาร์ท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนสำหรับยานพาหนะ เช่น BUSH, PINION และ SLEEVE 1,000 คัน	4.10	80.00	190	นครราชสีมา (เขต 3)
12	เค.ซี. เมททอล ซีท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แผ่นหลังคาเหล็กและแป 11,864 คัน ประคุ่ม้วน 36,000 ตารางเมตร	4.3	36.30	29	แพร่ (เขต 3)
13	เค.ซี. เมททอล ซีท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แผ่นหลังคาเหล็กและแป 7,834 คัน ประคุ่ม้วน 36,000 ตารางเมตร	4.3	58.90	29	ภูเก็ต (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
14	เค.ซี. เมททอล ซีท จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	แผ่นหลังคาเหล็กและแป 11,864 ตัน ประตุม้วน 36,000 ตารางเมตร	4.3	36.30	29	ลำปาง (เขต 3)
15	ฉางจุน จำกัด (ร่วมทุนไทย - จีน)	ตะปูควง แป้นเกลียว และหมุดย้า 550 ตัน	4.3	12.00	47	ชลบุรี (เขต 2)
16	คีมายเออร์ (ลพบุรี) จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โครงสร้างโลหะสำหรับ งานอุตสาหกรรม 5,000 ตัน	4.19	35.00	60	ชลบุรี (เขต 2)
17	สิ๊กิโบชิ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานพาหนะ เช่น PUSH ROD ASSY 2,592,000 ชิ้น	4.10	20.60	8	ระยอง (เขต 2)
18	ซึชู อิลคทริก (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นฮ่องกงทั้งสิ้น)	เครื่องจักรที่มีการออกแบบ ทางวิศวกรรมเอง 15 ชุด	4.2	15.00	16	สมุทรปราการ (เขต 1)
19	นิคค พริซัน (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนของระบบเกียร์ เช่น SPOOL, VALVE, SLEEP, PLUNGER และ PLUG 30,000,000 ชิ้น	4.10	153.40	125	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
20	ฮาเคโบโน เบรก (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	DISC BRAKE PAD 1,700,000 ชิ้น	4.10	192.30	66	ชลบุรี (เขต 2)
21	ฮาเคโบโน เบรก (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	BRAKE CALIPER 675,000 ชิ้น	4.10	203.00	80	ชลบุรี (เขต 2)
22	โคเอ ชังเกียว (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น ฝาครอบ มอเตอร์ตู้ควบคุมระบบไฟฟ้า และโครงโลหะ 80 ตัน	4.3	28.00	12	ชลบุรี (เขต 2)
23	เอ็มเอสไอ ออโตโมทีฟ ไคลเมท คอนโทรล (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	คอมเพรสเซอร์สำหรับรถยนต์ พลังงานไฟฟ้า 207,000 ชุด	4.10	240.00	35	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
24	ซันซุยะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเครื่องจักรกล เพื่อการเกษตร 3,810 ตัน ผลิตภัณฑ์โลหะ เช่น ตู้สำหรับอุปกรณ์สื่อสาร 430 ตัน	4.2	60.00	33	ชลบุรี (เขต 2)
25	แซสซิส เบรกส์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นเนเธอร์แลนด์ทั้งสิ้น)	BRAKE CALIPER 660,700 ชิ้น	4.10	190.00	13	ระยอง (เขต 2)
26	เอฟ ไอ ซี อินเตอร์เนชันแนล (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น TUBE FOR CVT GEAR 46 ตัน	4.10	9.00	28	ชลบุรี (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
27	โคเคียนนิชิกิวา (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานพาหนะ 2,400 คัน	4.10	120.00	40	ระยอง (เขต 2)
28	สมิตรเครื่องกล จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	การชุบแข็ง (HEAT TREATMENT) 2,250 คัน	4.5	79.00	28	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
29	ซูมิโตโม อีเล็กทริกไวริง ซิสเต็ม (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชุดสายไฟสำหรับยานพาหนะ 2,000,000 ชุด	4.10	118.50	280	ระยอง (เขต 2)
30	ซูมิโตโม อีเล็กทริกไวริง ซิสเต็ม (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชุดสายไฟสำหรับยานพาหนะ 2,800,000 ชุด	4.10	143.30	300	ระยอง (เขต 2)
31	ซูมิโตโม อีเล็กทริกไวริง ซิสเต็ม (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชุดสายไฟสำหรับยานพาหนะ 3,500,000 ชุด	4.10	148.80	373	ระยอง (เขต 2)
32	เจพีไอ มอเตอร์ แมนูแฟกเจอร์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	รถจักรยานยนต์ 4 จังหวะ 50,000 คัน	4.11	80.00	124	ปราจีนบุรี (เขต 3)
33	สืบาซิโมโตะ ออโต้โมทีฟ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ เช่น โซ่ราวลิ้น 1,850,600 ชิ้น ตัวคันโซ่ 2,345,400 ชิ้น ตัวประกอบโซ่ 1,991,800 ชิ้น ตัวนำโซ่ 1,991,800 ชิ้น	4.10	250.60	8	ชลบุรี (เขต 2)
34	นายโชติภ รัศมีทินกรกุล (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	โครงสร้างโลหะสำหรับ งานอุตสาหกรรม 21,000 คัน	4.19	29.90	290	ปราจีนบุรี (เขต 3)
35	เอสอีที (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ENGRAVING 14,400 ชิ้น	4.4	64.00	26	ชลบุรี (เขต 2)
36	ไทยฟิล์มอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ฟิล์มเคลือบโลหะ 5,200 คัน	4.4	92.90	6	ระยอง (เขต 2)
37	บีเจซี เฮฟวี อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) (ร่วมทุนไทย - เกาหลี)	โครงสร้างโลหะสำหรับ งานอุตสาหกรรม 22,500 คัน	4.19	130.00	474	ระยอง (เขต 2)
38	บีเจซี เฮฟวี อินดัสทรี จำกัด (ร่วมทุนไทย - เกาหลี)	โครงสร้างโลหะสำหรับ งานอุตสาหกรรม 22,500 คัน	4.19	130.00	474	ระยอง (เขต 2)
39	บีเจซี เฮฟวี อินดัสทรี จำกัด (ร่วมทุนไทย - เกาหลี)	โครงสร้างโลหะสำหรับ งานอุตสาหกรรม 22,500 คัน	4.19	130.00	474	ระยอง (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
40	ฟูจิโนะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	การเคลือบผิว 1,350 คัน	4.4	70.00	24	ระยอง (เขต 2)
41	ซาโคชิมะ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ 3,200 คัน	4.3	196.70	27	ระยอง (เขต 2)
42	คายาม่า เอ็นจิเนียริง จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนโลหะ 700 คัน	4.3	65.80	10	นครราชสีมา (เขต 3)
43	MR. JUNJI YOSHIYASU (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	เครื่องจักรสำหรับงาน อุตสาหกรรม 125 ชุด	4.2	15.00	12	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
44	MR. ISAO HAKOMORI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น BODY กันชนหน้าและกันชนหลัง 3 คัน	4.3	40.00	8	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
45	คาน่า สปีดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนสหรัฐฯ - ไต้หวัน - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนยานพาหนะ 17,070 ชิ้น	4.10	250.80	147	ระยอง (เขต 2)
46	จอห์นสัน คอนโทรลส์ ออโตโมทีฟ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนญี่ปุ่น - มาเลเซีย)	เบาะรถยนต์ 200,000 ชิ้น	4.10	106.40	120	ชลบุรี (เขต 2)
47	สมบูรณ์หล่อเหล็กเหนียว อุตสาหกรรม จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนโลหะ เช่น SPIDER 2,200 คัน	4.3	172.00	16	ระยอง (เขต 2)

หมวด 5 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

1	โอกูระ คลัทซ์ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ 1,800,000 ชิ้น	5.5	18.50	42	ระยอง (เขต 2)
2	MR. FELIPE KASINSKY (หุ้นเยอรมนีทั้งสิ้น)	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5.9	4.00	25	กรุงเทพฯ (เขต 1)
3	โอคอนเอ็กซ์ โซลูชันส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.97	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
4	เวนคา ซอฟต์แวร์ คิวเวลลอปเมนต์ จำกัด (หุ้นอังกฤษทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	10.10	84	กรุงเทพฯ (เขต 1)
5	สมาร์ทซอฟต์แวร์เอเชีย จำกัด (ร่วมทุนไทย - แอลเยม - ฝรั่งเศส)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.87	12	กรุงเทพฯ (เขต 1)
6	ไทเทอ เอ็นจิเนียริง เอเชีย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	อุปกรณ์ควบคุมสำหรับ งานอุตสาหกรรม 420 ชุด	5.1	9.00	27	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
7	โกเทค เอ็นจิเนียริ่ง จำกัด (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับเครื่องใช้ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 300 ชิ้น	5.3 และ 5.5	6.00	8	ชลบุรี (เขต 2)
8	โตเกียว คอยล์ เอ็นจิเนียริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนกล่องถ่ายรูปดิจิทัล เช่น FLASH UNIT 2,400,000 ชิ้น	5.5	18.00	24	ลำพูน (เขต 3)
9	ซังโบ อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า 2,500,000 ชิ้น	5.3	20.00	55	ชลบุรี (เขต 2)
10	นายชวัล บุญประกอบศักดิ์ (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.00	9	กรุงเทพฯ (เขต 1)
11	MR. SHINYA KANEKO (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.00	12	กรุงเทพฯ (เขต 1)
12	MR. GAURAV DUBEY (หุ้นอินเดียทั้งสิ้น)	พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5.9	2.00	6	กรุงเทพฯ (เขต 1)
13	MR. RYOHSUKE NISHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ซอฟต์แวร์	5.8	2.13	30	กรุงเทพฯ (เขต 1)
14	เอสจี เคเบิล (ไทยแลนด์) จำกัด (ร่วมทุนไทย - สิงคโปร์)	WIRING CABLE 50,000,000 เมตร	5.3 และ 5.5	21.70	24	สมุทรปราการ (เขต 1)
หมวด 6 เคมีภัณฑ์ กระดาษ และพลาสติก						
1	ไทยซีทริก แอซิค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	กรดมะนาว 10,000 ตัน	6.1	6.20	1	สมุทรสาคร (เขต 1)
2	โตเกียว อิงค์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	MASTERBATCH 700 ตัน	6.12	231.50	27	สมุทรปราการ (เขต 1)
3	เบสเท็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ อุตสาหกรรมต่างๆ 94 ตัน	6.12	23.90	6	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
4	ไทยโพลีเอททีลีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	HIGH PRESSURE HDPE COMPOUND 120,000 ตัน	6.12	20.00	60	ระยอง (เขต 2)
5	ไทยโพลีเอททีลีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	HIGH PRESSURE HDPE COMPOUND 160,000 ตัน	6.12	470.00	60	ระยอง (เขต 2)
6	เอส เค ฟาร์มมาซูติคอล จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ยาสำหรับรักษาคน 295 ตัน ยามงสำหรับรักษาสัตว์ 2,586 ตัน	6.5	94.30	27	สมุทรสาคร (เขต 1)
7	ไทยโพลีโพรไพลีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	HIGH FLOW POLYPROPYLENE 72,000 ตัน	6.11	322.90	21	ระยอง (เขต 2)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
8	MR. CHEN WENZHONG (หุ้นจีนทั้งสิ้น)	ถังพลาสติก PET ฝาถังและ ค้ำจับพลาสติก 675 คัน	6.12	43.90	32	หนองคาย (เขต 3)
9	ทาเคฮาระะ รับเบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	COMPOUNDED RUBBER 480 คัน	6.12	115.70	16	ระยอง (เขต 2)
10	เอส. เอส. เค. พลาสติก จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ อุตสาหกรรมต่างๆ 240 คัน	6.12	6.50	15	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
11	นางสาววรรณิ เล้าเจริญสกุล (หุ้นคนไทยทั้งสิ้น)	ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก เช่น ขวคนม 2,685 คัน ผลิตภัณฑ์จากซิลิโคน เช่น จุกนมเทียม 357 คัน	6.12	25.00	22	สมุทรปราการ (เขต 1)
12	โคล่อน อินคัสตรี (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ อุตสาหกรรมต่างๆ 1,060 คัน	6.12	53.90	54	พระนครศรีอยุธยา (เขต 2)
13	ไพโอแอล (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ อุตสาหกรรมต่างๆ 1,000 คัน	6.12	199.00	27	ระยอง (เขต 2)

หมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค

1	MR. LIM YEE HOE (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและ ผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	7	ฉะเชิงเทรา (เขต 2)
2	MR. HIROYUKI SHIMIZU (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและ ผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	4	กรุงเทพฯ (เขต 1)
3	เอ็มซี - โทวา อินเตอร์ เนชั่นแนลสวิตเทนเนอร์ส จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	วิจัยและพัฒนา	7.20	14.20	2	ระยอง (เขต 2)
4	MR. KOJI SATO (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและ ผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	40.00	3	กรุงเทพฯ (เขต 1)
5	โปรเฟสชันแนล ลาโบราทอรี แมนูแฟกเจอร์ คอร์ป จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์	7.21	40.00	42	กรุงเทพฯ (เขต 1)
6	เทพู อัลโลค คอมโพเนนท์ จำกัด (ร่วมทุนญี่ปุ่น - ฮองกง)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	2.60	2	ชลบุรี (เขต 2)
7	ซูซูกิ มอเตอร์ อาร์แอนด์ซี เอเชีย จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	6.00	7	ปทุมธานี (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
8	สินสาคร วอเทอร์เวิร์ค จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการบำบัดน้ำเสีย 2,190,000 ลูกบาศก์เมตร	7.26	72.00	14	สมุทรสาคร (เขต 1)
9	พรอสเพค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	พัฒนาอาคารสำหรับโรงงาน อุตสาหกรรม	7.8	264.10	22	สมุทรปราการ (เขต 1)
10	MR. JUSSI KALLE- ANTERO RISTOLA (หุ้นสิงคโปร์ทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	4.20	4	กรุงเทพฯ (เขต 1)
11	เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	วิจัยและพัฒนา	7.20	3.15	6	ระยอง (เขต 2)
12	MR. LIDA HIROYUKI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	2.00	8	กรุงเทพฯ (เขต 1)
13	MR. MASANAO OBA (ร่วมทุนญี่ปุ่น - เกาหลี)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	20.00	6	กรุงเทพฯ (เขต 1)
14	MR. HIROSHI SASAKI (ร่วมทุนอียิปต์ - ญี่ปุ่น - ฮองกง)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	15.00	6	กรุงเทพฯ (เขต 1)
15	คีย์เอ็นซ์ (ไทยแลนด์) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	4.50	3	กรุงเทพฯ (เขต 1)
16	ปาล์มพัฒนา ไบโอแก๊ส จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	ไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ 2 เมกะวัตต์	7.1	50.00	16	ปัตตานี (เขต 3)
17	เอ็น.ที.แอล. มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	58.00	17	ไม่ระบุที่ตั้ง
18	เอ็น.ที.แอล. มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	58.00	17	ไม่ระบุที่ตั้ง
19	เอ็น.ที.แอล. มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	58.00	17	ไม่ระบุที่ตั้ง
20	เอ็น.ที.แอล. มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 4)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	58.00	17	ไม่ระบุที่ตั้ง
21	MR.HIROYA HIGUCHI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	10.00	8	ชลบุรี (เขต 2)
22	ทานากะ อาอิ (ประเทศไทย) จำกัด (ร่วมทุนไทย - ญี่ปุ่น)	ศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ	7.12	12.00	3	กรุงเทพฯ (เขต 1)

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
23	การ์เดียน อินดัสทรีส์ ระยอง จำกัด (หุ้นสหรัฐฯ ทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	2.35	6	ระยอง (เขต 2)
24	MR. YASUTOSHI TARUMI (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	5.00	35	กรุงเทพฯ (เขต 1)
25	MR. YEOH AIK CHEONG (หุ้นบริติชเวอร์จินไออร์แลนด์ทั้งสิ้น)	สำนักงานปฏิบัติการภูมิภาค	7.15	10.00	6	กรุงเทพฯ (เขต 1)
26	MR. AHN TAEYOUNG (หุ้นเกาหลีทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	3.80	4	กรุงเทพฯ (เขต 1)
27	โรงงานเภสัชกรรม เกร็ดเตอร์ฟาร์ม่า จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น)	บริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์ 700 ชิงงาน	7.21	27.53	8	นครปฐม (เขต 2)
28	มูราตะ (ประเทศไทย) จำกัด (หุ้นญี่ปุ่นทั้งสิ้น)	สนับสนุนการค้าและการลงทุน	7.15	13.25	20	กรุงเทพฯ (เขต 1)
29	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 1)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
30	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 2)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
31	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 3)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
32	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 4)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
33	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 5)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
34	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 6)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
35	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 7)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง

	บริษัท / ผู้ร่วมทุน	ผลิตภัณฑ์	ประเภท กิจการ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงานไทย (คน)	ที่ตั้ง (เขต)
36	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 8)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
37	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 9)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
38	เอส.พี.อินเตอร์มารีน จำกัด (หุ้นไทยทั้งสิ้น) (โครงการที่ 10)	ขนส่งทางเรือ 1 ลำ	7.9	17.50	1	ไม่ระบุที่ตั้ง
		รวม 7 หมวดอุตสาหกรรม		10,560.40	7,830	เขต 1 = 32 เขต 1 = 66 เขต 3 = 25 ไม่ระบุที่ตั้ง = 14

หมายเหตุ เขต 1 ได้แก่ กรุงเทพฯ นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร
 เขต 2 ได้แก่ กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก พระนครศรีอยุธยา ราชบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สุพรรณบุรี อ่างทอง
 ระยอง และภูเก็ต
 เขต 3 ได้แก่ 59 จังหวัดที่เหลือ



พื้นที่ตรงนี้ นักลงทุน "มองเห็น"



"วารสารส่งเสริมการลงทุน"

วารสารรายเดือนเน้นด้วยเนื้อหาและข้อมูลด้านเศรษฐกิจและการลงทุน ด้วยยอดพิมพ์ 4,000 ฉบับ เผยแพร่แก่สมาชิกที่เป็นนักธุรกิจ นักลงทุน รวมทั้งหน่วยงาน และองค์กรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมทั่วประเทศ

อัตราโฆษณาของ "วารสารส่งเสริมการลงทุน" ประจำปี 2556

ตำแหน่งโฆษณา	พิมพ์	อัตรา / หน้า / ครั้ง (บาท)	หมายเหตุ
1. ปกหลังนอก	4 สี	50,000	• ลงโฆษณา 3 เดือน ลด 20% / 6 เดือน ลด 35% • อัตราค่าลงโฆษณาดังกล่าวเป็นราคาสุทธิ ไม่ต้องคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม และไม่มีภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย
2. ปกหน้าใน	4 สี	35,000	
3. หน้า 1	4 สี	35,000	
4. ปกหลังใน	4 สี	30,000	
5. หน้า 2	4 สี	25,000	
6. หน้า 4	4 สี	25,000	
7. หน้าในบทความ	2 สี	15,000	

สนใจลงโฆษณา กรุณาติดต่อ

กองบรรณาธิการ "วารสารส่งเสริมการลงทุน" ศูนย์บริการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

โทรศัพท์ 0 2553 8111 ต่อ 8382 และ 8410 โทรสาร 0 2553 8222 อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

คิดถึงการลงทุน คิดถึง

บีโอไอ

หากท่านคิดจะลงทุน ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เป็นกิจการประเภทใด

ขนาดการลงทุนเล็กหรือใหญ่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอ พร้อมมอบสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากร และอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ท่าน พร้อมคำปรึกษาแนะนำ และข้อมูลด้านเศรษฐกิจการลงทุน

• หน่วยงานบริการอื่นๆ •

สมาคมนักลงทุนไทย

อาคารทีพีแอนด์ที ชั้น 16 เลขที่ 1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : 0 2936 1429 ต่อ 201 - 208 โทรสาร : 0 2936 1441 - 2
อีเมล : is-investor@ic.or.th เว็บไซต์ : www.ic.or.th

ศูนย์ประสานการบริการด้านการลงทุน

โทรศัพท์ : 0 2209 1100 โทรสาร : 0 2209 1199
อีเมล : osos@boi.go.th เว็บไซต์ : osos.boi.go.th

ศูนย์บริการวีซ่าและใบอนุญาตทำงาน

อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 18 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์ : 0 2209 1100 โทรสาร : 0 2209 1194 อีเมล : visawork@boi.go.th
เว็บไซต์ : www.boi.go.th

• สำนักงานในส่วนภูมิภาค •

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 1 (เชียงใหม่)

ห้อง 108 - 110 อาคารแอร์พอร์ต บีซิเนส ปาร์ค เลขที่ 90 ถนนมทิลล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100
โทรศัพท์. 0 5320 3397 - 400
โทรสาร 0 5320 3404
อีเมล : chmai@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 5 (สงขลา)

7 - 15 อาคารไชยงค์ ถนนจุฑาธิปไตย 1 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทรศัพท์. 0 7434 7161 - 5
โทรสาร 0 7434 7160
อีเมล : songkhla@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (นครราชสีมา)

2112/22 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทรศัพท์. 0 4421 3184 - 6 โทรสาร 0 4421 3182
อีเมล : korat@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 6 (สุราษฎร์ธานี)

49/21 - 22 ถนนศรีวิชัย ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์. 0 7728 4637, 0 7728 4435
โทรสาร 0 7728 4638
อีเมล : surat@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 3 (ขอนแก่น)

177/54 หมู่ 17 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
โทรศัพท์. 0 4327 1300 - 2 โทรสาร 0 4327 1303
อีเมล : khonkaen@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 7 (พิษณุโลก)

59/15 อาคารไทยทิวทัศน์ ชั้น 3 ถนนบรมไตรโลกนาถ 2 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000
โทรศัพท์. 0 5524 8111 โทรสาร 0 5524 8777
อีเมล : phitsanulok@boi.go.th

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4 (ชลบุรี)

46 หมู่ 5 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ถนนสุขุมวิท ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี 20230
โทรศัพท์. 0 3840 4900 โทรสาร 0 3840 4997 - 9
อีเมล : chonburi@boi.go.th



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

Think Asia, Invest Thailand

www.boi.go.th



OVERSEAS OFFICES

BEIJING : Thailand Board of Investment, Beijing Office
Royal Thai Embassy, No.40 Guang Hua Rd., Beijing 100600 P.R.C.
Tel: +86-10-6532-4510 Fax: +86-10-6532-1620 Email: beijing@boi.go.th

FRANKFURT : Thailand Board of Investment, Frankfurt Office
Investment Section, Royal Thai Consulate-General
Bethmannstr. 58,5.0G 60311 Frankfurt am Main, Federal Republic of Germany
Tel: +49 (069) 92 91 230 Fax: +49 (069) 92 91 2320

GUANGZHOU : Thailand Board of Investment, Guangzhou Office
Investment Promotion Section, Royal Thai Consulate-General, Room 1216-1218, Garden Tower, 368 Huanshi Dong Rd., Guangzhou 510064 P.R.C
Tel: +86-20-8333-8999 ext. 1216-8, +86-20-8387-7770 Fax: +86-20-8387-2700
Email: guangzhou@boi.go.th

LOS ANGELES : Thailand Board of Investment, Los Angeles Office
Royal Thai Consulate-General,
611 North Larchmont Boulevard, 3rd Floor, Los Angeles CA 90004, U.S.A.
Tel: +1 (0)-323-960-1199 Fax: +1 (0)-323-960-1190 Email: boila@boi.go.th

MUMBAI : Thailand Board of Investment, Mumbai Office
Royal Thai Consulate-General 1st Floor, Dalalal House, Jammalal Bajaj Marg, Nariman Point, Mumbai - 400 021 Republic of India
Tel: + (91 22) 2204 1589-90 Fax: + (91 22) 2282 1071 Email: mumbai@boi.go.th

NEW YORK : Thailand Board of Investment, New York Office
7 World Trade Center, 34th Floor, Suite F, 250 Greenwich Street, New York, New York 10007, U.S.A.
Tel: +1 (0) 212 422 9009 Fax: +1 (0) 212 422 9119 Email: nyc@boi.go.th
Website: www.thinkasiainvestthailand.com

OSAKA : Thailand Board of Investment, Osaka Office
Royal Thai Consulate-General, Bangkok Bank Building, 7th Floor,
1-9-16 Kyutaro-Machi, Chuo-Ku, Osaka 541-0056 Japan
Tel: +81 (0) 6-6271-1395 Fax: +81 (0) 6-6271-1394 Email: osaka@boi.go.th

PARIS : Thailand Board of Investment, Paris Office
Ambassade Royale de Thaïlande 8, rue Greuze, 75116 Paris, France
Tel: +(33-1) 56 90 26 00 Fax: +(33-1) 56 90 26 02 Email: par@boi.go.th

SEOUL : Thailand Board of Investment, Seoul Office
#1804, 18th Floor, Coryo Daeyungak Tower,
25-5, Chungmuro 1-ga, Jung-gu, Seoul, 100-706, Korea
Tel: +82-2-319-9998 Fax: +82-2-319-9997 Email: seoul@boi.go.th

SHANGHAI : Thailand Board of Investment, Shanghai Office
Royal Thai Consulate-General, 15th Floor, Crystal Century Tower,
567 Weihai Rd., Shanghai 200041, P.R.C
Tel: +86-21-6288-9728-9 Fax: +86-21-6288-9730 Email: shanghai@boi.go.th

STOCKHOLM : Thailand Board of Investment, Stockholm Office
Stureplan 4C 4th Floor, 114 35 Stockholm, Sweden
Tel: +46 (0) 8463 1158, +46 (0) 8463 1174-75 Fax: +46 (0) 8463 1160
Email: stockholm@boi.go.th

SYDNEY : Thailand Board of Investment, Sydney Office
Suite 101, Level 1, 234 George Street, Sydney, New South Wales 2000, Australia
Tel: +61-2-9252-4884 Fax: +61-2-9252-2883 Email: sydney@boi.go.th

TAIPEI : Thailand Board of Investment, Taipei Office
Taipei World Trade Center, 3rd Floor, Room 3E 39-40
No.5 Xin-Yi Rd., Sec. 5 Taipei 110, Taiwan R.O.C.
Tel: +886-2-2345-6663 Fax: +886-2-2345-9223 Email: taipei@boi.go.th

TOKYO : Thailand Board of Investment, Tokyo Office
Royal Thai Embassy, 8th Floor, Fukuda Building West,
2-11-3, Akasaka, Minato-ku, Tokyo 107-0052 Japan
Tel: +81 (0) 3-3582-1806 Fax: +81 (0) 3-3589-5176 Email: tyo@boi.go.th



THAILAND BOARD OF INVESTMENT

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

555 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ : 0 2553 8111 โทรสาร : 0 2553 8222

อีเมล : head@boi.go.th เว็บไซต์ : www.boi.go.th

