

มูลค่าเพิ่มยางพาราไทยมาจากไหน?

รศ.ดร.ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์
ศูนย์การจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยมหิดล

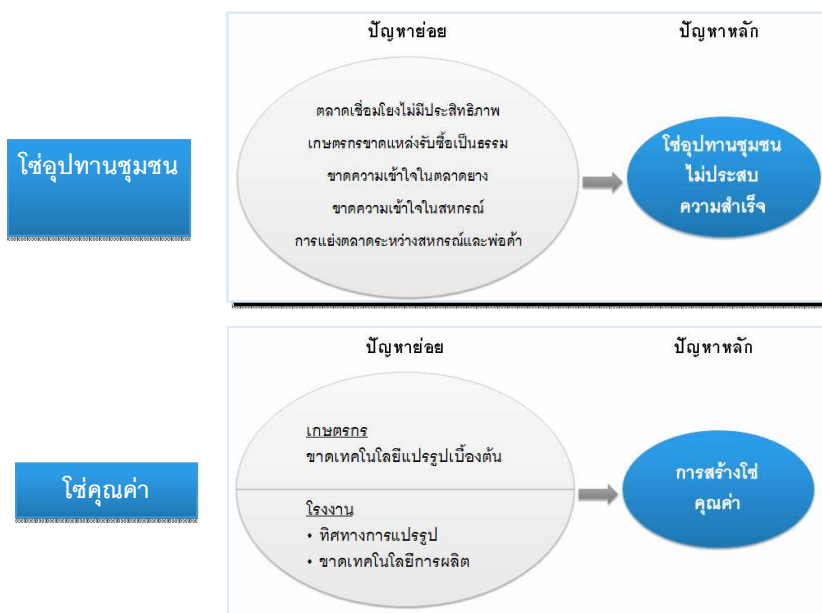
E-mail : egdkc@mahidol.ac.th

ผศ.ดร.เตือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

E-mail : tuanjai.som@kmutt.ac.th

ยางพารา พืชเศรษฐกิจหลักของประเทศที่กำลังประสบปัญหาราคาคงตัวอยู่ในขณะนี้ มีใครทราบบ้างหรือไม่ว่าการมองยางพาราทั้งระบบโซ่อุปทานอาจจะช่วยแก้ปัญหาในระยะยาวได้ งานวิจัยชิ้นหนึ่งของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในปีที่ผ่านมา เราเรียกว่าโครงการบูรณาการระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานอุตสาหกรรม หนึ่งในประเด็นที่ศึกษาคือระบบโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ยางพาราไทย ซึ่งเมื่อพูดถึงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์แล้ว ผู้เขียนหมายถึงการศึกษาการไหลของมันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยการแตกส่วนโซ่อุปทานยางพาราออกเป็น เกษตรกร พ่อค้า สหกรณ์ โรงงานแปรรูปและส่งออก งานวิจัยนี้เริ่มจากการศึกษาปัญหาทั้งสายโซ่ในทุกๆ ส่วนจากปัญหาที่เกิดขึ้นจริงผ่านการสัมภาษณ์และระดมสมองผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งยางพาราและ โลจิสติกส์ของประเทศ ปรากฏว่าปัญหาที่ได้มานั้นเยอะแยะมากมายเหลือเกิน มีทั้งซ้อนกันในหลายมิติ และหลายเรื่อง แต่เมื่อกรองไปกรองมาแล้ว พบว่าปัญหาย่อยๆ ของยางพาราในมุมมองโซ่อุปทานนั้น สามารถสกัดออกมาได้ 2 ประเด็นใหญ่ๆ คือ

- 1) การสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 2) การเชื่อมโยงของโซ่อุปทานในชุมชน



สำหรับประเด็นที่ 1 เรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นเราได้ยินกันมานานมาก ๆ ว่าต้องเพิ่มมูลค่าให้กับยางพารา (และสินค้าต้นน้ำอื่นๆอีก) ของประเทศไทย มิใช่ส่งเป็นวัตถุดิบไปอุตสาหกรรมไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศอื่นๆ (เช่น จีน) แบบนี้เรื่อยไป สัดส่วนการส่งออกยางพาราแบบยางธรรมชาติ ต่อ การแปรรูปในประเทศและส่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ยาง ตั้งแต่ปี 2546-2550 เฉลี่ยแล้วคือ 88 : 12 นั่นคือจากยางพารา 100 ส่วนของไทย เราแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกเพียง 12 ส่วนที่เหลือ 88 ส่วน เราส่งออกเป็นยางพาราธรรมชาติไปเป็นวัตถุดิบหมด แต่เมื่อมาดูมูลค่าที่เกิดขึ้นปรากฏว่ายาง 12 ส่วน ที่เรานำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์นั้นสร้างมูลค่าให้ประเทศถึง 39% ในขณะที่ยางธรรมชาติ 88 ส่วนที่เราส่งออกสร้างมูลค่า 61%

ดังนั้น ในขณะที่ยางพาราราคาตกนั้น เราคงต้องมานั่งคิดอย่างจริงจังสักทีว่า เราควรมุ่งหน้าสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไรให้กับยางพาราไทยอย่างเป็นรูปธรรม หากคิดๆกันเหมือนที่ผ่านมา คงจะตั้งเป้าหมายกันว่าคงต้องแปรรูปเพิ่มปีนี้กี่เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น แต่คำถามที่เกิดขึ้นและต่อเนื่องมานาน คือ “แล้วจะแปรรูปอะไร?” “เท่าไร?” และทราบหรือไม่ว่า คนอื่นๆ ที่อยู่ใกล้ๆอุตสาหกรรมนั้นต้องทำอะไร อย่างไรบ้าง นั่นหมายถึงว่า มิใช่เพียงประกาศว่าแปรรูปเพิ่ม แต่ถ้าหากเราสามารถระบุชนิดผลิตภัณฑ์ได้ มันจะเป็นตัวกำหนดบ่งชี้ได้หมดถึงยางต้นน้ำ เพื่อบอกเกษตรกรได้ว่าแปรรูปเบื้องต้นเป็นอะไรดีที่ผลิตภัณฑ์ปลายน้ำต้องการ (และบอกต่อได้ว่าภาครัฐหน่วยงานใดต้องทำอะไรบ้าง)

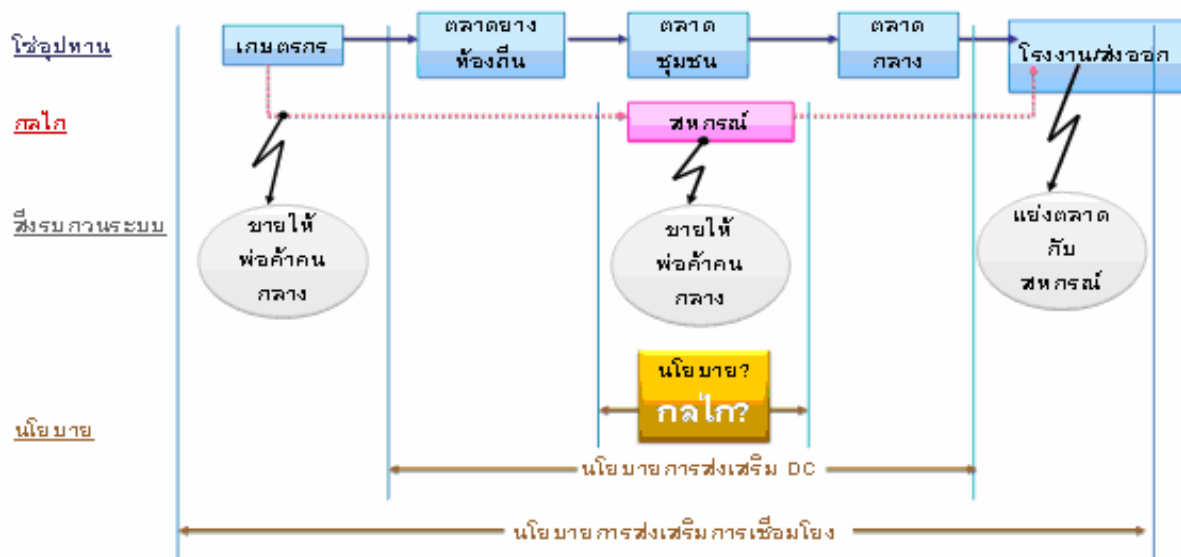
ตัวอย่างที่ได้จากงานวิจัยนี้พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ยางมากที่สุดและมีสัดส่วนการส่งออกสูงสุดถึง 68% ของทั้งหมด คือ ยางยานพาหนะ รองลงมาคือ ถุงมือยาง 11% ซึ่งการผลิตยางยานพาหนะนั้นมีปริมาณการใช้ยางและมูลค่าประมาณ 50% ของผลิตภัณฑ์ยางทั้งหมด (คือ ยางพาราที่ผลิตออกมาต้นน้ำนั้น ครึ่งหนึ่งจะเข้าไปในอุตสาหกรรมนี้) ดังนั้นเราลองคิดกันเล่นๆดูว่า หากเราตั้งเป้าหมายว่าต้องแปรรูปเพิ่มเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกในปี 2555 จากการพยากรณ์ของเรา 13.38% เป็น 15% (เท่ากับแปรรูปต้นน้ำส่งออกวัตถุดิบจาก 86.62% ลดลงเป็น 85%) เราต้องใช้ปริมาณยางธรรมชาติส่งเข้าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น 53,496 ตัน หาก 53,496 ตันนี้ ถูกส่งเข้าไปที่อุตสาหกรรมยางยานพาหนะและส่งออกนั้น แปลว่า อุตสาหกรรมนี้ต้องเติบโตอีก 23% เพื่อจะทำให้ได้ตัวเลข 15% เป้าหมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของการส่งออกรวมในโซ่คุณค่าเพิ่มขึ้น 3.8%

ตัวอย่างนี้บอกได้ว่า แล้วหากเป็นเช่นนั้นเราคิดทั้งระบบแล้วหรือยังว่าหากต้องการเพิ่มมูลค่าเท่านี้ เราจะไปทำให้อุตสาหกรรมยางยานพาหนะโตเพิ่ม 23% ได้หรือไม่ เรามีโครงการใดมารองรับการส่งเสริมการขายตัวของอุตสาหกรรมหรือไม่ หรือปล่อยมันเป็นไปตามปัจจุบัน แต่ตั้งเป้าหมายไว้สวยๆเช่นนั้น ประเด็นนี้ยังไม่รวมถึงการส่งเสริมการเกษตรเพื่อให้ลู่ต่อการโตของอุตสาหกรรมเพราะหากเป้าหมายเป็นเช่นนั้นจริง อุตสาหกรรมนั้นๆ ต้องโตตามสัดส่วนนั้น แล้วยางต้นน้ำที่ควรให้เกษตรกรปลูกแปรรูปเบื้องต้นควรเป็นยางชนิดใด เท่าไร (เช่นยางยานพาหนะจะใช้ยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน แต่ไม่ใช้น้ำยางเป็นต้น)

หรือหากวันใดตลาด ฤกษ์มือยางโตมาก ๆ เราก็มาตั้งเป้าหมายเป็นส่งเสริมอุตสาหกรรมมือยาง แต่ก็ตกปัญหาเดิมคือ แล้วต้องให้อุตสาหกรรมนี้โตเท่าไร เพื่อบรรลุเป้าหมายส่งออกโดยรวม และจะใช้วัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นเป็นอะไร เท่าไหร่ เพราะฤกษ์มือยางก็จะได้มาจากยางแท่ง ยางแผ่นแล้วแต่จะมาจากน้ำยางชั้นเท่าไร

นี่คือตัวอย่างการคิดอย่างเป็นโซ่อุปทานซึ่งส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือใช้คุณค่าอย่างพาราไทย งานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้ต้องการจะฟันธงหรือบอกว่าต้องมุ่งไปที่ยางยานพาหนะเท่านั้น แต่งานวิจัยนี้ได้ผูกสมการ (ตามภาษาวិชาการ) ไว้ว่า หากตั้งเป้าหมายปลายน้ำเป็นแบบนี้ ๆ จะกระทบกลางน้ำและต้นน้ำอย่างไร ตัวเลขทั้งระบบต้องล้อกันเหมือนกับนโยบายส่งเสริมของภาครัฐที่ต้องพิจารณาองค์รวม มิใช่ส่งเสริมเป็นส่วน ๆ แล้วทำได้บ้าง ไม่ได้บ้างหรือแม้แต่นโยบายขัดกันเป็นส่วน ๆ เพราะขาดการพิจารณาโซ่อุปทานและการไหลของผลผลิตสู่ลูกค้า นั่นเอง

ประเด็นที่ 2 ที่เป็นอีกปัญหาหลักที่พบจากงานวิจัยนี้ คือการเชื่อมโยงของโซ่อุปทานในชุมชน จากงานวิจัยและการลงพื้นที่ เราพบว่า สิ่งที่เกิดมากที่สุดจากชุมชนที่เราเลือกศึกษา คือ พื้นที่ปลูกใหม่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ การที่เกษตรกรขายยางสู่ตลาดท้องถิ่น จากนั้นพ่อค้ามาประมูลซื้อและไปขายต่อให้กับโรงงานในพื้นที่ ซึ่งการไหลในโซ่อุปทานนี้เกิดมากที่สุดถึง 80% ของทั้งหมด แต่ผลที่เกิดขึ้นคือ ต้นทุนค่าขนส่งสำหรับการไหลของยางพาราจากต้นน้ำสู่โรงงานนั้นสูงที่สุด เราพบว่า นโยบายภาครัฐที่จะจัดตั้งตลาดกลางยางพาราภาคตะวันออกเฉียงเหนือและการส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างตลาดท้องถิ่นที่ตลาดกลางนั้น ยังไม่สามารถลบบรรยากาศการไหลแบบนี้ได้ ผลกำไรส่วนมากจะตกอยู่ที่พ่อค้า และจะมีรอยต่อให้พ่อค้าแทรกแซงระบบได้ทุกข้อของโซ่อุปทาน



จากผลงานวิจัยเราพบว่าหากเราจะตัดตอนและการแทรกแซงของพ่อค้าคนกลางได้นั้น กลไกที่ควรเกิดขึ้นเสริมกับนโยบายภาครัฐ คือ การเกิดขึ้นของศูนย์รวบรวมท้องถิ่นที่มีโซ่ตลาดประมูล โดยกลไกทางเลือกใหม่นี้ คือ การทำเกษตรกรเป็น Contract supplier กับโรงงานในท้องถิ่นและมีการรวมกลุ่มรวบรวมและจัดส่ง

ให้กับสถานที่รวบรวมหลายแห่งที่รวบรวมให้กับโรงงานท้องถิ่น ตามหลักการศูนย์รวบรวมและกระจาย (Distribution Centre) และการเชื่อมโยงโซ่อุปทาน โดย

- 1) การจัดตั้ง DC นั้น ผลเพียงเพื่อเป็นศูนย์รวบรวมผลผลิตของเกษตรกรที่ต้องมีจุดรวบรวมในท้องถิ่น เพื่อให้โรงงานมารับซื้อและรวบรวมจาก DC ในกลุ่มท้องถิ่น
- 2) การเชื่อมโยง นั้น แปลว่าการรวมกลุ่มรวบรวมระหว่างเกษตรกร และจัดส่งสู่ศูนย์ DC ท้องถิ่นที่ได้ทำ contract กับผู้ซื้อไว้แล้ว

สรุปได้ว่านโยบายที่ควรเกิดขึ้นในโซ่อุปทานยางพาราชุมชนมิใช่เพียงการจัดตั้งตลาดกลางยางพารา และเชื่อมโยงตลาดท้องถิ่นสู่ตลาดกลาง เพราะหากเป็นเช่นนั้น จะทำให้เกิดระบบพ่อค้าแทรกแซงและต้นทุนขนส่งสูง แต่สิ่งที่ต้องรวมเข้าไปในนโยบาย คือนโยบายสำหรับกลไกการปฏิบัติ คือ

- ส่งเสริมให้เกิดศูนย์รวบรวมท้องถิ่น
- ส่งเสริมให้เกษตรกรท้องถิ่นสร้าง Contract กับโรงงานในพื้นที่
- ส่งเสริมให้มี collector ท้องถิ่นรวบรวมและจัดส่งโรงงานในพื้นที่

บทสรุป

ข้อเสนอแนะสำหรับทิศทางนโยบายยางพาราประเทศไทย

- 1) นโยบายการเพิ่มมูลค่ายางพาราทั้งโซ่อุปทานไม่ควรเป็นอิสระแก่กัน นโยบายสำหรับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำควรสอดรับกัน เช่น การกำหนด product champion ให้ได้และพิจารณาความไวของการเติบโตที่มีผลต่อชนิดของยางต้นน้ำที่ควรส่งเสริม
- 2) กลไกของโซ่อุปทานชุมชนในอนาคตควรเกิดศูนย์รวบรวมท้องถิ่นที่มี contract กับโรงงานในพื้นที่ และเกิด collector ชุมชนรวบรวมและจัดส่งโรงงานในพื้นที่