



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยเรื่อง ผลของการลงทุนทางตรงไปยังประเทศอาเซียนที่มีต่อศักยภาพของ อุตสาหกรรมอาหารไทย

ชุดโครงการ การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย

โดย

ผศ.ดร.จูน เจริญเสียง

ดร.ดนุพล อริยะสัจจากร

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

กรกฎาคม พ.ศ. 2558

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยเรื่อง ผลของการลงทุนทางตรงไปยังประเทศอาเซียนที่มีต่อศักยภาพของ
อุตสาหกรรมอาหารไทย

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ผศ.ดร.จูน เจริญเสียง

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อ.ดร.ดนุพล อริยะสัจจากร

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชุดโครงการ การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	0-1
บทคัดย่อ	0-4
Abstract	0-5
บทที่ 1: บทนำ	1-1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1-2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	1-3
บทที่ 2: สถานการณ์ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย	2-1
2.1 นิยามที่เกี่ยวข้อง.....	2-1
2.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรม	2-5
2.2.1 การผลิต.....	2-5
2.2.2 การบริโภคในประเทศ	2-6
2.2.3 การค้าระหว่างประเทศ	2-7
2.2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	2-10
2.2.5 ปัญหาและอุปสรรค.....	2-11
2.3 การลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทย	2-11
2.3.1 การไหลออกของเงินทุน (FDI Outflow).....	2-11
2.3.2 การไหลออกของเงินทุน (FDI Inflow)	2-14
2.4 กรณีตัวอย่างการลงทุนทางตรงขาออกไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทย	2-15
บทที่ 3: วรรณกรรมปริทัศน์: ความสำคัญของการลงทุนขาออกและห่วงโซ่อุปทานโลก	3-1
3.1 การลงทุนทางตรงขาออกไปยังต่างประเทศ	3-1
3.2 อุตสาหกรรมอาหารกับห่วงโซ่อุปทานโลก.....	3-6
3.3 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงขาออก.....	3-9
3.3.1 นโยบายระดับประเทศ	3-9
3.3.2 นโยบายระดับภูมิภาค (อาเซียน)	3-13
บทที่ 4: วิธีการศึกษา	4-1
4.1 การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อแสดงภาวะการณ์ออกไปลงทุนยังต่างประเทศ	4-1
ของอุตสาหกรรมอาหารไทย	4-1
4.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	4-3
บทที่ 5: ผลการศึกษา.....	5-1

5.1 พฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน.....	5-1
5.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทยในภาพรวม	5-3
5.3 การวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อแสดงภาวะการออกไปลงทุนในต่างประเทศของผู้ผลิต ในอุตสาหกรรมอาหาร.....	5-5
5.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการลงทุนของอุตสาหกรรมอาหารไทยในต่างประเทศ.....	5-14
5.4.1 กลุ่มผู้ประกอบการที่ยังมิได้ลงทุนทางตรงในต่างประเทศ	5-14
5.4.2 กลุ่มผู้ประกอบการที่มีการออกไปลงทุนยังต่างประเทศ	5-17
บทที่ 6: บทสรุปและข้อเสนอแนะ	6-1
6.1 บทสรุป	6-1
6.2 ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร	6-5
6.3 ข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ	6-5
6.4 ข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอแนะในการศึกษาเพิ่มเติม	6-6
เอกสารอ้างอิง.....	R-1
ภาคผนวก ก: รายละเอียดของโครงการ	

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1: อุตสาหกรรมอาหารในการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมสากล.....	2-4
ตารางที่ 2.2: ปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร	2-5
ตารางที่ 2.3: ดัชนีปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคไทย	2-6
ตารางที่ 2.4: มูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร	2-7
ตารางที่ 4.1: รายชื่อบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์.....	4-1
ตารางที่ 5.1: แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคอาเซียน	5-2
ตารางที่ 5.2: SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมอาหารไทย.....	5-3
ตารางที่ 5.3: บริษัทมหาชนที่มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ประเภทของกิจการ และประเทศที่ไปลงทุน	5-13
ตารางที่ 5.4: อัตราภาษีเงินได้จากต่างประเทศของประเทศต่างๆ.....	5-23

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: มูลค่าการลงทุนของไทยในต่างประเทศ	2-12
ภาพที่ 2.2: การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศภูมิภาคระหว่างปี 2548 - 2557	2-12
ภาพที่ 2.3: มูลค่าการลงทุนของไทยในต่างประเทศ 10 ลำดับแรก ระหว่างปี 2548 - 2557	2-13
ภาพที่ 2.4: การลงทุนทางตรงจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมระหว่างปี 2548 - 2557	2-14
ภาพที่ 4.1: ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร	4-4
ภาพที่ 5.1: รายได้ของบริษัท และมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ	5-6
ภาพที่ 5.2: มูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเปรียบเทียบตามกลุ่มรายได้	5-8
ภาพที่ 5.3: มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	5-9
ภาพที่ 5.4: มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ของบริษัทที่มีรายได้มากกว่า 1 หมื่นล้านบาท	5-10
ภาพที่ 5.5: มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ของบริษัทที่มีต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาท	5-10
ภาพที่ 5.6: มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)	5-11
ภาพที่ 5.7: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนยังต่างประเทศ	5-16

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

อุตสาหกรรมอาหารของไทยนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูง และบริษัทที่มีศักยภาพมีการลงทุนไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งการลงทุนทางตรงนี้เองจะเป็นประโยชน์ทั้งกับไทยและ ประเทศที่ไปลงทุน ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเป็นประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV ซึ่งประเทศเหล่านี้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยใด ผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมในด้านใดบ้าง และการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันให้แก่ผู้ผลิตได้อย่างไร

งานวิจัยในอดีตหลายงานได้แสดงถึงความสำคัญของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศที่มีต่อศักยภาพของบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม และทั้งในระดับอุตสาหกรรม และในระดับบริษัทเอง ในเชิงทฤษฎี การลงทุนทางตรงมักมีเป้าหมายหลัก 3 ประการได้แก่ Resource-seeking Market-seeking และ Efficiency-seeking แต่ไม่ว่าจะเป็นการออกไปในรูปแบบใดก็ตาม สิ่งที่บริษัทผู้ออกไปลงทุนได้รับคือการลดต้นทุนการผลิต และ/หรือ การขยายตลาด ซึ่งทั้งสองประการส่งผลให้ศักยภาพของบริษัทเพิ่มมากยิ่งขึ้น การเพิ่มขึ้นของศักยภาพนี้จะเกิดขึ้นได้นั้นมีเงื่อนไขบางประการเป็นตัวส่งเสริม เช่น ความพร้อมของพนักงาน ความพร้อมของโครงสร้างทางการผลิต ตลอดจนถึงความพร้อมของประเทศผู้รับทุน เป็นต้น

สิ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้เมื่อพูดถึงการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ คือ ห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Value Chain) ซึ่งจากการศึกษาในอดีตนั้น การไปลงทุนทางตรงอาจไปในรูปแบบของการลงทุนในบางส่วน ของห่วงโซ่การผลิตหรืออาจไปทั้งห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดังนั้นการวิเคราะห์ผ่านห่วงโซ่อุปทานโลกช่วยให้ภาพของการลงทุนชัดเจนมากยิ่งขึ้น

สำหรับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณพบว่า การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งแสดงถึงการให้ความสำคัญของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของบริษัทในอุตสาหกรรมนี้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าข้อมูลทางสถิติบ่งชี้ในเบื้องต้นว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมีแนวโน้มความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับรายได้ของบริษัท แต่ยังไม่สามารถยืนยันเชิงสถิติได้อย่างชัดเจนถึงข้อสรุปดังกล่าวอันเนื่องมาจากจำนวนบริษัทที่มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศยังคงมีจำกัดอยู่

สำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจด้านการลงทุนมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศแต่มีความสนใจในการลงทุนมักมีเป้าหมายหลักในการขยายตลาดสินค้า โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ประการที่สองคือเพื่อลดความเสี่ยงของปัจจัยการผลิตเพราะผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารที่มักมีความผันผวนด้านปริมาณและราคาหากเกิดโรคระบาดพืชหรือสัตว์ขึ้น ประการที่สามคือเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าของประเทศที่สนใจไปลงทุนโดยตรงเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออก อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการ

เหล่านี้ยังคงชะลอการตัดสินใจออกไปลงทุนเนื่องจากข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน เช่น การขาดเงินทุนที่มากพอเพื่อการลงทุนระยะยาวในต่างประเทศ การขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนและขาดความเชื่อมั่นในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

สำหรับผู้ประกอบการที่มีการออกไปลงทุนในต่างประเทศ พบว่าเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ โดยมีเป้าหมายหลักคือ การขยายตลาด และเป้าหมายประการที่สองคือ เพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (เทคโนโลยีในการผลิต การเกษตร เป็นต้น) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความพร้อมและสามารถออกไปลงทุนในต่างประเทศ ประกอบด้วย การมีประสบการณ์การผลิตในอุตสาหกรรมอาหารและมีศักยภาพในการผลิตและแปรรูปได้ตั้งแต่ส่วนต้นของห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งการเป็นผู้ส่งออกในตลาดภูมิภาคหรือในตลาดโลกจะเป็นส่วนเสริมให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจตลาดโลก นอกจากนี้ความสัมพันธ์กับนักธุรกิจท้องถิ่น หรือภาครัฐในประเทศที่ลงทุนยังเป็นส่วนเสริมที่สำคัญในการได้รับข้อมูลเชิงลึกเพื่อตัดสินใจลงทุนและการได้รับสิทธิพิเศษในการดำเนินการลงทุน และปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งคือความพร้อมของเม็ดเงินลงทุน

รูปแบบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารนั้น มีความหลากหลาย ขึ้นกับช่องทางการลงทุนและเป้าหมายของผู้ลงทุน กล่าวคือ ในกรณีการลงทุนโดยตรงโดยผู้ประกอบการไทยทั้งหมด จะพบในผู้ลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนในต่างประเทศมาก่อนและ/หรือได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับกรณีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น ความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจเป็นตัวสร้างความร่วมมือให้ข้อมูลเชิงลึกต่าง ๆ และเปิดโอกาสในการลงทุน ในกรณีการได้รับสัมปทานจากภาครัฐหรือการเข้าพื้นที่ทางการเกษตร จะพบในการลงทุนที่ต้องใช้วัตถุดิบทางการเกษตรเป็นปัจจัยการผลิต และกรณีการเข้าซื้อกิจการในต่างประเทศ จะเกิดในผู้ลงทุนขนาดใหญ่ที่กำลังการลงทุนสูง

ผลกระทบที่เกิดจากการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศต่อผู้ประกอบการ ได้แก่ ตลาดที่ขยายตัวกว้างขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีพฤติกรรมบริโภคไม่ต่างกันมากนัก การเพิ่มการส่งออกในประเทศที่สามจะการใช้สิทธิพิเศษทางการค้า การเรียนรู้รูปแบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการผลิตใหม่มาทดแทนรูปแบบของการทำการเกษตรแบบพันธสัญญา ซึ่งช่วยลดความขัดแย้งและทำให้การควบคุมคุณภาพผลผลิตทำได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตามในเรื่องของเทคโนโลยีการผลิตนั้น พบว่าเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตทั้งการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์จากผู้ประกอบการไทยไปยังคนและชุมชนในท้องถิ่น โดยผู้ลงทุนไทยมองว่าเป็นการเกื้อกูลกันของไทยและประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน

ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดจากโรคระบาดพืชและสัตว์ การปรับตัวเพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมและภาษา ปัญหาการต่อต้านจากคู่แข่งในท้องถิ่น ความไม่เสถียรของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบและกฎหมาย อัตราภาษีรายได้จากการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทยยังอยู่ในอัตราที่สูงทำให้ไม่จูงใจในการลงทุน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อหาสาเหตุของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารของไทย ประกอบกับการวิเคราะห์ประเด็นปัญหา และความเชื่อมโยงระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศกับ รายได้ซึ่งเป็นตัวแทนของศักยภาพ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์และรวบรวมแบบสอบถาม พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศคือ ความต้องการในการขยายตลาด โดยพบว่า สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการตัดสินใจลงทุนคือการยอมรับความเสี่ยงของบริษัท เนื่องจากการลงทุนทางตรงไป ยังต่างประเทศนี้โดยมากจะเห็นผลในระยะยาวดังนั้นทุนที่เพียงพอและความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพื่อรับ ความเสี่ยงได้คือเรื่องที่สำคัญของบริษัท นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญมากประการหนึ่งคือการได้มาซึ่งข้อมูลต่าง ๆ ใน ประเทศที่จะไปลงทุน ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้ข้อมูลมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ พิจารณาประกอบกับรายได้ของบริษัท พบว่า บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารนั้นให้ความสำคัญกับการไปลงทุน ทางตรงเพิ่มมากยิ่งขึ้นทุกปี โดยบริษัทที่มีขนาดใหญ่ รายได้สูง มีการลงทุนทางตรงมาอย่างยาวนานในขณะที่ บริษัทขนาดใหญ่เริ่มมีการให้ความสำคัญกับการลงทุนไปยังต่างประเทศมากยิ่งขึ้นในช่วง 4 ปีนี้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อมูลที่จำกัดจึงไม่มีข้อยืนยันทางสถิติถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และการลงทุนทางตรงไปยัง ต่างประเทศ หากแต่แนวโน้มของมูลค่าเบื้องต้นพอจะแสดงให้เห็นได้ว่าสองตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิง บวกในระยะยาว

Abstract

The outward foreign direct investment (OFDI) of Thai food industry is studied in this paper to find the factors inducing, and problems of, OFDI of the industry. Moreover, a relationship between OFDI and firm's performance are assessed. According to in-depth interviews and questionnaires, the qualitative analysis suggests that the main reason for firms in the industry to put OFDI is market-seeking intentions under a constraint of abilities to invest (ability to taking risk). The abilities involve experience in productions and international trade which will make firm understands foreign market. More importantly, the vital obstacle for OFDI is risk. Since the return for OFDI may take a long time, firms who interested in OFDI need to be ready, money-wise and strategy-wise. A key factor to help firm making decision is in-depth information about their OFDI target country, which Thai authority lacks of. The information includes, but not limits to, culture, law and regulation, and the nature of business in the potential host country. Lack of information about culture, uncertainty on rule and regulations, and unreliable infrastructure are crucial factor to increase risk for investors. Knowing business partners in the target-to-invest area plays significant role to reduce those risk. Quantitative analysis from the 13 public companies in Thai food industries shows increasing sign of OFDI along quite a period of time, especially for the last 4 years. Though the relationship between OFDI and firm performance are not statistically assured in this study, there are a slight sign of positive relationship between the two. Lastly, the main suggestion from investors to Thai government is for the government to provide in-depth information about the host country. Furthermore, the government should play a role of finding and matching business partner for them. Special offer on tax and tariff and finding sources of fund could also stimulate OFDI.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากไทยมีความพร้อมทางด้านการผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิต ทั้งด้านความสมบูรณ์ของวัตถุดิบและการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต ประกอบกับไทยมีประสบการณ์ในเวทีการค้าโลกมาอย่างยาวนาน มีการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มาตลอดห่วงโซ่การผลิต ทำให้ไทยมีบทบาทสำคัญทางด้านการผลิตและการค้าในตลาดโลก ได้รับการยอมรับในคุณภาพและมีภาพลักษณ์ที่ดีในการผลิตอาหารโดยเฉพาะจากความสามารถในการส่งออกไปยังประเทศที่มีความพิถีพิถันสูงทางการบริโภค นอกจากนี้ไทยมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่หลากหลาย ทั้งผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูงในระดับการไปลงทุนต่างประเทศ และผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ ทำให้สามารถตอบสนองอุปสงค์ของอาหารได้หลายรูปแบบ

อย่างไรก็ตามไทยเองก็พบอุปสรรคในการผลิตสินค้าโดยเฉพาะการมีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากต้นทุนด้านแรงงาน และต้นทุนด้านพลังงาน การขาดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตในภาคการเกษตร ทำให้การผลิตสินค้าเกษตรบางประเภทมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน การขาดความรู้และการให้ความสำคัญกับการเปิดเขตการค้าเสรีต่าง ๆ ทำให้ขาดความเข้าใจว่าข้อตกลงเหล่านี้จะกระทบต่อภาคการผลิตของตนเองมากน้อยเพียงใด การเผชิญกับมาตรการการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ และการขาดความสามารถเชิงรุกด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

การผลิตอาหารของไทยเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดโลกนั้น ในปัจจุบันพบว่ามิได้เป็นการผลิตภายในประเทศ แต่เพียงอย่างเดียว ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทยที่ศักยภาพสูงก็ยังมีการลงทุนไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องยาวนานเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีขนาดการผลิตใหญ่ เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (ซีพี), บริษัท ไทยเพรสซิเดนท์ฟู้ด จำกัด (มหาชน), บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน), บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น ระยะเวลาของการเริ่มลงทุนและเป้าหมายของการลงทุนนั้นก็แตกต่างกัน Wee (2007) สรุปตัวอย่างไว้ดังนี้ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาตลาดและแสวงหาช่องทางในการกระจายสินค้าและยังมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้ผลิตอาหารในระดับโลกอย่างครบวงจร โดยประเทศที่ไปลงทุนส่วนใหญ่จะอยู่ในเอเชีย บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ผลิตอาหารและทำร้านอาหารก็เน้นการหาตลาดเช่นกันและยังเป็นการสร้างแบรนด์ในต่างประเทศ โดยการลงทุนมีทั้งใน สหราชอาณาจักร สวิสเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ เป็นต้น บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) ก็เน้นการแสวงหาตลาดเช่นกัน และทำให้การกระจายสินค้ามีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยมีการลงทุนในสหรัฐอเมริกาและจีน จนกระทั่งเป็นผู้ผลิตอาหารที่สำคัญใน

ตลาดโลก และ บริษัท ไทยเพรสซิเดนท์ฟู้ด จำกัด (มหาชน) ที่มีการร่วมลงทุนในเอเชียหลายแห่ง โดยจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการเหล่านี้เน้นการแสวงช่องทางทางการค้าเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ทางการค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารระหว่างไทยกับอาเซียนหรือประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆในเอเชีย เช่น อินเดีย พบว่าประเทศต่างๆเหล่านั้น มีความต้องการที่จะพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอาหารในประเทศตนเองซึ่งเป็นสิ่งที่ไทยมีความชำนาญ และเพื่อเพิ่มบทบาทของตนเองในตลาดโลก สำหรับไทยเองก็ยังใช้วัตถุดิบจากประเทศต่างๆในกลุ่มอาเซียนเช่นกัน เช่น ถั่วเหลืองจากลาวและพม่า ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากลาว ปลาทูน่าจากอินโดนีเซียและ ปาล์มน้ำมันจากมาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนวัตถุดิบจากไทยเองที่ยังคงผลิตไม่เพียงพอและต้องมีการนำเข้าได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากแป้ง นำเข้าจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ผักและของปรุงแต่งจากผัก นำเข้าจาก กัมพูชา พม่า มาเลเซีย เป็นต้น หรือในประเทศอินเดียที่มีการพัฒนาการประมงที่เข้มแข็งและมีความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรที่หลากหลาย ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าไทยและประเทศที่กล่าวถึงข้างต้นต่างมีช่องทางพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารร่วมกันซึ่งการลงทุนทางตรงของไทยจะเป็นประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายโดยเฉพาะการเข้าถึงความสมบูรณ์ทางวัตถุดิบในประเทศเหล่านั้น ในปัจจุบันนี้หลายประเทศได้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้น จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันให้แก่ผู้ผลิตรายใด ผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อประกอบการวางแผนนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการลงทุนทางตรงข้ามชาติในอุตสาหกรรมอาหารของไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของไทย ที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ

1.2.2 เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากการลงทุนทางตรงข้ามชาติมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหาร

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 งานศึกษาชิ้นนี้เน้นการศึกษาถึงศักยภาพของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในการลงทุนทางตรงไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา พม่า และเวียดนาม โดยแบ่งการศึกษาเป็นเชิงปริมาณ (วิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศและศักยภาพโดยใช้สมการถดถอย) และเชิงคุณภาพ (วิเคราะห์ความสามารถและผลกระทบที่เกิดจากการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศโดยการสัมภาษณ์)

1.3.2 เนื่องจากการศึกษานี้มีการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารของไทย ดังนั้นจึงเน้นการใช้ข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในหมวดประเศธุรกิจ “อาหารและเครื่องดื่ม”

1.3.3 การวิเคราะห์ผลการศึกษา มุ่งเน้นถึงผลกระทบของการการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เพื่อหาแนวนโยบายสำหรับสนับสนุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการลงทุนทางตรง

บทที่ 2

สถานการณ์ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

ประเทศไทย ถือเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ทั้งในแง่ของคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า เป็นผลจากความพร้อมด้านวัตถุดิบหลักที่เป็นผลผลิตจากภาคการเกษตรของประเทศไทยที่มีการพัฒนามาอย่างยาวนาน สามารถป้อนวัตถุดิบหลักที่มีคุณภาพสูงให้แก่ภาคอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับศักยภาพของผู้ประกอบการไทยที่สามารถพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้าที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไทยจึงจัดได้ว่าเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปอันดับต้น ๆ ของโลกในหลายรายการ อาทิ ไก่แช่แข็ง กุ้งแช่แข็ง และหมู่นำกระป๋อง เป็นต้น และมีการส่งออกไปยัง 6 ทวีป รวม 222 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ ภาครัฐได้มีนโยบายผลักดันอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าอาหารของไทยมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับตลาด ขณะที่ ปี 2558 การรวมตัวเป็นตลาดเดียวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือเออีซี คาดว่าจะทำให้อาหารไทยมีความโดดเด่นมากขึ้น เพราะอาหารของไทยมีศักยภาพสูงในการแข่งขันในตลาดอาเซียน ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้อาหารไทยมีศักยภาพสูง อยู่ที่การมีปริมาณวัตถุดิบเพียงพอและมีคุณภาพดี แรงงานมีทักษะและความชำนาญ อุตสาหกรรมมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสินค้ามีราคาที่สามารถแข่งขันได้

คณะวิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากสถิติและบทความจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมอาหารของไทยในปัจจุบัน ซึ่งแสดงดังต่อไปนี้

2.1 นิยามที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมอาหาร¹ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อยต่างๆ จำนวนมาก จากการจำแนกของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมอาหารของไทย ประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อย 12 กลุ่ม² ดังนี้

1. เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกร โค กระบือ ไก่ เป็ด ห่าน นกทุกประเภท แพะ แกะ จระเข้ กบ เต่า ตะพาบ ไข่ รังนก และอื่นๆ สินค้าสำคัญ ได้แก่ ไก่แช่เย็นแช่แข็ง สินค้าสำเร็จรูปจากเนื้อไก่และเนื้อสุกร

¹ อุตสาหกรรมอาหาร หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบหลักจากภาคเกษตร ได้แก่ พืชผักและผลไม้ เนื้อสัตว์ และประมง เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิตหรือการแปรรูป ทั้งในระดับขั้นต้น (ยึดอายุการเก็บรักษาผลผลิต) หรือขั้นกลาง (สินค้ากึ่งสำเร็จรูป) หรือขั้นปลาย (สินค้าสำเร็จรูปพร้อมบริโภค)

² โครงการศึกษาผลกระทบและการกำหนดท่าทีไทยต่อการจัดตั้งเขตการค้าเสรีเอเชียตะวันออก. 2548. ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เสนอตอกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

2. ผลิตภัณฑ์ประมง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำจืดและน้ำเค็ม อาทิ ปลา กุ้ง หอย ปู หมึก กุ้ง ปลิงทะเล แมงกะพรุน และอื่นๆ สินค้าสำคัญ ได้แก่ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ปลาพูนากะปอง อาหารทะเลอบแห้ง และอาหารทะเลกระป๋อง

3. ผัก ผลไม้สดและแปรรูป ประกอบด้วย ผักและผลไม้ต่างๆ ทั้งผลสด แห้ง และแปรรูป และน้ำผักผลไม้ สินค้าสำคัญ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผักผลไม้กระป๋อง ผักผลไม้อบแห้งแช่แข็ง น้ำผลไม้และลำไย

4. ธัญพืชและผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย แป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง สินค้าสำคัญ ได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งมันสำปะหลัง เส้นหมี่ และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

5. เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส ประกอบด้วย กระเทียมผล พริกไทยป่น เม็ดกระวาน กานพลู อบเชย ลูกและดอกจันทร์เทศ เมล็ดผักชี ขิง ขมิ้น เครื่องเทศผสมอื่นๆ และเครื่องปรุงรส อาทิ น้ำปลา น้ำส้มสายชู ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซิอิ้ว กะปิ เครื่องแกงสำเร็จรูป ผงชูรส เป็นต้น

6. นมและผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย นมสด นมพร้อมดื่ม นมเปรี้ยว นมอัดเม็ด นมผง นมข้นหวาน โยเกิร์ต ครีม เนย ไอศกรีม และสินค้าที่มีนมเป็นส่วนประกอบหลัก ไม่ว่าจะเป็นนมโค หรือสัตว์อื่นๆ

7. น้ำตาลและขนมหวาน ประกอบด้วย น้ำตาลดิบ น้ำตาลทราย ไซรัป น้ำตาลก้อน และอื่นๆ รวมทั้งน้ำผึ้ง กากน้ำตาล ลูกอม หมากฝรั่ง

8. เครื่องดื่ม ประกอบด้วย 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มแรก เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำหวาน น้ำรสผลไม้ที่วัตถุดิบมาจากน้ำผสมวัตถุแต่งกลิ่นรส น้ำเก๊กฮวย น้ำดื่ม น้ำแร่ น้ำแข็ง น้ำอัดลม เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มผง นมถั่วเหลือง โซดา และกลุ่มที่สอง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทุกประเภท

9. ชา กาแฟ โกโก้ ประกอบด้วย เมล็ดกาแฟดิบ กาแฟคั่ว บด กาแฟสำเร็จรูป กาแฟกระป๋อง ใบชาแห้ง ชาสำเร็จรูป เครื่องดื่มชากระป๋อง เมล็ดโกโก้ โกโก้ผง เครื่องดื่มโกโก้ และผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน รวมทั้งช็อกโกแลต

10. น้ำมันและไขมัน ประกอบด้วย เมล็ดพืชน้ำมันต่างๆ อาทิ ปาล์ม ถั่วลิสง ถั่วเหลือง งา เมล็ดทานตะวัน ไขมันจากสัตว์และพืชทั้งในลักษณะดิบและผ่านกระบวนการ เป็นต้น

11. อาหารสัตว์ ประกอบด้วย มันสำปะหลังอัดเม็ด เศษมัน กากที่เหลือจากการผลิตน้ำมันจากพืช อาทิ กากถั่วเหลือง กากจากน้ำมันรำข้าว ปลาป่น เศษกระดูก และน้ำคั้นจากสัตว์และผลิตภัณฑ์ประมง อาหารสัตว์เลี้ยง อาทิ ปลากระป๋อง อาหารสุนัขและแมว อาหารสัตว์อื่นๆ ที่จัดทำเพื่อจำหน่ายปลีก รวมทั้งฟาง แกลบ หญ้า และพืชอาหารสัตว์อื่นๆ

12. สินค้าเสริมอาหารและอื่นๆ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการบริโภคไม่เหมือนอาหารปกติในรูปแบบน้ำ เม็ด แคปซูล มีจุดประสงค์เฉพาะเพื่อการบริโภค รวมถึงอาหารอื่นๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้าในกลุ่ม 11 กลุ่มแรกได้ อาทิ อาหารที่ผสมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน อาหารทางการแพทย์ อาหารสำเร็จรูปที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบหลายชนิด

ขณะที่ สหประชาชาติ³ (United Nations Statistics Division) จำแนกประเภทอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ตามกิจกรรมการผลิตของอุตสาหกรรม ดังปรากฏในการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมสากล หรือ ISIC Rev.4 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 อุตสาหกรรมอาหารในการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมสากล

ISIC			รายการ
2-digit	3-digit	4-digit	
10			การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร
	101		การแปรรูปและการถนอมเนื้อสัตว์
	102		การแปรรูปและการถนอมสัตว์น้ำ
	103		การแปรรูปและการถนอมผลไม้และผัก
	104		การผลิตน้ำมันและไขมันจากพืชและสัตว์
	105		การผลิตผลิตภัณฑ์นม
	106		การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการโม้-สัธยพืช สตาร์ชและผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช
		1061	การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการโม้-สัธยพืช
		1062	การผลิตสตาร์ชและผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช

³ ISIC Rev.4 เรียกดูจาก unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27

107	การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ
1071	การผลิตผลิตภัณฑ์ขนมอบ
1072	การผลิตน้ำตาล
1073	การผลิตโกโก้ ช็อกโกแลต ลูกกวาด และขนมที่ทำจากน้ำตาล
1074	การผลิตมะกะโรนี เส้นก๋วยเตี๋ยว และผลิตภัณฑ์อาหารจำพวกแป้งที่คล้ายกัน
1075	การผลิตอาหารสำเร็จรูป
1079	การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
108	การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป
11	การผลิตเครื่องดื่ม
1101	การต้ม การกลั่น และการผสมสุรา
1102	การผลิตไวน์
1103	การผลิตมอลต์และสุราที่ทำจากข้าวมอลต์
1104	การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ น้ำแร่และน้ำดื่มบรรจุขวดประเภทอื่นๆ

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย. รหัสประเภทอุตสาหกรรม (ISIC-BOT) Rev. 4.0. เรียกดูจาก [www.](http://www.bot.or.th/Thai/DataManagementSystem/ReportDoc/DataSetFIFM/Pages/dataset.aspx)

bot.or.th/Thai/DataManagementSystem/ReportDoc/DataSetFIFM/Pages/dataset.aspx.

หมายเหตุ: รายละเอียดการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของธนาคารแห่งประเทศไทย ตาม ISIC Rev.4
ปรากฏในภาคผนวก

2.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรม

2.2.1 การผลิต

การผลิตของอุตสาหกรรมอาหารของไทย⁴ ในปี 2557 ในภาพรวมคาดว่าจะจะมีการขยายตัวประมาณร้อยละ 1-2 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยผลผลิตเชิงปริมาณที่สำคัญ ได้แก่ น้ำตาลทราย น้ำมันปาล์ม แป้งมันสำปะหลัง เนื้อไก่แช่แข็งและแช่เย็น และปลาทูน่ากระป๋อง

ตารางที่ 2.2 ปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร

รายการสินค้า	หน่วย	2555*	2556 (ม.ค.-พ.ย.)*
น้ำตาลทรายดิบ/ขาว	ตัน	5,265,507.42	4,090,190.28
น้ำมันปาล์ม บริสุทธิ์/ดิบ	ตัน	1,260,124.82	1,242,753.05
แป้งมันสำปะหลัง	ตัน	907,097.30	762,783.03
เนื้อไก่แช่เย็นแช่แข็ง	ตัน	781,689.84	589,463.66
ปลาทูน่ากระป๋อง	ตัน	460,923.83	431,463.93
สับปะรดกระป๋อง	ตัน	269,817.66	210,475.37
นมพร้อมดื่ม	ตัน	250,197.12	264,082.94
น้ำมันถั่วเหลือง บริสุทธิ์/ดิบ	ตัน	152,293.72	106,948.03
น้ำผลไม้	ตัน	151,664.42	91,326.48
กุ้งแช่แข็ง	ตัน	92,319.89	47,868.56
ปลาซาร์ดีนกระป๋อง	ตัน	63,277.12	45,902.66
ปลาแช่แข็ง	ตัน	60,337.08	59,840.61
ปลาหมึกแช่แข็ง	ตัน	23,306.14	20,008.66
ผลผลไม้อบแห้ง	ตัน	22,166.77	19,624.73
ขนมปังเวเฟอร์	ตัน	13,933.13	15,382.92
ซอสถั่วเหลือง เต้าเจี้ยว ซีอิ๊ว	ลิตร	2,563,373.56	2,791,929.83

รายการสินค้า	หน่วย	2555*	2556 (ม.ค.-พ.ย.)*
น้ำปลา	ลิตร	69,129,080.97	32,504,876.32
น้ำดื่มบริสุทธิ์	พันลิตร	378,336.30	461,245.24

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2557)

⁴ รายงานพิเศษ “แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทย ปี 2557.” อุตสาหกรรมสาร. ปีที่ 56 ฉบับเดือน มี.ค.-เม.ย. 2557. หน้า 5-7.

หมายเหตุ: *ตัวเลขเบื้องต้น (ม.ค.-พ.ย.56) และคาดว่าทั้งปีจะปรับตัวลดลงร้อยละ 0.1 เมื่อเทียบกับปี 2555

2.2.2 การบริโภคในประเทศ⁵

ในปี 2557 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) คาดว่าการบริโภคของครัวเรือนจะขยายตัวร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคจะมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความไม่แน่นอนของปัจจัยทางการเมือง ปัญหาหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น และภาวะค่าครองชีพที่คาดว่าจะสูงขึ้น ซึ่งสินค้าอาหารจะได้รับผลกระทบดังกล่าวด้วยเช่นกัน แม้จะเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตก็ตาม โดยผู้บริโภคจะระมัดระวังในการใช้จ่ายและเลือกซื้อโดยใช้ “ราคา” เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ย 25,403 บาทต่อเดือน และมีรายจ่ายเฉลี่ย 19,259 บาทต่อเดือน มากกว่าร้อยละ 40 เป็นรายจ่ายเพื่อการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 2.3 ดัชนีบ่งชี้เศรษฐกิจมหภาคไทย

ดัชนีบ่งชี้ที่สำคัญ	2555	2556*	2557*
GDP (ณ ราคาคงที่)	6.5	3.0	4.0-5.0
การบริโภคครัวเรือน (ณ ราคาคงที่)	6.7	0.8	2.4
เงินเฟ้อ	3.0	2.4	2.1-3.1
อัตราการว่างงาน	0.7	0.7	0.7
หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท)	168,517	188,774	n.a.

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556)

หมายเหตุ: *ประมาณการณ

ขณะที่ การค้าปลีกในประเทศ ในปี 2557 คาดว่า จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือประมาณ 3.4 แสนล้านบาท โดย 5 ผลิตภัณฑ์ที่คนไทยนิยมบริโภคสูงสุด ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์จากนมร้อยละ 22 ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด อาหารแปรรูปแห่งร้อยละ 20 ซอส/น้ำสลัด/เครื่องปรุงร้อยละ 10 เบเกอรี่ร้อยละ 10 และขนมขบเคี้ยวร้อยละ 8 โดยร้านสะดวกซื้อยังคงเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าอาหารมากที่สุด

ตารางที่ 2.4 มูลค่าผลผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร (พันล้านบาท)

กลุ่มผลิตภัณฑ์	2556	2557
ผลิตภัณฑ์จากนม	73,756.0	77,143.7
อาหารแปรรูปแห่ง	57,503.0	61,933.2
ซอส/น้ำสลัด/เครื่องปรุง	34,452.2	35,876.6
เบเกอรี่	32,710.0	34,686.0

⁵ ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556)

ขนมขบเคี้ยว	27,691.8	28,723.1
อื่นๆ	100,218.8	105,984.1
อาหารแปรรูปทั้งหมด	326,331.8	344,346.7

ที่มา: Euromonitor International (2013) อ้างถึงใน อุตสาหกรรมสาร ปีที่ 56 ฉบับเดือน มี.ค.-เม.ย.57. หน้า 6.

2.2.3 การค้าระหว่างประเทศ

การนำเข้า

ทิศทางการนำเข้าในปี 2557 คาดว่า จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น คล้ายกับในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา โดยมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยอยู่ที่ 4 แสนล้านบาทต่อปี สินค้านำเข้าร้อยละ 60 เป็นวัตถุดิบในโรงงานแปรรูป อาทิ ปลาทูน่า ปลาทะเลแช่แข็ง ข้าวสาลี แป้งสาลี และกากถั่วที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ เป็นต้น ส่วนอีกร้อยละ 40 นำเข้ามาใช้บริโภคโดยตรง ได้แก่ ผัก ผลไม้สด เนื้อสัตว์ ขนมขบเคี้ยว ช็อกโกแลต และอาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วย เป็นต้น

การส่งออก

อุตสาหกรรมส่งออกอาหารไทย กล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูงเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ สามารถนารายได้เข้าประเทศประมาณปีละ 5 แสนล้านบาท⁶ โดยในปี 2556 การส่งออกส่วนใหญ่หรือมากกว่าร้อยละ 50 ยังคงเป็นการส่งสินค้าเข้าไปยังตลาดหลักของโลก อาทิ ญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐฯ เป็นต้น หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 22 18 และ 14 ตามลำดับ ทั้งนี้ สถาบันอาหาร⁷ รายงานว่า สถานการณ์การค้าอาหารของไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2556 (มค.-ตค.) มีมูลค่าการส่งออก 765,566 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2555 โดยคาดว่าจะการส่งออกในภาพรวมตลอดปี 2556 จะมีมูลค่าประมาณ 913,000 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปี 2555 สินค้าอาหารที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ข้าว น้ำตาลทราย ปลาทูน่ากระป๋อง ไข่ และกุ้ง โดยไทยส่งออกสินค้าอาหารไปยัง 6 ทวีป รวม 222 ประเทศทั่วโลก และกว่าร้อยละ 60 อยู่ในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ อาเซียน ญี่ปุ่น จีน ตะวันออกกลาง และอินเดีย

ในปี 2557 สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม คาดว่า การส่งออกอาหารของไทยจะมีมูลค่าประมาณ 970,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 ซึ่งเป็นมูลค่าใกล้เคียงกับปี 2555 ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เริ่มมีความชัดเจนขึ้น⁸ จากข้อมูลข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจในตลาด

⁶ มองส่งออกอุตสาหกรรมอาหารยังสามารถพลิกกลับมาฟื้นตัวได้ในปี 2557. เผยแพร่ 11 เมษายน 2557. เรียกดูจาก www.tmbbank.com/newsroom/news-details.php?id=543#1

⁷ “ปี 2557 คาดส่งออกอาหารไทยจะมีมูลค่า 9.7 แสนล้านบาท.” สถาบันอาหาร. เรียกดูจาก www.nfi.or.th/th/Newdetail.php?aid=375&cid=5.

⁸ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) คาดว่าเศรษฐกิจโลกปี 2557 จะขยายตัวร้อยละ 3.6 สูงที่สุดในรอบ 3 ปี

หลักต่างๆ ของโลก ยังคงเป็นตัวแปรสำคัญสำหรับทิศทางการส่งออกสินค้าอาหารของไทย และส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารของไทย

ข้อสรุปข้างต้น ยืนยันได้จากข้อมูลการนำเข้าสินค้าอาหารของกลุ่มประเทศสำคัญดังกล่าว โดยในปี 2556 การนำเข้าอาหารรวมของสหรัฐฯ และยุโรป มีอัตราขยายตัวร้อยละ 7.0 และ 3.6 ตามลำดับ สอดคล้องกับสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจทั้งสองตลาด และคาดว่าในปี 2557 การนำเข้าอาหารของตลาดทั้งสองยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตามการคาดการณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ที่คาดว่า ในปี 2557 เศรษฐกิจสหรัฐฯ และยุโรป จะมีการเติบโตร้อยละ 2.8 และ 1 ตามลำดับ และญี่ปุ่น มีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 1.7 เป็นผลจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งการเงินและการคลัง คาดว่า ญี่ปุ่นจะมีการนำเข้าสินค้าหมวดอาหารเพิ่มขึ้น แม้ว่าในปีที่ผ่านมา การนำเข้าอาหารของญี่ปุ่นหดตัวร้อยละ 12.7 หลังค่าเงินเยนอ่อนลงอย่างรวดเร็วจากนโยบายการเงินแบบผ่อนปรน อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นกลับมาอนุญาตให้มีการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากไทยอีกครั้ง หลังจากที่มีการระงับการนำเข้ามาเป็นเวลากว่า 10 ปี ทำให้การส่งออกสินค้าอาหารของไทยเข้าไปญี่ปุ่นในปี 2557 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น⁹ ขณะที่ การค้ากับอาเซียนทวีความสำคัญกับอุตสาหกรรมอาหารของไทยเพิ่มมากขึ้นตามลำดับรวมทั้งมีปัจจัยสนับสนุนในเรื่องค่าเงินบาท

อย่างไรก็ตาม การส่งออกสินค้าอาหารของไทยไปยังตลาดหลักดังกล่าว ส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในหมวดอาหารทะเลและเนื้อสัตว์ สินค้าอาหารที่คาดว่าจะยังมีทิศทางการส่งออกที่ดีในปี 2557 ได้แก่ ไก่แช่แข็งและแปรรูป ที่ได้รับผลดีจากการที่ญี่ปุ่นกลับมาอนุญาตให้มีการนำเข้าสินค้าไทยอีกครั้ง รวมทั้งอาหารทะเลกระป๋องและแช่แข็ง และสินค้าอาหารอื่นๆ ของไทย อาทิ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เป็นต้น ยังเป็นที่ต้องการของตลาดโลกค่อนข้างมาก ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากทิศทางของตลาดหลักๆ ของอุตสาหกรรมอาหารของไทย พบว่า ในปี 2557 ภาพรวมด้านอุปสงค์การส่งออกอุตสาหกรรมอาหารยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจตลาดหลัก อาทิ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น เป็นต้น

แม้ว่าการส่งออกอาหารในปี 2558 จะมีแนวโน้มดีขึ้น แต่ก็ยังมีปัจจัยเสี่ยงหลายประการอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวของการส่งออกสินค้าอาหารของไทยตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ได้แก่

- 1) การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมกุ้งไทยจากโรคกุ้งตายด่วน (Early Mortality Syndrome: EMS) ที่คาดว่าจะเป็นอย่างช้าๆ แม้ว่าปัญหาดังกล่าวมีแนวโน้มคลี่คลายมากขึ้น
- 2) การตัดสินใจพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ของยุโรป¹⁰ สำหรับสินค้าอาหารแปรรูปของไทย (สินค้าในพิกัดศุลกากร HS 16 ถึง HS 23) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้ากุ้งแปรรูปที่ไทยส่งเข้าไปยังตลาดยุโรปถึงร้อยละ 16

⁹ สถาบันอาหาร คาดว่า ไทยจะส่งออกไก่เพิ่มขึ้นเป็น 650,000-700,000 ตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 80,000 ล้านบาท โดยปัจจัยหลักคือทางการญี่ปุ่นเปิดการนำเข้าไก่ไทย นับตั้งแต่เดือน ธ.ค.56 เป็นต้นมา หลังจากห้ามนำเข้ามาตั้งแต่ปี 2547 ในช่วงที่มีไข้หวัดนกระบาดในไทย

¹⁰ ตามกฎระเบียบเกี่ยวกับเกณฑ์การให้สิทธิ GSP ใน Regulation (EU) no 978/2012 ที่ยกเลิกการให้สิทธิสำหรับประเทศที่มีรายได้ประชาชาติปานกลางระดับสูง (upper middle income) ปัจจุบัน ธนาคารโลกจัดอันดับให้ไทยอยู่ในกลุ่มดังกล่าว

3) ราคาพลังงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต รวมทั้งการขนส่งในภาคอุตสาหกรรมอาหาร และค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน

4) การติดตามการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้แรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมอาหารทะเลของไทย จากคู่ค้าหลักอย่างสหรัฐฯ¹¹ และยุโรป ที่มีแนวโน้มพัฒนาเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรมไทยทั้งหมดในปี 2557 จากการที่สหรัฐฯ ประกาศลดระดับการใช้แรงงานต่างด้าวของไทยไปอยู่ที่ระดับ Tier 3 (ประเทศที่มีสถานการณ์การค้ามนุษย์ในระดับรุนแรง และรัฐบาลไม่มีความก้าวหน้าในการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว) ตามมาด้วยคำประกาศของยุโรป ส่งผลให้ผู้นำเข้าสินค้าอาหารที่สำคัญหลายรายการในทั้งสองตลาด นำสินค้าอาหารของไทยลงจากชั้นวางสินค้า

5) โรคไข้หวัดนก ซึ่งกลายเป็นโรคประจำถิ่นของไทย แม้จะยังไม่มีการระบาดในปีนี้ แต่ก็เริ่มมีสัญญาณอันตรายมากขึ้นจากกรณีของประเทศเพื่อนบ้าน

6) ความแปรปรวนของสภาพอากาศและปัจจัยทางธรรมชาติ โดยเฉพาะภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อผักและผลไม้ และราคาเนื้อสัตว์ในประเทศ

2.2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ¹²

1. ไทยมีทรัพยากรสมบูรณ์ อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศสูง ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจำนวนมาก

2. อุตสาหกรรมอาหารมีศักยภาพสูง ทั้งการผลิตและส่งออก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีพื้นฐานการเกษตรที่เข้มแข็งและมีคุณภาพสูง มีผลผลิตที่สามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปได้หลากหลายและต่อเนื่อง

3. แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานฝีมือและความประณีต มีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าอาหารของไทยมีมูลค่าเพิ่มมากกว่าสินค้าของประเทศอื่น

4. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในสินค้าไทยทั้งด้านการผลิตและคุณภาพ เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารเพื่อการส่งออกได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ตามที่ต่างประเทศกำหนด อาทิ GMP, HACCP, Animal welfare เป็นต้น และที่สำคัญคือ สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดทั้งกระบวนการผลิต ผู้บริโภคจึงมีความมั่นใจในความปลอดภัยของสินค้า

¹¹ สินค้าไทยที่ส่งออกไปสหรัฐฯ มีมูลค่าประมาณ 120,000-140,000 ล้านบาทต่อปี ในจำนวนนี้เป็น การส่งออกอาหารทะเลมูลค่า 74,000 ล้านบาท หรือกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าส่งออกอาหารทั้งหมด แบ่งเป็นกุ้งมูลค่า 51,300 ล้านบาท ทุ่นำกระป๋อง 15,600 ล้านบาท ส่วนที่เหลือประกอบด้วยปลาและอาหารทะเลอื่นๆ ส่วนการส่งออกน้ำตาลไปสหรัฐฯ มีมูลค่าค่อนข้างน้อยประมาณ 500 ล้านบาทต่อปี และผักผลไม้แปรรูปมีมูลค่า 17,600 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าส่งออกอาหารไปสหรัฐฯ (อุตสาหกรรมอาหารของไทยกับปัญหาการค้ามนุษย์ของสหรัฐฯ. 2557. มติชนสุดสัปดาห์. ปีที่ 34 ฉบับที่ 1769 : 11-17 ก.ค.2557. หน้า 25)

¹² Pornsri Laurujisawat. 2553. อุตสาหกรรมอาหารกับการแข่งขันในเวทีโลก. Food Today Magazine No. 4: February 2010. เรียกดูจาก www.foodindustrythailand.com/778724/อุตสาหกรรมอาหารกับการแข่งขันในเวทีโลก.

5. การใช้เทคโนโลยีทันสมัยในกระบวนการผลิต เพื่อให้สินค้าที่มีคุณภาพและต้นทุนลดลง อาทิ การนำเอาของเหลือทิ้งจากการผลิต มาใช้ผลิตพลังงานไฟฟ้าและนำกลับมาใช้ในโรงงาน ทำให้กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมีความสนใจสินค้าไทยมากขึ้น เป็นต้น

6. คู่ค้าต่างชาติให้การยอมรับด้านการส่งมอบสินค้า และความรับผิดชอบต่อสินค้าของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทย

2.2.5 ปัญหาและอุปสรรค

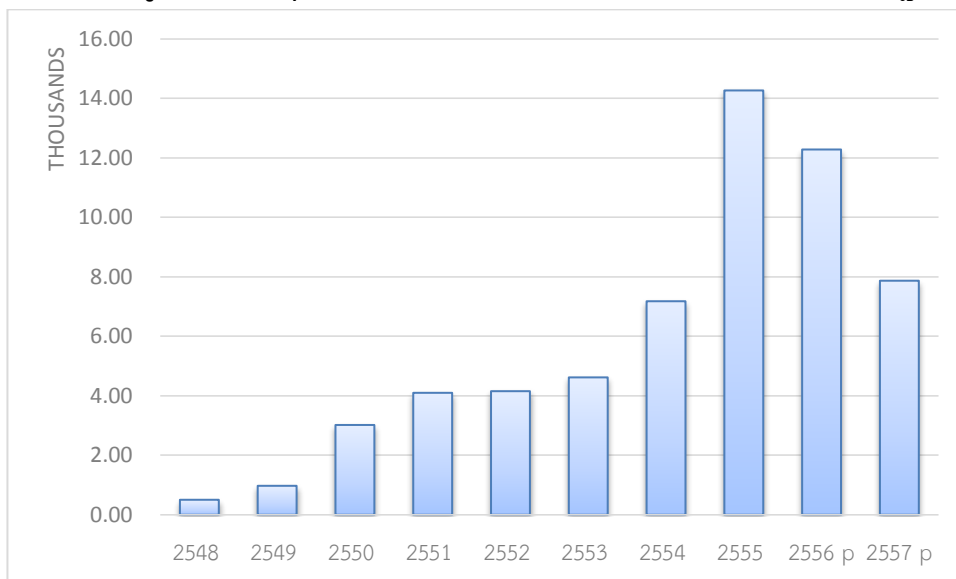
ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอาหารของไทย ที่มีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าอาหาร หรือในทางกลับกันก็เป็นปัจจัยที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารของไทย จำเป็นต้องมองหาโอกาสการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศมากขึ้น จำแนกได้เป็น 2 ส่วนคือ ด้านอุปทาน อาทิ โรคกุ้งตายด่วน (EMS) โรคใช้หัวदनก การใช้แรงงานต่างด้าว ต้นทุนวัตถุดิบอาหารทะเลมีแนวโน้มสูงขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน และต้นทุนแรงงาน ภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อผักและผลไม้ และราคาเนื้อสัตว์ในประเทศ การบิดเบือนกลไกตลาดของโครงการรับจำนำสินค้าเกษตร ปัญหาดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่ออุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอาหารของไทยในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศคู่แข่งอื่นๆ และด้านอุปสงค์ . มาตรการหรือนโยบายของต่างประเทศที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการนำเข้าสินค้าอาหารของไทย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นตลาดสินค้าอาหารของไทย ภัยพิบัติทางธรรมชาติขนาดใหญ่ โรคระบาด และความไม่สงบทางการเมือง

2.3 การลงทุนระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทย

2.3.1 การไหลออกของเงินลงทุน (FDI Outflow)

นับตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี 2553 ธปท. ได้ผ่อนคลายการควบคุมและให้บริษัทไทยออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศได้โดยเสรีมากขึ้นนั้นนั้น มูลค่าการลงทุนของไทยในต่างประเทศได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปี 2555 ที่การออกไปลงทุนในต่างประเทศของไทยมีมูลค่าสูงเป็นประวัติการณ์ถึง 14 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ สำหรับในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2556 ที่ผ่านมา มูลค่าการลงทุนของไทยในต่างประเทศสุทธิคิดเป็นมูลค่า 6,521 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าที่ 3,678 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยภาคธุรกิจเอกชนเป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญในการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศในไตรมาสนี้

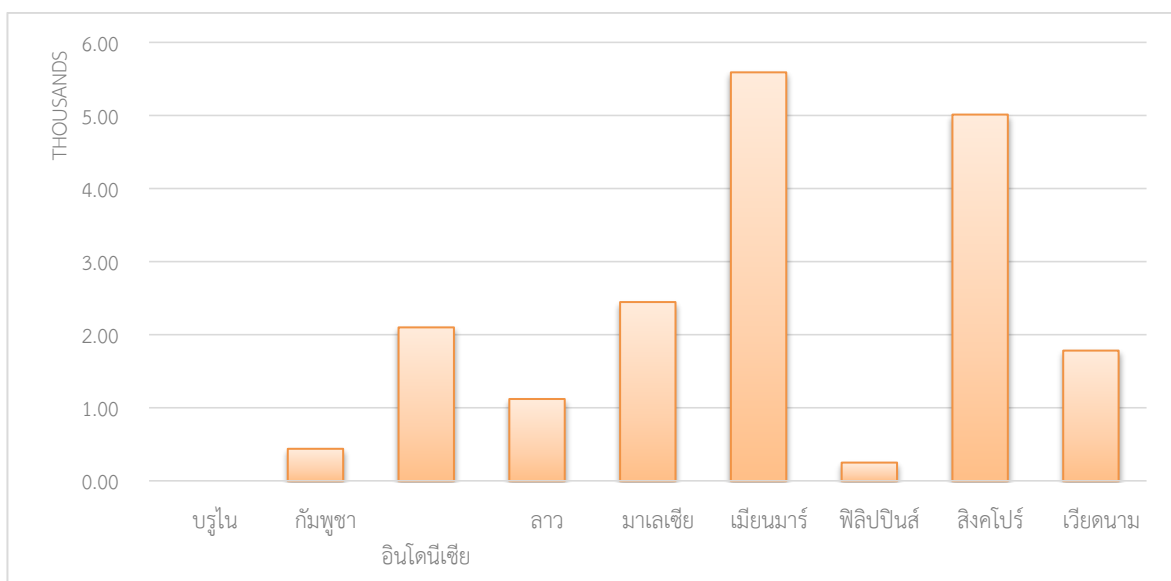
ภาพที่ 2.1 มูลค่าการลงทุนของไทยในต่างประเทศ (หน่วย พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา: คณะวิจัยคำนวณจากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย

1) การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของประเทศภูมิภาค

ภาพที่ 2.2 การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศภูมิภาคระหว่างปี 2548 – 2557 (หน่วย พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

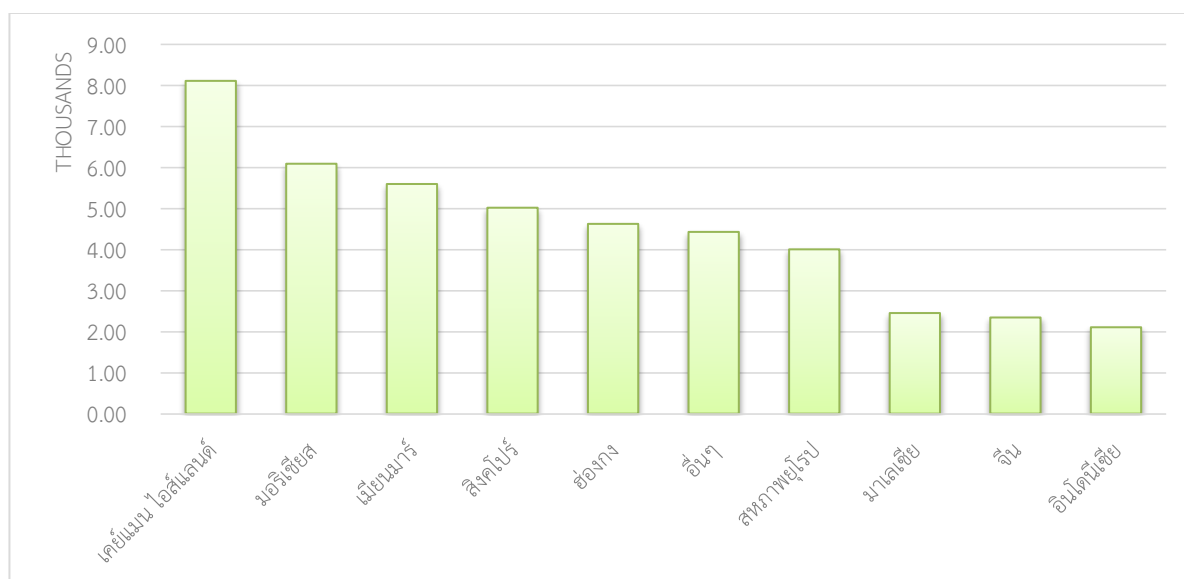


ที่มา: คณะวิจัยคำนวณจากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย

แม้ว่าการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทยจะขยายตัวได้อย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา แต่สัดส่วนการลงทุนในต่างประเทศสุทธิของไทยกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเฉลี่ย 6 ปี (2550-2555) นับว่ายังอยู่ในระดับต่ำ (เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 1.9) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สิงคโปร์และมาเลเซีย เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 10.9 และ 5.4 ตามลำดับ เป็นต้น

2) ประเทศเป้าหมายของการลงทุน

ภาพที่ 2.3 มูลค่าการลงทุนของไทยในต่างประเทศ 10 ลำดับแรกระหว่างปี 2548 – 2557 (หน่วย พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)



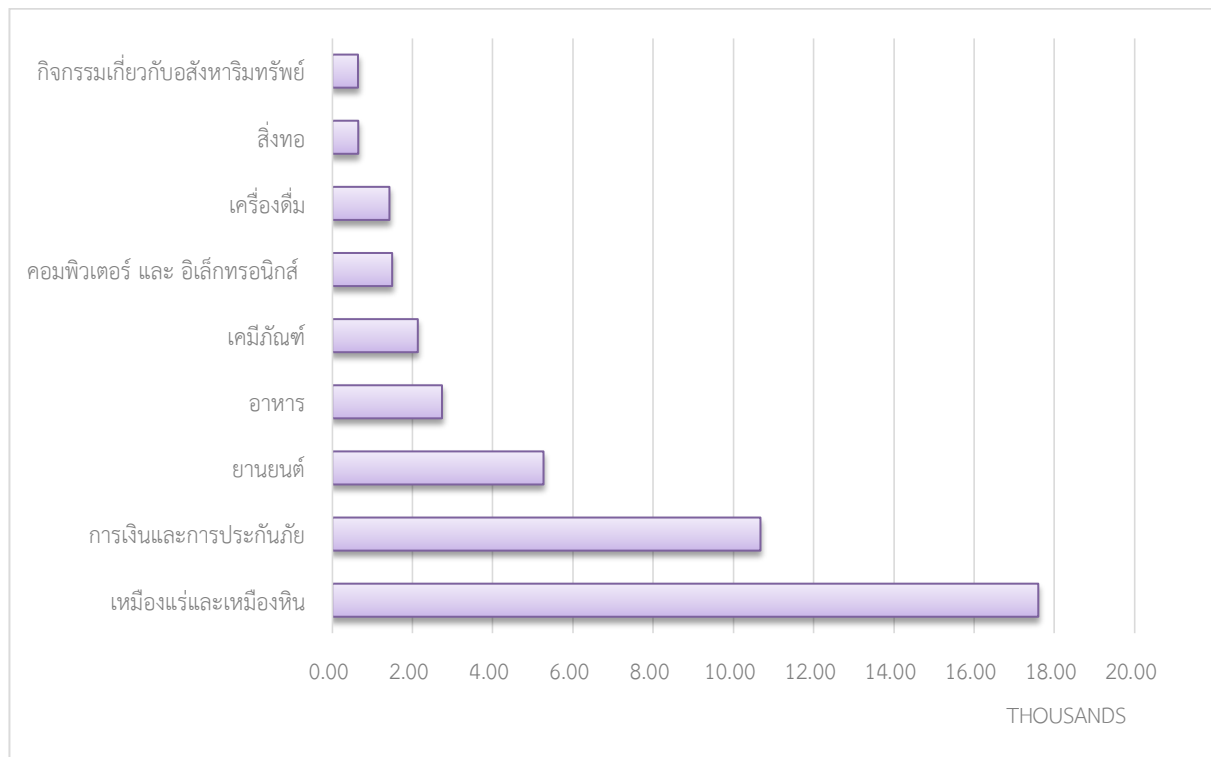
ที่มา: คณะวิจัยคำนวณจากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย

สำหรับประเทศที่เป็นเป้าหมายของการลงทุนของธุรกิจไทยตั้งแต่ปี 2548-2557(คาบการณ) ที่ผ่านมา พบว่า หมู่เกาะเคย์แมน มาเลเซีย เมียนมาร์ สิงคโปร์ และฮ่องกง เป็นเป้าหมายหลักของการลงทุนโดยตรงของธุรกิจไทย ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม หากนับเฉพาะการลงทุนในส่วนที่เป็นเงินลงทุนใหม่ (Equity Investment และ Direct Loans) พบว่า หมู่เกาะเคย์แมน สิงคโปร์ และฮ่องกง เป็นประเทศที่ธุรกิจไทยมีการนำเงินใหม่ออกไปลงทุนสูงสุด ตามลำดับ ส่วนหนึ่ง เนื่องจากธุรกิจไทยยังคงนิยมใช้ประเทศเหล่านี้เป็นฐานในการส่งเงินไปลงทุนต่อยังประเทศอื่นๆ

3) ประเภทธุรกิจที่ออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ 10 อันดับ

สำหรับประเภทธุรกิจที่ออกไปลงทุนต่างประเทศสูงสุดในช่วงปี 2548-2557 นั้น อันดับ 1 คือ เหมืองแร่และเหมืองหิน รองลงมาเป็น กิจกรรมทางการเงินและประกันภัย (รวม holding company) การผลิตยานยนต์ การผลิตอาหาร และเคมีภัณฑ์ ตามลำดับ

ภาพที่ 2.4 การลงทุนทางตรงจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมระหว่างปี 2548 – 2557 (หน่วย พันล้านบาท)



ที่มา: คณะวิจัยคำนวณจากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย

2.3.2 การไหลเข้าของเงินลงทุน (FDI Inflow)

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเปิดเผยว่า ในปี 2556 มีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารจากหลายภูมิภาคทั่วโลก ทั้งจากเอเชีย ยุโรป และสหรัฐฯ แสดงความสนใจเข้ามาลงทุนในไทยค่อนข้างมาก โดยเหตุผลที่กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารจากหลายประเทศสนใจเข้ามาลงทุนในไทย เนื่องจากไทยตั้งอยู่กลางภูมิภาคอาเซียนที่กำลังมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก และมีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศที่กำลังเร่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจในทุกๆ ด้าน อาทิ พม่า กัมพูชา หรือลาว เป็นต้น ที่ผ่านมา ประเทศเหล่านี้มีการบริโภคในประเทศค่อนข้างสูง แต่ยังไม่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จะรองรับการขยายตัว ทำให้ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าสินค้าจากไทย

กลุ่มที่ตัดสินใจเข้ามาลงทุนอย่างชัดเจนแล้วคือ ผู้ประกอบการจากประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารในประเทศชบเซาหลังจากเหตุการณ์ซึนามิเมื่อต้นปี 2554 ทำให้ผู้ประกอบการต้องออกมาหาโอกาสการลงทุนในต่างประเทศ โดยอาเซียนถือเป็นเป้าหมายหลักของนักลงทุนญี่ปุ่น ขณะที่ไทยมีความได้เปรียบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ฝีมือแรงงาน วัตถุดิบ พันธมิตรธุรกิจ และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศที่กำลัง

เติบโต ตลอดจนการส่งเสริมการลงทุนที่ให้สิทธิประโยชน์ที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมอาหาร เมื่อเทียบกับคู่แข่งหลายๆ ประเทศ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม เป็นต้น

รายงานของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ระบุว่า ช่วง 4 เดือนแรก (มค.-เมย.) ของปี 2556 มีนักลงทุนต่างประเทศขอรับการส่งเสริมการลงทุนรวม 747 โครงการ คิดเป็นเงินลงทุนรวม 5.10 แสนล้านบาท สูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2555 ที่มีการขอส่งเสริมจำนวน 593 โครงการ เงินลงทุน 2.82 แสนล้านบาท โดยอุตสาหกรรมเกษตรและผลิตผลจากการเกษตร และเป็นภาคเศรษฐกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมอาหาร มีจำนวนโครงการที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนมากที่สุด คือ 210 โครงการ วงเงินลงทุนรวม 8.32 หมื่นล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนที่มีการขอรับการส่งเสริม 73 โครงการ รวมเงินลงทุน 2.29 หมื่นล้านบาท รองลงมาคือ บริการและสาธารณูปโภค 167 โครงการ เงินลงทุน 2.46 แสนล้านบาท ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่ง 156 โครงการ เงินลงทุน 1.24 แสนล้านบาท สำหรับประเทศที่มีผู้ประกอบการมาขอรับการส่งเสริมการลงทุนมากที่สุด คือ ญี่ปุ่น ขอรับการส่งเสริมรวม 216 โครงการ มูลค่าลงทุน 1.50 แสนล้านบาท สหรัฐฯ 28 โครงการ เงินลงทุน 4,600 ล้านบาท และยุโรป 49 โครงการ เงินลงทุน 1.36 หมื่นล้านบาท

2.4 กรณีตัวอย่างการลงทุนทางตรงขาออกไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทย

การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ของโลก ในอดีตที่ผ่านมา กลุ่มประเทศพัฒนาแล้วเป็นกลุ่มที่มีบทบาทค่อนข้างมากต่อการลงทุนโดยตรง โดยเฉพาะการลงทุนในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา คิดเป็นสัดส่วนเงินลงทุนมากกว่าร้อยละ 80 มา นับตั้งแต่ทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา จนมาถึงช่วงกลางทศวรรษ 1990 กระแสการออกไปลงทุนโดยตรงของบริษัทข้ามชาติในประเทศกำลังพัฒนา หรือที่เรียกว่า Third World MNEs ก็เริ่มปรากฏมากขึ้น โดยเฉพาะเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์¹³ ขณะที่ ประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ในเอเชียที่เป็นฐานการผลิตสินค้าสำคัญทั้งในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมของโลก อาทิ จีน อินเดีย มาเลเซีย และไทย เป็นต้น ก็เริ่มมีแนวโน้มออกไปลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ ในกรณีของไทย แม้ว่าการไหลเข้าของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI Inflow) ยังคงอยู่ในระดับที่สูงกว่าการไหลออกของการลงทุนโดยตรง (FDI Outflow) เช่นที่เป็นมา แต่ในช่วงปี 2544 ที่ค่าเงินบาทเริ่มมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น ก็เปิดกระแสการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของบริษัทไทยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเม็ดเงินของบริษัทไทยที่ไปลงทุนในต่างประเทศ เพิ่มขึ้นจากประมาณ 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2544 เป็นประมาณ 23 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2549 และกลับลดลงมาเหลือเพียงประมาณ 10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2553 ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า บริษัทไทยมีแนวโน้มออกไปลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้นต่างจากในอดีตอย่างเห็นได้ชัด

¹³ Hill and Jongwanich (2009), Outward Foreign Direct Investment and the Financial Crisis in Developing East Asia, Asian Development Review. อ้างถึงใน อลงกรณ์ (2554)

รูปแบบการลงทุนของกลุ่มทุนหรือบริษัทที่ต้องการเข้าไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ อาจไม่ได้จำกัดอยู่เพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (ตามกรอบแนวคิด) แต่อาจมีรูปแบบที่แตกต่างกันไป แล้วแต่ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดที่สำคัญของการตัดสินใจในการลงทุนโดยตรงครั้งนั้นๆ ดังกรณีตัวอย่างต่างๆ ของบริษัทหรือกลุ่มทุนไทยที่ออกไปลงทุนในต่างประเทศ ดังนี้

1. บริษัท ไทยยูเนี่ยนโพรเซสโปรดักส์ จำกัด (มหาชน) หรือ TUF เข้าไปลงทุนจัดตั้งบริษัทในปาปัวนิวกินี เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบปลาทูน่าขนาดใหญ่ การเข้าไปลงทุนโดยตรงดังกล่าว จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก ขณะที่ บริษัท TUF ก็ได้เข้าไปตั้งโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋องในรัฐจอร์เจีย สหรัฐฯ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นตลาดขนาดใหญ่ การเข้าไปผลิตสินค้าภายในประเทศจะช่วยลดต้นทุนค่าขนส่งและยังช่วยเอื้อให้บริษัทมีความใกล้ชิดและบริหารจัดการด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. บริษัท กรีนสปอต จำกัด ผู้ผลิตเครื่องดื่มนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์ ได้เข้าไปร่วมทุนกับบริษัทเอเชีย บริวเวอรี่ อิงค์ บริษัทขนาดใหญ่อันดับ 2 ในธุรกิจเครื่องดื่มของฟิลิปปินส์ เพื่อขยายตลาดนมถั่วเหลืองไวตามิ้ลค์เข้าสู่ฟิลิปปินส์ และเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ที่คาดว่าจะมีนมถั่วเหลืองจากต่างประเทศมากกว่า 15 ราย ส่งสินค้าประเภทเดียวกันเข้ามาแข่งขันจำหน่ายสินค้าในไทย นอกจากการขยายตลาดในภูมิภาคอาเซียนแล้ว บริษัทยังมีเป้าหมายขยายการจำหน่ายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก เนื่องจากปัจจุบันไวตามิ้ลค์เป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมติดอันดับ 1 ใน 10 ของแบรนด์นมถั่วเหลืองโลก (บริษัท ดิน ฟู้ดส์ฯ ของสหรัฐฯ เป็นผู้นำตลาดนมถั่วเหลืองของโลก) "ในอนาคตบริษัทมีแผนเข้าไปลงทุนตั้งฐานการผลิตสินค้าในประเทศเพื่อนบ้าน หากต้นทุนการผลิตโดยรวมต่ำกว่าในไทย และพิจารณาพบว่าปริมาณการขยายมีการเติบโตในระดับที่น่าพอใจ" นายธรรมศักดิ์ จิตติมาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท กรีนสปอต จำกัด กล่าว ปัจจุบันไวตามิ้ลค์มีการส่งออกไปจำหน่าย 40-50 ประเทศทั่วโลก โดยตลาดส่งออกอันดับ 1 ได้แก่ แอฟริกาตะวันตก

3. บริษัท เบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เข้าซื้อบริษัท เฟรเซอร์แอนด์นีฟ¹⁴ หรือ “เอฟแอนด์เอ็น” ด้วยมูลค่ากว่า 3 แสนล้านบาท ถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญของกลุ่ม ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์การขยายตลาดโลกของกลุ่มไทยเบฟฯ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนแรก การขยายตลาดต่างประเทศทั่วโลก โดยมีบริษัท อินเตอร์เนชั่นแนล เบฟเวอเรจ โฮลดิ้งส์ ลิมิเต็ด หรือ “อินเตอร์เบฟ” (สำนักงานใหญ่อยู่ที่ฮ่องกง) ดูแลรับผิดชอบตลาดนอกเอเชีย ได้แก่ ยุโรป สหรัฐฯ และเอเชียเหนือ หรือรัสเซีย และส่วนที่สอง การขยายตลาดภูมิภาคอาเซียนและทั่วเอเชีย โดยมีบริษัท เฟรเซอร์แอนด์นีฟ หรือ “เอฟ

¹⁴ บริษัท เฟรเซอร์แอนด์นีฟ หรือ “เอฟแอนด์เอ็น” เป็นบริษัทอสังหาริมทรัพย์และเครื่องดื่มของสิงคโปร์ที่ก่อตั้งมานานกว่า 130 ปี และการเข้าซื้อกิจการดังกล่าว ถือเป็นการซื้อกิจการครั้งใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ที่มา: www.gotomanager.com/content/fn-จักรกลแรงสูง-นำ-ไทยเบฟ-สู่ตลาดโลก)

แอนด์เอ็น” ดูแลร์บผิดชอบ รวมทั้งการให้เอฟแอนด์เอ็น (มาเลเซีย) ดูแลการผลิตอาหารฮาลาล เพื่อเจาะฐานลูกค้ากลุ่มมุสลิม ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่มากและอาศัยกระจายอยู่ทั่วโลก การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของกลุ่มไทยเบฟในกรณีนี้ อาจกล่าวได้ว่า ส่วนหนึ่ง เป็นการขยายโอกาสทางการตลาดในระดับภูมิภาคและระดับโลก แต่ในอีกส่วนหนึ่ง เป็นการรองรับการเปิดประชาคมอาเซียนเช่นกัน เพราะการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ คาดว่าจะเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญให้กลุ่มทุนขนาดใหญ่ของโลกเข้ามาลงทุนโดยตรงในตลาดภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการเครื่องดื่มไทยหลายราย ต่างก็มีการส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายต่างประเทศเช่นกัน อาทิ บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ส่งออกน้ำผักและผลไม้ไปจำหน่ายกว่า 10 ประเทศ อาทิ มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ฯลฯ หรือบริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ส่งออกน้ำผลไม้มาลี ไปจำหน่ายที่ฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินโดนีเซีย จีน และตะวันออกกลาง หรือบริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มกระทิงแดงและเรดบูล (Red Bull) ในยุโรป ออสเตรเลีย และอีกกว่า 70 ประเทศทั่วโลก

จากกรณีต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า แม้ว่ารูปแบบการลงทุนโดยตรงอาจแตกต่างกันไปในแต่ละกรณี แต่เป้าหมายหลักที่บริษัทหรือกลุ่มทุนต้องการในการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ คือ การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของบริษัทหรือกลุ่มทุนบนเวทีการค้าระหว่างประเทศ ในระดับภูมิภาคหรือระดับโลก เมื่อมองกลับมาในไทย ภายใต้แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน และค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น การออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการช่วยรักษาความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริษัทหรือกลุ่มทุนของไทย รวมทั้งรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งคาดว่าจะดึงดูดให้มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเข้ามามากขึ้น และทำให้อุตสาหกรรมอาหารภายในภูมิภาคอาเซียนมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

ประเด็นที่สำคัญอีกประการของการลงทุนโดยตรงที่ควรกล่าวถึง คือ ความกังวลเกี่ยวกับการจ้างงานในประเทศที่อาจลดลง เนื่องจากการออกไปลงทุนในต่างประเทศเป็นเสมือนการปิดโรงงานในประเทศแล้วย้ายไปยังต่างประเทศ อาจทำให้เกิดการโอนการจ้างงานในประเทศไปสู่ต่างประเทศ หรือที่เรียกว่า Job Export แต่จากการศึกษาของอาชนัน และพิสุทธิ์¹⁵ (2553) พบว่า บริษัทไทยหลายรายที่ไปลงทุนในต่างประเทศ ไม่ได้มีการปิดโรงงานภายในประเทศลงอย่างชัดเจน ในทางกลับกัน ยังต้องเผชิญปัญหาการขาดแคลนแรงงานอีกด้วย นอกจากนี้ การผลิตสินค้าบางประเภทที่ความสามารถในการผลิตส่วนหนึ่งอยู่ที่ฝีมือแรงงาน ซึ่งต้องอาศัยการสะสมประสบการณ์การทำงานมาเป็นระยะเวลานาน การออกไปลงทุนโดยตรงต่างประเทศอาจไม่ได้เป็นปัญหาต่อการจ้างงานในประเทศ เนื่องจากฐานการผลิตในประเทศและต่างประเทศ

¹⁵ อาชนัน และพิสุทธิ์ (2553), การปรับตัวของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทยในยุคการค้าโลกเสรี, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) อ้างถึงใน อลงกรณ์ (2554)

อาจทดแทนกันไม่ได้ หรือฐานการผลิตต่างประเทศอาจผลิตสินค้าในรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้น การออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของบริษัทไทย จึงไม่ได้ก่อให้เกิดผลที่เรียกว่า Job Export อย่างเต็มที่เสมอไป

บทที่ 3

วรรณกรรมปริทัศน์:

ความสำคัญของการลงทุนทางตรงขาออก และ ห่วงโซ่อุปทานโลก

เนื่องจากการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศนั้น มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเรื่องห่วงโซ่อุปทานในการผลิตอย่างชัดเจน ดังนั้นในบทนี้คณะวิจัยจึงทำการสังเคราะห์งานศึกษาที่ผ่านมาออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ งานที่แสดงถึงความสำคัญของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และงานที่แสดงถึงความสำคัญของห่วงโซ่อุปทานโลก

3.1 การลงทุนทางตรงขาออกไปยังต่างประเทศ

นักเศรษฐศาสตร์ให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งการศึกษามีการมุ่งเน้นไปในประเด็นของปัจจัยกำหนดและประโยชน์ที่ได้รับจากการ “รับ” การลงทุนมาจากต่างประเทศ อันเนื่องมาจากประเทศกำลังพัฒนาต้องการปัจจัยการผลิตที่สำคัญ คือ “ทุน” และมีการพิสูจน์กันอย่างกว้างขวางถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับการลงทุนจากต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการส่งผ่านเทคโนโลยี ในรูปแบบต่าง ๆ (เช่น การฝึกอบรม หรือ Spillover effect) ประเทศไทยเองก็เป็นหนึ่งในประเทศที่กำลังพัฒนาและให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงขาเข้าจากต่างประเทศเป็นเวลานาน จนทำให้ในปัจจุบัน หลายอุตสาหกรรมของประเทศไทยมีความสามารถเพียงพอที่จะเป็นผู้ไปลงทุนยังต่างประเทศบ้าง ในที่นี้จะขอกล่าวถึงผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศและความเชื่อมโยงไปยังความสามารถของอุตสาหกรรม

หากมองในภาพรวมแล้ว ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศประกอบไปด้วย องค์การอุตสาหกรรม (Industrial Organization) การค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ทฤษฎีองค์กร (Theory of Firm) และเศรษฐกิจการเมือง (Political Economy) เป็นต้น (Connor, 1983; Cook, et.al., 2011; Filatotchev, et.al., 2007; Chen, et.al., 2000; Luo, et.al., 2010; Wang, et.al., 2012)¹⁶ หากพิจารณาภายใต้กรอบการวิเคราะห์ของทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้น การลงทุนทางตรงโดยมากมักจะมีวัตถุประสงค์สำคัญอยู่ 3 ประการ¹⁷ คือ

¹⁶ ในกรณีของประเทศจีนมีหลักฐานทางด้านสถิติแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการผลักดัน การลงทุนทางตรงขาออกระหว่างประเทศ คือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการเมือง ได้แก่ การที่รัฐบาลต้องการสนับสนุนให้บริษัทภายในออกไปลงทุนยังต่างประเทศ โดยมีการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ที่ช่วยผลักดันให้เกิดการออกไปลงทุนยังต่างประเทศ และข้อมูลทางด้านสถิติได้ให้ข้อสรุปว่าการจะประสบความสำเร็จในการลงทุนทางตรงยังต่างประเทศได้นั้น รัฐบาลมีส่วนสำคัญที่สุด โดยที่ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี หรือแม้แต่การโฆษณาก็มีความสำคัญน้อยกว่า (Luo, et.al., 2010; Wang, et.al., 2012)

¹⁷ วัตถุประสงค์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับบทความ “ความสำคัญของการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ” โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย โดยบทความดังกล่าวมีวัตถุประสงค์สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เพื่อช่วยกระจายความเสี่ยงของธุรกิจ

1. การออกไปลงทุนเพื่อแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติ (Resource-seeking) คือ รูปแบบการออกไปลงทุนในประเทศที่มีความสมบูรณ์ในทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถซื้อวัตถุดิบเหล่านี้ในต้นทุนที่ต่ำสุดได้

2 การออกไปลงทุนเพื่อแสวงหาตลาด (Market-seeking) คือ รูปแบบการออกไปลงทุนในประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่หรือตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตที่สูง โดยอาจมีเป้าหมายเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมหรือค้นหาตลาดใหม่ก็ได้

3. การออกไปลงทุนเพื่อแสวงหาประสิทธิภาพ (Efficiency-seeking) คือ รูปแบบการออกไปลงทุนในประเทศที่มีความสามารถหรือความถนัดในการผลิตสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของบริษัท (เช่น การรับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) หรือผลประโยชน์ทางด้านภาษี)

ซึ่งวัตถุประสงค์ทั้งสามประการนี้อาจจำแนกได้เป็นการลงทุนทางตรงแบบขยายตัว (Expansionary FDI) ได้แก่ การขยายตลาด การลงทุนทางตรงแบบตั้งรับ (Defensive FDI) ได้แก่ การหาปัจจัยการผลิตที่ถูกกว่าและการหาประโยชน์ต่อประสิทธิภาพ เป้าหมายทั้งสามประการนี้มีสาเหตุร่วมกันจากการที่ตลาดมีการแข่งขันแบบไม่สมบูรณ์ (Imperfect Competition) นั่นเอง ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวข้างต้นได้ กรณีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือกรณีของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงทศวรรษ 1990 ที่มีการไหลเข้าและออกของทุนในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Intra-industry FDI) (Pagoulatos, 1983) และตัวอย่างจากการลงทุนทางตรงจากประเทศเดนมาร์กไปยังประเทศอื่น ๆ ของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเกิดจากการขยายตลาดเพื่อทดแทนการส่งออก (Hajderllari, et.al., 2011) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลรายภาคอุตสาหกรรมของประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่นแสดงให้เห็นว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของทั้งสองไม่ได้เป็นไปเพื่อทดแทนการส่งออก เนื่องจากปริมาณการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้น ไม่ได้ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกลดลง จึงอาจสรุปได้ว่าสำหรับประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่น การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมิได้เป็นไปเพื่อการขยายตลาดเพียงอย่างเดียว (Kim, et.al., 1996) หากแต่เป็นการขยายฐานการผลิตและหาปัจจัยการผลิตเพิ่มเติมด้วย

เห็นได้ชัดจากสาเหตุข้างต้นว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศข้างต้นน่าจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของบริษัท หรืออุตสาหกรรมที่ไปลงทุนยังต่างประเทศ ซึ่งจากหลายการศึกษา แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวก ระหว่างการออกไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศและประสิทธิภาพในการผลิต (Sunesen et al., 2010; Hijzen et al., 2009; Moser et al., 2010 และ Barba Navaretti et al. and Castellani 2003) โดยมากการศึกษาเหล่านี้ใช้ข้อมูลตัวอย่างจากบริษัทในประเทศยุโรปและพบว่า การไปลงทุนยังต่างประเทศโดยมากให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าขั้นกลาง หรือใช้บริการการผลิตสินค้าขั้นกลางจากต่างประเทศ โดยที่ Moser et al. (2009) พบว่าสินค้าขั้นกลางที่บริษัทนำเข้ามาจากต่างประเทศนั้นมี

ผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยการนำเข้าสินค้าชั้นกลางที่เป็นวัตถุดิบช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพมากกว่าสินค้าชั้นกลางในรูปการบริการ (Görg และ Hanley (2005) และ Anderson et al. (2008))

หากพิจารณาถึงการตัดสินใจเข้าไปลงทุนในต่างประเทศนั้น Filatotchev, et. Al (2007) พบว่ามีปัจจัยหลายประการที่บริษัทในตลาดใหม่เช่นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใช้ในการตัดสินใจลงทุน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัจจัยทางด้านองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและให้ประโยชน์กับบริษัทหนึ่ง ๆ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละกรณี ซึ่งตัวแปรสำคัญอาจสามารถเชื่อมโยงไปถึงการมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง และความใกล้เคียงกันทางด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของประเทศผู้รับทุนอีกด้วย

นอกจากนั้น Pagoulatos และ Sorensen (1976), Hirshey (1982) และ Benvignati (1983) พบว่าการไปลงทุนในต่างประเทศช่วยสร้างเสริมสถานะในตลาดแก่บริษัทของสหรัฐฯ แต่ประโยชน์ที่บริษัทได้รับอาจไม่ได้ส่งให้เกิดประโยชน์โดยรวม แม้ว่าประสิทธิภาพและรายได้ที่เพิ่มขึ้นของบริษัทน่าจะส่งผลดีกับประเทศในระดับมหภาค แต่อำนาจตลาดที่เพิ่มขึ้นของบริษัทในประเทศของตนอาจส่งผลเสียต่อสวัสดิการสังคมโดยรวมได้

ในระดับมหภาค ผลกระทบจากการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศสำหรับประเทศผู้ลงทุนนั้นมีการวิเคราะห์ทั้งด้านบวกและด้านลบต่อปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ ระดับการส่งออกและนำเข้า การจ้างงาน ค่าจ้างแรงงาน การพัฒนาความรู้และเทคโนโลยี และรายได้จากภาษี เป็นต้น Kokko (2006) ทำการศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดกับประเทศเจ้าของทุน (Home Country Effects) ในทางทฤษฎีและจากงานวิจัยเชิงประจักษ์ โดยเฉพาะสำหรับประเทศพัฒนาแล้ว พบว่าโดยมากการลงทุนทางตรงขาออกช่วยเพิ่มระดับการส่งออกและการผลิตของประเทศผู้รับทุนเล็กน้อย ในขณะที่ผลของการจ้างงานโดยรวมเป็นไปในเชิงลบเล็กน้อยเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงลักษณะการจ้างงานภายใน จากการใช้เน้นแรงงานมาเป็นการผลิตที่เน้นเทคโนโลยี สำหรับผลที่เกิดกับบริษัทเจ้าของทุนนั้นเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพอย่างชัดเจน หากแต่เมื่อมองในระดับมหภาค ประเทศเจ้าของทุนอาจได้ผลประโยชน์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าจากการศึกษาในกลุ่มของประเทศที่พัฒนาแล้วโดยมาก ประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนทางตรงยังต่างประเทศนั้นเกิดกับบริษัทเจ้าของทุนอย่างแน่นอน แต่ในระดับมหภาค ผลยังไม่ชัดเจนนัก ซึ่ง Lu (2007) ได้สรุปถึงทางเลือกของบริษัทได้อย่างน่าสนใจว่า โดยในการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ถึงทางเลือกของบริษัทว่าจะลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (R&D) หรือเลือกที่จะลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ตามรูปแบบการวิเคราะห์แบบ North-South Analysis พบว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว (North Country) หากอุตสาหกรรมเป็นการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีสูง (High-tech industries) ทางเลือกที่ให้ประโยชน์กับอุตสาหกรรมเป็นการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ในขณะที่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีปานกลางหรือต่ำ (Medium- or Low-tech industries) จะเป็นการลงทุนทางตรงไปยังประเทศที่พัฒนาน้อยกว่า (South Country) โดยเปรียบเทียบ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษา Kumar และ Aggarwal (2005) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่ในประเทศอินเดียจะทำการลงทุนทางด้านวิจัยและพัฒนาในขณะที่บริษัทที่เล็กกว่าจะทำการลงทุนยังต่างประเทศมากกว่าโดยเปรียบเทียบ

หากพิจารณาในมุมมองของเศรษฐศาสตร์จุลภาคแล้ว การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ไม่เพียงแต่จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของบริษัทผู้ลงทุน หากแต่ยังส่งผลต่อแรงงานในทั้งประเทศผู้รับทุน และผู้ลงทุนเองอีกด้วย สำหรับผู้ที่ไปลงทุนในต่างประเทศ การศึกษา Elia, et. al. (2009) พบว่าในประเทศอิตาลี บริษัทผู้ไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมักเป็นในรูปแบบของการหาช่องทางในการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งข้อสรุปที่ได้ระบุว่าหากผู้ลงทุนไปลงทุนในประเทศกำลังพัฒนา บริษัทแม่จะมีความต้องการของแรงงานด้อยทักษะลดลง ในขณะที่หากการลงทุนเป็นการลงทุนในประเทศที่พัฒนาแล้ว บริษัทผู้ลงทุนจะมีความต้องการแรงงานมีทักษะลดลง

ความสำคัญอีกประการหนึ่งในมุมมองของผู้ผลิตคือการได้รับการส่งผ่านเทคโนโลยีที่อาจเกิดขึ้นจากการไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศ ในการศึกษา Yang, et.al. (2013) ทำการเปรียบเทียบบริษัทที่ทำการพัฒนาเทคโนโลยีภายในเอง (in-house R&D) กับบริษัทที่ไปลงทุนยังต่างประเทศได้หวั่น พบว่า บริษัทที่มีการลงทุนไปยังต่างประเทศมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็วกว่าบริษัทที่ทำการพัฒนาเทคโนโลยีเองอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศไม่เพียงแต่ลดต้นทุนให้กับบริษัทผู้ลงทุนเท่านั้น หากยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิตผ่านทางการพัฒนาในเทคโนโลยีอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นการลงทุนไปยังต่างประเทศยังเพิ่มทางเลือกให้กับบริษัท โดยเปิดโอกาสให้มีการจัดจ้างผลิตภายนอก (Outsourcing) ซึ่งเป็นทางเลือกที่สามารถลดต้นทุนและเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ทางการผลิตให้กับบริษัทเจ้าของทุนได้อีกด้วย Gorg and Hanley (2005) ได้แสดงถึงผลดังกล่าวจากกรณีศึกษาประเทศเดนมาร์กพบว่า การจัดจ้างผลิตภายนอกจะช่วยเพิ่มผลิตผลให้กับบริษัทเจ้าของทุนในเดนมาร์กได้เป็นอย่างดี มีนัยสำคัญ แม้ว่าการเพิ่มผลิตผลดังกล่าวจะไม่มากเท่ากับการลงทุนทางตรงก็ตาม (Tomiura, 2007) ในขณะเดียวกัน Bustinza et.al. (2010) ใช้ข้อมูลจากภาคบริการเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดจ้างภายนอกและศักยภาพของบริษัท การศึกษานี้ให้ข้อสรุปว่าการจัดจ้างผลิตภายนอกไม่เพียงแต่จะเพิ่มผลผลิตของบริษัทแล้ว หากแต่ยังช่วยเพิ่มศักยภาพของบริษัทได้อย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการส่งผ่านเทคโนโลยี หรือการจัดจ้างการผลิตภายนอกก็ตาม ผลบวกที่เกิดกับบริษัทเจ้าของทุนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเทคโนโลยี หรือการจัดจ้างภายนอก ว่าจะสามารถปรับใช้กับการผลิตในบริษัทแม่ได้มากน้อยเพียงใด

หากพิจารณาการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทโดยเป้าหมายแบ่งออกเป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขัน (Competitive Strategy) หรือ กลยุทธ์ทางการผลิต (Manufacturing Strategy) เราสามารถจำแนกเป้าหมายของการลงทุนได้ว่า การขยายตลาด อาจจัดอยู่ในกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ส่วนการหาปัจจัยการผลิตและแสวงหาประสิทธิภาพนั้นจัดอยู่ในกลยุทธ์ทางการผลิต Amoako-Gyampah and Acquah (2008) ได้ทำการศึกษาถึงผลจากกลยุทธ์ทั้งสองที่มีต่อบริษัทในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา จากการวิเคราะห์โดยใช้เศรษฐมิติพบว่ากลยุทธ์ทางการผลิตนั้น ส่งผลกระทบทางตรงต่อศักยภาพของบริษัทอย่างชัดเจนและมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่กลยุทธ์ทางการแข่งขันนั้นส่งผลเพียงทางอ้อมต่อบริษัทเท่านั้น ดังนั้นข้อสรุปจากการศึกษานี้พอจะชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาปัจจัยการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพนั้น จะส่งผลกระทบต่อศักยภาพของบริษัทมากกว่า

เป้าหมายสำคัญประการหนึ่งของบริษัทที่ตัดสินใจเข้าไปลงทุนในต่างประเทศคือการเพิ่มศักยภาพของบริษัทเอง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการผลิต (การลดต้นทุน) หรือการเพิ่มรายได้ หรืออีกนัยหนึ่ง การเพิ่มขึ้นของศักยภาพของบริษัทคือการเพิ่มกำไรของบริษัทนั่นเอง การศึกษาในอดีตหลายการศึกษาได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายประการที่มีผลกระทบต่อศักยภาพของบริษัท ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ การเพิ่มพูนเทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งโดยมากแล้วบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา มักจะมีการสะสมทางเทคโนโลยีมากกว่าโดยเปรียบเทียบ เทคโนโลยีดังกล่าว มีผลสำคัญต่อศักยภาพของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงใน Camison and Lopez (2014) และ Yildiz et.al. (2013) การศึกษาแรกพิสูจน์ให้เห็นถึงความสำคัญของการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ต่อการสะสมและพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัทและนวัตกรรมทางด้านการจัดการ (Organizational Innovation: OI) ซึ่งส่งผ่านไปยังการเพิ่มศักยภาพของบริษัท ในการศึกษาที่ใช้ข้อมูลระดับจุลภาคของบริษัทในประเทศสเปน 144 บริษัท ทำการวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพบว่า การลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมทางด้านการจัดการ และการสะสมและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีของบริษัท สิ่งเหล่านี้จะส่งผลบวกต่อศักยภาพของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ผลจาก Yildiz et.al. (2013) สนับสนุนการศึกษาข้างต้น โดยใช้ข้อมูลของประเทศตุรกีและสมการถดถอยแสดงให้เห็นว่าการลงทุนทางด้านการวิจัยและพัฒนา ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มพูนเทคโนโลยีของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นอีกว่า อายุและขนาดของบริษัท ไม่ส่งผลต่อการเพิ่มทางด้านเทคโนโลยี

สิ่งที่น่าสนใจประการสำคัญจากหลายการศึกษาคือการวัดระดับศักยภาพของบริษัท ซึ่งแม้ว่าในหลายการศึกษา (Camison and Lopez, 2014; Amoako-Gyampah and Acquah, 2008; Kim, 2008; Bustinza et.al., 2010; and Jean et.al., 2011) จะแสดงให้เห็นว่าศักยภาพของบริษัทจะเป็นสิ่งที่แสดงถึงผลกำไรของบริษัทก็ตาม หากแต่ตัวแทนในการวัดสามารถทำได้หลากหลายวิธี Camison and Lopez (2014) สรุปไว้ว่าตัวแปรซึ่งวัดศักยภาพนั้นสามารถแยกออกเป็นสองกลุ่มหลักได้แก่ Objective Measure และ Subjective Measure โดยในกลุ่มแรกนั้นสามารถวัดโดยใช้ ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ผลตอบแทนต่อทุน การลดต้นทุนการผลิต และ/หรือ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มหลักสามารถใช้ ผลกำไรทางเศรษฐกิจ ผลกำไรทางการเงิน ส่วนแบ่งตลาด อัตราการขยายตัวของมูลค่าการขาย และ/หรือ ผลกำไรจากการขาย เป็นต้น การศึกษาข้างต้นได้ใช้รูปแบบการวัดศักยภาพที่แตกต่างกันไป เช่น Camison and Lopez (2014) คิดค่าดัชนีขึ้นมาจากการวัดทั้งในแบบ Objective Measure และ Subjective Measure ส่วนในการศึกษา Bustinza et.al. (2010) ใช้ตัวแปรหลายตัวใน Objective Measure ในการวัดศักยภาพ ในขณะที่ Jean et.al. (2011) Amoako-Gyampah and Acquah (2008) และ Kim (2009) ใช้ อัตราการขยายตัวของมูลค่าขาย ส่วนแบ่งตลาด¹⁸ และการลดต้นทุน¹⁹ เป็นตัวแทนของศักยภาพ อย่างไรก็ตาม มีการพิสูจน์ในหลายการศึกษาว่าการวัดศักยภาพทั้งสองกลุ่มนั้นมีความสัมพันธ์ทางสถิติกันค่อนข้างสูง

3.2 อุตสาหกรรมอาหารกับห่วงโซ่อุปทานโลก (Global Value Chain)

¹⁸ เฉพาะในกรณีของ Amoako-Gyampah and Acquah (2008) และ Kim (2009)

¹⁹ เฉพาะในกรณีของ Kim (2009)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารในปัจจุบัน ได้เพิ่มการให้ความสำคัญในคุณภาพและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มากกว่าการแข่งขันด้านราคา ดังนั้นหากต้องมีความร่วมมือใดเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน ผู้ผลิตที่มุ่งหวังทำการค้าในตลาดโลกจึงต้องมีความมั่นใจว่าการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตอื่นๆ นั้น ยังคงรักษาความเสมอต้นเสมอปลายและมาตรฐานของสินค้าไว้ได้ การศึกษาเรื่องการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศจึงจะได้นำแนวคิดของห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก Global Value Chain คือห่วงโซ่มูลค่าที่มีการเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนที่ถูกกระจายไปยังประเทศต่างตามความถนัด หรือตามความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของแต่ละประเทศมาเป็นแนวทางในการศึกษาเนื่องจากประเทศไทยนับได้ว่ามีบทบาทความสำคัญในอุตสาหกรรมอาหารของโลก และยังมีโอกาสสร้างความร่วมมือด้านการลงทุนกับประเทศต่างในอาเซียนเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งให้แก่อุตสาหกรรมโดยทั่วไปแล้วใน Global Value Chain หนึ่งๆ จะมีบริษัทผู้นำ (lead firm) ในห่วงโซ่เพียงไม่กี่ราย ซึ่งอาจเป็นผู้ซื้อหรือผู้ผลิตก็ได้ ถ้าบริษัทผู้นำเป็นผู้ผลิตเรียกว่า producer-driven chains ซึ่งความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัทผู้นำ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ สำหรับอุตสาหกรรมอาหารนั้นจะจัดอยู่ในแบบ buyer-driven chains โดยบริษัทผู้นำจะเป็นเจ้าของซื้อผลิตภัณฑ์เป็นผู้มีอำนาจต่อรองสูงและสามารถกำหนดบทบาทให้กับบริษัทต่างๆ ในห่วงโซ่ได้

จากการศึกษาของ Gereffi, Humphrey and Sturgeon (2005) ได้สรุปรูปแบบการจัดการของห่วงโซ่อุปทานโลก ออกเป็น 5 แบบ คือ

1. Markets คือรูปแบบการจัดการที่บริษัทผู้นำและบริษัทผู้ผลิตในห่วงโซ่ไม่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด
2. Modular Value Chains คือการจัดการที่การผลิตสามารถแยกเป็นส่วนได้อย่างชัดเจน และบริษัทผู้ผลิตในห่วงโซ่ มีความสามารถสูงในการผลิตส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดตามความต้องการของลูกค้า ทำให้บริษัทผู้จ้างให้รับงานในส่วนใดส่วนหนึ่งโดยเฉพาะ โดยบริษัทผู้นำอาจทำการออกแบบสินค้าและการจัดหาวัตถุดิบให้
3. Relational Value Chains เป็นความสัมพันธ์ที่มีลักษณะค่อนข้างเฉพาะ มีความเชื่อมั่นและความขึ้นอยู่กับกันและกันสูง เนื่องจากต้องมีการถ่ายทอดข้อมูลที่มีความซับซ้อนระหว่างกัน อาจเป็นลักษณะครอบครัว พื้นที่ สังคม ต้องใช้เวลาในการพัฒนา
4. Captive Value Chains หรือ Quasi-hierarchical เกิดในกรณีที่ผู้ผลิตในห่วงโซ่ยังมีความสามารถไม่สูง ต้องมี บริษัทผู้นำทำหน้าที่ควบคุมหรือให้การสนับสนุนในทุกด้าน เช่น กำหนดชนิดของสินค้า คุณภาพ กระบวนการผลิต โดยจะกำกับดูแลเพื่อบริษัทต่างเพื่อให้ดำเนินการได้ตามที่ต้องการ ทั้งนี้ อาจเกิดจากการที่บริษัทผู้นำต้องการสร้างความแตกต่างของสินค้า และอาจเกิดจากความสำคัญของการรักษาคุณภาพ ระยะเวลาการส่งมอบ หรือมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า
5. Hierarchy Chains บริษัทผู้นำมีความเป็นเจ้าของโดยตรง เช่น การตั้งบริษัทลูกในต่างประเทศ เพื่อใช้ประโยชน์จากต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่าเพื่อผลิตสินค้าส่งกลับไปยังบริษัทแม่ เป็นต้น

ในการศึกษาอุตสาหกรรมอาหาร ได้มีการใช้แนวความคิดของห่วงโซ่อุปทานโลกมาใช้ศึกษาในแง่มุมต่างๆ ทั้งในด้านรูปแบบที่แตกต่างกัน การส่งผลกระทบต่อมาตรฐานสินค้า และรูปแบบการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยได้หลากหลายรูปแบบ ดังเช่น Gereffi, Lee, and Christian (2008) กล่าวว่า ห่วงโซ่อุปทานโลกสามารถกระทบการผลิตและการบริโภคในท้องถิ่นได้ ได้ศึกษาลักษณะของ Global Value Chains ในการผลิตไก่ของ Tyson Food และ Pilgrim's Pride และเชื่อมโยงกับผลกระทบต่อการบริโภคอาหารสุขภาพ ซึ่งการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ในตลอดห่วงโซ่อุปทานโลกนั้น การผลิตสินค้าอาจมีลักษณะรูปแบบการจัดการของห่วงโซ่ที่แตกต่างกันได้ เช่น ในการผลิตไก่แปรรูป พบว่า ในช่วงต้นของการผลิตคือการเพาะพันธุ์ ลูกไก่และอาหารสัตว์นั้น มีรูปแบบการจัดการแบบ Hierarchy ในขณะที่การเลี้ยงไก่จะมีการจัดการแบบ Captive Value chains ในส่วนของกระบวนการแปรรูปมีรูปแบบการจัดการแบบ Hierarchy และท้ายสุดในการกระจายสินค้าไปยังตลาดจะมีการจัดการแบบ Relational หรือ Modular Value Chains

เมื่อมีความเข้าใจในห่วงโซ่อุปทานโลกแล้ว Gereffi, and Lee (2009) ได้ใช้ห่วงโซ่อุปทานโลกในการศึกษาความปลอดภัยและมาตรฐานของอาหารโดยการศึกษาเปรียบเทียบกรณีอาหารประเภทต่างๆ ได้แก่ สินค้าปศุสัตว์ เนื้อสัตว์และผลไม้ ในการศึกษาได้ข้อสรุปว่า การปรับภาคการผลิตเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานโลกนั้น หากเกิดช่องว่างในการควบคุมอาจทำให้เกิดปัญหาด้านความปลอดภัยและมาตรฐานของอาหาร นอกจากนี้ การส่งออกสินค้าไม่ได้เป็นสาเหตุการพัฒนาด้านมาตรฐานและความปลอดภัยอาหารหากแต่ขึ้นกับผู้ซื้อ local supplier ที่ให้ความสำคัญและมีความพร้อมในการเข้าสู่ระบบความปลอดภัยด้านอาหาร นอกจากนี้ Lee, Gereffi and Beauvals (2012) ได้กล่าวไว้ว่าสินค้ากลุ่มเกษตรอาหารในปัจจุบันได้มีความเชื่อมโยงกันในระดับโลก มีการใช้ global sourcing network ไปยังกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาต่างๆ เพื่อหาผลผลิตที่มีราคาถูกและสามารถหาวัตถุดิบหมุนเวียนได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้การเน้นความสำคัญในคุณภาพของอาหาร ทำให้มีการร่วมมือกันในแนวคิดโดยผู้ค้าปลีกรายใหญ่ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดมาตรฐานของอาหารเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

จากตัวอย่างการศึกษาที่กล่าวมาทำให้เห็นได้ว่าการทำความเข้าใจในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร และความเชื่อมโยงกับต่างประเทศ จะช่วยให้เห็นได้ว่าประเทศต่างๆ จะมีส่วนเสริมให้กับอุตสาหกรรมอาหารอย่างไร ส่วนใดของห่วงโซ่อุปทานที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจในการลงทุนทางตรงยังต่างประเทศ โดยการเชื่อมโยงด้านการลงทุนนั้น ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในตลอดห่วงโซ่การผลิต เพราะในการผลิตอาหารในแต่ละขั้นตอนนั้นต้องรักษาคุณภาพมาตรฐาน บางรูปแบบอาจเป็นการลงทุนด้านวัตถุดิบเพื่อให้ผู้ผลิตอื่นๆรับช่วง เช่น กรณี contract farming บางช่วงการผลิตที่ไม่มีความซับซ้อนมากอาจเป็นการว่าจ้างผลิต และช่วงการผลิตที่มีลักษณะเฉพาะมีความพิถีพิถัน บริษัทอาจต้องไปลงทุนโดยตรงด้วยตนเอง

3.3 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออก

3.3.1 นโยบายระดับประเทศ

พ.ร.บ. คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ พ.ศ. 2551²⁰ กำหนดให้คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ ดำเนินการจัดทำกรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยผลิตอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัย มีความมั่นคงด้านอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อชาวไทยและชาวโลก” แผนดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายของวิสัยทัศน์ดังกล่าว ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านความมั่นคงอาหาร เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคงด้านอาหารอย่างยั่งยืน บริหารจัดการทรัพยากรเพื่ออาหารผลิตอาหารอย่างมีประสิทธิภาพโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 คุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร ดูแลคุณภาพและความปลอดภัยอาหารในห่วงโซ่อาหารเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และการค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านอาหารศึกษา เน้นกระบวนการส่งเสริมพัฒนา และวิจัยเพื่อให้เกิดความรู้ความตระหนัก ในการใช้ทรัพยากรเพื่อผลิตและกระจายอาหารในห่วงโซ่อาหาร ตลอดจนพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการบริโภคอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการบริหารจัดการ พัฒนาการจัดการด้านอาหารของประเทศตลอดทั้งห่วงโซ่อาหารอย่างเป็นระบบให้มีความเหมาะสม สร้างความเข้มแข็งของการดำเนินงานทุกภาคส่วน ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ รองรับภัยคุกคามต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และสอดคล้องกับกติกาการค้าสากล

การดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามกรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย รัฐบาลทุกชุดที่ผ่านมา จึงได้มีการริเริ่มโครงการต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารของโลกและของภูมิภาค โดยมีโครงการที่สำคัญๆ อาทิ ครีวไทยสู่ครัวโลก (Thailand Kitchen to the World) ASEAN Seafood Hub และ Thailand Food Valley

3.3.1.1 Kitchen to the World

ไทย เป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ประกอบกับ มีร้านอาหารไทยกระจายอยู่ทั่วโลกมากกว่า 6,000 แห่งและมีลูกค้าเข้ามารับประทานอาหารประมาณวันละ 3 ล้านคน โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก (Thailand Kitchen to the World) จึงมีวัตถุประสงค์สนับสนุนและผลักดันการส่งออกสินค้าอาหารและขยายการลงทุนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยมีการดำเนินงานตลอดโซ่คุณค่า (value chain) ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำกลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้

1. มูลค่าการส่งออกอาหารของไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยในปี พ.ศ.2557 มีมูลค่าการส่งออกอาหารมากกว่า 1 ล้านล้านบาท

²⁰ ความมั่นคงทางอาหาร. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. เรียกดูจาก services.nic.go.th/gsic/strategy.php?ds=policy-12&rd=policy-12-tab-3. เมื่อวันที่ 15 กค.2557.

2. สามารถเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ 1 ใน 5 ของโลก โดยผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมสูงสุดด้านความปลอดภัยและสุขภาพอนามัย

3. พัฒนาผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหารทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

4. สนับสนุนการเปิดธุรกิจอาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อผลักดันให้ร้านอาหารไทยมีการบริการอาหารรสชาติไทย รวมทั้งมีระบบการจัดการและมาตรฐานในระดับสากล

เพื่อให้การส่งออกอาหารของประเทศไทยมีการเติบโตและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปของไทยจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปตลอดโซ่คุณค่า ตั้งแต่การพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ก็ต้องมีการปรับตัวจากการผลิตและการส่งออกในรูปแบบสินค้าอาหารทั่วไป ไปสู่การผลิตและส่งออกสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น จากการที่ผู้บริโภคอาหารเปลี่ยนมาเน้นเรื่องสุขภาพและโภชนาการมากขึ้น เป็นผลมาจากพฤติกรรมบริโภคของคนรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรงมากขึ้น

3.3.1.2 ASEAN Seafood Hub

สินค้าประมงของไทยสามารถทำรายได้เข้าประเทศประมาณ 200,000 ล้านบาทต่อปี หรือร้อยละ 1.5 ของ GDP เนื่องจากระบบการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้าประมงของไทยได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้าทั่วโลก ในโอกาสที่ไทยกำลังก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงได้กำหนดนโยบายผลักดันให้ไทยก้าวขึ้นสู่การเป็น ASEAN Seafood Hub ภายในปี 2558 เพื่อส่งเสริมให้ภาคการประมงไทยก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางประมงของภูมิภาคและสร้างฐานการผลิตร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในการส่งออกสินค้าประมงไปยังตลาดโลก และเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างรายได้จากการส่งออกสินค้าประมงเพิ่มขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานต่อเนื่องในการแปรรูปสินค้าและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการผลิตและการค้าสินค้าประมงของไทยและกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าประมงที่มีมาตรฐานของอาเซียน

นโยบาย ASEAN Seafood Hub ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์สำคัญ คือ

1. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสัตว์น้ำ โดยเน้นการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์และผลิตสัตว์น้ำที่มีศักยภาพในการส่งออก ได้แก่ กุ้งและปลานิล เร่งวิจัยแนวทางการลดต้นทุนในการเพาะเลี้ยง อาทิ พัฒนาสูตรอาหารสัตว์น้ำ และลดพลังงานที่ใช้ในการเพาะเลี้ยง รวมทั้งสร้างศูนย์ผลิตพันธุ์กุ้งทะเลระบบเทคโนโลยีชีวภาพเป็นต้น

2. เพิ่มประสิทธิภาพระบบควบคุมคุณภาพสินค้าประมงตลอดโซ่การผลิต แม้ว่าจะระบบการควบคุมคุณภาพสินค้าประมงตั้งแต่ระดับฟาร์ม โรงงานแปรรูป และสินค้าส่งออกของไทย มีมาตรฐานที่ดีกว่า

ประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ แต่จำเป็นต้องมีการพัฒนาและยกระดับให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลที่มีข้อกำหนดใหม่ๆ รวมทั้งข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้า ซึ่งไม่ขัดกับกฎระเบียบของเวทีการค้าโลก

3. รักษาปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำจากการทำประมงร่วมในน่านน้ำต่างประเทศ โดยกรมประมงร่วมกับสมาคมผู้ประกอบการของไทย ดำเนินการเจรจากับรัฐบาลประเทศอื่นๆ เพื่อหาพื้นที่ทำประมงเพิ่มเติม และร่วมลงทุนด้านการแปรรูปสัตว์น้ำอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอินโดนีเซียและพม่า ซึ่งเป็นพื้นที่ประมงขนาดใหญ่

4. สนับสนุนการค้าและการลงทุนร่วมกับประเทศสมาชิกอาเซียน โดยดำเนินงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานทูตพาณิชย์ในต่างประเทศ สมาคม ชุมชน และผู้ประกอบการที่สนใจ การส่งเสริมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในทุกกระดับ ในรูปของการจับคู่ธุรกิจประมงกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ มาเลเซีย ลาว พม่า กัมพูชา เป็นต้น

5. จัดงานแสดงสินค้าประมงระดับนานาชาติในประเทศไทย พร้อมกับการสัมมนาวิชาการ ประมง การเจรจาธุรกิจประมง เพื่อให้ผู้ประกอบการไทย ผู้ประกอบการ SME รวมทั้งผู้ประกอบการของประเทศอาเซียน มีโอกาสในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้าประมงให้กับผู้นำเข้าจากทั่วโลก

3.3.1.3 Thailand Food Valley

โครงการ Thailand Food Valley กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ดำเนินจัดทำแผนพัฒนาต่อเนื่อง 4 ปี (2555-2558) เพื่อดำเนินการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปให้มีความเข้มแข็งและเติบโต ภายใต้แนวคิดดังกล่าว ได้เริ่มดำเนินเบื้องต้น อาทิ 1) การคัดเลือกพื้นที่เหมาะสมในการพัฒนาโซ่อุปทานอุตสาหกรรม และการจัดตั้ง Thailand Food Valley 2) การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มผลิตภาพโดยรวมและเชื่อมโยงการผลิตในอาเซียน 3) การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจให้มีระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล 4) เสริมสร้างเครือข่ายการวิจัยและพัฒนา ระหว่างวิสาหกิจ สถาบันการศึกษาวิจัย เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น 5) สนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ ฐานข้อมูล งานวิจัย และการวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจ และการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

โครงการ Thailand Food Valley²¹ มีต้นแบบมาจากโครงการ Food Valley ของ เนเธอร์แลนด์ เน้นการดำเนินการไปที่ปลายน้ำมากกว่าต้นน้ำ (โครงการครัวไทยสู่ครัวโลกเน้นปลายน้ำมากกว่าต้นน้ำ) โดยเฉพาะการวิจัยและพัฒนา เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความรู้ จึงทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารและชีวเทคโนโลยีของเนเธอร์แลนด์อยู่ในอันดับต้นๆ ของโลกเสมอ และยังเป็นจุดแข็งที่ช่วยดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเช่นกัน การริเริ่มโครงการ Thailand Food Valley ของภาครัฐในครั้งนี้ จึงเป็นที่คาดหวังว่า จะเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว เข้าสู่ยุคอุตสาหกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างเต็มที่

²¹ Food Valley NL : พิมพ์เขียวหุบเขาอาหารโลก.2555. อุตสาหกรรมสาร ปีที่ 54 ฉบับเดือนกันยายน-ตุลาคม 2555. หน้า 17-21.

เมื่อพิจารณาจากโครงการ Food Valley ของเนเธอร์แลนด์ ปัจจัยสำคัญของโครงการคือความร่วมมือของผู้ประกอบการ ภาครัฐ และสถาบันวิจัยต่างๆ ในด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมา โดยใน Food Valley มีศูนย์วิจัย 21 แห่ง มีบริษัทประมาณ 70 บริษัท จากประเทศต่างๆ ทั่วโลก อาทิ Kikoman (ญี่ปุ่น) Heinz (สหรัฐฯ) ยูนิลีเวอร์ (เนเธอร์แลนด์) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีบริษัทผู้ผลิตเครื่องจักรเพื่อการผลิตและการแปรรูปอาหาร ที่เข้ามาตั้งกิจการอยู่ภายในโครงการนี้มากถึง 235 บริษัท

Food Valley จะเน้นสนับสนุนการคิดค้นใหม่ๆ ด้านอาหาร ทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานระหว่างผู้เป็นเจ้าขององค์ความรู้กับภาคธุรกิจและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความรู้ โดยเอื้ออำนวยให้ภาคธุรกิจ สถาบันวิจัยและผู้เชี่ยวชาญทำงานร่วมกัน รวมถึงทำการศึกษาในหัวข้อเฉพาะต่างๆ และสนับสนุนการจัดตั้งบริษัท start up และการจัดตั้งธุรกิจของนักลงทุนต่างชาติ (รวมถึงการตั้งถิ่นที่อยู่ของชาวต่างชาติและครอบครัว) ในพื้นที่โครงการ

นอกจากนี้ Food Valley ของเนเธอร์แลนด์ ยังต่อยอดในเชิงลึกเพื่อเพิ่มศักยภาพความเป็นเมืองอาหาร อาทิ ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนวัตกรรมด้านอาหารประจำปีนานาชาติ เป็นต้น และมีการส่งเสริมงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง ในรูปของการให้ทุน Food Valley Ambassador แก่นักศึกษาทั่วโลกที่มีความตั้งใจทำงานด้านอาหารและงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ และมีความตั้งใจที่จะให้นักเรียนที่ได้รับทุนมีโอกาสทำงานร่วมกับบริษัทในเขต Food Valley เป็นเวลา 1 ปี เพื่อสร้างเครือข่ายกับบริษัทที่มีธุรกิจอยู่ในประเทศต้นทางของนักเรียน

3.3.2 นโยบายระดับภูมิภาค (อาเซียน)

3.3.2.1 ความร่วมมือด้านความมั่นคงด้านอาหารของอาเซียน

นโยบายระดับภูมิภาคอาเซียนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย ได้แก่ แผนนโยบายบูรณาการความมั่นคงด้านอาหารของอาเซียน²² (ASEAN Integrated Food Security (AIFS) Framework) และแผนกลยุทธ์ความมั่นคงด้านอาหารของอาเซียน (Strategic Plan of Action on Food Security in the ASEAN Region : SPA - FS) เป้าหมายของการดำเนินการดังกล่าว เพื่อให้เกิดความมั่นคงด้านอาหารในภูมิภาคในระยะยาว และยกระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรในอาเซียน และมีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มผลผลิตด้านอาหาร ลดการสูญเสียภายหลังการเก็บเกี่ยว ส่งเสริมการเข้าถึงตลาด การค้าสินค้าเกษตรและปัจจัยการผลิต ให้เกิดเสถียรภาพด้านราคา และบรรเทาความขาดแคลนอาหารในกรณีฉุกเฉิน ขอบเขตการแผน ครอบคลุมสินค้า 5 รายการ ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง น้ำตาล และมันสำปะหลัง โดยมีองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน²³ คือ

²² ที่ประชุมรัฐมนตรีอาเซียนด้านการเกษตรและป่าไม้ (AMAF) ครั้งที่ 30 เมื่อวันที่ 23 ต.ค.51 ณ ประเทศเวียดนาม ได้มีมติเห็นชอบแผนนโยบายบูรณาการความมั่นคงด้านอาหารของอาเซียนและแผนกลยุทธ์ความมั่นคงด้านอาหารของอาเซียน ค.ศ.2009-2013 (ASEAN Integrated Food Security (AIFS) Framework and Strategic Plan of Action on Food Security in the ASEAN Region (SPA-FS) 2009 – 2013) ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 14 ระหว่างวันที่ 27 กพ. ถึง 1 มี.ค.52 ได้ให้การรับรองเอกสารนี้เพื่อดำเนินการตามแผนงานต่อไป

²³ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรระหว่างประเทศ. www.oae.go.th/biae/ewt_news.php?nid=42&filename=FoodSecurity

1) ความมั่นคงอาหารและการบรรเทาภัยคุกคาม/ขาดแคลน เน้นการสร้างความเข้มแข็งในการจัดการด้านความมั่นคงอาหาร สร้างความเข้มแข็งด้านความมั่นคงอาหาร และพัฒนาโลกและความริเริ่มการสำรองอาหาร

2) การพัฒนาการค้าอย่างยั่งยืน เน้นการส่งเสริมตลาดและการค้าสินค้า - สนับสนุนการค้าอาหารอย่างยั่งยืน

3) บูรณาการระบบข้อมูลสารสนเทศด้านความมั่นคงอาหาร โดยการส่งเสริมให้โครงการระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อความมั่นคงด้านอาหารอาเซียน (AFSIS) เป็นกลไกระยะยาว

4) นวัตกรรมด้านการเกษตร ส่งเสริมการผลิตอย่างยั่งยืนและกระตุ้นการลงทุนด้านอาหารและอุตสาหกรรมเกษตร

3.3.2.2 ความร่วมมือด้านการลงทุนของอาเซียน

ความร่วมมือระดับภูมิภาคที่เกี่ยวกับการลงทุน ได้แก่ ความตกลงด้านการลงทุนอย่างเต็มรูปแบบของอาเซียน (ASEAN Comprehensive Investment Agreement) ลงนามโดยรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนเมื่อวันที่ 26 ก.พ.2552 ACIA เป็นผลมาจากการรวม และการทบทวนความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียน 2 ฉบับ ได้แก่ ความตกลงว่าด้วยเขตการลงทุนอาเซียน ปี ค.ศ.1998 (Framework Agreement on ASEAN Investment Area: AIA Agreement) และความตกลงอาเซียนว่าด้วยการส่งเสริมและการคุ้มครองการลงทุน ปี ค.ศ.1987 (ASEAN Investment Guarantee Agreement: ASEAN IGA) รวมทั้งพิธีสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการรวมความตกลง 2 ฉบับดังกล่าว เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมในโลกที่มีการแข่งขันเพิ่มขึ้น และทำให้อาเซียนสามารถเป็นฐานการลงทุน โดยปรับปรุงนโยบายการลงทุนให้เสรีและเปิดกว้างมากขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน ACIA เป็นความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียนที่มีขอบเขตกว้างขวาง ครอบคลุมสาขาการผลิตการเกษตร ประมง ป่าไม้ เหมืองแร่ และบริการเกี่ยวข้องกับ 5 สาขาดังกล่าว อาเซียนกำหนดให้มีการเปิดเสรีการลงทุนแบบก้าวหน้า เพื่อมุ่งไปสู่การมีสภาพแวดล้อมการลงทุนที่เสรีและเปิดกว้าง โดยสอดคล้องกับเป้าหมายของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้ ACIA ยังสามารถให้มีการเปิดเสรีการลงทุนในสาขาอื่นได้ในอนาคต

ACIA ประกอบด้วย ข้อบทด้านการลงทุน ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน คือ การเปิดเสรี การคุ้มครอง การอำนวยความสะดวกและการส่งเสริม มีสาระสำคัญ ดังนี้ 1) กำหนดเวลาชัดเจนในการเปิดเสรีการลงทุน 2) ผลประโยชน์สำหรับนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในอาเซียน 3) ข้อสงวนในการให้การปฏิบัติที่เป็นพิเศษภายใต้ AIA และ 4) การยืนยันพันธกรณีตามข้อบทใน AIA และ ASEAN IGA เช่น การให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National Treatment) และหลักปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ยิ่ง (Most-Favoured-Nation Treatment)

จากงานศึกษาที่ผ่านมาฉันพอจะสรุปได้ว่า ในการศึกษาแนวทางการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศนั้น นอกจากจะพิจารณาทิศทาง รูปแบบ และผลกระทบที่เกิดขึ้นของการเข้าไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศแล้วแล้ว ผู้วิจัยจะยังเห็นความสำคัญในการศึกษาถึงความเกี่ยวข้องของการลงทุนที่มีต่อห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร ดังนั้นการศึกษาวเคราะห์จึงมีการประยุกต์ใช้แนวคิดของ Global Value Chain เข้าร่วมด้วย

บทที่ 4

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาถึงผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทยนั้น เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและปัจจัยที่แท้จริงของการลงทุนดังกล่าว การดำเนินการวิจัยจึงแบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก อันได้แก่การวิเคราะห์ทางสถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

4.1 การวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อแสดงถึงภาวะการออกไปลงทุนยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทย

ในเชิงปริมาณวิเคราะห์ เนื่องจากเมื่อพิจารณาถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมและความพร้อมของข้อมูลแล้วพบว่า บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้นมีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างจำกัดและบริษัทส่วนมากอยู่ในกลุ่มของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (เป็นบริษัท จำกัด (มหาชน)) ดังนั้นการวิเคราะห์จึงเป็นการรวบรวมข้อมูลทางสถิติเพื่อแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมอาหารในการออกไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศ คณะวิจัยได้รวบรวมข้อมูลของบริษัทข้างต้นมีทั้งสิ้น 31 บริษัท ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 รายชื่อบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

บริษัท		ประเภทสินค้า
1	บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน)	น้ำตาล
2	บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน)	น้ำตาล
3	บริษัท ซีเฟรชอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป
4	บริษัท สุรพลฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป
5	บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป
6	บริษัท ทรอปิคอลแคนนิง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป
7	บริษัท ห้างเย็นโซติวัฒน์หาญ จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป
8	บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม (โค้กและผลิตภัณฑ์)
9	บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม (เอสและผลิตภัณฑ์)
10	บริษัท ทิปปิกฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
11	บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์เกษตร (น้ำผลไม้และผลไม้กระป๋อง)
12	บริษัท ฟู้ดแอนด์ดริ้งส์ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์เกษตร (ผัก ผลไม้ เครื่องเทศ ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้กระป๋อง)
13	บริษัท อกริเพียว โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)	ผลิตภัณฑ์เกษตร (ข้าวโพด ผักและผลไม้)

	บริษัท	ประเภทสินค้า
14	บริษัท อาหารสยาม จำกัด(มหาชน)	ผลิตภัณฑ์เกษตร (ผลไม้แปรรูปและอาหารสัตว์)
15	บริษัท เพอร์ซิเดนทีโรซิโปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว (เส้นก๋วยเตี๋ยว อาหารสำเร็จรูป)
16	บริษัท ไทยวาฟูดโปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	ผลิตภัณฑ์จากข้าว (วุ้นเส้น ก๋วยเตี๋ยว และสาหร่าย)
17	บริษัท ลำสูง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	น้ำมันปาล์ม น้ำมันพืช ผลไม้แปรรูป น้ำผลไม้
18	บริษัท น้ำมันพืชไทย จำกัด (มหาชน)	น้ำมันพืช (ถั่วเหลือง) อาหารสัตว์ ผลิตภัณฑ์ถั่วเหลือง
19	บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)	ร้านอาหาร
20	บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	ร้านอาหาร
21	บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	ร้านอาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป
22	บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	ร้านอาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป
23	บริษัท เพอร์ซิเดนที เบเกอรี่ จำกัด (มหาชน)	เบเกอรี่
24	บริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารสำเร็จรูป
25	บริษัท ไทยเพอร์ซิเดนทีฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารสำเร็จรูป
26	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	อาหารแปรรูป อาหารสัตว์
27	บริษัท พรีเมียร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)	ของขบเคี้ยว อาหารสำเร็จรูป และเครื่องดื่ม
28	บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน)	เครื่องปรุงรส (ภูเขาทอง)
29	บริษัท ทรัพย์ศรีไทย จำกัด (มหาชน)	คลังสินค้า
30	บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม
31	บริษัท เซปเป้ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากกลุ่มบริษัทข้างต้น เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลจากรายงานการเงินของบริษัท พบว่ามี 15 บริษัทที่มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และ 2 ใน 15 บริษัทนี้ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ จึงทำให้บริษัทที่สามารถรวบรวมข้อมูลได้รวมเป็น 13 บริษัท นอกจากนี้ การรายงานงบการเงินหรือข้อมูลต่าง ๆ สำหรับบริษัทที่มีรายได้สูง เป็นองค์กรใหญ่ (เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ บริษัท ไทยเพอร์ซิเดนทีฟู้ด จำกัด (มหาชน) เป็นต้น) นั้นจะข้อมูลย้อนหลังเป็นระยะเวลายาวนาน และมีข้อมูลค่อนข้างเป็นปัจจุบัน ในขณะที่ บริษัท ที่มีรายได้ลดลงมา (เช่น บริษัท ห้างหุ้นส่วนจำกัดใหญ่ จำกัด (มหาชน) หรือ บริษัท เซปเป้ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น) มีข้อมูลย้อนหลังไม่มากนัก และมีข้อมูลไม่เป็นปัจจุบันในบางกรณี ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ช่วงเวลาที่สามารถนำข้อมูลของบริษัทต่าง ๆ มาวิเคราะห์ร่วมกันได้คือช่วง 2553 – 2556 เป็นเวลา 4 ปี เท่านั้น ข้อมูลที่รวบรวมได้ดังกล่าวจึงไม่เหมาะกับการวิเคราะห์ผ่านสมการถดถอย ดังนั้นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณนี้ จึงเป็นการพิจารณามูลค่าการเปลี่ยนแปลงทางสถิติเพื่อให้เห็นถึงแนวโน้มและความสัมพันธ์ในภาพกว้างเท่านั้น เพื่อเป็นการเสริมรับกับภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น จะมุ่งเน้นถึงความเชื่อมโยงระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และศักยภาพของบริษัท ซึ่งใช้รายได้เป็นตัวแทน โดยการนี้จะทำการแบ่งกลุ่มบริษัทที่จะศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ บริษัทที่มีรายได้เกิน 1 หมื่นล้านบาทในปี 2556 และบริษัทที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาท ในปี 2556 อย่างไรก็ตาม บริษัท 2 บริษัทจากทั้งหมด 13 มีลักษณะพิเศษ ได้แก่ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร

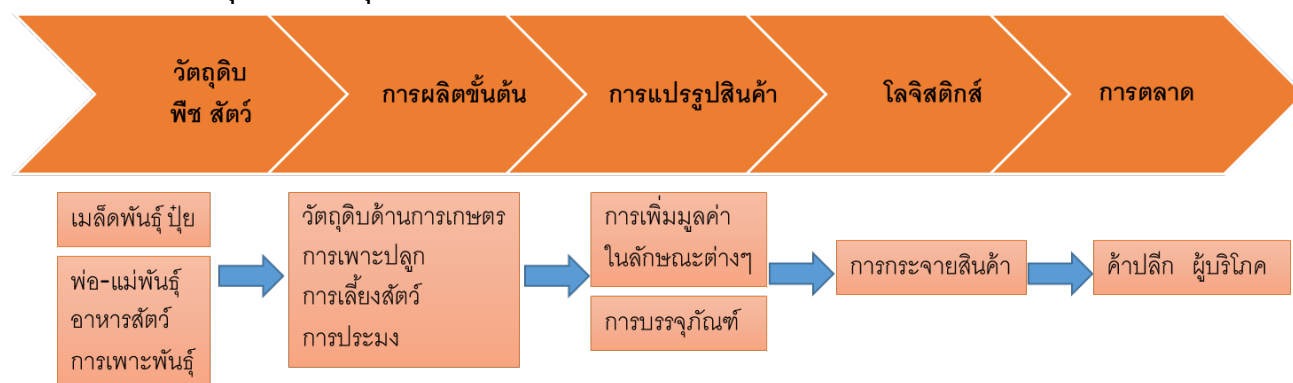
จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีรายได้สูงกว่าบริษัทอื่น ๆ (รวมกัน) เป็นมูลค่ามากกว่า ร้อยละ 100 และ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีการลงทุนทางตรงสูงมาก (มากกว่ารายได้) ในช่วงปี 2554 ถึงปัจจุบัน เนื่องจากมีการควบรวมกิจการกับบริษัทในต่างประเทศ ทางคณะวิจัยจึงแยกการวิเคราะห์ของ 2 บริษัทนี้ออกจากกลุ่มที่กล่าวถึงข้างต้น

4.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จะเน้นการสัมภาษณ์และออกแบบสอบถามในบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดเกี่ยวกับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของบริษัทเหล่านั้น ความจำเป็นและแนวโน้มที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ประกอบกับความสำคัญของการลงทุนทางตรงที่มีต่อผลประกอบการหรือศักยภาพของบริษัท นอกจากนี้ยังเป็นการขอความเห็นเกี่ยวกับสายการผลิต (Value Chain/ Supply Chain) เพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อเนื่องถึงผลกระทบที่อาจมีต่ออุตสาหกรรมต้นน้ำ/ปลายน้ำในประเทศไทย

ในการศึกษารูปแบบและผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปอย่างต่างประเทศ เริ่มจากการทำความเข้าใจเบื้องต้นของห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม ซึ่งแสดงได้ดังแผนภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: ผู้วิจัย

จากแผนภาพสามารถแบ่งขั้นตอนของการสร้างมูลค่าดังนี้

1. วัตถุดิบเบื้องต้น เช่น กรณีพืชชนิดต่างๆ ต้องใช้เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย พื้นที่ทางการเกษตร กรณีปศุสัตว์หรือสัตว์น้ำต้องมี พ่อแม่พันธุ์ การเพาะตัวอ่อน อาหารสัตว์ เป็นต้น

2. การผลิตขั้นต้นหรือผลผลิตขั้นต้น ตัวอย่างเช่น ผลผลิตภาคการเกษตรที่ได้จากการเพาะปลูก หรือจากการเพาะเลี้ยง
3. การผลิตสินค้าสำเร็จรูป คือการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าในแก้มลิตภัณฑ์
4. ระบบโลจิสติกส์ ตัวกลางทางการค้า การกระจายสินค้า
5. การตลาดและการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค

อุตสาหกรรมอาหารมีลักษณะการผลิตที่หลากหลายเนื่องจากความแตกต่างทางด้านวัตถุดิบ และระดับการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูป ซึ่งมีตั้งแต่รูปแบบการผลิตอย่างง่าย เช่น วิธีการดอง การแช่แข็งจนถึงกระบวนการที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น น้ำมันปาล์ม น้ำตาล การผลิตผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีลักษณะของสินค้าแปรรูปที่หลากหลายตามรสนิยมของผู้บริโภคอีกด้วย

การศึกษาการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศโดยพิจารณาจากห่วงโซ่อุปทานจึงจะช่วยให้เห็นถึงกระบวนการดำเนินการเพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้เรายังสามารถใช้แนวคิดห่วงโซ่อุปทานโลกมาเป็นกรอบการศึกษาเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างนักลงทุนชาวไทยกับประเทศที่รับทุน

กรอบแนวคำถาม

1. ช่วงใดของห่วงโซ่การผลิตที่มีการไปลงทุนโดยตรงยังต่างประเทศ
2. ประเทศใดที่ไปลงทุน
3. สาเหตุของการไปลงทุนโดยตรงยังต่างประเทศ พร้อมเหตุผล
 - a. วัตถุดิบ แรงงาน
 - b. รับ/ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต
 - c. ประเทศผู้รับทุนมีอุตสาหกรรมสนับสนุนพร้อม
 - d. ขยายตลาด
 - e. ความเสี่ยงทางการผลิตและปัจจัยการผลิต
 - f. ลดปัญหาการกีดกันทางการค้า
 - g. ได้รับการส่งเสริมภาครัฐ
 - h. AEC ในประเด็นด้านใด
 - i. อื่นๆ เช่น strengthen market positioning
4. รูปแบบของการลงทุน
 - a. Contract farming
 - b. Thai transnational corporation
 - c. ร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น
 - d. เช่าพื้นที่หรือสัมปทานปลูกพืช

- e. อื่นๆ
5. ผลกระทบ
 - a. การลดต้นทุน เกิดขึ้นในด้านใด
 - b. ความเสี่ยงในการผลิต
 - c. การขยายตัวด้านการค้า
 - d. ศักยภาพในการแข่งขันในประเทศที่ไปลงทุน และในประเทศที่สาม
 6. ปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการลงทุน
 7. แนวทางแก้ไขและส่งเสริมการลงทุน

บทที่ 5

ผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารและการลงทุนในต่างประเทศนั้น ส่วนแรกเป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อให้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจทิศทางการลงทุนในกลุ่มประเทศเหล่านี้ จากนั้นจะเป็นการวิเคราะห์สถานะของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม เพื่อจุดมุ่งเน้นจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคต่างๆ ที่อุตสาหกรรมอาหารได้เผชิญในปัจจุบัน เพื่อพิจารณาว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศจะเป็นแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารหรือไม่ ในส่วนถัดไปจะศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการด้านการลงทุน โดยในเบื้องต้นเป็นการศึกษาข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์ในด้านพฤติกรรมการลงทุน จากนั้นจะได้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจผู้ผลิตในอุตสาหกรรม ทั้งจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม ทั้งอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อตอบประเด็นปัญหา ได้แก่ เป้าหมายของการตัดสินใจไปลงทุนยังต่างประเทศ อย่างไรก็ตามพบว่าพฤติกรรมและการตัดสินใจไปลงทุนยังต่างประเทศของอุตสาหกรรม มีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ดังนั้นในการวิเคราะห์จึงได้พิจารณาทั้งสาเหตุ ความพร้อม รูปแบบการลงทุน และผลกระทบของการลงทุนที่มีต่อผู้ประกอบการ

5.1 พฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน

พฤติกรรมการบริโภคอาหารของประเทศในกลุ่มอาเซียนมีทั้งแง่มุมที่มีความใกล้เคียง และแง่มุมที่มีความหลากหลาย ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคในประเทศอาเซียนตามขนาดของรายได้ ออกเป็นกลุ่มประเทศอาเซียนเดิม และ กลุ่ม CLMV ดังแสดงในตารางที่ 5.1

จากพฤติกรรมการบริโภคของประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียน ทำให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคมียุคสมัยไม่แตกต่างกับไทยมากนัก ถึงแม้บางประเทศจะมีคุณลักษณะเฉพาะทางพฤติกรรม แต่ไทยเองก็มีศักยภาพในการผลิตอาหารตอบสนองความต้องการได้หลากหลายรูปแบบเช่นกัน

ตารางที่ 5.1 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคอาเซียน

ประเทศ	ลักษณะพฤติกรรม
1) กลุ่มประเทศอาเซียนเดิม	มีรายได้ค่อนข้างสูง จึงเน้นการบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ มีคุณภาพและมีความสะดวกในการนำมาปรุงหรือนำมารับประทาน รูปลักษณ์ของสินค้าที่มีความทันสมัย สวยงาม มีรสชาติที่แตกต่าง หรือให้ประโยชน์ต่อสุขภาพที่ชัดเจน
1.1) สิงคโปร์	มีประชากรจำนวนน้อยแต่มีรายได้สูง นิยมอาหารสุขภาพและอาหารเสริมบำรุง

ประเทศ	ลักษณะพฤติกรรม
	ร่างกาย เช่นพวก organic ไม่ค่อยนิยมบริโภคอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เว้นแต่สินค้าประเภท ขนมปัง อาหารแช่ที่ทำจากธัญพืช ผลิตภัณฑ์นม อาหารว่าง ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังนิยมบริโภค ชา น้ำอัดลม กาแฟ และน้ำผลไม้
1.2) บรูไน	ประชากรนับถือศาสนาอิสลาม จึงบริโภคอาหาร ฮาลาลและเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า
1.3) มาเลเซีย	เป็นประเทศที่มีความร่ำรวยเป็นอันดับสองในอาเซียน รองจากสิงคโปร์ จึงบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ นิยมบริโภคอาหารสด แต่เนื่องจากเริ่มมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงมีความเร่งรีบมากขึ้น จึงหันมานิยมอาหารแปรรูป อาหารบรรจุถุง ขนมขบเคี้ยว และประชากรวัยแรงงานจะนิยมเครื่องดื่มที่ให้พลังงาน และเนื่องจากประชากรกว่าร้อยละ 60 เป็นมุสลิมการรับรองมาตรฐานฮาลาลจึงเป็นสิ่งสำคัญ
1.4) อินโดนีเซีย	กลุ่มผู้บริโภค นิยมส่งเสริมนอกบ้าน มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสูง นิยมอาหารสำเร็จรูปและอาหารพร้อมรับประทานมากขึ้น ชอบอาหารรสจัด ทานธัญพืช (cereal) และกลุ่มคนอินโดนีเซียที่มีรายได้สูง เริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพและให้ความสนใจกับสินค้าที่ดีต่อสุขภาพอย่างชัดเจน (fortified food) นอกจากนี้ ประชากรกว่าร้อยละ 90 เป็นชาวมุสลิม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากประชากรมีความแตกต่างกันทางด้านรายได้มากจึงพบความแตกต่างของรสนิยมตามระดับรายได้ด้วยเช่นกัน
1.5) ฟิลิปปินส์	ชาวฟิลิปปินส์มักอยู่รวมกันเป็นครอบครัวขยาย นิยมทางอาหารนอกบ้านหรืออาหารแปรรูป (packaged and processed food) จากวิถีชีวิตที่มีความเร่งรีบมากขึ้นจึงหันมาบริโภคอาหารพร้อมรับประทานตามร้านบนถนนที่มีราคาไม่แพง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับสุขภาพและความสวยงามมากขึ้น จึงหันมาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
2) กลุ่มประเทศอาเซียนใหม่ (CLMV)	ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มีรายได้น้อยไม่มากนัก จึงให้ความสำคัญกับราคาเป็นปัจจัยสำคัญ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคเหล่านี้ก็มีรสนิยมในการบริโภคสินค้าอาหารและเครื่องดื่มใกล้เคียงกับคนไทย
2.1) เวียดนาม	นิยมอาหารสดผักสด มีแนวโน้มที่จะเพิ่มการบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากขึ้น fast-food และชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน หากเป็นประชากรในส่วนของเวียดนามตอนกลาง คุณภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญ หากเป็นเวียดนามตอนใต้จะเน้นเรื่องราคา
2.2) พม่า ลาว กัมพูชา	จะมีรสนิยมคล้ายกับไทย เนื่องจากมีวัฒนธรรม ประเพณีคล้ายกัน แต่รายได้คนส่วนใหญ่ค่อนข้างต่ำ จึงเน้นราคาเป็นปัจจัยสำคัญ โดยอาหารที่เลือกบริโภคจะเป็นอาหารที่มีประโยชน์และจำเป็น โดยผู้บริโภคในกลุ่มประเทศเหล่านี้บริโภคอาหารไทยด้วย

5.2 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทยในภาพรวม

เพื่อให้เข้าใจถึงสถานะของอุตสาหกรรมอาหารของไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เราสามารถใช้ SWOT Analysis วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวมได้ดัง ตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 SWOT Analysis ของอุตสาหกรรมอาหารไทย

SWOT Analysis

SWOT Analysis

จุดแข็ง	- ไทยมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและวัตถุดิบ ซึ่งเป็นทั้งวัตถุดิบทางการเกษตร และทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง การพัฒนานวัตกรรมการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า - การมีประสบการณ์ในเวทีการค้าโลกมายาวนาน ภาพลักษณ์การเป็นครัวของโลก และการพัฒนาจนเป็นผู้นำรายหนึ่งในอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์การส่งออกไปยังประเทศที่มีความพิถีพิถันในการบริโภคอาหาร เช่น สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ทำให้ไทยมีการพัฒนากระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิต จนทำให้ระดับมาตรฐานและความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับได้ในตลาดเหล่านี้ - ไทยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนการส่งออก - มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและการจัดตั้งองค์กรอิสระต่างๆ ซึ่งองค์กรเหล่านี้มีบทบาทสำคัญและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรม เช่น ในระดับชุมชนมีการรวมตัวกันเป็นสหกรณ์ต่างๆ สภาอุตสาหกรรม หอการค้าไทย สมาคมต่างๆ สถาบันอาหาร เป็นต้น - หน่วยงานของรัฐให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น - ขนาดการผลิตและรูปแบบการผลิตที่หลากหลาย มีทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่ และ อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก ทำให้ไทยมีความพร้อมที่จะรองรับตลาดได้หลากหลายรูปแบบ และมีผู้ประกอบการที่มีความพร้อมที่จะไปลงทุนยังต่างประเทศ
จุดอ่อน	- ผู้ประกอบการภายในประเทศกำลังเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนค่าแรงงานและต้นทุนด้านพลังงาน - ขาดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตในภาคการเกษตรไทย ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าแม้ในประเทศกลุ่มอาเซียนด้วยกัน ตัวอย่างเช่น ข้าว ไทยมีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่า อินโดนีเซีย เวียดนาม เมียนมาร์และฟิลิปปินส์ สับปะรมีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าฟิลิปปินส์ ปาล์มน้ำมันมีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย เป็นต้น - ผู้ประกอบการไทยเป็นจำนวนมากยังขาดความรู้ และขาดการให้ความสำคัญถึงผลกระทบและความจำเป็นในการเตรียมพร้อมรับมือกับการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน ได้แก่ - ความรู้เชิงลึกถึงผลกระทบต่อภาคการผลิตของตนเอง เช่น เป็นภาคการผลิตที่มีโอกาส หรือ กำลังจะถูกคุกคาม ก) ความรู้ด้านการตลาด เช่น ทิศทางการบริโภคสินค้าที่แท้จริงของแต่ละประเทศ ข) กฎหมายและมาตรการต่างๆ ทั้งเชิงรุก และการตั้งรับ ยังไม่มีความชัดเจน - ถึงแม้ว่าจะมีองค์กรต่างๆ ที่เข้มแข็งในอุตสาหกรรมหลายองค์กร แต่การรวมตัวของเครือข่ายการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทานยังไม่เข้มแข็งนัก
โอกาส	- เขตการค้าเสรีอาเซียนจะส่งเสริมให้ขนาดการค้าระหว่างประเทศขยายตัวใหญ่ขึ้นจากการส่งเสริมการค้าเสรีระหว่างกัน ประกอบกับการมีพื้นที่ใกล้เคียงกัน วัฒนธรรมใกล้เคียงกัน อาจส่งเสริมให้มีความต้องการสินค้าอาหารของไทยมากขึ้นได้ - บางประเทศในกลุ่มอาเซียนยังขาดเทคโนโลยีและเงินลงทุนในการผลิตอาหารแปรรูป เช่น น้ำมันพืช น้ำตาล อาหารสำเร็จรูป ทำให้เป็นโอกาสในการขยายการค้าการลงทุนของไทยได้ - การลงทุนในประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยไทยมีโอกาสนำประโยชน์จากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและแรงงาน ร่วมกับประสบการณ์ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยของไทย จะสามารถเพิ่มความเข้มแข็งให้กับห่วงโซ่อุปทานอาหารของไทยได้ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV รูปแบบการลงทุนได้แก่ ก) ทำเกษตรแบบพันธสัญญา (Contract farming) ข) การเช่าพื้นที่หรือสัมปทาน ค) การลงทุนโรงงานแปรรูปอาหาร เป็นต้น - การรวมกลุ่มกันของอาเซียน จะช่วยให้มีการเร่งรัดปรับปรุง กฎระเบียบด้านการลงทุน ปรับปรุงพิธีการด้านศุลกากรให้ทันสมัยและสะดวกรวดเร็วขึ้น นับเป็นการอำนวยความสะดวกการค้าการลงทุนให้แก่กัน

SWOT Analysis

ลงทุนไทย	- ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองในระดับพหุภาคจากความเข้มแข็งขึ้นของการรวมตัว ประกอบกับความสามารถในการพึ่งพาวัตถุดิบในกลุ่ม จะทำให้เกิดความร่วมมือด้านการลงทุนในต่างประเทศเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมอาหารของไทยได้
ภาวะคุกคาม	- อาจเกิดมาตรการที่มีใช้ภาษี เพื่อปกป้องสินค้าเกษตรอาหารระหว่างกัน เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารมีความเกี่ยวเนื่องกับภาคการเกษตรซึ่งเป็นอาชีพของคนส่วนใหญ่ในกลุ่มประเทศอาเซียน การมีภูมิประเทศและภูมิอากาศคล้ายกัน ยุทธศาสตร์หลักของประเทศคล้ายกัน จึงเป็นสาเหตุให้เกิดมาตรการปกป้องสินค้าภายในประเทศ - ประเทศไทยมีผลผลิตต่อไร่ในสินค้าเกษตรบางชนิดต่ำกว่าประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น ข้าว ถั่วเหลือง ข้าวโพด กาแฟ สับปะรด ความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาคอาจลดต่ำลง

ผลจากการศึกษาภาพรวมจะเห็นได้ว่าไทยพบอุปสรรคในการผลิตสินค้าโดยเฉพาะการมีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากต้นทุนด้านแรงงาน และต้นทุนด้านพลังงาน การขาดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตในภาคการเกษตร ทำให้การผลิตสินค้าเกษตรบางประเภทมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน การขาดความรู้และการให้ความสำคัญกับการเปิดเขตการค้าเสรีต่าง ๆ ทำให้ขาดความเข้าใจว่าข้อตกลงเหล่านี้จะกระทบต่อภาคการผลิตของตนเองมากน้อยเพียงใด การเผชิญกับมาตรการการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ และการขาดความสามารถเชิงรุกด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

แต่เมื่อประเมินอุตสาหกรรมอาหารในทุกด้านจะพบว่าอุตสาหกรรมอาหารของไทยในอาเซียนนั้น นับว่าไทยมีความพร้อมทางด้านการผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิต และยังมีบทบาทเป็นผู้นำด้านการผลิตอาหารในภูมิภาค ประกอบกับไทยมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่หลากหลายจึงทำให้ไทยมีโอกาสทางการลงทุนในต่างประเทศ ทั้งผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูงตลอดจนผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย จึงทำให้สามารถมองหาโอกาสจากการลงทุนทั้งในด้านปัจจัยการผลิตและความสามารถในการตอบสนองอุปสงค์ของอาหารได้หลายรูปแบบ การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารจะอาจนับเป็นแนวทางสำคัญหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้ก้าวต่อไปได้อย่างยั่งยืน โดยในส่วนถัดไปจะเป็นการวิเคราะห์ผู้ประกอบการกับศักยภาพในการลงทุนทางตรงโดยใช้ทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากตลาดหลักทรัพย์และข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจ

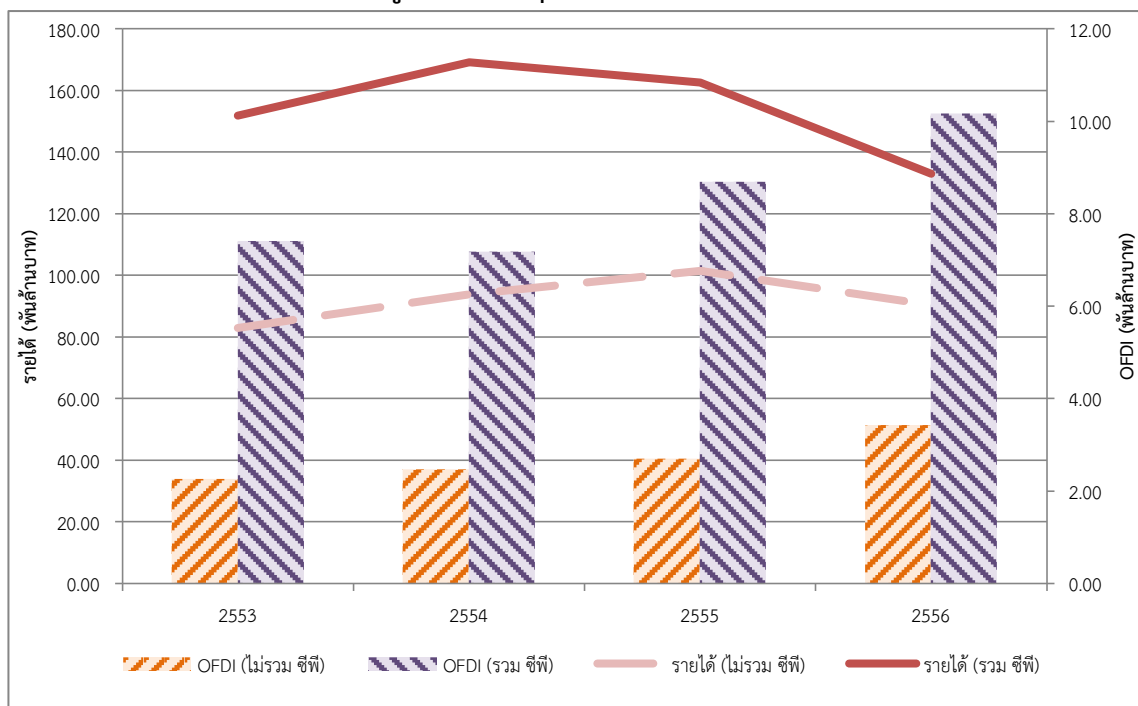
5.3 การวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อแสดงภาวะการออกไปลงทุนในต่างประเทศของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร

อ้างอิงตามข้อเสนอแนะทางการวิเคราะห์เชิงสถิติที่ได้แสดงไว้ในบทที่ 4 จากการรวบรวมข้อมูลทางสถิติพบว่าจำนวนผู้ออกไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารนั้น มีจำนวนไม่มากนัก โดยสามารถจำแนกตามข้อมูลที่สำรวจได้ เป็นบริษัทมหาชนจำกัด (จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์) 15 บริษัท ทำให้การวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยไม่สามารถที่จะให้คำตอบได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นการวิเคราะห์เชิงปริมาณในส่วนนี้จึงปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นการวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อสามารถนำข้อมูลที่สำรวจได้มาพิจารณา

เชิงโครงสร้างของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหาร และผลที่อาจจะเกิดขึ้นกับบริษัทผู้ลงทุนว่าผลกระทบเป็นอย่างไร โดยใช้รายได้ของบริษัทในแต่ละปีเป็นตัวแทน

จากข้อมูลที่รวบรวมได้ ข้อมูลจากบริษัทมหาชนจำกัด จะเป็นข้อมูลที่มีรายละเอียดมากที่สุดเนื่องจากบริษัทกลุ่มดังกล่าวต้องเปิดเผยการเงินของบริษัท ดังนั้นในการแสดงผลทางสถิติจึงจะเน้นในกลุ่มของบริษัทมหาชน ซึ่งตามรายชื่อที่แสดงไว้แล้วในบทที่ 4 บริษัทมหาชนที่มีการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2556 และมีข้อมูลให้รวบรวมได้มีทั้งสิ้น 13 บริษัท (จากที่มีการลงทุนทางตรง 15 บริษัท) ในภาพรวมของการลงทุน และรายได้ของบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนแสดงถึงศักยภาพของบริษัท อย่างไรก็ตาม ใน 13 บริษัทข้างต้น คือบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเพิ่งมีการซื้อกิจการจากบริษัท Fraser and Neave, Limited จากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ทำให้หากรวมบริษัทนี้ในข้อมูลจะทำให้ข้อมูลค่อนข้างเบี่ยงเบนและไม่แสดงถึงการลงทุนโดยเฉลี่ยในอุตสาหกรรม จึงขอยกบริษัทนี้ไปวิเคราะห์แยกส่วน ดังนั้นตัวแทนในการวิเคราะห์ส่วนนี้จึงมีทั้งสิ้น 12 บริษัท แสดงดังภาพที่ 5.1

ภาพที่ 5.1 รายได้ของบริษัท และมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ (พันล้านบาท)



ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัท ในที่นี้ไม่รวม บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

จากการรวบรวมข้อมูลอ้างอิงตามบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นบริษัทมหาชนดังภาพที่ 5.1 จะเห็นได้ว่า บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด มหาชน (CP) เป็นบริษัทที่มีมูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงสูงที่สุดในกลุ่มและสร้างความแตกต่างเป็นอย่างมาก ดังนั้นในภาพที่ 5.1 จึงแสดงรายได้รวม และมูลค่าการลงทุนทางตรงรวม ของบริษัททั้ง 12 บริษัทเปรียบเทียบกับมูลค่าดังกล่าวในกรณีที่ไม่นับรวมบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร

จากภาพที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2556 บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารโดยรวมมีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมากขึ้นเป็นลำดับ หากเปรียบเทียบมูลค่าการลงทุนพบว่า เมื่อไม่รวมมูลค่าการลงทุนของ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร มูลค่าการลงทุนสูงขึ้นจาก 2.27 พันล้านบาท ในปี 2553 เป็นมูลค่า 3.43 ในปี 2556 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ย ร้อยละ 13.14 ต่อปี โดยเฉพาะการขยายตัวของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ จากปี 2555 – 2556 มีการขยายตัวอย่างชัดเจนคิดเป็น ร้อยละ 26.46 และเมื่อพิจารณาการลงทุนทางตรงของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหารร่วมด้วย จะเห็นว่าแนวโน้มการลงทุนของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหารเองก็เพิ่มสูงขึ้น (ยกเว้นในปี 2554 เพียงปีเดียว) ยิ่งในช่วงปี 2555 – 2556 แล้ว อัตราการขยายตัวของการลงทุนเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ภาพรวมการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศขยายตัวจาก 7.41 พันล้านบาท ในปี 2553 เป็น 10.18 พันล้านบาท ในปี 2556 คิดเป็นการขยายตัวเฉลี่ย ร้อยละ 18.89 ต่อปี

แนวโน้มข้างต้นแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารได้ให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และยิ่งจะให้ความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ดีตาม เมื่อพิจารณาถึงรายได้ที่ได้รับกลับพบว่า รายได้โดยรวมของ 12 บริษัทในอุตสาหกรรมอาหาร มีค่าเพิ่มสูงขึ้นในช่วงปี 2553 – 2554 และลดลงในช่วงปี 2555 – 2556 (ซึ่งในรายละเอียดพบว่าในช่วงปี 2554 – 2555 บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร มีรายได้ลดลงเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในขณะที่ช่วงปีเดียวกันนี้ บริษัทที่พิจารณาอื่น ๆ ยังคงมีการขยายตัวทางรายได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย)

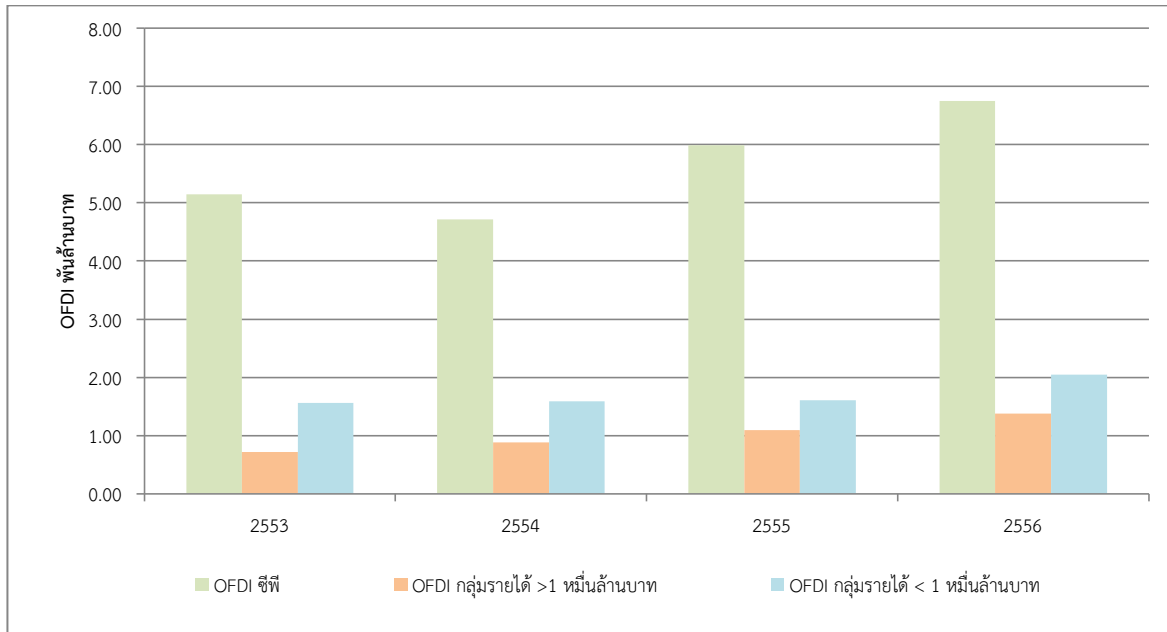
แม้ว่าภาพที่ 5.1 จะไม่ได้เป็นหลักฐานทางสถิติที่แสดงถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และ ศักยภาพของบริษัท (ซึ่งใช้รายได้ของบริษัทเป็นตัวแทน) หากแต่ทิศทางการลงทุนข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจากการสัมภาษณ์ (ซึ่งแสดงการวิเคราะห์ในส่วนถัดไป) พบว่าสาเหตุหนึ่งเนื่องจากบริษัทโดยมากในอุตสาหกรรมฯ เห็นตรงกันว่าผลลัพธ์ที่ได้ในเชิงการเพิ่มขึ้นของรายได้นั้นจะเป็นผลในระยะยาว ซึ่งอาจยาวนานกว่า 4 ปี ดังนั้นภาพที่แสดงให้เห็นนั้นเป็นภาพในระยะสั้น อาจยังไม่สามารถแสดงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง รายได้ และ การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศได้

อนึ่ง การลดลงของรายได้ อาจเป็นสัญญาณที่บอกว่าในขณะที่การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเพิ่ม ความสำคัญขึ้น การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศนั้นก็ส่งผลให้บริษัทมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นความผันผวนที่เกิดขึ้นในตลาดโลกก็จะส่งผลกระทบไปยังรายได้ของบริษัทอย่างชัดเจน ดังที่เห็นในช่วงปี 2555 – 2556

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมแล้ว การวิเคราะห์ในรายละเอียดของการลงทุนและรายได้ของแต่ละกลุ่มบริษัท อาจช่วยให้เห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น โดยในที่นี้จะแบ่งกลุ่มบริษัท 12 บริษัทข้างต้นออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร กลุ่มบริษัทที่มีรายได้สูงกว่า 1 หมื่นล้านบาท (ประกอบไปด้วย 4 บริษัทจาก 12 บริษัทข้างต้น) และกลุ่มบริษัทที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาท (ประกอบไปด้วย 7 บริษัทจาก

12 บริษัทข้างต้น)²⁴ โดยมูลค่าของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของทั้ง 3 กลุ่ม แสดงให้เห็นดังภาพที่ 5.2

ภาพที่ 5.2 มูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเปรียบเทียบตามกลุ่มรายได้



ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัท ในที่นี้ไม่รวม บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

จากภาพที่ 5.2 จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าบริษัท บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร มีมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมากกว่าทุกบริษัทอื่น ๆ รวมกัน ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร มีรายได้สูงที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารด้วยกัน จึงมีความพร้อมมาเป็นเวลายาวนานกว่าบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมฯ

สิ่งที่น่าสังเกตคือบริษัทในกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 1 หมื่นล้าน (ในที่นี้จะเรียกว่าบริษัทมหาชนรายได้มาก) และกลุ่มบริษัทที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นล้าน (ในที่นี้จะเรียกว่าบริษัทมหาชนรายได้รอง) มีการลงทุนทางตรงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2553 – 2556 โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทมหาชนรายได้มาก ที่มีการขยายตัวของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่กลุ่มบริษัทมหาชนรายได้รอง มีการทรงตัวของระดับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในระดับใกล้เคียงกัน จนในปี 2556 มีการเพิ่มขึ้นของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ เป็นอย่างมาก

ในรายละเอียดพบว่าการขยายตัวของการลงทุนทางตรงของบริษัทมหาชนรายได้รองเกิดขึ้นจากการที่บริษัทในกลุ่มนี้บางบริษัทเพิ่งเริ่มที่จะมีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศพร้อม ๆ กัน ในปี 2556 ซึ่งเป็นการเน้นย้ำถึงความสำคัญของการขยายกิจการไปยังต่างประเทศโดยการลงทุนทางตรงอย่างชัดเจน

²⁴ ทั้งนี้บริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) จัดอยู่ในกลุ่มนี้ หากแต่มีการลงทุนควบรวมกิจการเป็นมูลค่าสูงมาก จึงนำไปวิเคราะห์แยกจากกลุ่มดังกล่าว

นอกจากนี้ สิ่งที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งคือถึงแม้ว่าบริษัทรายได้สูงจะมีการขยายตัวของการลงทุนอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาที่พิจารณา หากแต่มูลค่าในการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศยังคงน้อยกว่าบริษัทรายได้รองเมื่อเทียบปีต่อปี ในช่วงปี 2553 – 2556 ยิ่งเมื่อเทียบกับรายได้ (ซึ่งจะแสดงในส่วนถัดไป) แล้วจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามูลค่าการลงทุนเมื่อเทียบกับรายได้นั้น กลุ่มบริษัทที่มีรายได้รองมีส่วนของการลงทุนทางตรงต่อรายได้ที่สูงกว่ากลุ่มบริษัทรายได้มากอยู่อย่างชัดเจน (สัดส่วนการลงทุนทางตรงต่อรายได้ เฉลี่ยปี 2553 – 2556 คิดเป็น ร้อยละ 6.41 สำหรับบริษัทรายได้รอง ในขณะที่สัดส่วนดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 1.55 สำหรับบริษัทรายได้มาก)

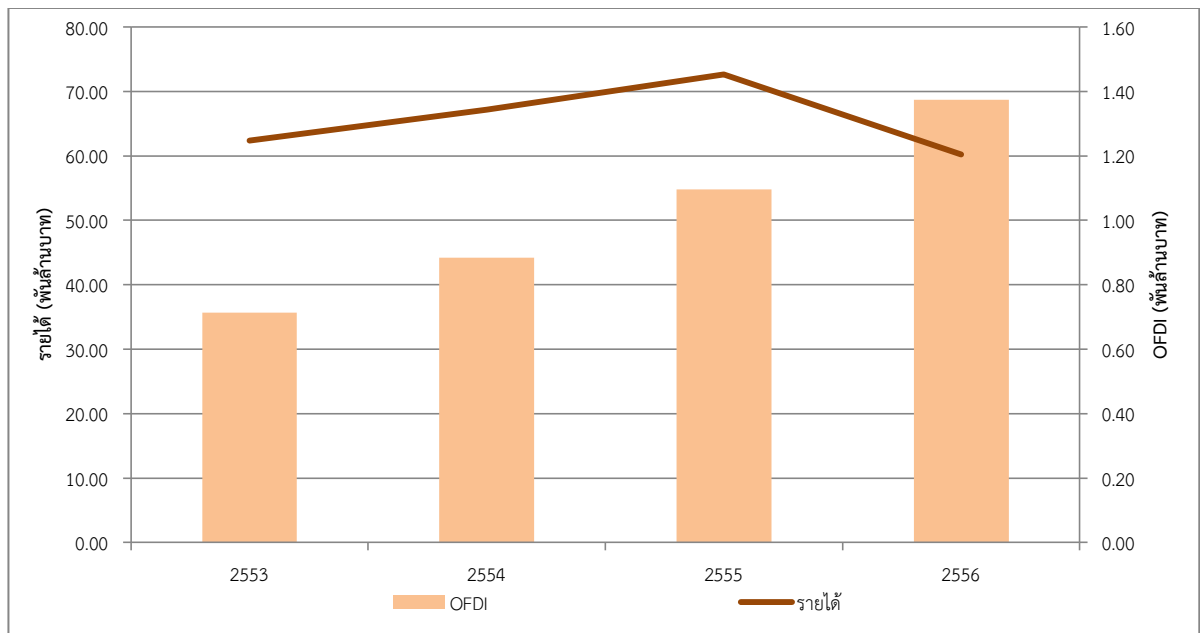
ในรายละเอียดแยกตามกลุ่มบริษัทข้างต้นสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 5.3 – 5.6

ภาพที่ 5.3 มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร



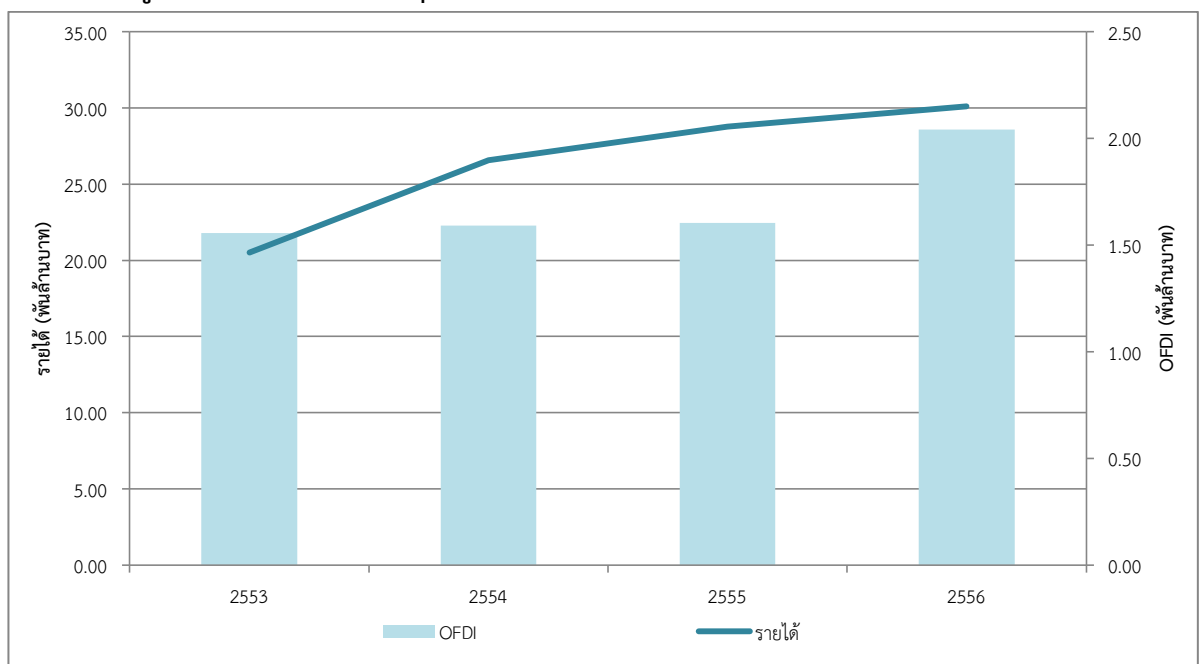
ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัท

ภาพที่ 5.4 มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของ บริษัทที่มีรายได้มากกว่า 1 หมื่นล้านบาท



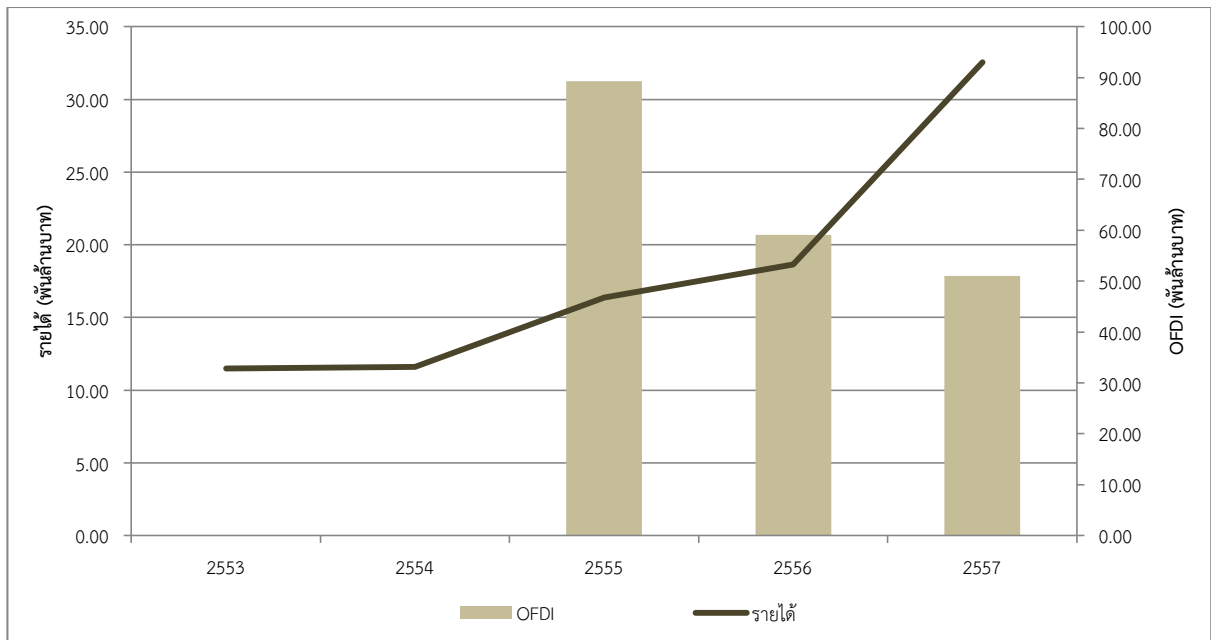
ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัท ในที่นี้ไม่รวม บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.5 มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของ บริษัทที่มีต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาท



ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัท ในที่นี้ไม่รวม บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ภาพที่ 5.6 มูลค่ารายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)



ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัท

ภาพที่ 5.3 แสดงให้เห็นถึงการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศและรายได้ของ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเป็นมูลค่าสูงที่สุดเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมรวมกัน แม้ว่าในปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จะมีมูลค่าที่ลดต่ำลง แต่จากปี 2554 ถึงปี 2556 นั้นพบว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร เองมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาพร้อมกับรายได้ ซึ่งเปลี่ยนแปลงสวนทางกับการขยายตัวของการลงทุนอย่างชัดเจน แน่นนอนว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ (ที่ลดลงในช่วง พ.ศ. 2554 – 2556) ของ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร กับมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศจะเป็นไปในทิศทางตรงข้ามก็ตาม ภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร ก็ให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งน่าจะสมารถคาดการณ์ได้ว่าความคาดหวังของการลงทุนดังกล่าวของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหารจะเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ในระยะยาวได้ในที่สุด

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงการลงทุนไปยังต่างประเทศของกลุ่มบริษัทรายได้มาก และกลุ่มบริษัทรายได้รอง ดังภาพที่ 5.4 และ 5.5 ตามลำดับ พบว่ามีการขยายตัวของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและชัดเจน โดยสำหรับกลุ่มบริษัทรายได้มาก นั้นมีการขยายตัวของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง แม้แต่ในปี 2556 ที่กลุ่มบริษัทรายได้มากมีมูลค่ารวมของรายได้ลดลงก็ตาม ระดับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศยังคงมีมูลค่าสูงกว่ามีที่ผ่านมา สำหรับกลุ่มบริษัทรายได้รองนั้น มีการขยายตัวของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปี พ.ศ. 2556 เนื่องจากมีบางบริษัทที่เริ่มการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในปี 2556 นี้เอง

สำหรับแนวโน้มความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และรายได้นั้นเห็นได้ชัดเจนที่สุดในกลุ่มบริษัทที่มีรายได้รอง เนื่องจากแนวโน้มความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในเชิงบวก คือมีการเพิ่มขึ้นทั้ง

รายได้ และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ซึ่งนี้อาจเป็นสาเหตุให้บางบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้เริ่มมีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ในปี 2556 ก็เป็นไปได้ อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อมูลที่จำกัดนั้นยังไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และรายได้ของบริษัท ซึ่งเป็นตัวแทนของศักยภาพนั้น ตัวแปรไหนเป็นตัวแปรต้นตัวแปรไหนเป็นตัวแปรตาม ในอนาคตหากมีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมากยิ่งขึ้นและมีการรวบรวมข้อมูลไว้ คำตอบที่ได้ในส่วนนี้อาจจะทำได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) (ไทยเบฟ) ดังภาพที่ 5.6 จะเห็นได้ชัดว่าในช่วงปี 2555 – 2557 ไทยเบฟ มีมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ สูงกว่ารายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งแตกต่างจากบริษัทอื่น ๆ (เนื่องจากในบริษัทอื่น ๆ รายได้มักมีมูลค่ามากกว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ) สาเหตุเนื่องมาจากในช่วงเวลาดังกล่าว ไทยเบฟ ต้องการซื้อกิจการบริษัท F&N เพื่อขยายตลาดและฐานการผลิตไปยังประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ (และประเทศไต้หวัน) ทำให้มูลค่าในการลงทุนสูงมากตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มรายได้ที่เกิดขึ้นสามารถแสดงให้เห็นว่าการรวบรวมกิจการดังกล่าวสามารถเพิ่มรายได้ของ ไทยเบฟ อย่างก้าวกระโดดโดยเฉพาะในปี 2557

จากค่าทางสถิติของรายได้และการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ อาจพอสรุปได้ว่าบริษัทมหาชนที่มีศักยภาพนั้นมีการเล็งเห็นความสำคัญของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ทำให้มีมูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอุตสาหกรรมอาหารของไทย โดยเฉพาะบริษัทมหาชนที่มีขนาดเล็กกว่าด้วยเปรียบเทียบนั้นมีสัดส่วนการลงทุนทางตรงต่อรายได้มากกว่าบริษัทที่ใหญ่กว่าโดยเปรียบเทียบ (ยกเว้น บริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีสัดส่วนการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศต่อรายได้เฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 9.11 ในช่วงปี 2553 – 2556 ซึ่งสูงที่สุดในอุตสาหกรรมอาหารไทย) ในส่วนของผลของความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศและรายได้นั้นยังคงสรุปไม่ได้ชัดเจน อาจได้เห็นแนวโน้มความสัมพันธ์ในเชิงบวกบ้างสำหรับกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่ารายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาท ในอนาคตเมื่อมีการรวบรวมข้อมูลการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมากขึ้นอาจทำให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนเพิ่มขึ้น

ในรายละเอียดของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของบริษัท ทั้ง 12 บริษัทสามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 บริษัทมหาชนที่มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ประเภทของกิจการ และประเทศที่ไปลงทุน

บริษัท	ประเภทของอุตสาหกรรม	ประเทศที่ไปลงทุน
บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน)	อาหารแปรรูป อาหารสัตว์	จีน รัสเซีย มาเลเซีย เวียดนาม กัมพูชา ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ ลาว อินเดีย ตุรกี อังกฤษ
บริษัท ห้องเย็นโชติวัฒนหาดใหญ่ จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป	มาเลเซีย
บริษัท น้ำตาลขอนแก่น จำกัด (มหาชน)	น้ำตาล	ลาว กัมพูชา
บริษัท โออิชิ เทรดดิ้ง จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม เบเกอรี่ อาหารสำเร็จรูป	ฮ่องกง สิงคโปร์

บริษัท	ประเภทของอุตสาหกรรม	ประเทศที่ไปลงทุน
	ร้านอาหาร	
บริษัท ส. ขอนแก่นฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารสำเร็จรูป	โปแลนด์
บริษัท เสริมสุข จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม	ฮ่องกง
		เดนมาร์ก สหรัฐอเมริกา จีน
บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารสำเร็จรูป	<u>เวียดนาม</u> <u>กัมพูชา</u> บังกลาเทศ
		<u>เมียนมาร์</u>
		สหรัฐอเมริกา แคนาดา
บริษัท ไทยยูเนี่ยน โฟรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	อาหารทะเลแปรรูป	สาธารณรัฐมอริเชียส ยุโรป
		อินเดีย <u>เวียดนาม</u> <u>ฟิลิปปินส์</u>
		ปาปัวนิวกินี
บริษัท ยูนิวานิชน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน)	น้ำมันปาล์ม	<u>ฟิลิปปินส์</u>
บริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	ร้านอาหาร	<u>ญี่ปุ่น</u> <u>เวียดนาม</u> <u>สิงคโปร์</u>
		<u>อินโดนีเซีย</u>
บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	ร้านอาหาร เบเกอรี่ เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป	อังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์
		ออสเตรีย <u>สิงคโปร์</u> <u>มาเลเซีย</u>
		ไต้หวัน และจีน
บริษัท เซปเป้ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม	<u>อินโดนีเซีย</u> ยุโรป (สโลวาเกีย)
		<u>มาเลเซีย</u> <u>สิงคโปร์</u> จีน อังกฤษ
บริษัท ไทยเบฟ จำกัด (มหาชน)	เครื่องดื่ม	สกอตแลนด์ ฮ่องกง <u>กัมพูชา</u>
		สหรัฐอเมริกา

ที่มา: คณะวิจัยรวบรวมจาก website ของบริษัทต่าง ๆ

จากตารางที่ 5.3 เพื่อเป็นการประกอบกับผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ พอจะแสดงให้เห็นภาพได้ว่า ธุรกิจที่ออกไปลงทุนมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งผู้ผลิต อาหารสัตว์ อาหารแปรรูป อาหารทะเล น้ำตาล น้ำมันปาล์ม เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป ซึ่งอาจสะท้อนเป้าหมายและรูปแบบการลงทุนที่มีความหลากหลายของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

5.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมการลงทุนของอุตสาหกรรมอาหารไทยในต่างประเทศ

ผู้วิจัยในรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามผู้ประกอบการ โดยมีการแจกแบบสอบถามจำนวน 1,174 บริษัท และได้รับแบบสอบถามกลับเป็นจำนวน 23 บริษัท และจากการสัมภาษณ์ จำนวน 8 บริษัท ประกอบด้วย ผู้ผลิตอาหารแปรรูปและอาหารสัตว์ 2 ราย ผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป 1 ราย ผู้ผลิตน้ำตาล 1 ราย ผู้ผลิตเครื่องดื่ม 2 ราย และผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวและอาหารแปรรูป 2 ราย พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจด้านการลงทุนมีความแตกต่างกัน จึงได้สรุปผลการศึกษาเป็นสองส่วนตามการลงทุน คือกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศและกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

5.4.1 กลุ่มผู้ประกอบการที่ยังมิได้ลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

สำหรับผู้ประกอบการอาหารที่ยังไม่มีการออกไปลงทุนยังต่างประเทศนั้น พบว่ามีผู้ประกอบการก็ยังคงให้ความสำคัญและความสนใจในการลงทุนและมีหลายบริษัทกำลังอยู่ระหว่างการศึกษาข้อมูลเพื่อการลงทุน หากแต่อาจยังไม่มีศักยภาพหรือความพร้อมในการออกไปลงทุน โดยในการศึกษาสามารถสรุปประเด็นสำคัญตามทัศนะผู้ประกอบการดังนี้

1) สาเหตุและแรงจูงใจของการลงทุนในต่างประเทศ

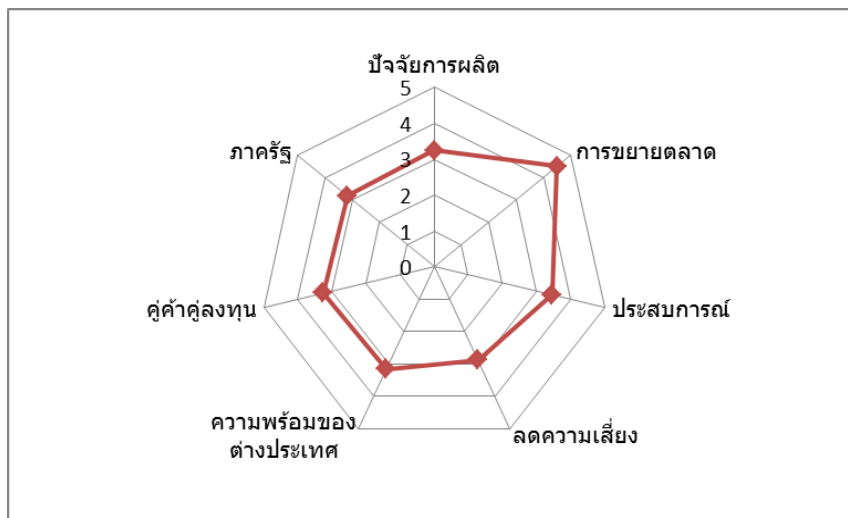
ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้สนใจเรื่องการออกไปลงทุนยังต่างประเทศคือ

- 1.1 ประเด็นการขยายตลาดและการเพิ่มความสามารถในการกระจายสินค้า เนื่องจากการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่โดยเฉพาะกับประเทศกลุ่ม CLMV นั้นจะเป็นการค้าชายแดน ซึ่งสินค้าของไทยโดยเฉพาะกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มของไทย ได้รับความนิยมจากประเทศเพื่อนบ้านและถือเป็นสินค้าอาหารที่มีคุณภาพสูง ดังนั้นบริษัทต่างๆ จึงคาดหวังว่าหากมีโอกาสไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศจะช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดนั้นได้
- 1.2 ด้านการลดความเสี่ยงของปริมาณปัจจัยการผลิต กลุ่มผู้ผลิตอาหารแปรรูปจะให้ความสนใจในประเด็นนี้ เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องจากภาคการเกษตรทั้งในด้านการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ ดังนั้นหากเกิดความผันผวนในปริมาณผลผลิตเหล่านี้ เช่น การเกิดโรคระบาด จะส่งผลกระทบต่อราคาปัจจัยการผลิต และการผลิตการส่งออกสินค้าได้ กลยุทธ์การกระจายความเสี่ยงด้านปัจจัยการผลิตจึงได้รับความสนใจโดยเฉพาะเมื่อเกิดปัญหาโรคระบาด เช่น EMS หรือ โรคตายด่วนในกุ้ง โรคไขหวัดนก เป็นต้น
- 1.3 ด้านการได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าของประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเพื่อการส่งออก มีการพัฒนามายาวนาน จนนับว่าเป็นผู้นำในการผลิตอาหารแปรรูปที่สำคัญในตลาดโลกสายหนึ่ง ไทยจึงถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้ากับประเทศคู่ค้าสำคัญต่างๆ เช่น สหภาพยุโรป ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นช่องทางการขยายการค้าจากการใช้สิทธิพิเศษจากประเทศเหล่านี้ โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV

ทั้งนี้จากการสำรวจข้อมูลผู้ผลิตอาหารจำนวน 23 ราย ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปลงทุนยังต่างประเทศ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหารเหล่านี้ทั้งหมดเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังไม่มีการออกไปลงทุนในต่างประเทศ แต่หากพิจารณาปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น พบว่าการลงทุนที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดจะเป็นเป้าหมายที่ได้รับความสำคัญมากเป็นอันดับแรก โดยที่ปัจจัยที่จะช่วยสนับสนุนความมั่นใจในการออกไปลงทุนคือการเป็นผู้นำตลาดในระดับประเทศและในระดับภูมิภาคนั้น ผู้ประกอบการมองว่ามีความสำคัญมากเช่นกัน เพราะประสบการณ์การค้าทำให้มีความเข้าใจในตลาดใน

ภูมิภาคมากขึ้นและจะช่วยให้มีความมั่นใจในการออกไปลงทุนแข่งขันในประเทศอื่น ในขณะที่การมองหาแหล่งวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต การสนับสนุนจากภาครัฐ ได้รับความสำคัญในระดับปานกลาง ดังแสดงในภาพที่ 5.7

ภาพที่ 5.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปลงทุนยังต่างประเทศ



ที่มา จากการสำรวจโดยคณะผู้วิจัย

2) ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้ไม่สามารถออกไปลงทุนโดยตรงได้

มีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ผู้ผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป หรือ กลุ่มผู้ผลิตอาหารแปรรูป ยังไม่มีการลงทุนในต่างประเทศ และยังขาดศักยภาพการแข่งขันด้านการลงทุนในต่างประเทศ ได้แก่

- 2.1 ขาดเงินทุน เนื่องจากการลงทุนในต่างประเทศต้องใช้ระยะเวลาในการคืนทุน ซึ่งแสดงว่าผู้ลงทุนต้องมีศักยภาพด้านการเงินสูง นอกจากนี้ยังต้องเผชิญความเสี่ยงจากการลงทุน หากผู้ประกอบการมีเงินทุนไม่มากพอที่จะรับแรงกระแทกจากความเสี่ยงเหล่านี้ก็อาจส่งผลให้ล้มเหลวได้เนื่องจากระยะเวลาที่ได้รับผลการตอบแทนจากการลงทุนยังมีความไม่แน่นอน
- 2.2 ขาดประสบการณ์การค้าการลงทุน ผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมหลายรายมีการส่งออกสินค้าโดยจะทำการค้าผ่านการค้าชายแดนและยังไม่มีเคยมี

ประสบการณ์การลงทุนในต่างประเทศมาก่อน ทำให้ไม่ทราบแนวทางในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและภาคธุรกิจในประเทศต่างๆ เหล่านั้น ขาดความสัมพันธ์ทางการค้าที่เข้มแข็ง จึงทำให้ไม่กล้าที่จะออกไปลงทุน

- 2.3 ขาดกำลังคน การออกไปลงทุนยังต่างประเทศ ต้องมีตัวแทนจากบริษัทที่เป็นที่ไว้วางใจ มีประสบการณ์เพื่อเป็นเจ้าหน้าที่สำนักงานตัวแทนของไทย ซึ่งผู้ประกอบการหลายส่วนยังไม่สามารถที่จะดึงบุคลากรศักยภาพสูงไว้ที่บริษัท และการส่งบุคลากรไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ดูมองว่ามีการพัฒนาน้อยกว่าไทย ทำให้ไม่มีบุคลากรที่สนใจจะรับหน้าที่เหล่านี้ การหาผู้มีศักยภาพสูงเพื่อสนับสนุนการออกไปลงทุนจึงเป็นไปได้ยาก
- 2.4 ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและภาษา เนื่องจากประเทศในกลุ่มอาเซียนประกอบด้วยคนหลายเชื้อชาติ หลากภาษา ซึ่งส่งผลเป็นอย่างมากกับการสื่อสาร การรู้แต่ภาษาอังกฤษ ไม่ได้ยืนยันว่าจะสามารถสื่อสารกับคนในกลุ่มประเทศเหล่านี้ได้ นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างด้านวัฒนธรรมซึ่งจะส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์กรอีกด้วย
- 2.5 ขาดข้อมูล มีข้อมูลสำคัญหลายด้านที่ผู้ประกอบการไม่มีเพื่อประกอบการตัดสินใจเพิ่มเติม เช่น (1) ข้อมูลเชิงลึกที่พื้นที่ที่ควรจะไปลงทุน (2) คู่ค้าทางธุรกิจที่เหมาะสมที่จะสามารถร่วมทุนด้วยได้ (3) ความรู้ความเข้าใจในกฎหมายและกฎระเบียบย่อยที่นอกจากจะแตกต่างระหว่างประเทศแล้ว ยังมีความแตกต่างในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเหล่านั้นอีกด้วย
- 2.6 ขาดความมั่นใจในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น การพัฒนาไฟฟ้า การขนส่ง ทำให้ผู้ประกอบการลังเลที่จะไปตั้งโรงงานผลิตสินค้า

การศึกษาในส่วนนี้จึงพบว่าผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจในการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศทั้งเพื่อเป้าหมายทางการตลาด ปัจจัยการผลิต และการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้า แต่ยังไม่มีความพร้อมในการออกไปลงทุน เนื่องจากเงินทุน บุคลากร และข้อมูลเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจที่ดี

5.4.2 กลุ่มผู้ประกอบการที่มีการออกไปลงทุนยังต่างประเทศ

จากการสำรวจ พบว่าผู้ประกอบการอาหารแปรรูปขนาดใหญ่ เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ และเป็นตัวอย่างของการประสบความสำเร็จด้านการลงทุนในรูปแบบต่างๆ ประเด็นที่จะกล่าวถึงจากการสำรวจข้อมูลได้แก่ เป้าหมายของการออกไปลงทุน ความสามารถเฉพาะที่นำไปสู่ความพร้อมของการออกไปลงทุน รูปแบบการลงทุน ผลกระทบของการลงทุนที่มีต่อธุรกิจ และปัญหาที่ผู้ประกอบการเผชิญ

1) เป้าหมายของการออกไปลงทุนยังต่างประเทศ

การศึกษาพบ 3 เป้าหมายหลักของการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ คือ การขยายตลาด การถ่ายทอดเทคโนโลยีและการแสวงหาปัจจัยการผลิต

1.1 เพื่อการขยายตัวของตลาด การขยายตลาดนับเป็นเป้าหมายหลักของการออกไปลงทุนในต่างประเทศ โดยภายใต้เป้าหมายการขยายตลาดนั้นอาจเกิดได้จาก

1.1.1 การผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น สินค้ากลุ่มปศุสัตว์ ไก่และสุกร เนื่องจากประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้นประชากรส่วนใหญ่ยังนิยมบริโภคอาหารสดหรืออยู่ในระดับผลผลิตขั้นต้น ซึ่งทำให้การเลี้ยงสัตว์ในบริเวณที่ใกล้กับตลาดจึงเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดโอกาสการขยายตลาดได้มากที่สุด อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่ยังไม่นิยมบริโภคอาหารแปรรูปหรืออาหารแช่แข็ง ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารแปรรูปจึงยังไม่ลงทุนสายการผลิตส่วนที่มีการแปรรูปเพื่อขายในประเทศเหล่านั้น หากแต่เน้นการพัฒนาการผลิตแบบค่อยเป็นค่อยไป และยังไม่ทำการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศที่สามเนื่องจากอาหารเป็นสินค้าที่ต้องมีความพิถีพิถันในการผลิต ความปลอดภัยของอาหาร การควบคุมคุณภาพจากโรงงานการผลิตภายในประเทศจะทำได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังต้องระวังปัญหาความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น น้ำ ไฟฟ้า และ โลจิสติกส์ของประเทศที่ไปลงทุนอีกด้วย

1.1.2 ตลาดภายในประเทศถึงจุดอิ่มตัว ผู้ประกอบการทั้งในกลุ่มของอาหารแปรรูป อาหารสำเร็จรูป และเครื่องดื่ม จึงมองโอกาสการออกไปขยายฐานการตลาดยังประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีรสนิยมที่ใกล้เคียงกับผู้บริโภคชาวไทย ทั้งนี้ผู้ประกอบการเหล่านี้ต่างก็มีประสบการณ์การขายตลาดจากการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน แล้ว และมีการประเมินขนาดของตลาดจนเห็นว่ามีโอกาสการขยายตัวของความต้องการบริโภคสินค้า การตัดสินใจออกไปลงทุนจึงตอบสนองต่อโจทย์ของผู้ประกอบการได้ หากขนาดของตลาดในต่างประเทศไม่ใหญ่พอ การผลิตและส่งออกจากประเทศไทยจะคุ้มทุนมากกว่า

1.1.3 การเข้าถึงสิทธิพิเศษทางการค้า เนื่องจากไทยถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้าจากสหภาพยุโรป แต่ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะ CLMV ยังคงได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าอยู่ ดังนั้นการออกไปลงทุนจะช่วยเสริมการส่งออกให้แก่ผู้ประกอบการไทยได้ เช่น อุตสาหกรรมน้ำตาลออกไปร่วมลงทุนในประเทศลาวทำให้สามารถเพิ่มการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปได้โดยไม่ส่งผลให้ยอดการส่งออกในประเทศลดลงด้วย หรือ อุตสาหกรรมแปรรูปกุ้ง เป็นต้น

1.1.4 การวางตำแหน่งทางการตลาด เกิดในผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีเป้าหมายเป็นผู้นำทางการค้าการลงทุนในตลาดภูมิภาคหรือในตลาดโลก เช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยเบฟ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

1.2 เพื่อนำเทคโนโลยีไปถ่ายทอด เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านโดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV ยังมีความต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะการแปรรูปอาหาร ทำให้มีการสนับสนุนการลงทุน

เพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิต ดังนั้นกลุ่มผู้ประกอบการอาหารของไทยที่ไปลงทุนนั้น จึงได้นำเทคโนโลยีและประสบการณ์การผลิตไป โดยผู้ประกอบการบางรายก็ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในประเทศนั้นๆ บางรายก็ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มธุรกิจในประเทศด้วยกัน โดยเทคโนโลยีที่นำไป ได้แก่ การเลี้ยงสัตว์ อาหารสัตว์ โรงชำแหละ ในกลุ่มปศุสัตว์ การปลูกอ้อยและแปรรูปเป็นน้ำตาล และการผลิตพลังงานทดแทนในอุตสาหกรรมน้ำตาล เป็นต้น

- 1.3 เพื่อแสวงหาปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น ทั้งในแง่การเพิ่มพื้นที่ทางการเกษตรเพื่อต้นทุนที่ถูกลง และ การเพิ่มความหลากหลายของแหล่งวัตถุดิบเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงด้านการผลิต

2) ปัจจัยกำหนดความพร้อมของการออกไปลงทุน

ความพร้อมของการลงทุนที่สำคัญคือ ประสบการณ์การผลิตและการค้าโดยเฉพาะในต่างประเทศ ประกอบกับความพร้อมของเม็ดเงินลงทุน ข้อมูลเชิงลึก และความสัมพันธ์ที่ดีกับนักธุรกิจหรือภาครัฐในประเทศนั้นๆ

2.1 ประสบการณ์ในการผลิต

เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐประกอบกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมีประสบการณ์การผลิตมาอย่างยาวนาน ดังนั้นจึงทำให้มีการพัฒนาการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ และมีความพร้อมในการออกไปลงทุนเพื่อให้รองรับห่วงโซ่อุปทานได้จนถึงกระบวนการที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้ เช่น กลุ่มปศุสัตว์ ไก่ หมู สามารถลงทุนได้ทั้ง อาหารสัตว์ โรงเลี้ยง โรงชำแหละ ไปจนถึงการส่งขายยังตลาด และมีความพร้อมที่จะพัฒนาต่อไปยังการตั้งโรงงานแปรรูปในภายหลังหากพบว่าอุปสงค์มีมากพอในอนาคต หรือในกลุ่มอุตสาหกรรมน้ำตาลที่มีความชำนาญในการผลิต สามารถไปพัฒนากระบวนการผลิตได้ตลอดห่วงโซ่การผลิตตั้งแต่การปลูกอ้อย ไปจนถึงการแปรรูปเป็นน้ำตาล และยังมีการนำเทคโนโลยีการผลิตพลังงานทดแทนในพัฒนาในประเทศที่ไปลงทุนได้อีกด้วย ดังนั้นหากมองประเด็นนี้กับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ถ้าผู้ประกอบการสามารถทำให้ตนเองเป็นผู้เชี่ยวชาญการผลิตอาหารหรือการแปรรูปอาหารประเภทใดประเภทหนึ่งก็จะมีความพร้อมในการออกไปลงทุนในต่างประเทศได้เช่นกัน

2.2 การเป็นผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมอาหาร

ประสบการณ์ในตลาดโลกหรือตลาดในภูมิภาคถือเป็นเงื่อนไขสำคัญอย่างหนึ่งของการตัดสินใจ เนื่องจากผู้ประกอบการจะมีความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน และสามารถนำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์อาหารนั้นไปตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ การมีความคุ้นเคยกับตลาดในต่างประเทศจึงทำให้เข้าใจเป้าหมายที่ชัดเจนของรูปแบบการออกไปลงทุนมองเห็นเส้นทางได้มากกว่า โดยประเด็นด้านการส่งออกสินค้านับเป็นเงื่อนไขสำคัญทั้งสำหรับกลุ่มผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป และกลุ่มผู้ผลิตอาหารแปรรูป

2.3 การสร้างความสัมพันธ์เชิงธุรกิจกับธุรกิจกับผู้ประกอบการในต่างประเทศ

การเชื่อมความสัมพันธ์แบบธุรกิจกับธุรกิจ เช่น ผู้ประกอบการอาหารหลายบริษัทเริ่มจากการมีความคุ้นเคยกับผู้กระจายสินค้าในประเทศที่ส่งออกทำให้เป็นการเพิ่มช่องทางให้รู้จักผู้ประกอบการในท้องถิ่น การมีโอกาสเข้าไปศึกษาข้อมูลการลงทุนและการตัดสินใจร่วมทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจจึงมีโอกาสเกิดขึ้นได้

2.4 เงินทุนและความสามารถในการแบกรับความเสี่ยง

การออกไปลงทุนในต่างประเทศมีความแตกต่างเป็นอย่างมากกับการลงทุนในประเทศ ซึ่งนอกจากจะต้องการเงินลงทุนเป็นจำนวนมากแล้วผู้ประกอบการยังต้องเผชิญความเสี่ยงหลายรูปแบบ เช่น ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่ไปลงทุน ความพร้อมของปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน กฎระเบียบที่มีความเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการ การคอร์รัปชัน เป็นต้น ความเสี่ยงเหล่านี้อาจทำให้ผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนมีความล่าช้า จากการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการต้องใช้เวลาประมาณ 2-5 ปี จึงจะเห็นผลตอบแทนจากการลงทุนที่ชัดเจนได้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการขาดเงินทุนที่ต่อเนื่อง ความเสี่ยงเหล่านี้อาจทำให้การดำเนินกิจการล้มเหลวได้

2.5 ความเชื่อมโยงกับภาครัฐ

เนื่องจากประเทศในกลุ่ม CLMV ภาครัฐมีบทบาทสำคัญมากในการกำหนดการใช้ทรัพยากร ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีศักยภาพการผลิตในตลาดโลกสูง มีประสบการณ์การลงทุนในต่างประเทศ บางราย จึงได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในประเทศนั้นให้เข้าไปลงทุนเพื่อหวังให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตอาหารให้แก่ผู้ประกอบการและเป็นการสร้างงานในแก่ประเทศ

3) รูปแบบการลงทุนมีความหลากหลายขึ้นกับประสบการณ์การลงทุนและเป้าหมายในการลงทุนของผู้ประกอบการ

3.1 การลงทุนทางตรงของบริษัท พบในบริษัทใหญ่ที่มีประสบการณ์การลงทุนในต่างประเทศมาแล้ว มีการศึกษาวิจัยด้านการตลาด การลงทุน และอาจมีความร่วมมือกับภาครัฐ จะสามารถตัดสินใจลงทุนโดยตรงทั้งหมด

3.2 การร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น เป็นการสร้างความร่วมมือกันในเชิงธุรกิจกับผู้ประกอบการในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งอาจเกิดจากการแนะนำของตัวแทนการค้าที่ร่วมทำธุรกิจกับผู้ส่งออกอาหารของไทย และมีความมั่นใจในการทำธุรกิจร่วมกัน จากการสำรวจผู้ประกอบการหลายราย ความสามารถในการจับคู่กับนักธุรกิจท้องถิ่นเพื่อลงทุนร่วมกันนับเป็นกลยุทธ์สำคัญของการออกไปลงทุนในต่างประเทศ เพราะสามารถให้ความช่วยเหลือในเรื่องกฎระเบียบท้องถิ่น การติดต่อประสานงานกับภาครัฐ และการเข้าถึงช่องทางการตลาดได้ง่ายขึ้น การลงทุนในลักษณะนี้จะมีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่าในกรณีแรก

3.3 การได้รับสัมปทาน หรือ การเช่าพื้นที่จากนักลงทุนหรือเกษตรกรท้องถิ่น เช่น การได้รับสัมปทานการปลูกอ้อยจากรัฐบาลในลาว การเช่าฟาร์มเลี้ยงสัตว์ (มีที่ดินและสร้างอาคาร มีโรงเรือนตามมาตรฐาน

ฟาร์มของบริษัท) การเช่าพื้นที่ทำโรงงาน โดยข้อดีของการเช่าพื้นที่หรือเช่าฟาร์มคือทำให้ไม่ต้องใช้
เม็ดเงินลงทุนสูง และมีความยืดหยุ่นในการจัดการด้านการผลิตมากกว่า

- 3.4 การเข้าซื้อกิจการ การควบรวมกิจการ เนื่องจากนักลงทุนมีเงินทุนเป็นจำนวนมากและต้องการขยาย
ขอบเขตธุรกิจให้มีความครอบคลุมมากขึ้น การเข้าควบรวมกิจการทำให้มีความได้เปรียบคือนอกจาก
จะทำให้ไม่ต้องทำตลาดใหม่จากการสร้าง brand แล้ว ยังได้แนวทางการบริหารจัดการอีกด้วย ดังเช่น
กรณีของ บริษัท ไทยเบฟ จำกัด

4) ผลกระทบของการลงทุนที่มีต่อธุรกิจ

- 4.1 ตลาดมีการขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคอาหารในประเทศกลุ่มอาเซียน ส่วนใหญ่ยังคงนิยม
บริโภคอาหารสด หรืออาหารปรุงใหม่ โดยการเพาะปลูกเลี้ยงสัตว์ในครัวเรือนเริ่มหมดไป ดังนั้น
ช่องทางอุตสาหกรรมอาหารด้านปศุสัตว์ อาหารพร้อมปรุง จึงมีโอกาสด้านการตลาดที่ดี
- 4.2 สามารถเพิ่มการส่งออกโดยการใช้สิทธิพิเศษทางภาษี ผู้ประกอบการพบว่าการย้ายฐานการผลิตไปยัง
กลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV ช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออกจากการได้รับสิทธิพิเศษ
ทางภาษี เช่น ผู้ผลิตและผู้ส่งออกน้ำตาล และอาหารแปรรูปอื่นๆ
- 4.3 เรียนรู้การบริหารจัดการรูปแบบใหม่ อุตสาหกรรมอาหารในไทยโดยทั่วไป จะนิยมใช้วิธีการทำ
การเกษตรแบบพันธสัญญา (contract farming) เพื่อให้เกษตรกรสามารถรักษาคุณภาพของผลผลิต
ทางการเกษตรเบื้องต้นได้ตรงตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ซึ่งบางครั้งถูกมองว่าเป็นการเอาเปรียบ
เกษตรกร เนื่องจากผู้ประกอบการอาหารทำการควบคุมทั้งปัจจัยการผลิตเกือบทั้งหมด อย่างไรก็ตาม
เมื่อมีการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ และพบว่ารูปแบบการเช่าฟาร์มที่เกษตรกรเป็นเจ้าของ
ที่ดิน อาคารและโรงเรือน ในขณะที่บริษัทเป็นผู้รับผิดชอบจัดหาอุปกรณ์ ปัจจัยการผลิตต่างๆ
ประกอบกับบริหารจัดการเอง สามารถลดความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตรได้ ซึ่งทำให้
ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้น และเกษตรกรได้รับผลตอบแทนจากค่าเช่าตามข้อตกลงที่พอใจทั้งสองฝ่าย
ช่วยลดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการผลิตอาหารแปรรูปกับเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบขั้นต้นได้
- 4.4 การเพิ่มความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศที่ไปลงทุน ทำให้มีคู่ค้าในห่วงโซ่การผลิตโดยการเข้าถึง
ธุรกิจเกี่ยวข้องอื่นๆ ในท้องถิ่นได้มากขึ้น รวมทั้งยังช่วยเปิดช่องทางการขยายธุรกิจต่อเนื่องออกไป
ได้อีก
- 4.5 ไม่พบการได้รับการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีจากประเทศในกลุ่มอาเซียน การออกไปลงทุนยัง
ต่างประเทศโดยเฉพาะในกลุ่ม ประเทศที่ยังมีการพัฒนาการผลิตอาหารน้อยกว่าไทย จะเป็นการ
ถ่ายทอดเทคโนโลยีจากไทยไปยังกลุ่มประเทศเหล่านั้น เช่น การพัฒนาพื้นที่ เทคโนโลยีการเพาะปลูก
การเลี้ยงสัตว์ การพัฒนาสายพันธุ์ การจัดการฟาร์ม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การทำวิจัยและพัฒนาเพื่อ
แก้ปัญหาโรคพืช เป็นต้น อย่างไรก็ตามหากเป็นการลงทุนในประเทศที่พัฒนาแล้ว ผู้ประกอบการไทย
มีโอกาสดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีมากกว่า

5) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการลงทุน

- 5.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากการเพาะปลูกพืช และการเพาะเลี้ยงสัตว์ เช่น การเกิดโรคระบาดต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีเงินทุนมากพอที่จะแบกรับความเสี่ยงเหล่านี้ได้ในต่างประเทศ
- 5.2 ความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรม ทำให้มีความลำบากในการสื่อสาร แต่ถ้าผู้ประกอบการสามารถร่วมมือกับนักธุรกิจท้องถิ่นได้ ก็จะช่วยลดปัญหาในส่วนนี้ได้
- 5.3 การต่อต้านจากคู่แข่งท้องถิ่น เนื่องจากผู้ผลิตท้องถิ่นจะเห็นว่าผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในการแข่งขันสูง ทำให้เกรงว่าอาจเข้าไปมีผลเสียกับตนเองหรือธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 5.4 ความไม่เสถียรของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ระบบการส่งไฟฟ้าที่ไม่สม่ำเสมอ ทำให้ผู้ประกอบการขาดความมั่นใจในการลงทุนในโรงงานที่มีสายการผลิตต่อเนื่อง เพราะความไม่สม่ำเสมอของไฟฟ้าจะส่งผลเสียต่อกระบวนการผลิตและคุณภาพของอาหาร
- 5.5 กฎระเบียบและกฎหมาย กฎระเบียบและเงื่อนไขการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ยังมีความกำกวม และยังมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ในการดำเนินการจะต้องขอความเห็นชอบจากภาครัฐให้ชัดเจนก่อนลงมือปฏิบัติ และต้องมีความพยายามในการเรียนรู้ด้วยตนเอง
- 5.6 ภาษีรายได้จากต่างประเทศ ไทยมีปัญหาภาษีจากบริษัทลูกหลานที่ลงทุนในต่างประเทศที่ต้องเสียภาษีในไทย โดยบริษัทที่ไทยถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 25 โดยอัตราภาษีเงินได้จากต่างประเทศของไทยอยู่ในอัตราร้อยละ 23 ดังตารางที่ 5.4 บางบริษัทจะใช้วิธีการตั้งบริษัทในประเทศที่ไม่มีการคิดภาษีเหล่านี้เพื่อลดภาระภาษีที่เกิดขึ้น ซึ่งก็ไม่ใช่ผลดีกับทุกฝ่ายเนื่องผู้ประกอบการต้องมีภาระต้นทุนเพิ่มขึ้นในขณะที่ภาครัฐก็สูญเสียรายได้จากภาษี

ตารางที่ 5.4 อัตราภาษีเงินได้จากต่างประเทศของประเทศไทย

	ไทย	มาเลเซีย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	ไต้หวัน	เกาหลีใต้
เงินปันผลของ บริษัท	ยกเว้นแบบมี เงื่อนไข*	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น***		
กำไรของสาขา	CIT 23% (เครดิต ภาษีที่เสียใน ต่างประเทศ)	ยกเว้น**	ยกเว้น	ยกเว้น***	CIT 17% (เครดิต ภาษีที่เสียใน ต่างประเทศ)	CIT 10-22% (เครดิตภาษีที่เสีย ในต่างประเทศ)
Capital Gain	CIT 23%	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น		

หมายเหตุ CIT(Corporate Income Tax) คือภาษีเงินได้นิติบุคคล, * บริษัทไทยถือหุ้นในบริษัทในเครือไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน และ เงินปันผลที่ได้รับจะต้องมาจากกำไรสุทธิที่มีการเสียภาษี ** มาเลเซีย กรณีสาขาของธนาคาร/ขนส่ง/ประกัน เสียภาษีหลังเปิดสาขาครบ 5 ปี *** สิงคโปร์ยกเว้นภาษีแบบมีเงื่อนไขคือ มีสถานประกอบการถาวร (Permanent establishment) และเสียภาษี CIT 15% ของเงินได้จากต่างประเทศที่ Host country
ที่มา ธนาคารแห่งประเทศไทย FAQ (Focus and Quick) issue 70, June 18, 2012 การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย
อุปสรรคที่รอการแก้ไข

- 5.7 การคอร์รัปชันในรูปแบบการเสียค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมให้กับเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแก่ผู้ประกอบการ

6) ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีต่อการลงทุนของไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน

การสำรวจพบว่า การดำเนินการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น แม้ไม่มีผลในเชิงภาษีเนื่องจากได้ดำเนินการไปจนเกือบเสร็จสิ้นแล้ว แต่ก็ยังมีผลด้านจิตวิทยา ทำให้มองอาเซียนเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการเติบโตทางธุรกิจ ผู้ประกอบการมองว่าทำให้เกิดความสนใจที่จะร่วมมือกัน ประกอบกับจะดึงดูดการลงทุนจากประเทศนอกกลุ่มอาเซียนซึ่งจะผลักดันให้ตลาดอาเซียนเติบโตได้มากขึ้น

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุป

อุตสาหกรรมอาหารของไทยนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกสูง อย่างไรก็ตาม การผลิตอาหารของไทยเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดโลกนั้น ในปัจจุบันพบว่ามิได้เป็นการผลิตภายในประเทศแต่เพียงอย่างเดียว ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทยที่ศักยภาพสูงก็ยังมีการลงทุนไปยังต่างประเทศมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารร่วมกับการลงทุนทางตรงของไทยจะเป็นประโยชน์แก่ทั้งไทยเองและประเทศที่ไทยเข้าไปลงทุน นอกจากนี้ ในปัจจุบันนี้หลายประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV ได้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้นเกิดขึ้นจากปัจจัยใด ผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมในด้านใดบ้าง และการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันให้แก่ผู้ผลิตได้อย่างไร เพื่อเป็นประกอบเป็นกรอบนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการลงทุนทางตรงข้ามชาติในอุตสาหกรรมอาหารของไทย

งานวิจัยในอดีตหลายงานได้แสดงถึงความสำคัญของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศที่มีต่อศักยภาพของบริษัท ทั้งทางตรงและทางอ้อม และทั้งในระดับมหภาค (อุตสาหกรรม) และในระดับจุลภาค (ตัวบริษัทเอง) ในเชิงทฤษฎีนั้น การลงทุนทางตรงมักมีเป้าหมายหลัก 3 ประการได้แก่ การออกไปลงทุนเพื่อแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติ (Resource-seeking) การออกไปลงทุนเพื่อแสวงหาตลาด (Market-seeking) และการออกไปลงทุนเพื่อแสวงหาประสิทธิภาพ (Efficiency-seeking) แต่ไม่ว่าจะเป็นการออกไปในรูปแบบใดก็ตาม สิ่งที่บริษัทผู้ออกไปลงทุนได้รับคือการลดต้นทุนการผลิต และ/หรือ การขยายตลาด ซึ่งทั้งสองประการส่งผลให้ศักยภาพของบริษัทเพิ่มมากยิ่งขึ้น แน่นอนในหลายการศึกษาระบุว่าการเพิ่มขึ้นของศักยภาพนี้จะเกิดขึ้นได้นั้นมีเงื่อนไขบางประการเป็นตัวส่งเสริม เช่น ความพร้อมของพนักงาน ความพร้อมของโครงสร้างทางการผลิต ตลอดจนถึงความพร้อมของประเทศผู้รับทุน (และผู้ลงทุน) เป็นต้น

สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาถึงเป้าหมายหลักในการลงทุนทางตรงข้างต้น คือ ห่วงโซ่คุณค่าโลก (Global Value Chain) ซึ่งจากการศึกษาในอดีตนั้น การไปลงทุนทางตรงอาจไปในรูปแบบของการลงทุนในบางส่วนของห่วงโซ่การผลิต เช่น เพื่อเพิ่มโอกาสในการหาวัตถุดิบ หรือเพื่อตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น หรือการไปทั้งห่วงโซ่การผลิต คือการไปทั้งกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ (ตัวอย่างเช่น บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เป็นต้น) ดังนั้นการวิเคราะห์ผ่านห่วงโซ่คุณค่าโลกจะทำให้ภาพของการลงทุนในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

สำหรับผลการวิเคราะห์ปริมาณนั้น แม้ว่าจะไม่สามารถให้ข้อสรุปที่ชัดเจนได้ว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศนั้นส่งผลบวกต่อศักยภาพของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารไทย ด้วยสาเหตุเรื่องข้อจำกัด

ทางด้านข้อมูล อย่างไรก็ตาม ข้อสรุปที่พอจะได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล 13 บริษัทมหาชน ที่มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในเบื้องต้นพบว่า ทุกบริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยบริษัทที่มีทุนมากกว่า (มีผลประกอบการ หรือรายได้มากกว่า) ได้มีการลงทุนทางตรงมารวม 10 ปี และมีมูลค่าการลงทุนทางตรงมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่บริษัทที่มีทุนน้อยกว่า (ผลประกอบการหรือรายได้น้อยกว่าโดยเปรียบเทียบ) ก็เริ่มให้ความสำคัญและมีมูลค่าการลงทุนในช่วงปี 2553 – 2557 นี้ จากแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ทราบว่าบริษัทที่มีความพร้อมไปลงทุนนั้นให้ความสำคัญ และหาช่องทางไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และแม้ว่าจากข้อมูลที่จำกัดนั้นยังไม่สามารถความสัมพันธ์ทางสถิติได้อย่างชัดเจนระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และศักยภาพของบริษัท ผลจากการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการลงทุนทางตรง และรายได้บริษัท พอจะบอกได้ว่า บริษัทในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาทต่อปี มีแนวโน้มที่การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทในภาพรวม ทั้งนี้การวิเคราะห์ส่วนนี้เน้นที่บริษัทมหาชนและยังไม่สามารถรวบรวมข้อมูลจากบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กได้

สำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การศึกษานี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจ ได้รับแบบสอบถามกลับจากผู้ประกอบการจำนวน 23 บริษัท และจากการสัมภาษณ์ จำนวน 8 บริษัท ประกอบด้วย ผู้ผลิตอาหารแปรรูปและอาหารสัตว์ 2 ราย ผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป 1 ราย ผู้ผลิตน้ำตาล 1 ราย ผู้ผลิตเครื่องดื่ม 2 ราย และผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวและอาหารแปรรูป 2 ราย พบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจด้านการลงทุนมีความแตกต่างกัน จึงได้สรุปผลการศึกษาเป็นสองส่วนตามการลงทุน คือกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศและกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

กลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้มีการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศแต่มีความสนใจในการลงทุนเนื่องจากประการแรกคือมีความต้องการขยายตลาดสินค้า โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารสำเร็จรูปประเภทต่างๆ ประการที่สองคือเพื่อลดความเสี่ยงของปัจจัยการผลิตเพราะผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารที่มักมีความผันผวนด้านปริมาณและราคาหากเกิดโรคระบาดพืชหรือสัตว์ขึ้น ประการที่สามคือเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าของประเทศที่สนใจไปลงทุนโดยตรงเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออก อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ยังคงชะลอการตัดสินใจออกไปลงทุนเนื่องจากข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การขาดเงินทุนที่มากพอเพื่อการลงทุนระยะยาวในต่างประเทศ การขาดประสบการณ์การค้าการลงทุน ไม่สามารถหาเจ้าหน้าที่ตัวแทนของบริษัทเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานในต่างประเทศ ปัญหาด้านการสื่อสารและการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมในต่างประเทศ การขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนและขาดความเชื่อมั่นในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

สำหรับผู้ประกอบการที่มีการออกไปลงทุนในต่างประเทศ พบว่าเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ เป้าหมายหลักของผู้ประกอบการเหล่านี้คือ ประการแรกคือการขยายตลาด โดยความหมายของการขยายตลาดเกิดใน 4 รูปแบบ คือ กรณีที่หนึ่งการเข้าไปลงทุนโดยตรงในประเทศนั้นๆ เพื่อให้สามารถผลิตอาหารสดใหม่ได้ตามความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามพบว่า การเข้าไปลงทุนในประเทศโดยเฉพาะกลุ่ม CLMV นั้นผู้ประกอบการยังไม่มีแผนการพัฒนาการผลิตไปถึงขั้นแปรรูปเนื่องจากขาด

ความมั่นใจในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานซึ่งอาจส่งผลต่อคุณภาพการผลิตได้นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศเหล่านี้ กรณีที่สองตลาดในประเทศถึงจุดอิ่มตัวโดยเฉพาะในกลุ่มอาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม ผู้บริโภคในประเทศกลุ่มอาเซียนมีรสนิยมใกล้เคียงกันและเลือกลงทุนในประเทศที่มีขนาดตลาดใหญ่พอ กรณีที่สามผู้ประกอบการเห็นช่องทางการขยายการส่งออกไปยังประเทศที่สามจากการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีของประเทศที่ไปลงทุน และอีกกรณีคือการที่ผู้ประกอบการต้องการเป็นผู้นำการผลิตอาหารหรือเครื่องดื่มในภูมิภาคหรือในตลาดโลก และเป้าหมายประการที่สองคือ เพื่อนำเทคโนโลยีไปถ่ายทอด โดยอาจเป็นภาครัฐของประเทศนั้นทาบทามให้ไปลงทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร และถ่ายทอดเทคโนโลยีและประสบการณ์ให้แก่ผู้ประกอบการอาหารและภาคการเกษตรในสายการผลิต

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความพร้อมและสามารถออกไปลงทุนในต่างประเทศได้มีหลายปัจจัย ได้แก่ การมีประสบการณ์การผลิตในอุตสาหกรรมอาหารและมีศักยภาพในการผลิตและแปรรูปได้ ตั้งแต่ส่วนต้นของห่วงโซ่อุปทาน รวมทั้งการเป็นผู้ส่งออกในตลาดภูมิภาคหรือในตลาดโลกจะเป็นส่วนเสริมให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจในความต้องการในตลาดโลกและมีวิสัยทัศน์ในการมองตลาดที่กว้าง จึงมองเห็นช่องทางลงทุนได้ดี นอกจากนี้ความสัมพันธ์กับนักธุรกิจท้องถิ่น หรือความคุ้นเคยกับภาครัฐในประเทศที่ลงทุนยังพบว่าเป็นส่วนเสริมที่สำคัญในการได้รับข้อมูลเชิงลึกเพื่อตัดสินใจลงทุนและการได้รับสิทธิพิเศษในการดำเนินการลงทุน การได้รับการสนับสนุนจากนักธุรกิจหรือภาครัฐของคนท้องถิ่นเป็นการอำนวยความสะดวกแก่การดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก และปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งคือความพร้อมของเม็ดเงินลงทุน เนื่องจากการลงทุนโดยตรงต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 2-5 ปีจึงจะเห็นผลตอบแทนที่ชัดเจน และผู้ประกอบการต้องเผชิญความเสี่ยงหลายด้านจากการลงทุน หากผู้ประกอบการมีเงินทุนรองรับไม่มากพออาจทำให้เกิดความล้มเหลวจากการลงทุนได้ อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทยยังไม่พบความเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซ่อุปทานและการออกไปลงทุนยังต่างประเทศที่ชัดเจน เนื่องจากการไปลงทุนจะเน้นไปทางด้านกรขยายตลาด ประกอบกับการผลิตอาหารของไทยยังมีการผลิตไม่ใหญ่มากและผู้ผลิตเพื่อการส่งออกต้องการเน้นควบคุมคุณภาพมาตรฐานอย่างเข้มงวด การผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้มากกว่า ดังนั้นความต้องการลงทุนตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทานโลกจึงยังไม่สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ประกอบการไทยได้

สำหรับรูปแบบของการลงทุน มีความหลากหลาย ขึ้นกับช่องทางการลงทุนและเป้าหมายของผู้ลงทุน กล่าวคือ ในกรณีการลงทุนโดยตรงโดยผู้ประกอบการไทยทั้งหมด จะพบในผู้ลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนในต่างประเทศมาก่อนและ/หรือได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้ประกอบการจึงมีความมั่นใจกับการตัดสินใจลงทุนได้ สำหรับกรณีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น ความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจเป็นตัวสร้างความร่วมมือและเปิดโอกาสในการลงทุน โดยคู่ค้าทางธุรกิจจะเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกการลงทุนพร้อมข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนจากการได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ในกรณีการได้รับสัมปทานจากภาครัฐหรือการเช่าพื้นที่ทางการเกษตร จะพบในการลงทุนที่ต้องใช้วัตถุดิบทางการเกษตรเป็นปัจจัยหลักสำหรับการผลิต และในกรณีสุดท้ายคือการเข้าซื้อกิจการในต่างประเทศ จะเกิดในผู้ลงทุนขนาดใหญ่ที่กำลังการลงทุนสูง

ในเรื่องของผลกระทบที่เกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการ พบว่ามีหลายด้าน ได้แก่ การที่ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารมีการขยายตัวเนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียนมีรสนิยมในการบริโภคที่ไม่แตกต่างกันมากนัก รวมทั้งนักลงทุนยังสามารถเพิ่มการส่งออกไปในประเทศที่สามจะการใช้สิทธิพิเศษทางการค้า เช่น การใช้สิทธิ GSP ในกลุ่มสหภาพยุโรปได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าเกิดการเรียนรู้รูปแบบการบริหารจัดการห่วงโซ่การผลิตใหม่มาทดแทนรูปแบบของการทำการเกษตรแบบพันธสัญญา นั่นคือการเช่าพื้นที่จากเกษตรกรและทำการบริหารและดำเนินการผลิตเองซึ่งนอกจากจะช่วยลดความขัดแย้งแล้ว ยังทำให้การควบคุมคุณภาพผลผลิตทำได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตามในเรื่องของเทคโนโลยีการผลิตนั้น พบว่าเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตทั้งการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์จากผู้ประกอบการไทยไปยังคนและชุมชนในท้องถิ่นของกลุ่มประเทศมากกว่า โดยผู้ลงทุนไทยมองว่าเป็นการเกื้อกูลกันของไทยและประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน

ทางด้านปัญหาอุปสรรคที่พบจากการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศจากประสบการณ์ของผู้ลงทุน ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดจากโรคระบาดพืชและสัตว์ ซึ่งหน่วยวิจัยและพัฒนาของบริษัทต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาให้ทันการณ์ การปรับตัวเพื่อให้เข้ากับ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา โดยพันธมิตรจากธุรกิจท้องถิ่นหรือผู้มีศักยภาพในท้องถิ่นจะเป็นผู้ช่วยเหลือให้ผ่านปัญหาเหล่านี้ได้ดี ปัญหาการต่อต้านจากคู่แข่งในท้องถิ่น ความไม่เสถียรของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทำให้ไม่ต้องการตัดสินใจขยายการลงทุนไปยังการแปรรูปสินค้า การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบและกฎหมายเนื่องจากประเทศในกลุ่มอาเซียนยังอยู่ในระหว่างกระบวนการพัฒนาและปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภาชีรายได้จากการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย ยังอยู่ในอัตราที่สูงทำให้ไม่สนใจในการลงทุน บางบริษัทจะใช้วิธีการตั้งบริษัทในประเทศที่ไม่มีการคิดภาษีเหล่านี้เพื่อลดภาระภาษีที่เกิดขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

ผลจากการศึกษาพบว่าประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ออกไปลงทุนยังต่างประเทศนั้น มีเงื่อนไขที่สำคัญที่ผู้ประกอบการอื่นๆ ควรพิจารณาประกอบการตัดสินใจ ได้แก่

1. ในการพิจารณาออกไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศ บริษัทต้องมีเงินทุนเพียงพอรองรับความเสี่ยงจากการลงทุน เนื่องจากการได้รับผลตอบแทนกลับใช้ระยะเวลาที่ค่อนข้างนานและอาจมากกว่า 3 ปี
2. เนื่องจากหลายประเทศในกลุ่มอาเซียนเริ่มให้ความสำคัญกับการวางกฎระเบียบมากขึ้นทำให้มีการเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบเกิดขึ้นได้ตลอด การมีพันธมิตรหรือคู่ค้าคู่ลงทุนต่างประเทศจะช่วยให้ทันต่อสถานการณ์และแก้ไขปัญหาได้ ทั้งในแง่การทำความเข้าใจกับกฎระเบียบและการเจรจาต่อรองกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. การมีข้อมูลเชิงลึก เพื่อประเมินความเสี่ยงด้านการลงทุน และมาตรการป้องกันความเสี่ยง เช่น การเกิดโรคระบาดในสัตว์และพืช ปัญหาด้านแรงงาน เป็นต้น จะช่วยให้การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเป็นไปได้อย่างราบรื่นและตรงตามเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ

การออกไปลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารของผู้ประกอบการไทยที่พบ เป็นการดำเนินการจากความสามารถของธุรกิจนั้นๆ เอง ดังนั้นจึงพบในผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงอย่างน้อยในระดับภูมิภาค การศึกษาพบว่า การออกไปลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้นยังมีโอกาสอีกมาก ถ้าผู้ประกอบการไทยที่มีความพร้อมได้รับการสนับสนุนที่เข้มแข็งจากภาครัฐมากยิ่งขึ้น โดยข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ ได้แก่

- 1 การที่ภาครัฐปรับบทบาทตนเองเป็นผู้อำนวยความสะดวกและให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่สนใจออกไปลงทุน โดยทำหน้าที่ในลักษณะ Intelligence unit ที่มีได้ให้เพียงเฉพาะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศเป้าหมายการลงทุน แต่ควรมีข้อมูลเชิงวิเคราะห์มากขึ้น เช่น แต่ละประเทศมีศักยภาพในการลงทุนอุตสาหกรรมอาหารประเภทใด มีจุดดี จุดด้อยอย่างไร มีกติกาอย่างไร มีหน่วยงานใดเกี่ยวข้อง มีปัจจัยเสี่ยงใดบ้าง และข้อมูลเชิงลึกด้านใดที่เอกชนควรศึกษาด้วยตนเองเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจออกไปลงทุน เป็นต้น โดยการให้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอาจนำผู้มีประสบการณ์สูงในวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้องมาเป็นที่ปรึกษา และการให้บริการข้อมูลในรูปแบบของ single window
- 2 ภาครัฐอาจจัดเวทีหรือ road show ร่วมกันกับภาครัฐในประเทศอื่นๆ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการจับคู่ทางธุรกิจ เช่น ครอบคลุมกลุ่มการเกษตร ธุรกิจการเกษตร อาหารแปรรูป อาหารสำเร็จรูป กลุ่มโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น
- 3 ให้การสนับสนุนแหล่งเงินทุน เนื่องจากบริษัทขนาดใหญ่ในปัจจุบันเท่านั้นที่มีศักยภาพในการออกไปลงทุน เพราะมีความสามารถในการรับความเสี่ยงได้มากกว่า จึงสามารถอดทนต่อสภาวะการแข่งขันและการเรียนรู้ตลาดและอุตสาหกรรมนั้นๆ จนปรับตัวได้ ซึ่งต้องใช้เวลานาน 3-5 ปี เป็นอย่างน้อย
- 4 การเปิดรับโอกาสให้ภาคธุรกิจมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ
- 5 นโยบายการสนับสนุนความมีความชัดเจน ยั่งยืน ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยตามผู้รับผิดชอบ เพราะทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถสนับสนุนการดำเนินการตามนโยบายได้อย่างเต็มที่

ประเด็นข้อเสนอแนะข้างต้นทั้งที่มีต่อผู้ประกอบการและภาครัฐ จะช่วยเตรียมความพร้อมและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไทย สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศได้ ซึ่งจะส่งผลต่อศักยภาพทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารที่สูงขึ้นในอนาคต

6.4 ข้อจำกัดในการศึกษาและข้อเสนอแนะในการศึกษาเพิ่มเติม

ข้อจำกัดที่สำคัญในการศึกษานี้คือปริมาณการไปลงทุนทางตรงของอุตสาหกรรมไทยยังคงมีจำกัด ส่งผลให้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณนั้นให้ผลไม่ชัดเจน หากปริมาณการลงทุนมีเพิ่มมากยิ่งขึ้นและมีการบันทึกอย่างชัดเจน (และแน่นอนต้องเป็นข้อมูลที่คุณจะวิจัยสามารถรวบรวมได้) น่าจะทำให้การวิเคราะห์เชิงปริมาณให้ผลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การลงทุนยังกระจุกตัวอยู่กับบริษัทที่มีขนาดใหญ่ (และเป็นบริษัทมหาชน) อาจส่งผลต่อการวิเคราะห์ข้างต้นเนื่องจากมีมุมมองที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้จำนวนตัวอย่างที่จำกัดยังส่งผลให้คุณจะวิจัยไม่สามารถที่จะได้ข้อสรุปถึงประเภทของอุตสาหกรรมอาหารที่มี/ไม่มีศักยภาพออกไปลงทุนยังต่างประเทศได้ จึงไม่สามารถสร้างข้อเสนอแนะถึงการสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารเฉพาะประเภทได้ ว่าใครควรออกไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศบ้าง

อนึ่งการศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงความเชื่อมโยงระหว่างการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ และศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทย ดังนั้นแนวข้อเสนอนี้ที่เกิดขึ้นจากข้อสรุปของการศึกษาจึงเป็นไปในทิศทางเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการไปลงทุนทางตรงยังต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารโดยมีเป้าหมายในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันจากการลงทุนดังกล่าว ดังนั้นหากมีการศึกษาต่อเนื่องซึ่งมุ่งเน้นในการตอบโจทย์ถึงการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารโดยตรง จะช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีขอบเขตความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้

เอกสารอ้างอิง

- Anderson, Linda; Karpaty, Patrik and Kneller, Richard. 2008, "Offshoring and Productivity: Evidence Us- Swedish Firm Level Data." *Svenska Nätverket för Europaforskning i Ekonomi Paper 436*.
- Pagoulatos, Emilio. May 1983, "Foreign Direct Investment in U.S. Food and Tobacco Manufacturing and Domestic Economic Performance," *American Journal of Agricultural Economics*, 65(2), pp. 405-412.
- Barba Navaretti, Gogio and Castellani, Davide. 2003, "Investments Abroad and Performance at Home: Evidence from Italian Multinationals," *Centro Studi Luca D'Agliano Development Studies Working Paper No.180*.
- Bustinza, O.F.; Arias-Aranda, D. and Gutierrez-Gutierrez, L. 2010, "Outsourcing, Competitive Capabilities and Performance: an Empirical Study in Service Firms," *International Journal of Production Economics*, 126, pp.276-288.
- Camison, Cesar and Villar-Lopez, Ana. 2014, "Organizational Innovation as an enabler of Technological Innovation Capabilities and Firm Performance." *Journal of Business Research*, 67, pp. 2891-2902.
- Chen, Tain-Ly and Ku, Ying-Hua. 2000, "The Effect of Foreign Direct Investment on Firm Growth: the Case of Taiwan's Manufacturers," *Japan and the World Economy*, 12, pp.153-172
- Connor, John M. May 1983, "Determinant of Foreign Direct Investment by Food and Tobacco Manufacturers," *American Journal of Agricultural Economics*, 65(2), pp. 395-404.
- Cook, Gary A.S.; Pandit, Naresh R.; Loof, Hans and Johansson, Borje. 2011, "Geographic Clustering and Outward Foreign Direct Investment," *International Business Review*.
- Elia, Stefano; Mariotti, Ilaria and Piscitello, Lucia. 2009, "The Impact of Outward FDI on the Home Country's Labor Demand and Skill Compensation," *International Business Review*, 18, pp. 357-372
- Filatotchev, Igor; Strange, Roger; Piesse, Jenifer and Lien, Yung-Chih. 2007, "FDI by Firms from Newly Industrialized Economies in Emerging Markets: Corporate Governance, Entry Mode, and Location," *Journal of International Business Studies*, 38, pp.556-572.
- Gereffi, Gary; Humphrey, John, and Sturgeon, Timothy. 2005, "the governance of global value chains," *Review of International Political Economy*, Vol.12, No.1.

- Gereffi, Gary; Lee, Joonkoo and Christian, Michelle. 2008, "The Governance of U.S.-Based Food and Agriculture Value Chains and their Relevance to Healthy Diets," *paper prepared for the Healthy Eating Research Program*, Robert Wood Johnson Foundation, Princeton, New Jersey, June 17, 2008.
- Görg, H. and A. Hanley. 2005, "International Outsourcing and Productivity: Evidence from the Irish Electronics Industry." *North American Journal of Economics and Finance*, 16(2), pp. 255-69.
- Hajderllari, Luljeta; Karantininis, Kostas and Lawson, Lartey. 2011, "Gravity Model of Outward FDI and Trade in Agri-Food in Denmark," *Paper Prepared for Presentation at the EAAE 2011 Congress Change and Uncertainty*, Switzerland.
- Hijzen, Alexander; Jean, Sebastien and Mayer, Thierry. 2009, "The Effects of Initiating Production Abroad: Evidence from Matched French Firms." *CEPII Working Paper No.2009-39*.
- International Markets Bureau, Agriculture and Agri-Food Canada, 2002, "Modern Grocery Retailing in Major ASEAN Markets." Market Analysis Report, April 2002.
- International Markets Bureau, Agriculture and Agri-Food Canada, 2002, "The Indonesian Consumer Behavior, Attitudes and Perceptions toward Food Products." Market Analysis Report, January 2002.
- Jean, Ruey-Jer Bryan; Tan, Danchi and Sinkovics, Rudolf R. 2011, "Ethnic Ties, Location Choice, and Firm Performance in Foreign Direct Investment: a Study of Taiwanese Business Groups FDI in China," *International Business Review*, 20, pp. 627-635.
- Kim, June-Dong and Kang, In-Soon. 1996, "Outward FDI and Exports: The Case of South Korea and Japan," *Journal of Asian Economics*, 8(1), pp. 39-50.
- Kim, Soo Wook. 2009, "An Investigation on the Direct and Indirect Effect of Supply Chain Integration on Firm Performance," *International Journal of Production Economics*, 119, pp. 328-346.
- Kokko, Ari. April 2006, "[The Home Country Effects Of FDI In Developed Economies](#)," *EIJS Working Paper Series*, 225, The European Institute of Japanese Studies.
- Kumar, Nagesh and Aggarwal, Aradhna. 2005, "Liberalization, Outward Orientation and in-house R&D Activity of Multinational and Local Firms: A Quantitative Exploration for Indian Manufacturing," *Research Policy*, 34, pp. 441-60.

- Lee, Joonkoo; Gereffi, Gary and Beauvais, Janet. 2012, "Global value chains and agrefood standards: Challenges ad possibilities for smallholders in developing countries," www.pnas.org, July 31, 2012, Vol.109, no.31.
- Lu, Chia-Hui. 2007, "Moving up or Moving out? A Unified Theory of R&D, FDI, and Trade," *Journal of International Economics*, 71, pp. 324-43.
- Luo, Yadong; Xue, Qiuzhi and Han, Binjie. 2010, "How Emerging Market Governments Promote Outward FDI: Experience from China," *Journal of World Business*, 45, pp. 68-79.
- Moser, Christoph; Urban, Dieter M. and Weder di Mauro. 2010, "Offshoring, Firm Performance and Establishment-Level Employment: Identifying Productivity and Downsizing Effects," *WTO Geneva Trade and Development Workshop Paper September 2010*.
- Sunesen, Eva R.; Jespersen, Svend T. and Thelle, Martin H. 2010, "Impact of EU Outward FDI," *Copenhagen Economics*, Final Report for the EU Commission (DG Trade), Source: WWW.COPENHAGENECONOMICS.COM
- Tomura, Eiichi. 2007, "Foreign Outsourcing, Exporting, and FDI: A Productivity Comparison at the Firm Level," *Journal of International Economics*, 72, pp.113-127.
- Wang, Chengqi; Hong, Junjie; Kafouros, Mario and Boateng, Agyemin. 2012, "What Drives Outward FDI of Chinese Firms? Testing the Explanatory Power of Three Theoretical Framework," *International Business Reviews*, 21, pp.425-38.
- Wee, Kee Hwee. 2007, "Outward foreign direct investment by enterprises from Thailand," From http://unctad.org/en/docs/iteit20071a4_en.pdf
- Yang, Shu-Fei; Chen, Kun-Ming and Huang, Tai-Hsin. 2013, "Outward Foreign Direct Investment and Technical Efficiency: Evidence from Taiwan's Manufacturing Firms," *Journal of Asian Economics*, 27, pp.7-17.
- Yildiz, Orkun; Bozkurt, Ozlem Cetinkaya; Kalkan, Adnan and Ayci, Ali. 2013, "The Relationships Between Technological Investment, Firm Size, Firm Age, and the Growth Rate of Innovational Performance," *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, pp.590-599.
- Pornsri Laurujisawat, "อุตสาหกรรมอาหารกับการแข่งขันในเวทีโลก" Food Today Magazine No. 4: February 2010. เรียกดูจาก www.foodindustrythailand.com/778724/อุตสาหกรรมอาหารกับการแข่งขันในเวทีโลก.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, ฝ่ายวิจัยธุรกิจ, 2555 "ตลาดสินค้าอาหารในอาเซียน. หลายประเด็นที่ SMEs ควรทราบ" เมษายน 2555.

วรรณวิจักขณ์ “รายงานพิเศษ: แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทย ปี 2557,” อุตสาหกรรมสาร, ปีที่ 56 ฉบับเดือน มี.ค.-เม.ย. 2557, หน้า 5-7.

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548, โครงการศึกษาผลกระทบและการกำหนดท่าทีไทยต่อการจัดตั้งเขตการค้าเสรีเอเชียตะวันออก, เสนอต่อกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

จาก [http://www.thaifta.com/thaifta/Home/รายงานการศึกษา/
tabid/55/ctl/Details/mid/435/ItemID/972/Default.aspx](http://www.thaifta.com/thaifta/Home/รายงานการศึกษา/tabid/55/ctl/Details/mid/435/ItemID/972/Default.aspx)

ศูนย์วิจัย ธนาคารกสิกรไทย, “การสร้างความพร้อมให้ไทยเป็นครัวของโลก....รับมือการแข่งขันและการเข้าสู่ AEC,” พฤษภาคม 2555.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), “ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่อกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High-Impact Sectors) 6 สาขา,” บทที่ 6 รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2557

จาก [http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/07july/บทที่%206%20แนว
ทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ%20SMEs%20ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย.pdf](http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/07july/บทที่%206%20แนวทางการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจ%20SMEs%20ที่มีการเติบโตสูงของประเทศไทย.pdf)

องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน “โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอาหารไทยในตลาด AEC,” 14 พฤษภาคม 2555, จาก www.thai-aec.com/158

อลงกรณ์ ธนศรีธัญญากุล, “กระแสการออกไปลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของไทย : ทางเลือกต่อการรักษาความสามารถในการแข่งขัน,” คอลัมน์เศรษฐกิจ ตลาดวิชา, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 21 กพ. 2554

แหล่งอ้างอิงอิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารแห่งประเทศไทย การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ

<https://www.bot.or.th/Thai/FinancialMarkets/ThaiDirectInvestment/Pages/default.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย ฐานข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ

https://www.bot.or.th/Thai/FinancialMarkets/ThaiDirectInvestment/TDI_3/Pages/default.aspx

Global Value Chains Website

www.globalvaluechains.org

ภาคผนวก ก: รายละเอียดของข้อเสนอโครงการ

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)	ผลของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศที่มีต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทย
(ภาษาอังกฤษ)	The Impact of Outward FDI on Performance of Thai Food Industry
คำสำคัญ	การลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ อุตสาหกรรมอาหารของไทย ศักยภาพของอุตสาหกรรม
Keywords	Outward FDI, Food Industry, Industry Performance

ชื่อหัวหน้าโครงการ หน่วยงานสังกัด ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นางจูน เจริญเสียง
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	June Charoenseang
คุณวุฒิ	ปริญญาเอก
ตำแหน่ง (ทางวิชาการ)	อาจารย์
หน่วยงาน	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่	254 ถนนพญาไท ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์	02-218-6264 ต่อ 3
E-mail	E-mail June.N@Chula.ac.th

ลงนาม (ลายเซ็น)

ชื่อและสถานที่ติดต่อของนักวิจัย หน่วยงานสังกัด ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นายดนุพล อริยสัจจากร
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	Danupon Ariyasajjakorn
คุณวุฒิ	ปริญญาเอก
ตำแหน่ง (ทางวิชาการ)	อาจารย์
หน่วยงาน	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่	254 ถนนพญาไท ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์	02-218-6288 ต่อ 3
E-mail	Danupon.A@Chula.ac.th, Danupona@live.com

ลงนาม (ลายเซ็น)

ชื่อและสถานที่ติดต่อของผู้บังคับบัญชาของหน่วยงานของหัวหน้าโครงการ

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	รศ.ดร. ชโยดม สรรพศรี
---------------------	----------------------

ตำแหน่ง	คณบดี
หน่วยงาน	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่	254 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์	02-218-6213

ได้เสนอโครงการนี้ หรือโครงการที่มีส่วนเหมือนกับเรื่องนี้บางส่วนเพื่อขอทุนต่อแหล่งอื่นที่ใดบ้าง

- ☒ ไม่ได้เสนอต่อแหล่งทุนอื่น
- ☐ เสนอต่อ
- ☐ ชื่อโครงการที่เสนอ
- ☐ กำหนดทราบผล (หรือสถานภาพเท่าที่ทราบ)

งบประมาณทั้งโครงการ 572,000 บาท

จาก สกว. 572,000 บาท

ระยะเวลาดำเนินงาน 12 เดือน

เสนอต่อ สกว. เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2556

ลงนาม ผู้เสนอโครงการ

รายละเอียดของข้อเสนอโครงการ

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

อุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงทั้งด้านการค้าและการลงทุน และผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยก็ได้มีการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศมาเป็นระยะเวลานาน ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศว่าสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง มีภาพลักษณ์ที่ดี คำถามหลักของงานวิจัยคือการลงทุนทางตรงของอุตสาหกรรมอาหารไทยไปยังต่างประเทศส่งผลต่อผู้ประกอบการอย่างไร กระบวนการหาคำตอบโดยใช้ทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ในส่วนของการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลระดับจุลภาคประกอบกับการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจให้อุตสาหกรรมอาหาร เพื่อแสดงถึง ผลกระทบของระดับการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ ในส่วนของการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ หรือกลุ่มที่ได้เริ่มมีการลงทุนแล้ว เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของการลงทุนในเชิงลึก และสามารถเชื่อมโยงไปยังบทสรุปเพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับอุตสาหกรรมนี้ได้

2. ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากไทยมีความพร้อมทั้งด้านการผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิต ทั้งด้านความสมบูรณ์ของวัตถุดิบและการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต ประกอบกับไทยมีประสบการณ์ในเวทีการค้าโลกมาอย่างยาวนาน มีการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มาตลอดห่วงโซ่การผลิต ทำให้ไทยมีบทบาทสำคัญทั้งด้านการผลิตและการค้าในตลาดโลก ได้รับการยอมรับในคุณภาพและมีภาพลักษณ์ที่ดีในการผลิตอาหารโดยเฉพาะจากความสามารถในการส่งออกไปยังประเทศที่มีความพิถีพิถันสูงทางการบริโภค นอกจากนี้ไทยมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่หลากหลาย ทั้งผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูงในระดับการไปลงทุนต่างประเทศ และผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ ทำให้สามารถตอบสนองอุปสงค์ของอาหารได้หลายรูปแบบ

อย่างไรก็ตามไทยเองก็พบอุปสรรคในการผลิตสินค้าโดยเฉพาะการมีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากต้นทุนด้านแรงงาน และต้นทุนด้านพลังงาน การขาดการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตในภาคการเกษตร ทำให้การผลิตสินค้าเกษตรบางประเภทมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน การขาดความรู้และการให้ความสำคัญกับการเปิดเขตการค้าเสรีต่าง ๆ ทำให้ขาดความเข้าใจว่าข้อตกลงเหล่านี้จะกระทบต่อภาคการผลิตของตนเองมากน้อยเพียงใด การเผชิญกับมาตรการการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ และการขาดความสามารถเชิงรุกด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

การผลิตอาหารของไทยเพื่อป้อนเข้าสู่ตลาดโลกนั้น ในปัจจุบันพบว่ามิได้เป็นการผลิตภายในประเทศ แต่เพียงอย่างเดียว ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทยที่ศักยภาพสูงก็ยังมีการลงทุนไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่องยาวนานเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีขนาดการผลิตใหญ่ เช่น CP, Thai President Foods, S&P, Coca Restaurants, Thai Union Frozen เป็นต้น ระยะเวลาของการเริ่มลงทุน และเป้าหมายของการลงทุนนั้นก็แตกต่างกัน Hwee Wee (2007) สรุปตัวอย่างไว้ดังนี้ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาตลาดและแสวงหาช่องทางในการกระจายสินค้าและยังมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้ผลิตอาหารในระดับโลก โดยประเทศที่ไปลงทุนส่วนใหญ่จะอยู่ในเอเชีย S&P ผลิตอาหารและทำร้านอาหารก็เน้นการหาตลาดเช่นกันและยังเป็นการสร้างแบรนด์ในต่างประเทศ โดยการลงทุนมีทั้งใน สหราชอาณาจักร สวิสเซอร์แลนด์ สิงคโปร์ เป็นต้น Thai Union Frozen ก็เน้นการแสวงหาตลาดเช่นกัน และทำให้การกระจายสินค้ามีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยมีการลงทุนในสหรัฐอเมริกาและจีน จนกระทั่งเป็นผู้ผลิตอาหารที่สำคัญในตลาดโลก และ Thai President Food ที่มีการร่วมลงทุนในเอเชียหลายแห่ง โดยจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการเหล่านี้เน้นการแสวงหาช่องทางทางการค้าเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ทางการค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารระหว่างไทยกับอาเซียนหรือประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆในเอเชีย เช่น อินเดีย พบว่าประเทศต่างๆเหล่านั้น มีความต้องการที่จะพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอาหารในประเทศตนเองซึ่งเป็นสิ่งที่ไทยมีความชำนาญ และเพื่อเพิ่มบทบาทของตนเองในตลาดโลก สำหรับไทยเองก็ยังใช้วัตถุดิบจากประเทศต่างๆในกลุ่มอาเซียนเช่นกัน เช่น ถั่วเหลืองจากลาวและพม่า ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากลาว ทุ่นจากอินโดนีเซียและ ปาล์มน้ำมันจากมาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนสินค้าที่ไทยผลิตไม่เพียงพอและมีการนำเข้าได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากแป้ง จาก มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ผักและของปรุงแต่งจากผักจาก กัมพูชา พม่า มาเลเซีย เป็นต้น หรือในประเทศอินเดียที่มีการพัฒนาการประมงที่เข้มแข็งและมีความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรที่หลากหลาย ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าไทยและประเทศที่กล่าวถึงต่างมีช่องทางพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารร่วมกันซึ่งการลงทุนทางตรงของไทยจะเป็นประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายโดยเฉพาะการเข้าถึงความสมบูรณ์ทางวัตถุดิบในประเทศเหล่านั้น จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันนี้หลายประเทศ จึงได้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้น จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันให้แก่ผู้ผลิตหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด เป็นประกอบเป็นการสร้างนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการลงทุนทางตรงข้ามชาติในอุตสาหกรรมอาหารของไทย

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศของไทย ที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารของประเทศ

3.2 เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากการลงทุนทางตรงข้ามชาติมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหาร

4. ขอบเขตของการศึกษา

3.1 งานศึกษาชิ้นนี้เน้นการศึกษาถึงศักยภาพของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในการลงทุนทางตรงไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา พม่า และเวียดนาม โดยแบ่งการศึกษาเป็นเชิงปริมาณ (วิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศและศักยภาพโดยใช้สมการถดถอย) และเชิงคุณภาพ (วิเคราะห์ความสามารถและผลกระทบที่เกิดจากการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศโดยการสัมภาษณ์)

3.2 เนื่องจากการศึกษานี้มีการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารของไทย ดังนั้นจึงเน้นการใช้ข้อมูลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในหมวดประเทศธุรกิจ “อาหารและเครื่องดื่ม”

3.3 การวิเคราะห์ผลการศึกษา มุ่งเน้นถึงผลกระทบของการการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เพื่อหาแนวนโยบายสำหรับสนับสนุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการลงทุนทางตรง

5. วิธีการศึกษา

การวิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมอาหารของไทยในการศึกษานี้แบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

5.1 การศึกษาส่วนแรก เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์สมการถดถอย Panel Data Analysis โดยใช้โครงสร้างแบบจำลองดังเช่น Hayakawa และคณะ (2013) ที่ทำการศึกษาในกรณีของประเทศญี่ปุ่น และ Chen และ Ku (2000) ทำการศึกษาในกรณีประเทศไต้หวัน ทั้งสองการศึกษาเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของรูปแบบการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม ในงานศึกษาทั้งสองจำแนกการลงทุนทางตรงไว้เป็นสองรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้

Hayakawa และคณะ (2013) ใช้แนวคิดในอดีตจำแนกการลงทุนทางตรงออกเป็นสองประเภท ได้แก่ การลงทุนทางตรงแนวตั้ง (Vertical FDI: VFDI) อันเป็นการลงทุนในต่างประเทศเพื่อการขยายตลาดและงานวิจัยและพัฒนา ในขณะที่ การลงทุนทางตรงแนวนอน (Horizontal FDI: HFDI) เป็นการลงทุนเพื่อเน้นในการลดต้นทุนทางการผลิต การแบ่งกลุ่มทั้งสองสอดคล้องกับงานศึกษาของ Chen และ Ku (2000) ซึ่งจำแนกการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศออกเป็นสองลักษณะ ได้แก่ การลงทุนทางตรงแบบขยาย (Expansionary FDI) ซึ่งเป็นการลงทุนเพื่อใช้จุดเด่นของอุตสาหกรรมในการสร้างความได้เปรียบและขยายตลาดในประเทศ ผู้รับการลงทุน จึงอาจเทียบได้กับ Vertical FDI และการลงทุนทางตรงแบบตั้งรับ (Defensive FDI) ซึ่งเป็นการลงทุนที่เน้นการลดต้นทุนการผลิตเพื่อรักษาสัดส่วนแบ่งตลาดในอุตสาหกรรมของตนไว้ จึงอาจเปรียบได้กับ

Horizontal FDI จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้สามารถจำแนกการลงทุนทางตรงไปยังประเทศต่าง ๆ ได้สองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีค่าจ้างสูง ซึ่งเป็นเป้าหมายของการลงทุนทางตรงแบบ Vertical FDI และกลุ่มประเทศที่มีค่าจ้างต่ำ ซึ่งเป็นเป้าหมายของการลงทุนแบบ Horizontal FDI

แม้ว่างานศึกษาทั้งสองงานข้างต้น ใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ต่างกันหากแต่มีจุดร่วมกันคือปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพอุตสาหกรรม¹ ซึ่งในงานศึกษานี้จะนำมาใช้เป็นต้นแบบ

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษานี้มีลักษณะดังเช่น

$$Firm\ Performance_{i,t} = f(EMP_{i,t}, RD_{i,t}, K/L_{i,t}, FDI_{i,t}, D_{i,t})$$

โดยที่ ตัวห้อย i แสดงถึงบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ไทยหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ทำการศึกษา และ t คือเวลา

Firm Performance เป็นตัวแปรที่แสดงถึงศักยภาพของบริษัท โดยในการศึกษานี้ใช้ตัวแปรสำคัญคือ อัตราการขยายตัวของดัชนีหลักทรัพย์²

EMP แสดงถึงระดับการจ้างงานของบริษัท

RD แสดงถึงระดับค่าใช้จ่ายของบริษัทที่ใช้ในงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

K/L แสดงถึงระดับสัดส่วนทุนต่อแรงงานของบริษัท (ซึ่งอาจแทนโดยปริมาณความเข้มข้นของแรงงานที่มีฝีมือในบริษัท (Skilled Labor Intensity))

FDI มูลค่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ

D_i คือตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงลักษณะการลงทุนทางตรง ($i = 1$ แสดงถึง VFDI ในขณะที่ $i = 2$ แสดงถึง HFDI)³

¹ Hayakawa และคณะ (2013) ทำการศึกษาโดยใช้การสร้างและเปรียบเทียบค่าดัชนีก่อนและหลังการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศ โดยมี การวิเคราะห์เพิ่มเติมในการตัดสินใจลงทุนโดยตรงไปยังต่างประเทศโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย Logistic Regression อีกด้วย ในขณะที่ Chen และ Ku (2000) ทำการศึกษาโดยใช้การอยู่รอดทางธุรกิจเป็นตัวแปรที่แสดงถึงศักยภาพของธุรกิจโดยการวิเคราะห์ผ่าน Logistic Regression เพื่อหาการเปลี่ยนแปลงในความน่าจะเป็นของการอยู่รอดของบริษัทในอุตสาหกรรม

² ในทางทฤษฎีนั้น ผลประกอบการของบริษัทสามารถแสดงออกในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัท โดยในการศึกษานี้ จะทำการหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัท และการขยายตัวของมูลค่าขายเสียก่อนเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองดังกล่าว

³ งานศึกษาของ Hayakawa และคณะ (2013) และ Chen และ Ku (2000) ให้ข้อสรุปที่ใกล้เคียงกันถึงรูปแบบการลงทุนโดยตรงว่าส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเจ้าของทุน โดยที่ Chen และ Ku (2000) ให้ข้อสรุปว่า VFDI จะส่งผลทางบวกกับอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าขายของบริษัท ในขณะที่ HFDI ไม่ส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าขายของบริษัท หากพิจารณาผลกระทบที่มีต่อการจ้างงานของอุตสาหกรรม ทั้งสองการศึกษาให้ความเห็นตรงกันว่าทั้ง VFDI และ HFDI ส่งผลกระทบต่อการทำงานทั้งในแง่บวก และในแง่ลบ โดย Hayakawa และคณะ (2013) แสดงให้เห็นว่า HFDI จะส่งผลต่อการเพิ่มการจ้างงานของแรงงานไร้ฝีมือ (non-production workers) ใน

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นผลจากตลาดหลักทรัพย์ซึ่งรวมถึงการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในหมวดอาหารทั้งหมด ซึ่งในปัจจุบันบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร⁴ ทั้งหมด 43 บริษัท โดยในจำนวนนี้สามารถจำแนกย่อยเป็นกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด 28 บริษัท

5.2 ศึกษาในเชิงพรรณนา เพื่อเป็นการสนับสนุนและขยายผลในเชิงลึกของการศึกษาเชิงปริมาณ การวิเคราะห์เจาะกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารของไทยถึงจุดเด่นจุดด้อยจึงมีความจำเป็นเพื่อให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมนี้ในการลงทุนยังประเทศอื่น ๆ พร้อมทั้งรับทราบถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับการไปลงทุนดังกล่าว ประกอบกับการวิเคราะห์ที่แสดงถึงโครงสร้าง แนวโน้มและข้อจำกัดในประเทศ และประเทศหลักที่รองรับการลงทุนในอุตสาหกรรมดังกล่าวในภูมิภาค ซึ่งในปัจจุบัน ประเทศเหล่านั้น ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เวียดนาม กัมพูชา และพม่า โดยการสัมภาษณ์จะเน้นถึงกลุ่มบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากบริษัทกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการลงทุนไปยังต่างประเทศได้ ซึ่งบริษัทที่มีการจดทะเบียนในหมวดนี้มีทั้งสิ้น 28 บริษัท แต่มีการดำเนินการทางด้านอุตสาหกรรมอาหารเพียงแค่ 27 บริษัท⁵ โดยบริษัทดังกล่าว สามารถแบ่งย่อยโดยประยุกต์ใช้การจัดกลุ่มตามสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม⁶ ได้จำนวน 9 หมวด อันได้แก่

- 1) อาหารสำเร็จรูปและอาหารแปรรูป
- 2) อาหารทะเลแปรรูป (ผลิตภัณฑ์ประมง)
- 3) น้ำมันจากพืช
- 4) ผลไม้ ผัก และผลิตภัณฑ์
- 5) แป้งและอุตสาหกรรมจากแป้ง
- 6) น้ำตาลและน้ำเชื่อม
- 7) เครื่องปรุงรส
- 8) อาหารสัตว์
- 9) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

ประเทศเจ้าของทุน ในขณะที่ VFDI จะสร้างเสริมการจ้างแรงงานมีฝีมือ (Skilled production workers) ทั้งสองการศึกษาให้ความเห็นตรงการอีกประการหนึ่งว่าการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศจะช่วงกระตุ้นส่งเสริมการแข่งขันในตลาดได้มากยิ่งขึ้น

⁴ ในฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยจำแนกประเภทของบริษัทเป็นกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร โดยจำแนกย่อยเป็นประเภทธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

⁵ หนึ่งใน 28 บริษัทที่จดทะเบียนเป็นบริษัทด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีการดำเนินการในธุรกิจใช้เข้าโกดังเก็บของ

⁶ ตามการจำแนกของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้แบ่งประเภทของอุตสาหกรรมอาหารออกเป็นทั้งหมด 12 หมวด อันได้แก่ 1) เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ 2) ผลิตภัณฑ์ประมง 3) นมและผลิตภัณฑ์ 4) น้ำมันพืชและสัตว์ 5) ผลไม้ ผัก และผลิตภัณฑ์ 6) แป้งและอุตสาหกรรมจากแป้ง 7) น้ำเชื่อม และน้ำตาล 8) ขนและผลิตภัณฑ์ประเภทอบ 9) เครื่องเทศและเครื่องปรุงรส 10) อาหารสัตว์ 11) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 12) เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

10) ร้านอาหาร⁷

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ คณะวิจัยมีเป้าหมายให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมข้างต้น โดยมีตัวแทนอย่างน้อยหมวดละ 1 บริษัท⁸

6. กิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยแต่ละข้อ

6.1 แผนกิจกรรมหลักที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ รวมทั้งผลลัพธ์ (Output) ที่คาดว่าจะได้รับ

วัตถุประสงค์	กิจกรรมหลัก	ช่วงระยะเวลา ดำเนินการ	จำนวน วันที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ
1. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการลงทุนทางตรงข้ามชาติต่อศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารของไทย	1.1 ทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับผลของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศต่อศักยภาพของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารของไทย รวมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างแบบจำลองในการศึกษา	15 ต.ค. 56 – 15 เม.ย. 57	182 วัน	ผศ.ดร.จูน เจริญเสียง และ อ.ดร.ดนุพล อริยสัจจากร
	1.2 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อรับทราบข้อเท็จจริงที่เกิดจากการลงทุนทางตรง รวมทั้งข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากการลงทุน	1 ก.พ. 57 – 31 ก.ค. 57	181 วัน	
2. เพื่อหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากการลงทุน	2.1 ประมวลผลจากสมการถดถอยเพื่อถึงความสำคัญของการลงทุนทางตรงข้ามชาติที่มีต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารอาหารไทย	15 ต.ค. 56 – 15 เม.ย. 57	182 วัน	ผศ.ดร.จูน เจริญเสียง และ อ.ดร.ดนุพล

⁷ ร้านอาหารได้รับการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม แต่เมื่อพิจารณาตามการผลิตแล้วจะถูกจำแนกอยู่ในภาคบริการ

⁸ บางบริษัทอาจมีการผลิตสินค้าในหลายหมวด

ทางตรงข้ามชาติมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหาร	2.2 ประมวลผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงความสามารถในการใช้ประโยชน์ รวมถึงวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	1 ก.พ. 57 – 31 ก.ค. 57	181 วัน	อริยสัจจการ
---	---	---------------------------	---------	-------------

7. ผลที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละช่วงระยะเวลา

เดือนที่	กิจกรรม (Activities)	ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs)
6 เดือนที่ 1	1. ทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศต่อศักยภาพของบริษัทในอุตสาหกรรม รวมทั้งรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างแบบจำลองในการศึกษา 2. เริ่มทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อรับทราบข้อเท็จจริงที่เกิดจากการลงทุนทางตรง รวมทั้งข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากการลงทุน	แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนทางตรงของอุตสาหกรรมอาหารไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงลึกเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์
6 เดือนที่ 2	1. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อรับทราบข้อเท็จจริงที่เกิดจากการลงทุนทางตรง รวมทั้งข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการปรับตัวและใช้ประโยชน์จากการลงทุน 2. บทวิเคราะห์ถึงความสำคัญและผลกระทบของการลงทุนทางตรงข้ามชาติที่มีต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารของไทย 3. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาในเชิงปริมาณและคุณภาพ 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวกับการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหารไทย

8. แผนการทำงาน

กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศต่อศักยภาพของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารของไทย												
สร้างแบบจำลองเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนทางตรงไปยังต่างประเทศต่อศักยภาพของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารไทย												
รวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ												
สัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหาร แนวโน้มและศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทยในการลงทุนไปยังต่างประเทศ ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุน ประกอบกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น												
วิเคราะห์ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยและการสัมภาษณ์												
จัดทำรายงานผลการศึกษา												
จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย												

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อการดำเนินงานเสร็จสิ้นที่เป็นรูปธรรมและตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

ทราบถึงผลกระทบของการลงทุนทางตรงข้ามชาติของอุตสาหกรรมอาหารไทย ที่มีต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม รวมถึงโครงสร้าง จุดเด่น และจุดด้อยของอุตสาหกรรมอาหารของไทย พร้อมทั้งประเด็นสำคัญ ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรค ในการลงทุนยังประเทศอื่น ๆ และการใช้ประโยชน์จากการลงทุนดังกล่าวรวมทั้ง จัดสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากการลงทุนข้ามชาติได้สูงที่สุด

10. กระบวนการผลักดันผลงานดังกล่าวออกสู่การใช้ประโยชน์

- a. การจัดสัมมนาทางวิชาการเพื่อทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน
- b. ตีพิมพ์ผลงานในวารสารทางวิชาการและเผยแพร่ไปยังภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

11. ผลงานที่ส่งต่อ สกว.

จัดส่งรายงานความก้าวหน้าในเดือนที่ 6 และรายงานฉบับสมบูรณ์เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ

12. งบประมาณของโครงการ สกว. แบ่งงบประมาณออกเป็นหมวดใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

12.1 ค่าตอบแทนนักวิจัย	360,000 บาท
12.2 ค่าจ้างผู้ช่วยนักวิจัย	96,000 บาท
12.3 ค่าใช้สอย	45,000 บาท
12.4 ค่าวัสดุ	15,000 บาท
12.5 ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	51,600 บาท

13. แผนการใช้งบประมาณ

รวม 567,600 บาท (ห้าแสนห้าหมื่นหนึ่งพันหนึ่งร้อยบาทถ้วน)

		6 เดือนที่ 1	6 เดือนที่ 2	รวม
1. หมวดค่าตอบแทน	เดือนละ			
1.1 ผศ.ดร.จุน เจริญเสียง	15,000	90,000	90,000	180,000
1.2 อ.ดร. ดนุพล อริยสัจจาร	15,000	90,000	90,000	180,000
2. หมวดค่าจ้าง				
2.1 ผู้ช่วยวิจัยระดับปริญญาตรี	8,000	48,000	48,000	96,000
3. หมวดค่าใช้สอย				
3.1 ค่าฐานข้อมูลสถิติ		10,000	-	10,000
3.2 ค่าถ่ายเอกสาร		5,000	5,000	10,000
3.3 ค่าหนังสือ/เอกสารสถิติ		10,000	5,000	15,000
3.4 ค่าเดินทาง		5,000	5,000	10,000
4. หมวดค่าวัสดุ				
4.1 ค่าวัสดุอุปกรณ์		7,500	7,500	15,000
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
5.1 ค่าเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่สถาบันต้นสังกัด			50,100	51,600

เอกสารอ้างอิง

Hayakawa, Kazunobu; Matsuura, Toshiyuki; Motohashi, Kazuyuki and Obashi, Ayako (2013)

“Two-Dimensional Analysis of the Impact of Outward FDI on Performance at Home:

Evidence from Japanese Manufacturing Firms,” *Japan and the World Economy*, 27, pp.25-33

Ku, Ying-Hua and Chen, Tain-Jy (2000), “The Effect of Foreign Direct Investment on Firm Growth: the Case of Taiwan’s Manufacturers,” *Japan and the World Economy*, 12, pp.153-172

Pananond, Pavidia (2007), “The Changing Dynamics of Thai Multinationals after the Asian Economic Crisis,” *Journal of International Management*, 13, pp.356-375

Wee, Kee Hwee (2007), “Outward Foreign Direct Investment by Enterprises from Thailand,” *Transnational Corporations*, 16, pp.89-116