บทบาททางยุทธศาสตร์ของท่าเรือสงขลา 2

รองศาสตราจารย์สุพจน์ ชววิวรรธน์*
และ ดร.อรุณี ตันวิสุทธิ์

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาท่าเรือที่จะสร้างขึ้นใหม่ที่อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ทางภาคใต้ของประเทศไทย ที่เรียกว่า ท่าเรือสงขลา 2 ให้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นประตูการค้าของภาคใต้ที่มีประสิทธิภาพในการเชื่อมโยงกับตลาดโลก ทดแทนท่าเรือปีนังในประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประตูการค้าหลักของภาคใต้ในปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มระดับความสามารถในการพึ่งพาตนเองให้มากขึ้นอันจะก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาติสืบไป

แนวทางและวิธีการที่ใช้ในการค้นหาแนวนโยบายทางยุทธศาสตร์ในบทความนี้ ผู้เขียนได้มีการนำข้อมูลมาจากส่วนที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ถามความคิดเห็นจากผู้มีประสบการณ์อย่างดีในธุรกิจการขนส่งทางเรือระหว่างประเทศและท่าเรือจำนวนหลายราย และส่วนที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิอันประกอบด้วย ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าของภาคใต้ ข้อมูลสถานการณ์ภายใต้นโยบาย AEC ข้อมูลสถานการณ์การขนส่งสินค้าในภาคใต้ และการคาดการณ์แนวโน้มโครงสร้างการผลิตในอนาคตในภูมิภาคอาเซียนโดยการใช้ทฤษฎี Product Life Cycle เพื่อมากำหนดสถานภาพของท่าเรือทางภาคใต้ของไทยในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับท่าเรือปีนัง และใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หรือ SWOT Analysis เพื่อดำเนินการในการค้นหามาตรการทางนโยบายการผลักดันให้ท่าเรือแห่งใหม่นี้มีศักยภาพในการสนับสนุนให้ท่าเรือทางใต้ของไทยสามารถเอาชนะและทดแทนท่าเรือปีนังได้ อันจะเป็นผลดีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาติสืบไป โดยผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า TOWS Matrix ผลการศึกษาโดยการใช้แนวทางที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่ารัฐบาลควรจะใช้แนวมาตรการทางนโยบายในระยะแรกในการพัฒนาท่าเรือสงขลา 2 นี้เพื่อแก้ไขข้อจำกัดต่างๆ ของท่าเรือสงขลา 1 หรือรองรับสินค้าที่เกินกว่าสมรรถนะที่ท่าเรือสงขลา 1 จะรองรับภายใต้ข้อจำกัดด้านร่องน้ำและพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดในปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้ ส่วนในระยะที่สองนั้นรัฐบาลควรจะมีการพัฒนาระบบสะพานบก (Land-bridge) เชื่อมฝั่งตะวันออกกับตะวันตกด้วยการสร้างท่าเรือปากบาราทางฝั่งตะวันตก (ฝั่งเดียวกับท่าเรือปีนัง แต่อยู่ในตำแหน่งที่ตั้งบนเส้นทางเดินเรือจากประเทศตะวันออกกลางที่ถึงก่อนท่าเรือปีนัง) เพื่อให้เป็นท่าเรือรองรับตู้เปล่าจำนวนมากจากตะวันออกกลางแทนท่าเรือปีนังเพื่อให้ได้ค่าระวางเรือที่ต่ำ

* คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 64 12/23/15 3:10 PM

โดยเชื่อมต่อกับท่าเรือสงขลา 2 ด้วยระบบการขนส่งที่ขนครั้งละมากๆ แต่มีต้นทุนการขนและการลงทุนที่ถูกกว่ารถไฟ เช่น ระบบรถไฟขนาดเบา (Light Rail) หรือรถบรรทุกลากขบวน (Truck Train) และกำหนดบทบาทให้ท่าเรือสงขลา 2 เป็นท่าเรือกลางฝั่งตะวันออกที่เชื่อมต่อกับท่าเรือแหลมฉบังด้วยระบบการขนส่งด้วยเรือลำเลียงตู้สินค้าที่มีต้นทุนการขนส่งที่ต่ำ โดยอาศัยศักยภาพของท่าเรือแหลมฉบังที่อยู่ใกล้ประเทศจีนตอนใต้ที่มีขนาดเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่มีปริมาณสินค้ามากพอ ประสานเข้ากับค่าขนส่งของตู้เปล่าที่ท่าเรือปากบาราที่ถูกมาก ย่อมมีโอกาสที่จะสามารถลดต้นทุนการขนสินค้าผ่านเข้าออกท่าเรือทั้งสามของไทยให้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายสินค้าผ่านเข้าออกท่าเรือปีนังในปัจจุบันได้

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 65 12/23/15 3:10 PM

Abstract

This article aims to propose the strategic policy for a newly-built port at Jana district, Songkhla province in the southern part of Thailand, which is known as Songkhla Port 2. The objective of the policy is to enhance the role of this port in helping with the development of the country economy and to become an efficient gateway that will replace Penang Port, the current main gateway of the Thai southern part, in connecting with the world market.

The authors used both the primary data gathered from interviewing experts in the field of maritime transport and the secondary data, such as the southern economic and trade potential data, the trend of AEC, the data of transported cargo of the southern part of Thailand, and the tendency of the international trade development in ASEAN region which was analyzed using the Product Life Cycle theory. All of these data were analyzed to identify the current position of the Thai southern port when compared to Penang Port in Malaysia and to conduct a SWOT analysis. These results were finally input into a TOWS Matrix to generate all the policy measures for driving Songkhla Port 2 to have commercially superior position comparing to Penang Port in order to enhance the economic security and securing the country's economic development.

The policy measures proposed by this study can be summarized into 2 phases. In the first phase (short run), the government should aim to develop this new Songkhla Port 2 just to solve the shortage capacity and service limitation of the Songkhla Port 1, the existing one. For the second phase, the government should position the Songkhla Port 2 as the mediator to draw the advantage position of Laem Chabang Port in its proximity to the southern part of China to support the competitiveness of another newly-built deep sea port (so-called Pakbara Port) at Pakbara district, Satun province, on the west coast of the southern Thailand, which is located near Penang Port on the trade lane from the Middle East region (where all the vessels normally carry a huge number of empty containers due to the imbalance trade) in order to become an alternative choice for the big shipping lines to unload their empty containers which will enable Pakbara Port to be the cheap freight rate point replacing Penang Port. This Pakpara Port, the west coast port, would directly connect to Songkhla Port 2, the east coast port, through the cheap transport light rail system or truck train system before linking to Laem Chabang Port by cheap coastal shipping transport.

The authors believe that cheap freight rates offered by the big shipping lines at Pakbara Port together with the large volume of cargo from China through Laem Chabang Port and Shongkla Port 2 to Pakbara Port would enable Pakbara Port and Shongkla Port 2 to attract more port users and become more competitive than Penang Port in Malaysia.

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 66 12/23/15 3:10 PM

สืบเนื่องจากทางภาครัฐบาลไทยได้มีแนวนโยบายในการหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาในการขาดแคลนบริการท่าเรือที่มีต้นทุนถูกเพื่อรองรับต่อภาคเศรษฐกิจในภาคใต้โดยเฉพาะภาคใต้ตอนล่าง จนเป็นเหตุให้สินค้าออกทางภาคใต้ส่วนใหญ่ต้องอาศัยท่าเรือปีนังในประเทศมาเลเซีย เพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศเป็นหลัก ทางภาครัฐบาลจึงได้มีดำริที่จะพัฒนาท่าเรือสงขลาแห่งใหม่ที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องสมรรถนะและในเรื่องปากทางเข้าออกทางน้ำของท่าเรือเหมือนดังเช่นท่าเรือสงขลาเดิมทางฝั่งทะเลอ่าวไทย โดยได้เลือกพื้นที่บริเวณอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา โดยเรียกชื่อท่าเรือแห่งใหม่นี้ว่า ท่าเรือสงขลา 2 โดยผู้เขียนได้มีโอกาสในการให้ข้อเสนอแนะในประเด็นบทบาททางยุทธศาสตร์ของท่าเรือแห่งใหม่ที่กำลังจะสร้างขึ้นนี้

ในการวิเคราะห์ถึงนโยบายทางยุทธศาสตร์ของท่าเรือสงขลา 2 ที่อำเภอจะนะนั้น ผู้เขียนได้มีการทำการวิเคราะห์โดยการคำนึงถึงสถานการณ์ทางธุรกิจการค้าการขนส่งที่เป็นจริง และสถานการณ์ทางธุรกิจการค้าการขนส่งที่จะเกิดขึ้นในบริบทของพื้นที่ภาคใต้ในอนาคต รวมทั้งเรื่องของการรวมกลุ่มเศรษฐกิจของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community, AEC) ทั้งที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการขนส่งสินค้าทางเรือโดยตรง โดยจะมีการผนวกเข้ากับแนวคิดทางทฤษฎี Product Life Cycle ที่ช่วยสร้างแนวกรอบในการพยากรณ์ถึงรูปแบบการค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (พิจารณาจากรูปข้างล่างประกอบ)

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 67 12/23/15 3:10 PM

ทั้งนี้ การอธิบายถึงแนวการวิเคราะห์และข้อสรุปของแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สถานการณ์การค้าในปัจจุบันในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

จากการสำรวจในช่วงต้นปี พ.ศ. 2555 พบว่า ภาคใต้ของไทยมีประชากรประมาณ 9 ล้านคน คิดเป็นประมาณร้อยละ 14 ของประเทศ โดยประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ประมาณ 125,270 บาทต่อปี ซึ่งยังต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของประเทศที่ 162,500 บาท ทั้งนี้มีผลมาจากการมีเนื้อที่ดินทำกินที่ค่อนข้างน้อย ผนวกกับการมีภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ไม่มาก

สินค้าเกษตรที่สำคัญของพื้นที่ ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และกุ้งเพาะเลี้ยง (กุ้งขาว) ส่งผลให้อุตสาหกรรมสำคัญส่วนใหญ่มาจากการแปรรูปสินค้าเกษตร อันได้แก่ การผลิตยางพาราแปรรูป การสกัดน้ำมันปาล์มดิบ อาหารทะเลกระป๋อง อาหารทะเลแช่เย็นและแช่แข็ง ถุงมือยาง และไม้ยางพารา โดยเท่าที่ผ่านมาระหว่างปี พ.ศ. 2545-2554 นั้น อุตสาหกรรมเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.20 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของการขยายตัวของอุตสาหกรรมของประเทศซึ่งขยายตัวที่ร้อยละ 4.30 ทั้งนี้สินค้าแต่ละชนิดข้างต้นนี้มีรายละเอียดทางด้านการค้าดังนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555)

ยางพารา เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้และประเทศ โดยประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางพาราอันดับหนึ่งของโลก ในปี พ.ศ. 2555 มีพื้นที่เพาะปลูกยางพาราที่ให้ผลผลิตแล้วประมาณ 13.81 ล้านไร่ แหล่งผลิตหลักอยู่ใน 14 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งมีเนื้อที่ให้ผลผลิต 9.90 ล้านไร่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.70 ของประเทศ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ให้ผลผลิตในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (1.73 ล้านไร่) สงขลา (1.27 ล้านไร่) นครศรีธรรมราช (1.20 ล้านไร่) และตรัง (1.18 ล้านไร่) การผลิตยางร้อยละ 87.50 เป็นการผลิตเพื่อส่งออก ที่เหลือร้อยละ 12.50 เป็นการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศ การส่งออกส่วนใหญ่อยู่ในรูปยางแท่ง ยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และถุงมือยาง นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปไม้ยางเป็นไม้แปรรูปและพาร์ติเคิลบอร์ด เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญของไทยในปัจจุบัน ได้แก่ ประเทศจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

ทั้งนี้การส่งออกยางพาราแปรรูปยังทรงตัวต่อเนื่องตามความต้องการของตลาด และคาดว่าราคายางพาราแปรรูปจะเคลื่อนไหวอยู่ระหว่างกิโลกรัมละ 70-80 บาท ในขณะที่การส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปมีทิศทางที่ดีเพราะตลาดจีนยังคงมีคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง แต่สินค้าที่ส่งออกได้ดีจะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเท่านั้น โดยที่ผ่านมาราคาไม้ท่อนยางพาราจะเฉลี่ยอยู่ที่ 2.70 บาทต่อกิโลกรัม สำหรับถุงมือยางนั้นยังมีแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่องเช่นกัน เพราะประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นตลาดหลักมีความต้องการมากขึ้นเนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นด้านสุขอนามัย ในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น ทั้งค่าจ้างแรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการต้องนำเครื่องจักรมาทดแทนแรงงานเพื่อลดต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงคาดว่าการส่งออกถุงมือยางจึงน่าจะดีต่อเนื่อง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ประกอบการในการรับภาระต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 68 12/23/15 3:10 PM

เป็นที่ทราบกันดีว่า ความต้องการยางของประเทศจีนเพิ่มขึ้นมากและต่อเนื่องจนปัจจุบันเป็นผู้ใช้ยางมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีความต้องการใช้ยางปีละประมาณ 4 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 34 ของความต้องการใช้ยางของโลก ผลจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ทำให้จีนเป็นประเทศผู้ผลิตยางล้อรถที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก และมีบริษัทยางรถยนต์ต่างประเทศรายใหญ่หลายบริษัทย้ายฐานการผลิตไปที่ประเทศจีน รวมทั้งการขยายเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงระหว่างมณฑลและเมืองต่างๆ ของจีนเอง ทำให้อุตสาหกรรมยางล้อมีสัดส่วนการใช้ยางสูงถึงร้อยละ 60 ของการใช้ยางในประเทศจีน (นิลวรรณ ฟูเฟื่องสิน, 2554) จนทำให้จีนต้องการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราในประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี

แม้ประเทศจีนจะมีพื้นที่มากก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถผลิตยางให้เพียงพอกับความต้องการใช้ได้ เนื่องจากสภาพอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตและการผลิตน้ำยางของต้นยาง จึงทำให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการปลูกยางจำกัด เมื่อเป็นเช่นนี้ประเทศจีนจึงมีการนำเข้ายางมากถึงร้อยละ 71.30 ของความต้องการใช้ยางของจีน โดยมีการนำเข้ายางประมาณปีละ 2.5-2.6 ล้านตัน และมีการนำเข้าเพิ่มต่อเนื่องโดยนำเข้าจากประเทศไทยมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 รองลงมาเป็นประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม (นิลวรรณ ฟูเฟื่องสิน, 2554)

โดยสรุปแล้วสามารถกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ มีแหล่งผลิตหลักอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี และเป็นสินค้าที่ส่งออกเป็นส่วนใหญ่ ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญของไทยในปัจจุบัน คือ ประเทศจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยมีประเทศจีนเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ที่สุด แม้ในปัจจุบันจีนได้มีความพยายามปลูกยางเองแต่ก็ยังต้องเผชิญกับธรรมชาติที่ไม่เหมาะกับการปลูกยาง จึงยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้ายางจากไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์และยางรถยนต์ของจีน ในปัจจุบันจีนได้พยายามดำเนินการแก้ปัญหาความไม่เหมาะสมของสภาพภูมิอากาศ โดยการเริ่มเข้าไปปลูกยางในประเทศลาว พม่า และกัมพูชา ดังนั้นในระยะใกล้นี้ก็พอจะประเมินสถานการณ์ได้ว่าภาวะการส่งออกยางของไทยน่าจะยังคงสดใสต่อไปในอนาคต แต่ในระยะยาวออกไปการส่งออกก็อาจมีการชะลอตัวลง เพราะประเทศจีนอาจหันไปนำเข้ายางพาราจากประเทศลาว พม่า และกัมพูชาแทน

ปาล์มน้ำมัน เป็นพืชที่มีบทบาททางเศรษฐกิจที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งของภาคใต้ ในปี พ.ศ. 2555 มีพื้นที่ให้ผลผลิต 3.40 ล้านไร่ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.50 ของประเทศ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (0.97 ล้านไร่) กระบี่ (0.95 ล้านไร่) และชุมพร (0.77 ล้านไร่) ผลผลิตปาล์มทะลายถูกจำหน่ายให้แก่โรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมัน เนื่องจากผลปาล์มสดจะมีคุณภาพดีเมื่อเข้าโรงงานภายใน 24 ชั่วโมง หากเกินกว่าระยะเวลาดังกล่าวน้ำมันที่สกัดได้จะมีกรดเกินมาตรฐานที่กำหนด น้ำมันปาล์มดิบที่สกัดได้จะส่งจำหน่ายให้แก่โรงกลั่นและโรงงานผลิตไบโอดีเซล ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในภาคกลาง เพื่อเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและพลังงานทดแทนต่อไป นอกจากนี้ยังมีการส่งออกไปต่างประเทศบ้าง โดยตลาดหลักในปี พ.ศ. 2555 ได้แก่ ประเทศเยอรมนี มาเลเซีย พม่า และเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2555 มีการใช้น้ำมันปาล์มดิบเพื่อบริโภคและอุตสาหกรรมในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 46.80 ใช้เป็นวัตถุดิบผลิตไบโอดีเซลร้อยละ 28.10 และส่งออกร้อยละ 8.80 ส่วนที่เหลือเป็นสต็อกร้อยละ 16.30 ทั้งนี้

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 69 12/23/15 3:10 PM

ราคาผลปาล์มดิบเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณกิโลกรัมละ 4 บาท ในขณะที่น้ำมันปาล์มดิบจะมีราคาไม่ต่ำกว่ากิโลกรัมละ 25 บาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555)

กุ้งเพาะเลี้ยง (กุ้งขาว) ไทยเป็นผู้ส่งออกกุ้งอันดับหนึ่งของโลกและมีสัดส่วนร้อยละ 23 ของโลก ส่วนใหญ่มาจากผลผลิตในภาคใต้ เนื่องจากผลผลิตกุ้งในภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 70 ของประเทศ โดยส่งออกในรูปแบบกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูปต่างๆ ตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น โดยมีสัดส่วนร้อยละ 64 ของการส่งออกกุ้งไทย นอกจากนี้ยังส่งออกไปยังกลุ่มสหภาพยุโรป อาทิ สหราชอาณาจักร สเปน เยอรมนี ฝรั่งเศส เบลเยี่ยม เนเธอร์แลนด์ และอิตาลี ผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งในตลาดโลก ได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งมีการเพาะเลี้ยงมากขึ้น โดยเฉพาะด้านราคาที่ไทยสูงกว่าคู่แข่ง เนื่องจากกุ้งไทยเป็นกุ้งมีคุณภาพดี นับเป็นสินค้าที่ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง นอกจากกุ้งแล้ว ปลาทูน่าและซูริมิ ก็ได้รับความนิยมในตลาดเช่นเดียวกันและมีแนวโน้มที่ดีเหมือนกับกุ้ง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและอุตสาหกรรมสัตว์น้ำแช่แข็งของไทยยังคงมีแนวโน้มสดใสอย่างต่อเนื่อง

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมในภาคใต้ของไทยนั้นมีขนาดเล็ก ประชากรในพื้นที่ก็มีไม่มาก ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปีก็ค่อนข้างที่จะต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ก็มักที่จะผลิตสินค้าโดยพึ่งพาการใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกได้จากในพื้นที่เป็นหลัก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมีน้อยมาก สินค้านำเข้าประเภทอุปโภคบริโภคก็มักจะนำเข้ามาโดยทางบกผ่านด่านสะเดาและด่านปาดังเบซาร์ ขณะที่ธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ (ยกเว้นอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน) ก็ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกเป็นหลัก **จึงทำให้มีการนำตู้สินค้าเปล่าเข้ามาบรรจุสินค้าส่งออกค่อนข้างมาก โดยตลาดของสินค้าที่ส่งออกจากภาคใต้ มักจะเป็นตลาดที่อยู่ในแถบทิศตะวันออกของประเทศไทย (ฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก) เช่น ประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลี และสหรัฐอเมริกา** (ยกเว้นอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและอุตสาหกรรมสัตว์น้ำแช่แข็งที่มีการส่งออกไปยังแถบยุโรปอยู่บ้าง แต่ก็ยังมีตลาดสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นเป็นตลาดหลัก)

สถานการณ์การขนส่งสินค้าในภาคใต้

การขนส่งสินค้าภายในประเทศโดยทั่วไปในภาคใต้นั้น จะใช้การขนส่งทางบกด้วยรถบรรทุกเป็นหลัก โดยเฉพาะการขนสินค้ายางพาราแปรรูปภายในประเทศ ทั้งจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าในประเทศและจากผู้ส่งออกไปยังท่าเรือในประเทศ ประมาณร้อยละ 95 เป็นการขนส่งทางบกโดยใช้รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555)

ส่วนการขนส่งเพื่อไปประเทศปลายทางในต่างประเทศนั้น เนื่องจากโรงงานแปรรูปส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ตอนล่างถึงร้อยละ 70 ของการส่งออกยางพาราแปรรูป จึงเป็นการส่งออกผ่านด่านชายแดนที่ด่านปาดังเบซาร์และด่านสะเดา เพื่อไปลงเรือที่ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ หรือไม่ก็จะผ่านท่าเรือสงขลา เพื่อไป

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 70 12/23/15 3:10 PM

ลงเรือที่ประเทศสิงคโปร์และจีน ส่วนที่เหลือร้อยละ 30 เป็นการส่งออกผ่านท่าเรือกรุงเทพ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือภูเก็ต และท่าเรืออื่นๆ

โดยในส่วนของรายละเอียดที่เกี่ยวกับเส้นทางการขนส่งสินค้าออกโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้ายางพาราไปยังต่างประเทศนั้น สามารถแยกแยะเป็นรายละเอียดปลีกย่อยตามเส้นทางการขนส่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือเทอมการซื้อขายและประเทศปลายทางของลูกค้าซึ่งมีเส้นทางการขนส่งหลักดังนี้

(1) การขนส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อที่อยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายในเทอม FOB ปีนัง ซึ่งมีรูปแบบการขนส่ง ดังนี้

โรงงาน ⟶ ด่านปาดังเบซาร์ ⟶ ท่าเรือปีนัง ⟶ ท่าเรือสิงคโปร์ (เพื่อเปลี่ยนขึ้นเรือใหญ่) ⟶ ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป

(2) การขนส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อที่อยู่ที่ประเทศจีน มีทั้งการซื้อขายในเทอม FOB ปีนัง และ FOB สงขลา ซึ่งมีรูปแบบการขนส่งดังนี้

โรงงาน ⟶ ด่านปาดังเบซาร์ ⟶ ท่าเรือปีนัง ⟶ ท่าเรือสิงคโปร์ (เพื่อเปลี่ยนขึ้นเรือใหญ่) ⟶ ประเทศจีน หรือ

โรงงาน ⟶ ท่าเรือสงขลา ⟶ ท่าเรือสิงคโปร์ / ท่าเรือฮ่องกง ⟶ ประเทศจีน

(3) การขนส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อที่อยู่ที่ประเทศมาเลเซีย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกน้ำยางข้นผ่านด่านปาดังเบซาร์หรือด่านสะเดา การซื้อขายส่วนใหญ่อยู่ในเทอม FOB สงขลา ซึ่งมีรูปแบบการขนส่งดังนี้

โรงงาน ⟶ ด่านปาดังเบซาร์/ด่านสะเดา ⟶ ประเทศมาเลเซีย

โดยการขนส่งผ่านด่านปาดังเบซาร์จะใช้รถบรรทุกจากโรงงานมาที่ด่านปาดังเบซาร์ จากนั้นจะเป็นการขนส่งทางรถไฟจากชุมทางรถไฟปาดังเบซาร์เพื่อไปที่ท่าเรือปีนัง สินค้าส่วนใหญ่จะเป็นยางแท่งและยางแผ่นรมควัน ส่วนการขนส่งผ่านด่านสะเดาส่วนใหญ่จะเป็นการขนส่งทางบก โดยรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์จากโรงงานไปที่ปลายทางประเทศมาเลเซีย โดยสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นน้ำยางสดและน้ำยางข้น

โดยในการกำหนดเส้นทางนั้น ผู้กำหนดเส้นทางการส่งออกคือผู้ซื้อ เนื่องจากการซื้อขายส่วนใหญ่เป็นราคา Free On Board (FOB) ซึ่งผู้ซื้อเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางทะเลระหว่างประเทศ (International Transport) รวมทั้งความเสี่ยงภัยและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทันทีที่สินค้าถูกลำเลียงขึ้นเรือใหญ่ ขณะที่ผู้ขายมีหน้าที่รับผิดชอบสินค้าและค่าขนส่งในช่วงการขนส่งภายในประเทศ (Inland Transport) ดังนั้นผู้ซื้อจึงเป็นผู้กำหนดจุดส่งออก โดยมีบทบาทสำคัญในการเลือกเรือ เส้นทางเดินเรือ และท่าเรือ โดยมักจะเลือกท่าเรือที่สะดวกที่มีจำนวนเรือหมุนเวียนมาก

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 71 12/23/15 3:10 PM

ดังนั้น การซื้อขายยางพาราแปรรูปที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา หรือสหภาพยุโรป ราคาขายจึงมักถูกกำหนดเป็นราคา FOB ปีนัง มากกว่าราคา FOB สงขลา เนื่องจากค่าระวางเรือที่ท่าเรือปีนังถูกกว่าค่าระวางเรือที่ท่าเรือสงขลา เนื่องจากท่าเรือปีนังมีจำนวนเรือหมุนเวียนมาก และอยู่ใกล้เส้นทางเดินเรือหลัก อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ส่งไปยังประเทศจีนส่วนใหญ่มักจะมีการกำหนดราคาขายเป็นราคา FOB สงขลา เนื่องจากท่าเรือสงขลาเป็นท่าเรือที่บริหารงานโดยบริษัทร่วมทุนกับจีน และมีสายการเดินเรือของบริษัท อาร์ ซี แอล จำกัด (มหาชน) หรือ RCL ที่มีบริการขนส่งไปยังประเทศจีน เข้ามารับสินค้าที่ท่าเรือสงขลาโดยตรง ทำให้ค่าระวางเรือสามารถแข่งขันกับท่าเรือปีนังได้บ้าง ถ้าจะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานะความสามารถในการแข่งขันของท่าเรือปีนังและท่าเรือสงขลา โดยพิจารณาในประเด็นของจุดแข็งกับจุดอ่อนในเชิงคุณภาพและความได้เปรียบกับความเสียเปรียบในเชิงค่าใช้จ่าย ก็สามารถจะแสดงให้เห็นได้ดังตารางที่ 1 และ 2 ดังนี้

ตารางที่ 1 : เปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน ของท่าเรือปีนัง และท่าเรือสงขลา

ท่าเรือ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ท่าเรือปีนัง	1. มีเนื้อที่ขนาดใหญ่ สามารถรองรับเรือและตู้คอนเทนเนอร์ได้จำนวนมาก 2. มีระบบการจัดการที่ดี ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย 3. มีเรือขนาดใหญ่ สามารถขนตู้คอนเทนเนอร์ได้จำนวนมาก 4. มีจำนวนเรือหมุนเวียนมาก	1. ส่วนใหญ่นิยมใช้เป็นท่าเรือสำหรับรอขนถ่ายสินค้าส่งต่อไปท่าปลายทางอื่น (Transship Port) เท่านั้น
		2. ระยะทางในการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ของผู้ส่งออกไทยไปยังท่าเรือปีนังใช้ระยะเวลานานกว่าไปท่าเรือสงขลา
ท่าเรือสงขลา	1. สถานที่ใกล้กับโรงงาน ทำให้การคมนาคมขนส่งสะดวก	1. เป็นท่าเรือขนาดเล็ก มีประมาณ 3 ท่าเทียบเรือที่สามารถรองรับเรือสินค้าและเรือตู้คอนเทนเนอร์ได้ 2. ระบบการจัดการยังไม่ดีพอ

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 72 12/23/15 3:10 PM

ตารางที่ 2 : เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการขนส่งยางพาราจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีไปประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีน ระหว่างท่าเรือสงขลากับท่าเรือปีนัง (บาทต่อตู้สินค้าขนาดเทียบเท่า 20 ฟุต)

ค่าใช้จ่าย	ด่านปาดังเบซาร์ (ปีนัง)			ท่าเรือสงขลา		
	ในประเทศ	ระหว่างประเทศ	รวม	ในประเทศ	ระหว่างประเทศ	รวม
ประเทศญี่ปุ่น						
ค่าใช้จ่าย (บาท)	17,437	15,300	32,737	18,955	28,900	47,855
ระยะทาง (กม.)	260	6,480	6,740	40	6,740	6,780
ค่าใช้จ่ายต่อระยะทาง	67.07	2.36	4.86	473.88	4.29	7.06
ระยะเวลา (วัน)	6	16	22	3	16	19
ประเทศจีน						
ค่าใช้จ่าย (บาท)	17,437	10,625	28,062	10,242	16,575	26,817
ระยะทาง (กม.)	260	4,980	5,240	40	4,200	4,240
ค่าใช้จ่ายต่อระยะทาง	67.07	2.13	5.36	256.05	3.95	6.32
ระยะเวลา (วัน)	6	13	19	3	12	15

ที่มา : รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโดยมูลนิธิสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), โดยมูลนิธิสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2547

แม้ว่าการส่งออกผ่านท่าเรือสงขลาเพื่อไปยังปลายทางที่ประเทศญี่ปุ่นและจีนจะมีระยะเวลาเดินทางที่สั้นกว่า แต่เมื่อพิจารณาด้านค่าใช้จ่ายแล้ว ต้นทุนการส่งออกทั้งที่เป็นภาระของผู้ส่งออกและผู้ซื้อจะสูงกว่าเมื่อเทียบกับการส่งออกผ่านด่านปาดังเบซาร์เพื่อไปลงเรือที่ท่าเรือปีนังโดยสรุปได้ ดังนี้

(1) การขนส่งในประเทศหรือการขนส่งก่อนสินค้าลงเรือซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้ส่งออกเป็นผู้รับผิดชอบมีค่าใช้จ่ายต่อระยะทางค่อนข้างสูง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าธรรมเนียมและค่าเอกสารการส่งออก เช่น ค่าธรรมเนียมค่าเรือ ค่าเอกสารใบตราส่ง (B/L) และค่าธรรมเนียมอื่นๆ

โดยการขนส่งในเส้นทางผ่านด่านปาดังเบซาร์ที่มีปลายทางที่ประเทศญี่ปุ่นและจีน ค่าใช้จ่ายมากกว่าร้อยละ 50 เป็นการขนส่งในประเทศซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายในท่าเรือ โดยถ้ามีการขนผ่านด่านปาดังเบซาร์จะมีค่าใช้จ่ายต่อระยะทางเท่ากับ 67.07 บาท ขณะที่การส่งออกผ่านท่าเรือสงขลา ค่าใช้จ่ายต่อระยะทางของการขนส่งในประเทศจะสูงกว่ามาก โดยการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 473.88 บาทต่อกิโลเมตร และการส่งออกไปประเทศจีนมีค่าใช้จ่าย 256.05 บาทต่อกิโลเมตร ทั้งนี้สาเหตุที่การขนส่งไปประเทศญี่ปุ่น

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 73 12/23/15 3:10 PM

มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าปลายทางประเทศจีนมากนั้น อาจมีผลเนื่องมาจากท่าเรือสงขลาเป็นท่าเรือที่บริหารงานโดยบริษัทร่วมทุนกับจีน

(2) การขนส่งระหว่างประเทศหรือค่าขนส่งทางเรือซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้นำเข้าในต่างประเทศเป็นผู้รับผิดชอบ การส่งออกผ่านด่านปาดังเบซาร์มีค่าขนส่งระหว่างประเทศ (ค่าระวางเรือ) ถูกกว่าการส่งออกผ่านท่าเรือสงขลา โดยถ้าส่งออกผ่านด่านปาดังเบซาร์โดยใช้ท่าเรือปีนังเพื่อไปยังประเทศญี่ปุ่นและจีนจะมีค่าใช้จ่ายต่อระยะทางเท่ากับ 2.36 บาท และ 2.13 บาทต่อกิโลเมตร ตามลำดับ ทั้งที่การส่งออกผ่านท่าเรือสงขลามีระยะทางที่สั้นกว่า แต่มีค่าใช้จ่ายต่อระยะทางเท่ากับ 4.29 บาท และ 3.95 บาทต่อกิโลเมตร ตามลำดับ โดยค่าระวางเรือของการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นและจีนผ่านท่าเรือสงขลาสูงกว่าค่าระวางเรือที่ท่าเรือปีนังประมาณร้อยละ 88.90 และ 56.00 ตามลำดับ แม้ว่าทางบริษัทเรือ RCL จะได้มีความพยายามที่จะนำเอาตู้เปล่าจากประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นประเทศที่มีแต่การนำเข้าสินค้าที่มาในรูปตู้สินค้าแต่ไม่มีสินค้าส่งออกบรรจุใส่กลับออกมาซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ตรงกันข้ามกับทางสงขลาก็ตาม (โดยทางบริษัทเรือ RCL ได้มีการนำตู้เปล่าจากประเทศกัมพูชาผ่านท่าเรือสีหนุวิลล์มาใช้ใส่สินค้าเพื่อส่งออกที่ท่าเรือสงขลา ด้วยการให้บริการฟีดเดอร์ในลักษณะเส้นทางสามเหลี่ยม คือ ท่าเรือสิงคโปร์–ท่าเรือสีหนุวิลล์–ท่าเรือสงขลา-ท่าเรือสิงคโปร์ โดยผู้ส่งออกที่สงขลาจะต้องจ่ายค่าระวางส่วนเพิ่มหรือค่า Arbitrary Charge จากการที่เรือจะต้องขนตู้เปล่าเข้ามาบรรจุสินค้าเพื่อส่งออกอีกประมาณ 350 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อ 1 ตู้สินค้า โดยผู้นำเข้าชาวกัมพูชาไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้เพราะสินค้าเข้าเป็นตู้มีสินค้าจากประเทศสิงคโปร์) (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณวัฒนา กิตติก้องนพกร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ พี แอล เอเจนซีส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ คุณพรชัย ดวงแก้ววุฒิไกร ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายปฏิบัติการและเน็ทเวิร์ค บริษัท เอ พี แอล เอเจนซีส์ (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2556)

ถ้าจะกล่าวโดยสรุปสำหรับปัญหาการส่งออกยางพาราแปรรูปของท่าเรือสงขลา ก็สามารถที่จะแยกแยะประเด็นปัญหาทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics) ได้ดังนี้

(1) ร่องน้ำของท่าเรือสงขลาไม่สามารถรองรับเรือขนาดใหญ่ได้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ค่าระวางเรือของท่าเรือสงขลาสูงกว่าค่าระวางเรือของท่าเรือปีนังหรือท่าเรือคลัง (Port Klang)

(2) ท่าเรือสงขลามีข้อเสียเปรียบทางภูมิศาสตร์โดยเปรียบเทียบ (เมื่อเปรียบเทียบกับท่าเรือของประเทศมาเลเซีย หรือสิงคโปร์) เนื่องจากไม่อยู่ใกล้กับเส้นทางเดินเรือหลัก

(3) คุณภาพการให้บริการพิธีการทางศุลกากรมีประสิทธิภาพน้อยกว่าท่าเทียบเรือของประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค รวมถึงการส่งออกผ่านท่าเรือสงขลายังเกิดปัญหาขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ เนื่องจากมีจำนวนตู้เปล่าหมุนเวียนไม่เพียงพอ จากการที่ท่าเรือสงขลามีปริมาณการส่งออกมากกว่าการนำเข้า ทำให้เกิดต้นทุนการขนส่งที่เกิดจากการนำเข้าตู้คอนเทนเนอร์เปล่าเข้ามา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการท่าเรือสงขลาเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความแออัดและมีการให้บริการไม่ทั่วถึง ภาครัฐจึงมีโครงการจะพัฒนาขยายท่าเรือ แต่จากการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากโครงการขยายท่าเรือน้ำลึกสงขลาพบว่ามีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ บริเวณดังกล่าวเป็นเขตโบราณสถานมีแนวคูเมืองเก่า และลักษณะทางกายภาพของร่องน้ำมีอัตราการตกตะกอนที่ต้องมีการบำรุงรักษาร่องน้ำอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ ประกอบกับ

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 74 12/23/15 3:10 PM

มีปัญหาการประกอบอาชีพประมงและการวางโพงพางกีดขวางเส้นทางการเดินเรือ ทำให้เป็นอุปสรรคในการพัฒนาร่องน้ำ ซึ่งจากข้อจำกัดดังกล่าวทำให้การขยายท่าเรือน้ำลึกสงขลาเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจบริเวณพื้นที่ภาคใต้ตอนล่างเป็นไปได้ยาก

สถานการณ์ภายใต้นโยบาย AEC

ประเทศไทยกำลังเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ภายในปี พ.ศ. 2558 โดยในปี พ.ศ. 2550 อาเซียนได้จัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ซึ่งเป็นแผนบูรณาการงานด้านเศรษฐกิจให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่ง AEC Blueprint หรือแนวทางที่จะให้ AEC เป็นไปคือ

1. การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน
2. การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง
3. การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน
4. การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

จุดมุ่งหมายหลักของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนคือ การนำอาเซียนไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) ซึ่งหมายถึงการทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรี 5 สาขา ประกอบด้วย สินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน โดยมีรายละเอียดเป็นขั้นเป็นตอนของการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการให้เป็นตลาดฐานการผลิตร่วมกันด้วยการขจัดภาษีอากร โดยอาเซียน 6 ประเทศแรก อันได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน และฟิลิปปินส์ ได้มีการนำร่องลดภาษีสินค้านำเข้าลงเหลือร้อยละศูนย์ ทุกรายการสำหรับสินค้าที่ส่งออกในกลุ่มอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2553 และตั้งเป้าให้สมาชิกใหม่ในกลุ่ม CLMV อันประกอบด้วย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ดำเนินการลดอัตราภาษีนำเข้าลงเหลือร้อยละศูนย์ ทุกรายการสำหรับสินค้าที่ส่งออกในกลุ่มอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการให้เป็นตลาดฐานการผลิตร่วมกันด้วยการขจัดการกีดกันการค้าที่ไม่ใช่ภาษี โดยอาเซียน 5 ประเทศแรก อันได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และบรูไน ได้มีการนำร่องขจัดมาตรการกีดกันทุกรายการสำหรับสินค้าที่ส่งออกในกลุ่มอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2553 ส่วนประเทศฟิลิปปินส์ก็ได้มีการขจัดการกีดกันการนำเข้าสินค้าดังกล่าวภายในปี พ.ศ. 2555 และตั้งเป้าให้สมาชิกใหม่ในกลุ่ม CLMV ดำเนินการขจัดมาตรการดังกล่าวที่เคยมีการใช้กับสินค้าทุกรายการที่ส่งออกจากประเทศในกลุ่มอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการให้เป็นตลาดฐานการผลิตร่วมกัน โดยทุกประเทศจะมีการเปิดเสรีภาคบริการระหว่างกัน โดยตั้งเป้าหมายที่สินค้าบริการ 12 สาขา ภายในปี พ.ศ. 2558 อันได้แก่ บริการด้านธุรกิจ/วิชาชีพ (แพทย์ พยาบาล สถาปัตยกรรม วิศวกรรม กฎหมาย บัญชี ฯลฯ) บริการด้านสื่อสารคมนาคม บริการด้าน

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 75 12/23/15 3:10 PM

การก่อสร้าง บริการด้านการจัดจำหน่าย บริการด้านการศึกษา บริการด้านสิ่งแวดล้อม บริการด้านการเงิน บริการด้านสุขภาพ บริการด้านการท่องเที่ยว บริการด้านโลจิสติกส์ และบริการอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการให้เป็นตลาดฐานการผลิตร่วมกัน โดยทุกประเทศจะมีการให้นักลงทุนอาเซียนสามารถถือหุ้นในบริการต่างๆ ได้สูงถึงร้อยละ 70 โดยให้เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2549 และกำหนดให้ธุรกิจบริการ 4 ธุรกิจที่เรียกว่า Priority Integration Sectors (PIS) อันประกอบด้วยธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ สุขภาพ ท่องเที่ยว และการบิน เป็นธุรกิจที่ต้องเร่งดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีการเริ่มเพิ่มสัดส่วนในปี พ.ศ. 2549 จากร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 51 ภายในปี พ.ศ. 2551 และร้อยละ 70 ภายในปี พ.ศ. 2553 ส่วนสาขาธุรกิจโลจิสติกส์นั้น ได้ถูกกำหนดให้มีการเปิดโอกาสแก่นักลงทุนอาเซียนให้สามารถถือหุ้นร้อยละ 70 ภายในปี พ.ศ. 2556 สำหรับบริการอื่นๆ นั้นจะต้องมีการเปิดโอกาสแก่นักลงทุนอาเซียนให้สามารถถือหุ้นร้อยละ 70 ภายในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา สาขาบริการอื่นๆ นี้ก็ได้มีการเริ่มทยอยเปิดโอกาสแก่นักลงทุนอาเซียนให้สามารถถือหุ้นในสัดส่วนที่สูงขึ้น กล่าวคือมีการเพิ่มเป็นร้อยละ 30, 49 และ 51 ภายในปี พ.ศ. 2549, 2551 และ 2553 ตามลำดับ

ทั้งนี้เป็นที่คาดการณ์กันโดยทั่วไปว่า ประเทศที่มีความถนัดทางด้านเทคโนโลยีและเป็นฐานการผลิตสินค้าที่มีระดับค่าครองชีพที่ไม่สูงจนเกินไปที่มีจุดเด่นทางด้านอื่นๆ เช่น ธุรกิจบริการ และการท่องเที่ยว ซึ่งมีฐานะสุทธิเป็นผู้ใช้ทรัพยากรทั้งแรงงานและพลังงานอย่างเช่นประเทศไทย ก็น่าที่จะได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในรูปของการเข้าถึงทรัพยากรในภูมิภาคอาเซียนได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการผลิตต่ำลง ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น อันจะเป็นการเสริมให้ข้อได้เปรียบที่ประเทศไทยมีมากกว่าประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียนอยู่แล้วมีความโดดเด่นยิ่งขึ้น ทั้งนี้ถ้าจะกล่าวถึงข้อได้เปรียบของไทยที่มีต่อประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียนเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นของอุตสาหกรรมบริการขนส่งสินค้า ก็สามารถกล่าวเป็นประเด็นต่างๆ ได้ ดังนี้

1. ด้านตลาดแรงงาน พบว่าประเทศไทยมีอัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำ โดยในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 ที่ผ่านมา อัตราการว่างงานของประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำเพียงร้อยละ 0.40 ของประชากรที่อยู่ในวัยแรงงาน ขณะที่ประสิทธิภาพของแรงงาน (Labor Productivity) ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในอาเซียน และมีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ ขณะเดียวกันรายได้ประชากรต่อหัวของไทยที่ได้รับโดยเฉลี่ยก็อยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม แต่ก็ยังต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซีย

2. ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ประเทศไทยตั้งอยู่ที่ศูนย์กลางของภูมิภาคและมีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านมากที่สุดในภูมิภาค นอกจากนี้ที่ตั้งของประเทศไทยยังมีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้านหลายๆ ประเทศ แม้ในปี พ.ศ. 2554 ที่ผ่านมาประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตน้ำท่วมใหญ่ แต่เป็นภัยพิบัติที่สามารถพยากรณ์ล่วงหน้าได้และสามารถเตรียมการป้องกันได้ นอกจากด้านทำเลที่ตั้งประเทศไทยยังมีความได้เปรียบในด้านยุทธศาสตร์การคมนาคมอยู่มาก ทั้งทางบกและทางอากาศ จากแหล่งทำเลที่ตั้งในภูมิภาคอาเซียน รวมไปถึงแหล่งทำเลที่ตั้งในโครงการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ ได้แก่

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 76 12/23/15 3:10 PM

- ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)
- ยุทธศาสตร์ความร่วมมือเศรษฐกิจ อิระวดี - เจ้าพระยา - แม่โขง (ACMECS)
- แผนงานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย - มาเลเซีย - ไทย (IMT-GT)
- กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างบังคลาเทศ - อินเดีย - เมียนมาร์ - ศรีลังกา - ไทย (BIMSTEC)
- ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย - แปซิฟิก (APEC)

ซึ่งทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมในภูมิภาคอาเซียนได้ไม่ยากนัก นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินและคมนาคมทางบก ที่จะเชื่อมประเทศในคาบสมุทรอินโดจีนและเชื่อมโยงเอเชียเหนือ โดยเฉพาะประเทศจีนกับเอเชียตะวันตก ได้แก่ ประเทศอินเดียเข้าด้วยกันอีกด้วย

3. ระดับการพัฒนาประเทศ ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาประเทศสูงกว่าประเทศส่วนใหญ่ในอาเซียน ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน แรงงานมีฝีมือและบุคลากรระดับสูงมีจำนวนมากพอสมควร ประเทศไทยยังมีระบบสาธารณสุขที่มีคุณภาพและทั่วถึง โครงสร้างพื้นฐานได้รับการพัฒนาค่อนข้างมาก โดยเฉพาะถนน ขณะที่สถาบัน กฎระเบียบ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีการพัฒนามากพอสมควร นอกจากนี้เงินบาทยังได้รับการยอมรับจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้การค้าชายแดนสามารถซื้อขายเป็นเงินบาทได้ ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับอาเซียน ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและนำเข้ากับอาเซียนนับเป็นอันดับที่ 3 รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย นอกจากนี้ประเทศไทยยังเกินดุลการค้าต่ออาเซียนเป็นอันดับที่ 2 รองจากสิงคโปร์ และเป็นเพียง 1 ใน 3 ประเทศที่มีดุลการค้าเกินดุลต่ออาเซียน ซึ่งสะท้อนว่าประเทศไทยน่าจะได้รับประโยชน์จาก AEC โดยเฉพาะในแง่การขยายการส่งออกไปยังอาเซียนได้เพิ่มขึ้น

4. ขนาดของตลาด ภูมิภาคอาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีตลาดขนาดใหญ่และยังมีศักยภาพที่จะขยายตัวได้อีกมากในอนาคตโดยเฉพาะประเทศไทย เศรษฐกิจไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากอินโดนีเซีย และมีจำนวนประชากรสูงถึง 66.7 ล้านคน โดยถือเป็นอันดับที่ 4 รองจากประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ที่มีประชากร 245.6 ล้านคน 101.8 ล้านคน และ 90.5 ล้านคน ตามลำดับ แต่คนไทยมีระดับรายได้และมีกำลังซื้อสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านหลายๆ ประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการพัฒนาและรองรับการลงทุนในภาคการผลิตแตกต่างจากประเทศสิงคโปร์ที่มีพื้นที่จำกัด ขณะที่เมื่อพิจารณาโครงสร้างอายุประชากรของประเทศสมาชิกอาเซียนแล้ว พบว่ามีความคล้ายคลึงกัน โดยประชากรส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศอยู่ในวัยหนุ่มสาวและวัยทำงาน (อายุระหว่าง 15-64 ปี) ประมาณร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมด

5. ความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยมีความเชื่อมโยงด้านการค้าและการลงทุนกับต่างประเทศสูงมาก ระดับการเปิดประเทศ (Degree of Openness) ของไทยสูงถึงร้อยละ 129 ของจีดีพี (http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/South/EconomicReport/EconomicReport/Pages/Econ%20Report.aspx สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2556) ประเทศไทยจึงมีความพร้อมและประสบการณ์ในการทำการค้าและดึงดูดนักลงทุนต่างประเทศมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านหลายๆ ประเทศ

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 77 12/23/15 3:10 PM

ซึ่งหมายความว่า การเข้าเป็น AEC จะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสได้รับประโยชน์จากการค้าและการลงทุนจากประเทศนอกกลุ่ม AEC มากกว่าประเทศสมาชิก AEC ส่วนใหญ่

แม้ว่าประเทศไทยจะมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน แต่ประเทศไทยก็ยังมีข้อเสียเปรียบหรือจุดอ่อนในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก AEC หลายประเด็นเช่นกัน ดังเช่น

1. การไม่รู้จักเพื่อนบ้าน นอกจากคนไทยจะไม่เก่งในการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลแล้ว คนไทยยังมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านน้อยมาก ระบบการศึกษาของไทยยังขาดทางเลือกในการเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม และระบบเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน

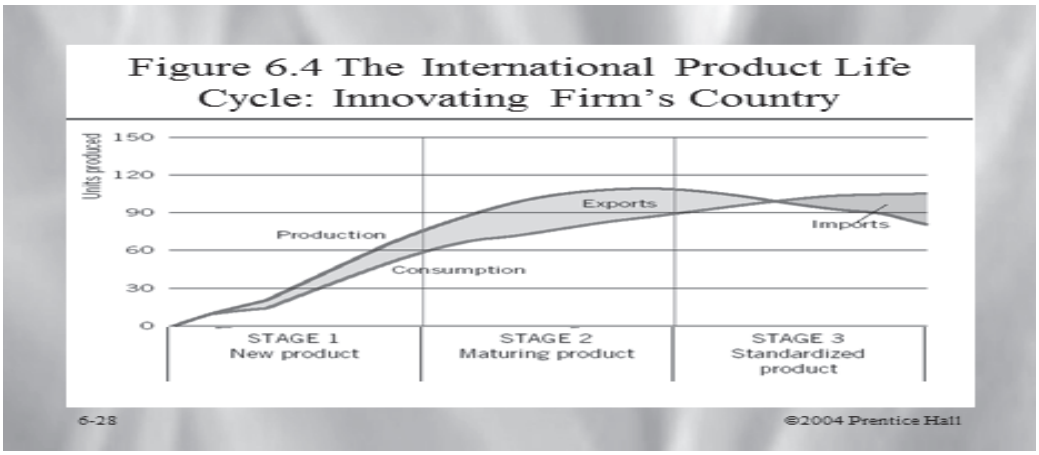
2. ปัญหาทางการเมืองและการบริหาร การพัฒนาของเศรษฐกิจไทยเป็นไปอย่างเชื่องช้าและต้องหยุดชะงักเป็นระยะๆ เนื่องจากมีอุปสรรคจากปัญหาทางการเมืองและการบริหาร เช่น ปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง ทั้งการปฏิวัติและการชุมนุมประท้วง ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันของนักการเมืองและเจ้าหน้าที่รัฐ ซึ่งทำให้ภาคธุรกิจมีต้นทุนแฝงสูงมาก ตลอดจนปัญหาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

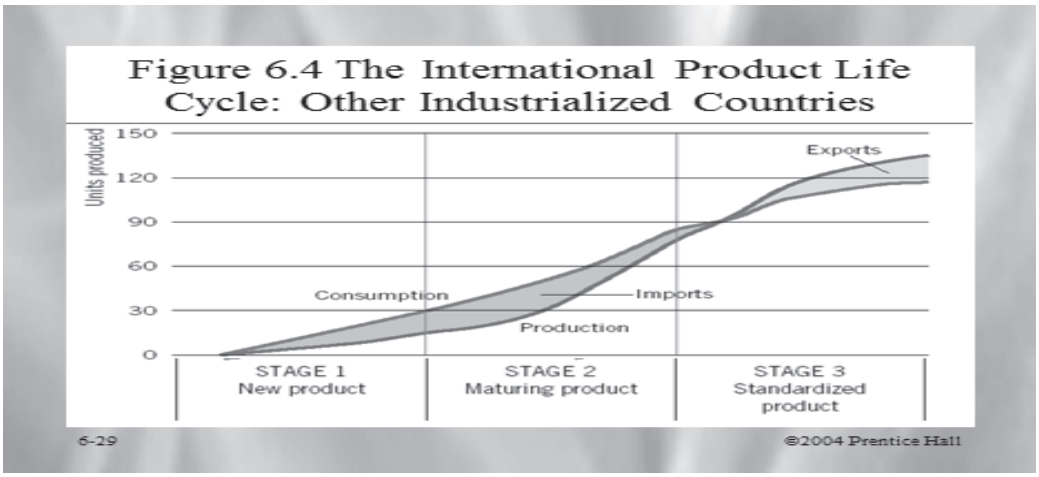
การคาดการณ์แนวโน้มโครงสร้างการผลิตในอนาคตโดยใช้ทฤษฎี Product Life Cycle

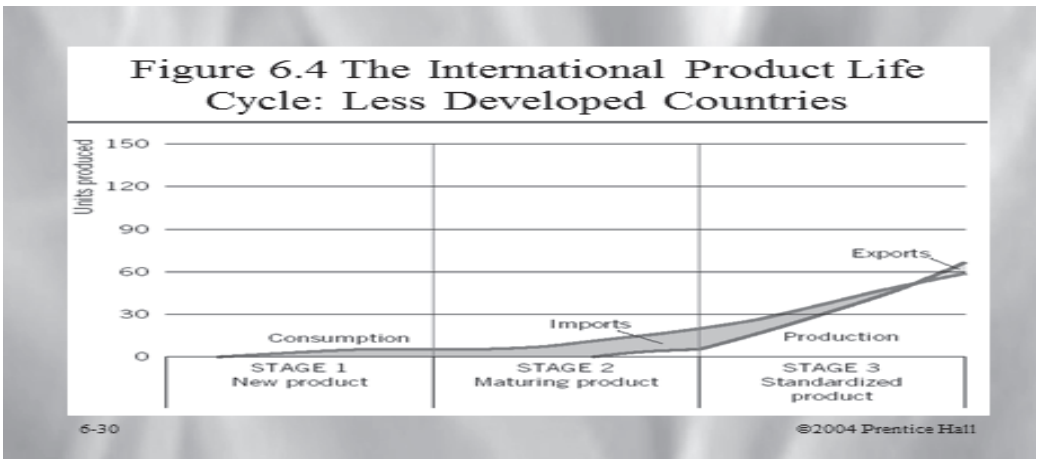
ทฤษฎีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Product Life Cycle Theory) ของ เรย์มอนด์ เวอร์นอน ในปี พ.ศ. 2509 เป็นทฤษฎีที่อธิบายพัฒนาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าระหว่างประเทศที่มีผลมาจากอิทธิพลของการลงทุนทั้งภายในประเทศและการลงทุนจากต่างประเทศ ทั้งนี้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย (1) ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) (2) ขั้นผลิตภัณฑ์เติบโตเต็มที่ (Maturing Product) และ (3) ขั้นผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน (Standardized Product) ซึ่งระดับการพัฒนาของประเทศที่แตกต่างกันจะมีขั้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน และจะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน โดยประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าในกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่สูงกว่าก็สามารถที่จะผลิตสินค้า และมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นก่อนและสามารถส่งออกไปขายยังประเทศที่มีกระบวนการผลิตที่ด้อยกว่า หลังจากนั้นประเทศที่นำเข้าสินค้าชนิดนี้ก็จะทำการเลียนแบบผลิตสินค้าที่ตนเคยนำเข้านี้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยผ่านการลงทุนทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ จนสามารถผันตัวเองให้กลายเป็นผู้ส่งออก ที่สามารถส่งสินค้ากลับไปยังประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิดสินค้าชนิดนี้ในช่วงแรกและประเทศอื่นๆ ที่ด้อยกว่าตนเอง ซึ่งประเทศที่ด้อยกว่าที่เป็นผู้นำเข้าล่าสุดนี้ก็จะมีการเลียนแบบการผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าจนสามารถพลิกผันตนเองเป็นผู้ส่งออก เพื่อส่งสินค้าไปยังประเทศที่เคยส่งสินค้าเข้ามายังประเทศของตนต่อไปเป็นปฏิกิริยาลูกโซ่ ดังเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาที่เคยส่งสินค้าประเภทเสื้อผ้า (Textile) มาขายที่ประเทศไทยและประเทศจีน แต่ในปัจจุบันกลับจะต้องนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยและประเทศจีนที่กลายเป็นผู้ส่งออกแทน ในขณะที่ประเทศกัมพูชาที่เคยนำเข้าสินค้าทั้งจากประเทศจีนและประเทศไทยก็กำลังที่จะมีแนวโน้มที่จะผันตัวเป็นผู้ส่งออกแทนประเทศจีนและประเทศไทยในอนาคต

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 78 12/23/15 3:10 PM

วงจรการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้นนี้สามารถแสดงให้เห็นได้โดยการใช้ภาพอย่างง่ายๆ ดังต่อไปนี้







ที่มา : Alan M. Rugman and Richard M. Hodgetts, International Business: A Strategic Management Approach, Financial Times/ Prentice Hall, 2006, pp. 164

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 79 12/23/15 3:10 PM

จากแนวคิดทฤษฎีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศข้างต้น ทำให้สามารถที่จะคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศต่างๆ ภายหลังจากการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นไปได้ว่า ในระยะแรกประเทศไทยโดยรวมก็คงยังเป็นประเทศที่เป็นฐานการผลิตสินค้า โดยจะมีการใช้แรงงานจากกลุ่มประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา และพม่า ในขณะที่ประเทศมาเลเซียคงจะเน้นไปในทิศทางของการผลิตสินค้าที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ส่วนประเทศสิงคโปร์ก็คงจะมุ่งไปสู่การให้บริการทางด้านการศึกษา การค้า การเงิน และการบริหารอย่างเต็มตัว ดังนั้นโดยภาพรวมแล้วประเทศไทยก็คงจะเป็นแหล่งสินค้าส่งออกของภูมิภาค แต่สำหรับในระยะกลางถึงระยะยาวหรือเมื่อสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในกลุ่มประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา และพม่า มีการพัฒนาอย่างเต็มที่ ฐานการผลิตสินค้าที่ต้องใช้แรงงานมาก และใช้ระดับเทคโนโลยีในการผลิตที่ไม่สูงที่อยู่ในประเทศไทยก็จะมีการเคลื่อนย้ายเข้าไปตั้งหลักแหล่งในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ซึ่งปกติสินค้าที่ออกจากกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมประเภทนี้ก็มักจะมีปริมาณที่ค่อนข้างมากและมีมูลค่าที่ไม่สูง และมักจะเป็นสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ส่วนประเทศไทยก็อาจจะหันมามีบทบาทแทนประเทศสิงคโปร์มากขึ้นในด้านของการให้บริการกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตสินค้าในประเทศลาว เวียดนาม และกัมพูชา ไปยังกลุ่มประเทศทางฝั่งตะวันตก อันได้แก่ กลุ่มประเทศ BIMSTEC กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศยุโรป

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตดังกล่าว ย่อมจะมีแนวโน้มที่ทำให้โครงสร้างของรูปแบบการขนส่งของท่าเรือต่างๆ โดยเฉพาะท่าเรือสงขลามีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ในระยะแรกแหล่งนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในภาคใต้ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงจากประเทศมาเลเซียโดยทางบก มาเป็นการนำเข้าจากประเทศกัมพูชาหรือแหล่งผลิตที่ประเทศเวียดนามซึ่งส่งผ่านกัมพูชา (ด้วยทางบก) โดยทางเรือมากขึ้น ดังนั้นแนวโน้มของความรุนแรงในเรื่องการนำเข้าตู้เปล่า เพื่อมาบรรจุสินค้าสำหรับส่งออกในภาคใต้ก็จะมีแนวโน้มผ่อนคลายลงและอาจจะถูกขจัดไปได้ในอนาคต สำหรับในระยะยาวนั้นถ้าหากท่าเรือสงขลาได้มีการบริหารจัดการที่ดีจนสามารถให้บริการขนถ่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพด้วยค่าบริการที่ต่ำ ทางท่าเรือสงขลาก็อาจจะถูกกำหนดให้เป็นประตูที่เชื่อมต่อกับท่าเรือปากบาราทางฝั่งทะเลอันดามัน เพื่อการส่งออกและนำเข้าระหว่างประเทศที่เป็นฐานการผลิตใหม่กับกลุ่มประเทศทางฝั่งตะวันตกก็ได้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการขนส่งสินค้าทางทะเลโดยตรง

(ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ประกอบด้วย 1. คุณสุเมธ ตันธุวนิตย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อาร์ ซี แอล จำกัด (มหาชน) 2. คุณสุวัฒน์ อัศวทองกุล ประธานสมาคมเจ้าของและตัวแทนเรือกรุงเทพ 3. คุณเหรียญ วรพิพัฒน์กำธร ผู้จัดการสมาคมเจ้าของและตัวแทนเรือกรุงเทพ 4. คุณเตวิช นำศรีนิรันดร์ ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท อีสเทอนมารีไทม์ (ประเทศไทย) จำกัด 5. คุณวัฒนา กิตติก้องนพกร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ พี แอล เอเจนซีส์ (ประเทศไทย) จำกัด 6. คุณพรชัย ดวงแก้ววุฒิไกร ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายปฏิบัติการและเน็ทเวิร์ค บริษัท เอ พี แอล เอเจนซีส์ (ประเทศไทย) จำกัด)

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 80 12/23/15 3:10 PM

บทสรุปจากการสัมภาษณ์

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมดข้างต้นนี้ ผู้เขียนสามารถสรุปประเด็นสำคัญๆ ที่น่าจะเป็นข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดบทบาทในเชิงยุทธศาสตร์ของท่าเรือสงขลา 2 ร่วมกับข้อมูลอื่นๆ ที่ได้กล่าวมาก่อนหน้า ดังต่อไปนี้

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ผู้ถูกสัมภาษณ์ 5 ใน 6 ท่าน) มีความต้องการท่าเรือสงขลา 2 แต่ในระยะเริ่มต้นนี้ต้องไม่มีขนาดที่ใหญ่เกินไป เนื่องจากมีความรู้สึกว่าไม่ได้รับบริการที่ดีตามสมควรจากท่าเรือสงขลา 1 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่ต้องนำเครนเข้าไปทำงานยกขนสินค้าของเรือเอง
- ผู้ประกอบการมีความกังวลในเรื่องของต้นทุนยกตู้ซ้ำซ้อนหรือ Double Handling และต้นทุนการขนส่งโดยรถไฟที่แพง ในกรณีที่ท่าเรือสงขลามีการเชื่อมต่อกับท่าเรือปากบารา
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ผู้ถูกสัมภาษณ์ 5 ใน 6 ท่าน) เห็นด้วยกับความเป็นไปได้ที่ทางท่าเรือสงขลา 2 จะมีบทบาทเป็นท่าเรือชายฝั่งสนับสนุนท่าเรือแหลมฉบัง เพิ่มเติมจากท่าเรือสงขลาแห่งที่ 1 (ที่ประสบปัญหาข้อจำกัดของร่องน้ำ และค่าใช้จ่ายในการที่ต้องนำเข้าตู้สินค้าเปล่าเพื่อใช้สำหรับสินค้าส่งออก) ที่รองรับฐานสินค้าเพื่อการส่งออกบริเวณภาคใต้ ไปยังท่าเรือแหลมฉบัง หรือท่าเรือสิงคโปร์
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ผู้ถูกสัมภาษณ์ 5 ใน 6 ท่าน) เห็นด้วยกับความเป็นไปได้ที่ทางท่าเรือสงขลา 2 จะมีบทบาทเป็นท่าเรือน้ำลึกระหว่างประเทศเพื่อการส่งออกสินค้าของภาคใต้โดยตรงไปยังประเทศต่างๆ ด้านอ่าวไทย เช่น ประเทศญี่ปุ่น หรือจีน
- ผู้ประกอบการบางท่านเห็นว่า โครงการท่าเรือปากบารานั้น สามารถแข่งขันกับท่าเรือปีนังได้เป็นอย่างดีในการเป็นท่าเรือเพื่อรองรับการทิ้งตู้เปล่าจากตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ค่าระวางขนส่งตู้ถูกมากเพื่อใช้ส่งออกสินค้าจากทางภาคใต้
- ผู้ประกอบการบางท่านมีความเห็นว่า ท่าเรือแหลมฉบังมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางเรือ หรือ HUB แทนประเทศสิงคโปร์ได้ เพราะอยู่ใกล้ประเทศจีนและแหล่งผลิตสินค้าที่สำคัญๆ ในเอเชียมากกว่า

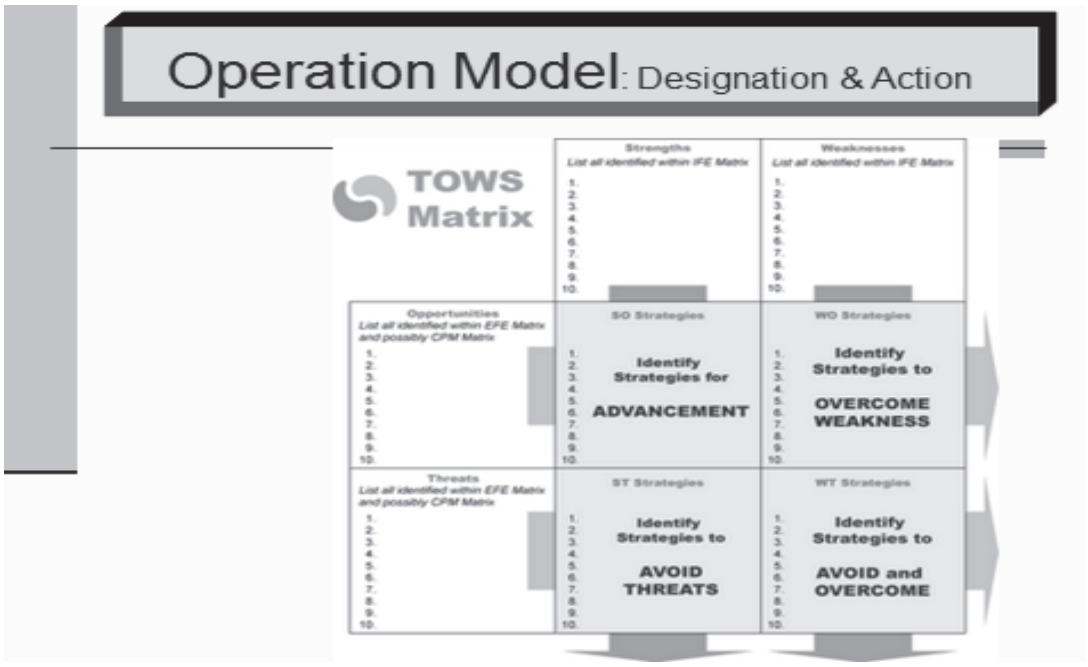
การกำหนดบทบาทในเชิงยุทธศาสตร์ของท่าเรือสงขลา 2

ในการกำหนดบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ของท่าเรือสงขลา 2 นี้ ผู้เขียนได้มีการกำหนด **"เป้าหมายที่จะทำให้ท่าเรือสงขลา 2 เป็นท่าเรือที่สามารถเอาชนะท่าเรือปีนังได้"** ซึ่งจากการประมวลข้อมูลภาพรวมที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดอย่างถี่ถ้วนหรือรอบคอบแล้ว ผู้เขียนได้มีการประเมินแล้วว่าเป็นเป้าหมายที่มีความเป็นไปได้และมิใช่เป็นเป้าหมายที่ไกลเกินความฝันแต่อย่างใด โดยเป้าหมายดังกล่าวนี้จะสามารถบรรลุได้ถ้าหากมีการดำเนินมาตรการทางยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 81 12/23/15 3:10 PM

แนวคิดในการวิเคราะห์เพื่อการเสนอแนะมาตรการ

ในการเสนอแนะมาตรการทางยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนี้ ผู้เขียนได้มีการใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SWOT Analysis ในการนำข้อมูลต่างๆ ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นมาแยกแยะเป็นจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ของท่าเรือสงขลา 2 เมื่อเปรียบเทียบกับท่าเรือปีนัง และค้นหาโอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ของการประกอบกิจการท่าเรือในภูมิภาคอาเซียนนี้ หลังจากนั้นผู้เขียนก็จะนำข้อมูลทั้ง 4 ด้านนี้มาเข้าคู่เพื่อหามาตรการที่จะสามารถทำให้บรรลุเป้าหมาย โดยผ่านกระบวนการแนวคิดทางยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า TOWS Matrix ดังปรากฏตามรูปข้างล่างนี้



ที่มา : The TOWS matrix- A tool for situational analysis, Heinz Weihrich, Long Range Planning, Vol. 15, Issue 2, April 1982, pp. 54-66 และ http://www.strategy-keys.com/strategic-planning-tools-amazon-use-of-swot-tows.html สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2556

แนววิเคราะห์เพื่อคิดมาตรการทางยุทธศาสตร์นี้เป็นแนวคิดที่มีการนำเอาประเด็นที่เป็นปัจจัยภายใน อันได้แก่ จุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) มาจับคู่เพื่อวิเคราะห์กับประเด็นที่เป็นปัจจัยภายนอก อันได้แก่ โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) เพื่อสร้างมาตรการทางยุทธศาสตร์ในการผลักดันโครงการท่าเรือสงขลา 2 ให้บรรลุเป้าหมายใน 4 ลักษณะคือ

1. มาตรการเชิงรุกเพื่อขยายกิจการ โดยมีการนำประเด็นต่างๆ ที่เป็นจุดแข็งมาพิจารณาร่วมกับประเด็นต่างๆ ที่เป็นโอกาส หรือเรียกได้ว่าเป็นมาตรการเอาจุดแข็งไปฉกฉวยโอกาส หรือ Strategies for Advancement

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 82 12/23/15 3:10 PM

2. มาตรการเชิงรุกเพื่อป้องกัน โดยมีการนำประเด็นต่างๆ ที่เป็นจุดแข็งมาพิจารณาร่วมกับประเด็นต่างๆ ที่เป็นอุปสรรค หรือเรียกได้ว่าเป็นมาตรการเอาจุดแข็งไปหลีกเลี่ยงอุปสรรค หรือ Strategies to Avoid Threats

3. มาตรการเชิงรับเพื่อเยียวยาจุดอ่อน โดยมีการนำประเด็นต่างๆ ที่เป็นจุดอ่อนมาพิจารณาร่วมกับประเด็นต่างๆ ที่เป็นโอกาส หรือเรียกได้ว่าเป็นมาตรการเอาโอกาสไปเยียวยาจุดอ่อน หรือ Strategies to Overcome Weakness

4. มาตรการเชิงหลบหลีก โดยมีการนำประเด็นต่างๆ ที่เป็นจุดอ่อนมาพิจารณาร่วมกับประเด็นต่างๆ ที่เป็นอุปสรรค หรือเรียกได้ว่าเป็นมาตรการหลบหลีกไม่ให้อุปสรรคมากระทบจุดอ่อน หรือ Strategies to Avoid and Overcome

ผลลัพธ์ของมาตรการจากการวิเคราะห์

จากการประมวลข้อมูลต่างๆ ข้างต้น ผู้เขียนสามารถที่จะกรองประเด็นต่างๆ ที่เป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของท่าเรือสงขลา 2 โดยเปรียบเทียบกับท่าเรือปีนังในแต่ละส่วนของข้อมูล ดังนี้คือ

สถานการณ์การค้าในภาคใต้[1]

จุดแข็ง คือ ภาคใต้เป็นแหล่งที่มีความได้เปรียบสำหรับอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน และกุ้งขาว โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้ยังมีอนาคตที่สดใสและเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศทางแถบตะวันออกเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะประเทศจีน

จุดอ่อน คือ ธุรกิจอุตสาหกรรมของภาคใต้มีขนาดเล็ก ประชากรมีน้อย ฉะนั้นการนำเข้าจึงน้อย

สถานการณ์การขนส่งในภาคใต้[2]

จุดแข็ง คือ สถานที่ใกล้กับแหล่งผลิตสินค้าในภาคใต้ และในประเทศกัมพูชาและเวียดนามมากกว่า

จุดอ่อน คือ 1. ค่าระวางทางเรือด้านส่งออกแพงกว่าเพราะมีตู้เปล่าน้อยกว่าจนต้องมีการนำเข้าตู้เปล่ามาบรรจุสินค้าส่งออก 2. ค่าขนส่งทางบกจากแหล่งผลิตในภาคใต้มายังท่าเรือสงขลาแพงกว่า 3. มีเนื้อที่รองรับสินค้าที่น้อยกว่า 4. ระบบการจัดการที่ท่าเรือยังไม่ดีพอ 5. มีจำนวนเรือหมุนเวียนน้อยกว่าและเรือที่มาใช้บริการมีขนาดเล็กกว่าเนื่องจากไม่ได้อยู่บนเส้นทางการเดินเรือหลัก 6. ร่องน้ำของท่าเรือสงขลาในปัจจุบันมีปัญหาไม่อาจรองรับเรือขนาดใหญ่ได้ 7. คุณภาพการให้บริการพิธีการทางศุลกากรมีประสิทธิภาพน้อยกว่าและขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานอื่นจนทำให้เกิดความซ้ำซ้อนหลายขั้นตอนและมีแบบฟอร์มมาก

[1] เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ท่าเรือของภาคใต้ ซึ่งสถานการณ์การค้าในภาคใต้ถือเป็นปัจจัยภายใน ดังนั้นจึงมีแค่จุดแข็งและจุดอ่อนเท่านั้น

[2] เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ท่าเรือของภาคใต้ ซึ่งสถานการณ์การค้าในภาคใต้ถือเป็นปัจจัยภายใน ดังนั้นจึงมีแค่จุดแข็งและจุดอ่อนเท่านั้น

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 83 12/23/15 3:10 PM

สถานการณ์ภายใต้นโยบาย AEC

จุดแข็ง คือ 1. มีภูมิศาสตร์ที่ตั้งที่ดีกว่าเพราะอยู่กึ่งกลางและอยู่ใกล้กลุ่ม BIMSTEC ซึ่งรวมประเทศอินเดีย และ GMS ซึ่งรวมประเทศจีน โดยทั้งประเทศจีนและประเทศอินเดียเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ โดยถ้าได้มีการนำมารวมกันก็จะมีขนาดที่ใหญ่ที่สุดของโลก 2. มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า 3. มีบรรยากาศของการลงทุนที่ดีกว่า

จุดอ่อน คือ 1. คุณภาพของแรงงานด้อยกว่า โดยเฉพาะทางด้านภาษา 2. การเมืองมีเสถียรภาพน้อยกว่า

โอกาส คือ 1. เกิดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค เนื่องจากต้นทุนการผลิตสินค้าต่ำลง เพราะการใช้ประโยชน์จากแรงงาน เทคโนโลยี และสถานที่ผลิตที่ได้เปรียบที่สุดในภูมิภาค อันได้แก่ การประสานเทคโนโลยีของประเทศไทยและมาเลเซียกับแรงงานและทรัพยากรในกลุ่มประเทศ GMS ได้ดีขึ้น 2. ในระยะเบื้องต้นก็จะทำให้ประเทศไทยและมาเลเซียผลิตสินค้าขายได้มากขึ้น

อุปสรรค คือ ในระยะยาวอาจเกิดการย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยและมาเลเซียไปยังกลุ่มประเทศ GMS

สถานการณ์แนวโน้มโครงสร้างการผลิตในอนาคตโดย Product Life Cycle

โอกาส คือ เกิดการขยายการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยและมาเลเซียมากขึ้นในระยะต้นของ AEC

อุปสรรค คือ เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศ GMS จนทำให้ประเทศไทยและมาเลเซียมีการนำเข้าแทน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทางทะเล

จุดแข็ง คือ ท่าเรือสงขลาอยู่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบังที่มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางทะเล หรือ HUB แทนประเทศสิงคโปร์ได้เพราะอยู่ใกล้ประเทศจีนและแหล่งผลิตสินค้าที่สำคัญๆ ในเอเชียมากกว่า

จุดอ่อน คือ 1. ท่าเรือสงขลา 1 มีปัญหาการบริหารงานที่ไม่ดีเพราะบริษัทเรือต้องนำเครนเข้าไปทำงานยกขนสินค้าของเรือเอง 2. ความสามารถในการแข่งขันของท่าเรือปีนังดีกว่าเพราะเป็นท่าเรือเพื่อรองรับการทิ้งตู้เปล่าจากตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ค่าระวางขนส่งตู้ถูกมาก

ทั้งนี้หากจะรวบรวม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่างๆ ข้างต้นที่กล่าวมาทั้งหมดก็สามารถรวบรวมได้ดังนี้

จุดแข็ง คือ

- ภาคใต้เป็นแหล่งที่มีความได้เปรียบสำหรับอุตสาหกรรมยางพารา ปาล์มน้ำมัน และกุ้งขาว โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้ยังเป็นที่ต้องการของต่างประเทศทางตะวันออกส่วนใหญ่โดยเฉพาะจีน --(S1)
- สถานที่ใกล้กับแหล่งผลิตสินค้าในภาคใต้ และในประเทศกัมพูชาและเวียดนามมากกว่า --(S2)
- มีภูมิศาสตร์ที่ตั้งที่ดีกว่าเพราะอยู่กึ่งกลางและอยู่ใกล้กลุ่ม BIMSTEC ซึ่งรวมประเทศอินเดีย และ GMS ซึ่งรวมประเทศจีน โดยทั้งประเทศจีนและอินเดียเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ โดยถ้าได้มีการนำมารวมกันก็จะมีขนาดที่ใหญ่ที่สุดของโลก --(S3)

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 84 12/23/15 3:10 PM

- มีค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า --(S4)
- มีบรรยากาศการลงทุนที่ดีกว่า --(S5)
- ท่าเรือสงขลาอยู่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบังที่มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางทะเล หรือ HUB แทนประเทศสิงคโปร์ได้เพราะอยู่ใกล้ประเทศจีนและแหล่งผลิตสินค้าที่สำคัญๆ ในเอเชียมากกว่า --(S6)

จุดอ่อน คือ

- ธุรกิจอุตสาหกรรมของภาคใต้มีขนาดเล็ก ประชากรมีน้อย ฉะนั้นการนำเข้าจึงน้อย --(W1)
- ค่าระวางทางเรือด้านส่งออกแพงกว่าเพราะมีตู้เปล่าน้อยกว่าจนต้องมีการนำเข้าตู้เปล่าเพื่อมาบรรจุสินค้าส่งออก --(W2)
- ค่าขนส่งทางบกจากแหล่งผลิตในภาคใต้มายังท่าเรือสงขลาแพงกว่า --(W3)
- มีเนื้อที่รองรับสินค้าที่น้อยกว่า --(W4)
- ระบบการจัดการที่ท่าเรือยังไม่มีประสิทธิภาพ --(W5)
- มีจำนวนเรือหมุนเวียนน้อยกว่าและเรือที่มาใช้บริการมีขนาดเล็กกว่า เนื่องจากไม่ได้อยู่บนเส้นทางการเดินเรือหลัก --(W6)
- ร่องน้ำของท่าเรือสงขลาในปัจจุบันมีปัญหาไม่อาจรองรับเรือขนาดใหญ่ได้ --(W7)
- คุณภาพการให้บริการพิธีการทางศุลกากรมีประสิทธิภาพน้อยกว่า และขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานอื่นจนทำให้เกิดความซ้ำซ้อนหลายขั้นตอนและมีแบบฟอร์มมาก --(W8)
- คุณภาพของแรงงานด้อยกว่า โดยเฉพาะทางด้านภาษา --(W9)
- การเมืองมีเสถียรภาพน้อยกว่า --(W10)
- ท่าเรือสงขลา 1 มีปัญหาการบริหารงานที่ไม่ดีเพราะบริษัทเรือต้องนำเครนเข้าไปทำงานยกขนสินค้าของเรือเอง --(W11)
- ความสามารถในการแข่งขันของท่าเรือปีนังดีกว่าเพราะเป็นท่าเรือเพื่อรองรับการทิ้งตู้เปล่าจากตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ค่าระวางขนส่งตู้ถูกมาก --(W12)

โอกาส คือ

- เกิดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค เนื่องจากต้นทุนการผลิตสินค้าต่ำลงเพราะการใช้ประโยชน์จากแรงงาน เทคโนโลยี และสถานที่ผลิตที่ได้เปรียบที่สุดในภูมิภาค อันได้แก่ การประสานเทคโนโลยีของประเทศไทยและมาเลเซีย กับแรงงานและทรัพยากรในกลุ่มประเทศ GMS ได้ดีขึ้น --(O1)
- ในระยะเริ่มต้นจะทำให้ประเทศไทยและมาเลเซียผลิตสินค้าขายได้มากขึ้น --(O2)
- เกิดการขยายการส่งออกสินค้าจากประเทศไทยและมาเลเซียมากขึ้นในระยะต้นของ AEC --(O3)

อุปสรรค คือ

- ในระยะยาวเกิดการย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยและมาเลเซียไปยังกลุ่มประเทศ GMS --(T1)
- เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังกลุ่มประเทศ GMS จนทำให้ประเทศไทยและมาเลเซียมีการนำเข้าแทน --(T2)

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 85 12/23/15 3:10 PM

ผลจากการวิเคราะห์โดยการใช้ S จับคู่กับ O

● ควรดำเนินมาตรการสร้างท่าเรือสงขลาเพิ่มเป็นแห่งที่ 2 โดยในระยะเบื้องต้นให้มีขนาดที่เพียงพอกับการแก้ปัญหาของผู้ใช้บริการท่าเรือสงขลา 1 โดยให้มีบริการที่สามารถสนับสนุนกิจกรรมขนถ่ายสินค้าเพื่อเพิ่มการจ้างงานภายในท้องถิ่น และสร้างท่าเรือปากบาราที่ตั้งอยู่ฝั่งเดียวกับท่าเรือปีนังเพื่อแข่งขันและแย่งสินค้าทางภาคใต้ที่ใช้ท่าเรือปีนังในการส่งออกสินค้าที่ผลิตในภาคใต้ (S1, S4, S5, O2, O3)

ผลจากการวิเคราะห์โดยการใช้ S จับคู่กับ T

● ควรดำเนินมาตรการในการพยายามดึงศักยภาพของท่าเรือแหลมฉบังที่อยู่ใกล้กลุ่ม GMS และจีนให้มาสนับสนุนท่าเรือสงขลา 2 ที่อาจสามารถเปิดประตูไปสู่ทางซีกโลกตะวันตกร่วมกับท่าเรือปากบาราที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศอินเดียเพื่อแข่งขันกับท่าเรือปีนัง (S1, S2, S3, S6, T1, T2)

ผลจากการวิเคราะห์โดยการใช้ W จับคู่กับ O

● ควรดำเนินมาตรการในการสร้างท่าเรือสงขลา 2 ที่มีการบริหารงานที่ดีและมีเครื่องมือขนถ่ายสินค้าเพื่อให้บริการได้อย่างครบครัน พร้อมทั้งมีการดำเนินมาตรการในการย้ายห่วงโซ่ของกระบวนการผลิตที่น่าจะผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าถ้าผลิตในกลุ่ม GMS เข้าไปตั้งโรงงานผลิตในกลุ่ม GMS เพื่อให้มีการเชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตในภาคใต้จนสามารถทำให้ท่าเรือสงขลา 2 มีการนำเข้าตู้สินค้าที่มีสินค้าทั้งเข้าและออกตลอดจนการหมุนเวียนของเรือก็จะมากขึ้น ส่งผลให้ค่าระวางเรือก็จะลดลง และกระบวนการนี้จะทำให้ปริมาณสินค้าที่ไหลเวียนระหว่างกลุ่ม GMS และท่าเรือสงขลา 2 มีมากขึ้น และส่งผลให้ภาคการผลิต ตลอดจนการขนส่งสินค้าในบริเวณภาคใต้มีมากขึ้น ซึ่งก็จะเป็นแรงขับเคลื่อนให้ค่าขนส่งภายในประเทศลดลง และพิธีการศุลกากรตลอดจนขั้นตอนในการนำเข้าส่งออกก็จะต้องมีการพัฒนาเร่งรัดขึ้นตามมาโดยอัตโนมัติ (W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7, W8, W11, W12, O1, O2, O3)

ผลจากการวิเคราะห์โดยการใช้ W จับคู่กับ T

● ควรดำเนินมาตรการในการสร้างท่าเรือสงขลา 2 และท่าเรือปากบาราที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีและมีการบริหารงานเพื่อให้บริการที่ดีทดแทนท่าเรือสงขลา 1 และดำเนินการสร้างให้ท่าเรือทั้งสองเป็นประตูนำเข้าสินค้าจากกลุ่มประเทศ GMS และส่งออกไปยังต่างประเทศ ตลอดจนเป็นประตูเชื่อมให้กับการส่งออกและนำเข้าสินค้าระหว่างกลุ่มประเทศ GMS กับซีกโลกด้านตะวันตก เช่น กลุ่มประเทศ BIMSTEC กลุ่มประเทศตะวันออกกลางและกลุ่มประเทศยุโรป ส่วนความยุ่งยากซับซ้อนในด้านพิธีการศุลกากรและกระบวนการส่งออกและนำเข้า รวมทั้งการส่งสินค้าผ่านแดนก็น่าจะหมดสิ้นไปเอง หลังปี พ.ศ. 2558 เมื่อนโยบาย AEC มีการบังคับใช้อย่างเต็มรูปแบบ (W2, W3, W4, W5, W6, W7, W8, W11, W12, T1, T2)

สรุปผลของการเสนอแนะบทบาทของท่าเรือสงขลา 2

จากข้อมูลการวิเคราะห์ข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า รัฐบาลไทยควรดำเนินมาตรการในการสร้างท่าเรือสงขลา 2 โดยระยะแรกควรวางตำแหน่งการให้บริการของท่าเรือสงขลา 2 เป็นเพียงแค่ประตูที่รองรับสำหรับสินค้าทางภาคใต้ที่มีการใช้บริการท่าเรือสงขลา 1 ด้วยความไม่สะดวก และมีการสร้างท่าเรือปากบาราที่ฝั่งเดียวกับท่าเรือปีนังเพื่อแข่งขันกับท่าเรือปีนังโดยตรง และเพื่อสนับสนุนท่าเรือแหลมฉบังในเส้นทางส่งสินค้าไปทางฝั่งตะวันตก โดยในระยะยาวมีแผนที่จะพัฒนาทั้งท่าเรือสงขลา 2 และท่าเรือปากบาราให้เป็นประตูคู่

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 86 12/23/15 3:10 PM

ในการขนส่งสินค้าระหว่างกลุ่มประเทศในกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงหรือ Greater Mekong Subregion (GMS) กับซีกโลกด้านตะวันตก และเป็นประตูเดี่ยวสำหรับการส่งออกและนำเข้าของภาคใต้และของประเทศไทยทั้งฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตกตามลำดับ จนสามารถเอาชนะท่าเรือปีนังได้ในที่สุด

และเมื่อผู้เขียนได้นำแนวคิดนี้ไปผนวกกับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการที่ได้ทำการสัมภาษณ์ข้างต้น ผู้เขียนสามารถกลั่นกรองออกมาเป็นบทสรุปที่เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากข้อเสนอบทบาทของท่าเรือสงขลา 2 และท่าเรือปากบาราในการแข่งขันกับท่าเรือปีนังได้ว่า

1. บทบาทข้างต้นนี้ไม่สามารถหลีกเลี่ยงจากปัญหาของการมีต้นทุนยกตู้ซ้ำซ้อนหรือ Double Handling และต้นทุนการขนส่งโดยรถไฟได้ ดังนั้นในการส่งเสริมบทบาทท่าเรือสงขลา 2 และท่าเรือปากบาราดังกล่าว จะต้องมีการควบคุมต้นทุนการยกขนตู้ที่ท่าเรือให้ต่ำกว่าที่ท่าเรือปีนัง และจะต้องมีต้นทุนขนตู้ด้วยรถไฟระหว่างท่าเรือสงขลา 2 และท่าเรือปากบาราที่ต่ำด้วย โดยอาจพิจารณาใช้ระบบลากตู้ที่เป็นหัวลากที่เป็นระบบ Truck Train หรือ Light Rail หรืออาจต้องมีการชดเชยกันระหว่างท่าเรือและรถไฟ ดังเช่นที่ได้มีการดำเนินการอยู่ระหว่างรถไฟของมาเลเซียและท่าเรือปีนังในปัจจุบัน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คุณสุเมธ ตันธุวนิตย์)

2. มีความเป็นไปได้สูงที่ท่าเรือปากบาราจะสามารถดักตู้เปล่าที่มีค่าระวางต่ำ สำหรับการส่งออกที่เป็นตู้เปล่าจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางให้มาขึ้นที่ท่าเรือปากบารา แทนการไปขึ้นที่ท่าเรือปีนัง ซึ่งก็จะทำให้ทางภาคใต้สามารถมีตู้เปล่ามาใช้บรรจุสินค้าเพื่อการส่งออกที่มีค่าระวางที่ต่ำแทนการส่งไปยังท่าเรือปีนัง (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คุณสุเมธ ตันธุวนิตย์)

3. รถไฟระบบ Light Rail หรือระบบ Truck Train ระหว่างท่าเรือปากบาราและท่าเรือสงขลา 2 เที่ยวไปและเที่ยวกลับน่าจะมีการใช้บริการอย่างสมดุลและมีความถี่พอสมควร ด้วยการประสานกันระหว่างการขนตู้เปล่าบางส่วนจากท่าเรือปากบารา มาบรรจุสินค้าส่งออกเพื่อมาใช้บริการที่ท่าเรือสงขลา 2 (เพราะตู้เปล่าบางส่วนก็อาจบรรจุสินค้าออกของไทยที่ดึงมาจากทางท่าเรือปีนังเพื่อส่งออกที่ท่าเรือปากบาราทันที) เพื่อส่งไปยังซีกโลกตะวันออก และการขนตู้สินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังโดยเรือชายฝั่ง (Coastal Shipping) ผ่านท่าเรือสงขลา 2 มายังท่าเรือปากบาราเพื่อส่งออกไปยังซีกโลกตะวันตก

ผู้เขียนเชื่อว่าโดยอาศัยศักยภาพของท่าเรือแหลมฉบัง ที่อยู่ใกล้ประเทศจีนตอนใต้ที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และมีปริมาณสินค้ามากพอ ประสานเข้ากับระบบการบริหารการขนส่งตู้สินค้าระหว่างท่าเรือทั้งสาม (ตามที่กล่าวมาข้างต้น) ผนวกกับค่าขนส่งตู้เปล่าที่ท่าเรือปากบาราที่ถูกมาก จะสามารถลดต้นทุนการขนส่งสินค้าผ่านเข้าออกท่าเรือทั้งสามของไทย ให้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าผ่านเข้าออกท่าเรือปีนังในปัจจุบันได้

สิ่งต่างๆ ที่กล่าวในข้างต้นนี้คือ ข้อเสนอในทางปฏิบัติสำหรับแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่าเรือเพื่อรักษาสถานภาพความสามารถในการแข่งขัน และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 87 12/23/15 3:10 PM

บรรณานุกรม

สุพจน์ ชววิวรรธน์. (2555). *นโยบายและการบริหารท่าเรือ: เพื่อการลดต้นทุนโลจีสติกส์.* กรุงเทพ: บริษัท เปเปอร์เมท (ประเทศไทย) จำกัด.

Rugman, Alan M. and Hodgetts, Richard M. (2006). *International Business: A Strategic Management Approach.* Financial Times/ Prentice Hall.

Association of Southeast Asian Nations. (2012). *ASEAN Economic Community Handbook for Business 2012.* ASEAN Publications.

Weihrich, Heinz. (1982). The TOWS matrix- A tool for situational analysis. *Long Range Planning, Vol. 15, Issue 2,* pp. 54-66.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2555). *รายงานเศรษฐกิจภาคใต้*. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2556, จาก http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/South/Pages/index.aspx

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2555). *รายงานเศรษฐกิจภาคใต้*. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2556, จาก http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/South/EconomicReport/Pages/EconomicStructure.aspx

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2555). *รายงานเศรษฐกิจภาคใต้*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2556, จาก http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/South/EconomicReport/EconomicReport/Pages/Econ%20Report.aspx

Willden, David. Strategic planning tools Amazon use of SWOT TOWS สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2556, จาก http://www.strategy-keys.com/strategic-planning-tools-amazon-use-of-swot-tows.html

นิลวรรณ ฟูเฟื่องสิน. (2554). 10 ปีข้างหน้าจีนยังคงเป็นผู้นำเข้ายางธรรมชาติรายใหญ่. ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้, 1-2.

สัมภาษณ์ คุณสุวัฒน์ อัศวทองกุล ประธานสมาคมเจ้าของและตัวแทนเรือกรุงเทพ คุณเหรียญ วรพิพัฒน์กำธร ผู้จัดการสมาคมเจ้าของและตัวแทนเรือกรุงเทพ และ คุณเตวิช นำศรีนิรันดร์ ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท อีสเทอน มารีไทม์ (ประเทศไทย) จำกัด วันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2556

สัมภาษณ์ คุณวัฒนา กิตติก้องนพกร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ พี แอล เอเจนซีส์ (ประเทศไทย) จำกัด และ คุณพรชัย ดวงแก้ววุฒิไกร ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายปฏิบัติการและเน็ทเวิร์ค บริษัท เอ พี แอล เอเจนซีส์ (ประเทศไทย) จำกัด วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2556

สัมภาษณ์ คุณสุเมธ ตันธุวนิตย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อาร์ ซี แอล จำกัด (มหาชน) วันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2556

p.64-88_□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 88 12/23/15 3:10 PM