BangkokBizNews.com
กรุงเทพธุรกิจ

ปีที่ 29 ฉบับ 10148 วันอังคารที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 หน้า 9

ความเป็นไปได้ในการพัฒนาน้ำยางข้นสู่ถุงมือ

แจงสี่เบี้ย

กฤษณี พิสิฐศุภกุล

ไทยส่งออกน้ำยางข้นได้เป็นอันดับหนึ่งของโลกไปยังประเทศผู้ผลิตถุงมือยาง เราจึงตกอยู่ในสถานะประเทศที่ผลิตวัตถุดิบให้กับประเทศที่ผลิตผลิตภัณฑ์ยางพาราที่มีมูลค่าสูง ขณะเดียวกัน น้ำยางข้นซึ่งมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 20 ของยางทั้งหมด ยังไม่สามารถพัฒนาไปเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำได้มากนัก ซึ่งไทยส่งออกน้ำยางข้นสูงเป็นอันดับ 2 ของมูลค่าส่งออกยางธรรมชาติ แต่มีความเป็นไปได้หรือไม่ที่ไทยจะหันมาสนใจอุตสาหกรรมถุงมือยางเป็นการต่อยอดอุตสาหกรรมน้ำยางข้นที่เรามีความได้เปรียบ บทความนี้จึงชี้ถึงข้อจำกัดที่ทำให้ไม่สามารถก้าวข้ามการส่งออกสินค้าแปรรูปขั้นต้นให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้

ไทยส่งออกน้ำยางข้นได้อันดับ 1 แต่มูลค่าเพิ่มต่ำ

ไทยส่งออกน้ำยางข้นไปยังตลาดโลกมีส่วนแบ่งตลาดสูงถึงร้อยละ 73 ไปยังประเทศผู้ใช้หลัก คือ มาเลเซียและจีน โดยเฉพาะมาเลเซียมีความต้องการใช้เพื่อผลิตถุงมือยางอย่างต่อเนื่อง ไทยจึงมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันทั้งด้านปริมาณการผลิต และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตของมูลค่าส่งออกค่อนข้างต่ำ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการลดลงของราคายางเรื่อยมา และเป็นสินค้าที่อยู่ในขั้นอิ่มตัว ประกอบกับน้ำยางข้นยังเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ ควบคุมคุณภาพยาก เพราะน้ำยางสดรวบรวมจากเกษตรกรชาวสวนขนาดเล็กจำนวนมาก ทำให้ผู้ส่งออกจะต้องให้ความสำคัญในการรักษาคุณภาพให้ตรงตามคุณสมบัติที่ผู้ต้องการใช้ นอกจากนี้ จุดอ่อนสำคัญในอุตสาหกรรมน้ำยางข้น คือ ราคาส่งออกถูกกำหนดโดยผู้ซื้อต่างประเทศ และอายุในการเก็บรักษาน้ำยางข้นค่อนข้างต่ำ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องระบายสต๊อกสม่ำเสมอ ทำให้บางช่วงต้องขายในราคาที่ต่ำตามกลไกราคาตลาดโลก

การจะหลุดพ้นจากภาวะนี้ได้จำเป็นต้องมองหาอุตสาหกรรมอื่นที่ต่อยอดจากน้ำยางข้นได้ เพื่อให้การผลิตสินค้าน้ำยางข้นมีตลาดรองรับในประเทศและพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำส่งออกได้ในมูลค่าสูงขึ้น คืออุตสาหกรรมถุงมือยางธรรมชาติ ที่ใช้น้ำยางเป็นวัตถุดิบในการผลิตสูงถึงร้อยละ 80-90 และการทดแทนด้วยยางสังเคราะห์ไม่สามารถทำได้ทั้งหมดโดยเฉพาะการผลิตถุงมือแพทย์ผ่าตัด นอกจากนี้ ยังมีโอกาสเติบโตจากความต้องการใช้ถุงมือยางโลกที่เพิ่มขึ้น โดยคาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ยราวร้อยละ 5-10 ต่อปี หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 1,000 ล้านคู่ต่อปี จากปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น การตระหนักรู้ถึงการดูแลสุขภาพ ภัยคุกคามจากเชื้อโรคหรือโรคระบาด และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก

กรณีศึกษาของมาเลเซีย: จุดแข็งด้านวิจัยและพัฒนา

มาเลเซียเป็นผู้นำในการผลิตอุตสาหกรรมถุงมือยางและส่งออกในตลาดโลก มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 52 สูงกว่าไทยถึง 3 เท่า ถุงมือยางไทยเป็นสินค้าที่มีส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกต่ำ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) จึงมีต้นทุน

(ต่อด้านหลัง)

> โอกาสของถุงมือยางไทย ควรมุ่งสร้างความแตกต่าง

การผลิตสูงกว่ามาเลเซีย โดยเฉพาะสัดส่วนต้นทุนแรงงานและปัญหาเครื่องจักรที่ล้าสมัย ดังนั้นอุตสาหกรรมถุงมือยางไทยจึงไม่สามารถแข่งขันกับมาเลเซียได้

จุดแข็งสำคัญที่ทำให้มาเลเซียก้าวขึ้นเป็นผู้ส่งออกถุงมือยางรายใหญ่ของโลก คือ การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้มีเทคโนโลยีการผลิตที่รวดเร็วและทันสมัย กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสูง มาเลเซียสามารถผลิตถุงมือยางได้มากกว่าไทยประมาณ 4 เท่า ผู้ผลิตถุงมือยางของมาเลเซียกว่าร้อยละ 50 ได้รับมาตรฐาน SMG (Standard Malaysian Gloves) ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานที่สำนักงานอาหารและยาของสหรัฐฯ (U.S. Food and Drug Administration: USFDA) กำหนด โดยเฉพาะถุงมือทางการแพทย์ มุ่งให้อยู่ในระดับพรีเมียมที่มีคุณภาพและราคาสูง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ คือ นโยบายภาครัฐที่ชัดเจนและจริงจัง

จะเห็นว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญที่สุด คือ การสนับสนุนจากภาครัฐ เริ่มตั้งแต่การมีนโยบายที่ชัดเจนและจริงจังให้อุตสาหกรรมปลายน้ำเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะสร้างรายได้ให้กับประเทศในระยะยาว ขณะที่มองย้อนกลับมายังกรณีศึกษาของไทย อุตสาหกรรมถุงมือยางไทยยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐน้อย โดยเฉพาะด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับยางพาราทั้งระบบ ที่ผ่านมานั้นยังขาดองค์กรที่รับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอย่างมีเอกภาพ ทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ ขาดการวิจัยและพัฒนาเพื่อลดต้นทุนการผลิตหรือปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

โอกาสของถุงมือยางไทยควรมุ่งสร้างความแตกต่าง

ความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมถุงมือยางย่อมขึ้นกับผู้ประกอบการ ทั้งให้ความสำคัญกับวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สนับสนุนการลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนเป็นเครื่องจักรที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพการผลิตสูง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องแข่งขันกับมาเลเซียซึ่งเน้นการผลิตถุงมือยางแบบ Mass products แต่สามารถเพิ่มช่องทางการทำตลาดอื่น ได้แก่ การทำการตลาดเฉพาะกลุ่ม และผลิตสินค้าถุงมือยางที่แตกต่าง เช่น มีสี มีกลิ่นอ่อนโยน ลดกลิ่นยางธรรมชาติ

หากสามารถพัฒนาอุตสาหกรรมถุงมือยางไทยให้เติบโตได้จริง มีโอกาสที่วันหนึ่ง ถุงมือยางไทยจะไต่ระดับเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้ส่งออกเป็นอันดับต้นๆ ของโลกได้