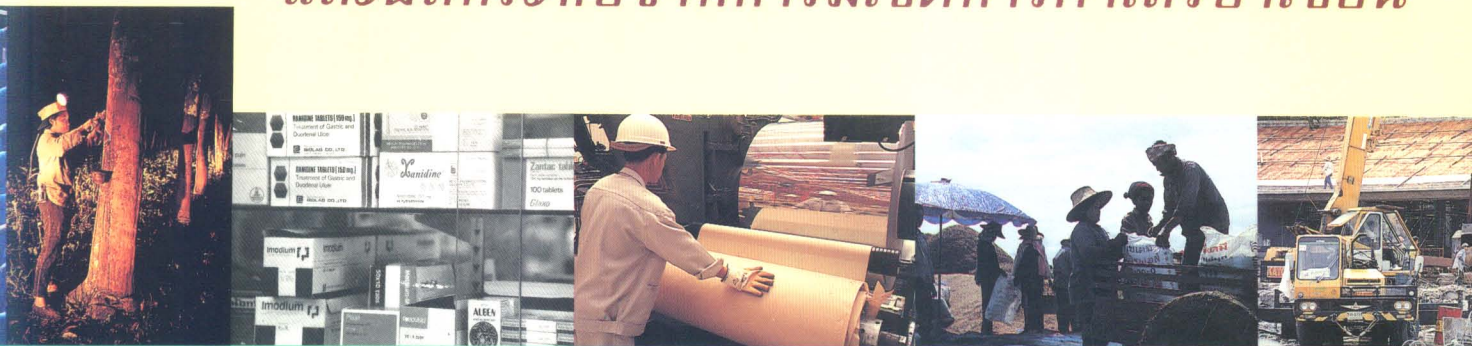


สู่ทางและโอกาสการส่งออก
และผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน



อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

ฝ่ายเศรษฐกิจรายสาขา
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

รายงานฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

คู่มือทางและโอกาสการส่งออก
และผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน
(สำหรับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา)

เสนอต่อ

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

โดย

รศ.จรินทร์ เจริญศรีวัฒนกุล

ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

พฤศจิกายน 2539

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	i - iii
ความนำ	
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ขอบเขตของการศึกษา	2
ข้อสมมุติฐานในการศึกษา	2
วิวัฒนาการของอุตสาหกรรม	3
ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต	
ประเภทของเฟอร์นิเจอร์	4
รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์	4
วัตถุดิบ	5
แรงงาน	11
การจัดการ	11
โครงสร้างต้นทุนการผลิต	12
โครงสร้างอุตสาหกรรม	
สภาพของผู้ผลิตไทย	23
วิธีการลดต้นทุนการผลิตของไทย	24
สภาพการผลิตของอินโดนีเซีย	25
สภาพการตลาด	
ตลาดภายในประเทศ	26
วิธีการตลาดภายในประเทศ	27
ตลาดต่างประเทศ	27
วิธีการตลาดต่างประเทศ	34
วิธีการหาตลาดต่างประเทศของบริษัทร่วมทุน	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลกระทบจาก เขตการค้าเสรีอาเซียน	
สภาพการค้าในกลุ่มประเทศอาเซียน	36
ผลจากการลดภาษีนำเข้า	38
สภาพการแข่งขัน	
สภาพการแข่งขันภายในประเทศ	42
สภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ	42
อุปสรรคของการแข่งขัน	43
นโยบายรัฐ	
นโยบายของรัฐที่มีผลด้านบวก	47
นโยบายของรัฐที่มีผลทางด้านลบ	49
แนวโน้มและความสามารถในการแข่งขัน	
แนวโน้มของตลาดภายในประเทศ	49
แนวโน้มของตลาดต่างประเทศ	49
ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน	50
ความสามารถในการแข่งขัน	52
สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	56
แนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรม	57
ข้อเสนอแนะ	57
ภาคผนวกที่ 1	
ตารางที่ 11 วิธีการคำนวณค่า Effective Rate of Protection	
และ Hurdle Rate of Return ของเก้าอี้ไม้	60
ภาคผนวกที่ 2	
เทคนิคและกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	66
บรรณานุกรม	69

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 พื้นที่เพาะปลูกยางพาราปี 2530/31-2533/34	6
2 พื้นที่สวนยางพาราตัดโค่นที่ได้รับเงินสงเคราะห์ จากกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางระหว่างปี 2525-2535	7
3 จำนวนและเนื้อที่สวนยางที่โค่นระหว่างเดือน มกราคม-สิงหาคม 2535 ที่เจ้าของสวนจำหน่ายไม้ยางพาราขึ้นรายงานต่อกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง	9
4 ราคาไม้ยางพาราที่เจ้าของสวนจำหน่ายได้ ระหว่างเดือน มกราคม-สิงหาคม 2535	10
5 ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน	13
6 มูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยจำแนกเป็นรายประเทศ	28
7 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยจำแนกเป็นรายประเทศ	30
8 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทของสิงคโปร์	38
9 เปรียบเทียบแผนการลดภาษีตามข้อตกลง AFTA ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้	40
10 ค่า Effectove Rate of Protection และ Hurdle Rate of Return ของเก้าอี้ไม้	53

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 วิธีการตลาดภายในประเทศของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราภายในประเทศ	27
2 วิธีการตลาดต่างประเทศของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	34
3 กรรมวิธีการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	68

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา*

ในอดีตประเทศไทยมีทรัพยากรป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ค่าจ้างแรงงานต่ำและแรงงานมีทักษะสูง ส่งผลให้ไทยมีความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนเพื่อแข่งขันในตลาดโลกสูง โดยเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ชนิดถอดประกอบได้ (Knock-Down Furniture) และร้อยละ 80 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนที่ส่งออกเป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มประชาคมยุโรป แคนาดา และออสเตรเลีย เนื่องจากรัฐบาลไทยได้ออกพระราชกำหนดปิดป่าสัมปทานทั่วประเทศเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2532 ส่งผลให้ขาดแคลนไม้เนื้อแข็งสำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ แต่ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพารามากเป็นอันดับสองของโลกรองลงมาจากอินโดนีเซีย จึงต้องหันมานำไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้เนื้ออ่อนไปผ่านกระบวนการรักษาเนื้อไม้ เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตขึ้นได้รับความนิยมจากตลาดต่างประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะไม้ยางพารามีสีขาวนวล เนื้อไม้มีลวดลายสวยงาม สามารถปรับสีไม้ได้ตามความต้องการ และยังมีราคาถูกกว่าไม้เนื้อแข็งหลายเท่าตัว จึงมีปริมาณการส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนทั้งหมด

เมื่อพิจารณาการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนแล้ว พบว่ามีสัดส่วนที่ต่ำมาก คือต่ำกว่าร้อยละ 2 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนระหว่างปี 2531-2536 และสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกดังกล่าวได้ลดลงมาโดยตลอด ทั้งนี้เพราะประเทศในภูมิภาคนี้ต่างมีวัตถุดิบไม้อยู่ภายในประเทศ และมีความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม่แตกต่างกันมากนัก

ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่จำหน่ายภายในประเทศซึ่งมีประมาณร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิตส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดเล็กๆ น้อยๆ สาเหตุที่จำหน่ายภายในประเทศเป็นส่วนต่ำก็เพราะผู้บริโภคภายในประเทศมีความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งมากกว่า และมักไม่ค่อยเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่เดิม อันเป็นพฤติกรรมที่ตรงกันข้ามกับชาวยุโรปและชาวอเมริกันที่นิยมเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ใหม่หลังจากได้ใช้งานไปสัก 2-3 ปี นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีอำนาจซื้อต่ำ จึงมักซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดเล็กๆ น้อยๆ ซึ่งราคาจะต่ำกว่าเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพอยู่มาก

ส่วนทางด้านการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนนั้น ระหว่างปี 2531-2536 มีมูลค่าการนำเข้าในแต่ละปีต่ำกว่า 125 ล้านบาท เป็นการนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนต่ำกว่าร้อยละ 15 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด ซึ่งจากการสอบถามผู้ประกอบการทราบว่าในปัจจุบันไม่มีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วน แต่ตัวเลขการนำเข้าที่ปรากฏในสถิติของกรมศุลกากรเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนนั้น เป็นการนำเข้า

* โดย ร.ศ.จรินทร์ เจริญศรีวัฒนกุล

เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนประเภทไม้เนื้อแข็ง โดยสถิติของกรมศุลกากรดังกล่าวไม่ได้จำแนกรายการตามประเภทของไม้

เมื่อลดภาษีนำเข้าตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) แล้ว คาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อวัตถุดิบคือ ไม้ยางพาราแปรรูป ทั้งนี้เพราะไทยมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพารามากเป็นอันดับสองของโลก และมีความสามารถในการอัดน้ำยาเพื่อรักษาเนื้อไม้เช่นเดียวกับประเทศต่างๆ แต่การลดภาษีนำเข้าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตวัสดุที่ใช้ประกอบ เช่น ผ้า โฟม เป็นต้น ซึ่งจะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์นำเข้า ส่วนทางด้านตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยได้เข้าสู่จุดอิ่มตัว กอปรกับผู้ผลิตของไทยมีความสามารถในการผลิตดีกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย จึงคาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบจากเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากประเทศกลุ่มอาเซียนส่งเข้ามาตีตลาด ในขณะเดียวกัน การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนด้วยกันคาดว่าจะไม่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคในประเทศกลุ่มอาเซียนนิยมใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เนื้อแข็งมากกว่า ซึ่งประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้มีไม้เนื้อแข็งอยู่เป็นจำนวนมาก

ทางด้านข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบในการแข่งขันเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งโดยเฉพาะประเทศกลุ่มอาเซียน ปรากฏว่าข้อได้เปรียบของไทยได้แก่ (1) ไทยได้เปรียบอินโดนีเซียทางด้านคุณภาพและรูปแบบ และยังมีความได้เปรียบทางด้านบุคลากรที่มีความชำนาญกว่า ส่วนมาเลเซียสามารถผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับไทยมาก โดยตามหลังไทยอยู่ไม่เกิน 5 ปี (2) สีของเนื้อไม้ยางพาราของมาเลเซียและอินโดนีเซียมีสีขาวอมดำ ไม่เหมาะกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทสีธรรมชาติ ในขณะที่เนื้อไม้ยางพาราที่ปลูกทางภาคตะวันออกของไทยมีสีขาวอมเหลือง เมื่อผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ประเภทสีธรรมชาติแล้วมีสีสันสวยงามเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก (3) สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญมีความเชื่อถือในคุณภาพและระยะเวลาการส่งมอบของไทยมากกว่าอินโดนีเซีย (4) ทั้งอินโดนีเซียและมาเลเซียมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นจำนวนมาก ซึ่งต้องประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่โรงงานวันละ 3 ครั้ง ส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตลดลง (5) กล้องที่ใช้บรรจุเฟอร์นิเจอร์ประเภท Knock-Down ของไทยแลดูสวยงามกว่าและมีค่ากล้องถูกกว่าประเทศคู่แข่ง ส่วนข้อเสียเปรียบของไทยได้แก่ (1) ได้หันมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าไทย จึงทำให้การผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทยได้หันสามารถลดการสูญเสียวัตถุดิบ จนมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยถูกกว่าไทย (2) อินโดนีเซียมีต้นยางพาราพันธุ์เก่า ซึ่งมีลำต้นใหญ่อยู่เป็นจำนวนมาก แต่นำมาใช้ประโยชน์น้อย จึงมีต้นทุนวัตถุดิบไม้ถูกกว่าไทย (3) มาเลเซียได้ปลูกสวนยางพาราในรูปบริษัทโดยใช้หลักวิชาการบังคับให้ลำต้นมีขนาดใหญ่ไม่แตกกิ่งก้านสาขา จึงมีต้นไม้ขนาดเล็กเหมาะสำหรับนำมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ และยังมีคุณภาพของเนื้อไม้ดีอีกด้วย (4) ไทยมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซีย เพราะมีต้นทุนทางด้านไม้ยางพาราและค่าขนส่งภายในประเทศสูง จึงทำให้ราคาจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยสูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซียประมาณร้อยละ 20 (5) ค่าระวางเรือจากไทยไปยังญี่ปุ่นสูงกว่าค่าระวางเรือจากอินโดนีเซียและมาเลเซียไปยังญี่ปุ่น และไทยยังมีค่าสิทธิหน้าท่าและค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูงกว่าด้วย (6) เนื่องจากสิงคโปร์ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการค้าตั้งอยู่ใกล้กับมาเลเซีย จึงทำให้สิงคโปร์นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจากมาเลเซียแล้วส่งออกไปยังตลาดผู้ซื้อ (Re-Export)

อันมีผลต่อการเพิ่มปริมาณการส่งออกของมาเลเซีย (7) ปริมาณไม้ยางพาราของไทยได้ลดน้อยลงตามลำดับส่งผลให้การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราลดลงตาม บริษัทตัวแทน (Trading Company) ของต่างประเทศจึงเริ่มหันไปสั่งซื้อจากประเทศอื่น ทำให้ไทยต้องสูญเสียลูกค้าเหล่านี้ไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขันด้วย Effective Rate of Protection (ERP) และ Hurdle Rate of Return ของเก้าอี้ที่ผลิตจากไม้ยางพาราแล้ว ผลจากการศึกษาพบว่า การลดภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามข้อตกลงฯ โดยไม่ลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศนอกกลุ่มอาเซียน จะทำให้อุตสาหกรรมนี้ถูกลงโทษ แต่ถ้าลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศนอกกลุ่มอาเซียนลงพร้อมๆ กับการลดภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้แล้ว ก็จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้น

แม้ว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนจะไม่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศในภูมิภาคนี้ก็ตาม แต่เนื่องจากไม้ยางพาราของไทยมีปริมาณลดน้อยลงตามลำดับ และราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอันส่งผลกระทบต่อการผลิตและการแข่งขัน ดังนั้น จึงควรพัฒนาไปสู่การผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทที่ใช้ไม้เนื้อแข็ง เช่น เฟอร์นิเจอร์ประเภท Particle Board และ MDF Board เป็นต้น ในขณะเดียวกันก็ควรดำเนินการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการแข่งขันโดย (1) กองทุนส่งเสริมการทำสวนยางควรขยายระยะเวลาเสร็จสิ้นของการตัดโค่นต้นยางพาราให้ยาวนานกว่าที่กำหนดไว้ในปัจจุบัน (2) ควรประชาสัมพันธ์ให้ตลาดต่างประเทศทราบว่าไม้ยางพาราได้จากการปลูกต้นยางพาราเพื่อกรีดน้ำยาง และจะตัดโค่นต้นยางพาราหลังจากหมดน้ำยางแล้ว ซึ่งไม่กระทบต่อการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อันจะเป็นหนทางหนึ่งของการขยายตลาดให้กว้างขึ้น (3) เร่งการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรสาขาเคหะภัณฑ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (4) ควรหันไปผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพสูง และควรสร้าง International Design เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ป้อนตลาดใหม่ๆ (5) ควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ และลดค่าระวางเรือลง

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ศึกษาเฉพาะกรณีเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา)

ความนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทยได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีผู้ผลิตขนาดเล็กมากกว่า 1,000 แห่ง ผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ผลิตเพื่อการส่งออกอีกหลายสิบแห่ง ทำการผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อป้อนตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตเพื่อการส่งออกผลิตจากวัสดุหลายชนิด เช่น หนังสัตว์ โลหะ เหล็ก อลูมิเนียม หวาย พลาสติก และไม้ เป็นต้น โดยเฟอร์นิเจอร์ไม้มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60 ของมูลค่าเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งออกทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากในอดีตประเทศไทยมีทรัพยากรป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ค่าจ้างแรงงานต่ำและมีทักษะสูงส่งผลให้ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูง แม้ในปัจจุบันจะขาดแคลนไม้เนื้อแข็ง และรัฐบาลได้ประกาศปิดป่าตั้งแต่ต้นปี 2532 เป็นต้นมา แต่ก็สามารถนำเข้าไม้เนื้อแข็งจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เขมร พม่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีพื้นที่ปลูกต้นยางพารามากเป็นอันดับสองของโลก รองลงมาจากอินโดนีเซีย เมื่อนำไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้เนื้ออ่อนที่ขาดความแข็งแรง และเกิดเชื้อราหรือมอดเข้าทำลายเนื้อไม้ให้ผุเปื่อยหลังจากตัดโค่นไม่นานมาผ่านกระบวนการรักษาเนื้อไม้ด้วยการแช่น้ำยาหรืออัดน้ำยาในเนื้อไม้ด้วยวิธีสุญญากาศ แล้วนำไปอบให้แห้งจะทำให้ไม้ยางพาราเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจากเป็นไม้ที่มีสีขาวนวลและเนื้อไม้มีลวดลายสวยงาม ทั้งยังสามารถปรับสีได้ตามที่ต้องการ นอกจากนี้ ไม้ยางพารายังมีราคาถูกกว่าไม้เนื้อแข็งหลายเท่าตัว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศอย่างมาก จึงมีปริมาณการส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมด โดยร้อยละ 80 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกจะส่งไปจำหน่ายยังสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น กลุ่มประชาคมยุโรป แคนาดาและออสเตรเลีย

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ฝีมือแรงงานมาก เงินลงทุนไม่สูงนัก และวัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบภายในประเทศ ทั้งยังมีความสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่องอีกหลายอุตสาหกรรม เช่น โรงงานแปรรูปไม้ โรงงานผลิตกาว เล็คเกอร์ ทินเนอร์ สีพ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนยังได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ มูลค่าการส่งออกในปี 2531 เท่ากับ 3,985.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 9,204.68 ล้านบาทในปี 2536 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 19.19 ต่อปี แต่เป็นการส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนมีเพียงประมาณร้อยละ 1 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่วนมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนได้เพิ่มขึ้นจาก 12.87 ล้านบาทในปี 2531 เป็น

122.09 ล้านบาทในปี 2536 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 81.00 ต่อปี แม้ว่ามูลค่าการนำเข้าดังกล่าวเป็นการนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนในแต่ละปีเป็นสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 15 ก็ตาม แต่ก็น่าพิจารณากันว่า การลดภาษีนำเข้าตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) จะส่งผลให้สภาพการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนภายในกลุ่มอาเซียนแปรเปลี่ยนไปอย่างไร โดยเฉพาะตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายในประเทศจะถูกห่มตลาดหรือไม่ ทั้งนี้เพราะก่อนข้อตกลง AFTA จะมีผลบังคับใช้ รัฐบาลได้จัดเก็บภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศกลุ่มอาเซียนร้อยละ 30 และ 45 แล้วแต่ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ อันเป็นอัตราภาษีที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น หากปราศจากการคุ้มครองจากรัฐบาลแล้ว อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยยังจะสามารถอยู่รอดต่อไปได้อีกหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในเรื่องนี้ได้แก่

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนว่า จะทำให้สภาพการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้นหรือไม่ และเหตุใดการค้าในช่วงที่ผ่านมาจึงมีน้อยมาก
2. เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างของอุตสาหกรรมว่ามีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกมากน้อยเพียงใด และปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน
3. เพื่อศึกษานโยบายของรัฐที่ส่งผลทั้งทางด้านบวกและด้านลบต่ออุตสาหกรรมนี้
4. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวในอนาคตของอุตสาหกรรมนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษานี้ จะเน้นการศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ซึ่งส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการผลิต และมีมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทั้งหมด

ข้อสมมุติฐานในการศึกษา

1. ความสามารถในการหาตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการแข่งขัน
2. นโยบายส่งเสริมการส่งออกไม่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

วิวัฒนาการของอุตสาหกรรม

ไม้ยางพาราเป็นผลพลอยได้จากการผลิตยางธรรมชาติ กล่าวคือ เมื่อต้นยางอายุได้ประมาณ 5-6 ปี ชาวสวนยางจะกรีดน้ำยางมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางประเภทต่างๆ หลังจากที่ยกรีดน้ำยางจนต้นยางมีอายุประมาณ 25-30 ปีแล้ว ปริมาณน้ำยางจะลดลงจนไม่คุ้มที่จะกรีดน้ำยางต่อไปอีก ก็จะถูกตัดโค่นเพื่อปลูกต้นยางพาราใหม่ทดแทน ในอดีตไม่สามารถนำต้นยางพาราที่ตัดโค่นนี้มาใช้ในการก่อสร้างหรือผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้ เนื่องจากเป็นไม้เนื้ออ่อนและเกิดราหรือมอดเข้าทำลายเนื้อไม้ได้ง่าย จึงนำไปใช้เป็นฟืน เผาถ่าน หรือทำลายด้วยการเผาทิ้ง จนกระทั่งประมาณปี 2510 นายอิทธิโร โมริ ชาวญี่ปุ่นได้เดินทางมาค้าขายในประเทศไทยและมีโอกาสไปท่องเที่ยวทางภาคใต้ ได้พบว่าไม้ยางพาราซึ่งมีเป็นจำนวนมากถูกโค่นทิ้งโดยเปล่าประโยชน์ น่าจะนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ได้ จึงเริ่มศึกษาค้นคว้าและทดลองหลังจากเดินทางกลับประเทศญี่ปุ่น แล้วกลับมาตั้งโรงงานแห่งแรกที่จังหวัดระยองชื่อ บริษัท นิกก้าวูด จำกัด ด้วยการเริ่มนำไม้ยางพารามาผลิตเป็นหลอดด้ายและชิ้นส่วนอื่นๆ ในระยะแรกต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับเนื้อไม้เป็นอย่างมาก แต่ก็ได้ค้นคว้าทดลองด้วยการสนับสนุนทั้งด้านการเงินและผู้เชี่ยวชาญจากองค์การรัฐบาลญี่ปุ่น จนประสบความสำเร็จในการถนอมรักษาเนื้อไม้ จึงเริ่มขยายงานไปสู่การผลิตชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ ในที่สุดจัดตั้งเป็นเครือพาราวู้ดขึ้นในปี 2525¹ และผู้ผลิตรายอื่นๆ ก็ได้เข้ามาลงทุนประกอบการ จนในปัจจุบันมีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนไม้ยางพารามากกว่า 200 แห่ง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากไม้ยางพารามีปริมาณลดลง และราคาได้ถีบตัวสูงขึ้นตามลำดับ อันเนื่องมาจากการเพาะปลูกต้นยางพาราต้องใช้เวลา 5-6 ปีจึงจะสามารถกรีดน้ำยางได้ จึงทำให้ชาวสวนยางหันไปเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นที่ให้ผลตอบแทนรวดเร็วกว่า หรือไม่ก็ขายที่ดินเพื่อนำเงินไปลงทุนทางด้านอื่น นอกจากนี้ การที่รัฐบาลส่งเสริมให้ชาวสวนยางเพาะปลูกต้นยางพาราพันธุ์ใหม่ให้น้ำยางมากขึ้นกว่าเดิม แต่ลำต้นยางพาราพันธุ์ใหม่นี้มีขนาดเล็ก ไม่เหมาะที่จะนำมาผลิตเฟอร์นิเจอร์บางประเภท ดังนั้น ผู้ผลิตจึงได้วิวัฒนาการไปสู่การผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภท Particle Board และ Medium Density Fibre Board (MDF) ซึ่งสามารถใช้ต้นยางพาราที่มีขนาดเล็กและเศษไม้หรือปลายไม้ยางพาราไปสับเป็นชิ้นเล็กๆ (Wood Chip) เพื่อผลิตเป็นแผ่นไม้ Particle Board หรือ MDF Board ทั้งยังเป็นแผ่นไม้ที่ใช้ปริมาณเนื้อไม้ยางพาราน้อยลงอีกด้วย

¹ ทนงศักดิ์ นุตานุวัตร, 'อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ยางพารา' วารสารยางพารา ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 (มีนาคม, 2525), หน้า 147-148.

ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต

ประเภทของเฟอร์นิเจอร์

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. เฟอร์นิเจอร์ชนิดที่ถอดไม่ได้ (Stable or Finished Furniture) เป็นเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศ
2. เฟอร์นิเจอร์ชนิดถอดประกอบได้ (Knock-Down Furniture) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดชิ้นส่วนต่างๆออกมาได้ และประกอบเข้าด้วยกันใหม่ก็ได้ ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการส่งออก ทั้งนี้เพื่อประหยัดเนื้อที่และต้นทุนการขนส่ง

เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ เติง ชั้นวางของ ชุดสนาม โต๊ะวางเครื่องคอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น โดยเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งออกมาที่สุดได้แก่ โต๊ะอาหาร ส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าต่างประเทศ มีรูปแบบ ขนาดและสีแตกต่างกันตามรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละตลาด เช่นเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดระดับบนของญี่ปุ่นจะต้องคัดเลือกเนื้อไม้ เพราะชาวญี่ปุ่นมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อ ส่วนตลาดสหรัฐอเมริกาจะคำนึงถึงการใช้งานเป็นหลัก หรือในกรณีของเก้าอี้หนัง ตลาดสหรัฐอเมริกาต้องการเก้าอี้ที่มีความสูง 45 ซม. (ขนาดความสูงเท่ากับความต้องการของตลาดภายในประเทศไทย) ในขณะที่ญี่ปุ่นต้องการความสูงเพียง 40 ซม. เป็นต้น

รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตขึ้น เพื่อส่งจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศเป็นเฟอร์นิเจอร์ชนิดถอดประกอบได้ (Knock-Down Furniture) ทั้งสิ้น เนื่องจากสามารถผลิตได้เป็นปริมาณมาก และช่วยประหยัดค่าขนส่ง โดยรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1. ผลิตตามรูปแบบของผู้ผลิตเอง
2. นำรูปแบบตามแคตตาล็อกต่างประเทศมาดัดแปลงให้แลดูสวยงามยิ่งขึ้น
3. ผลิตตามรูปแบบของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ

การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทย (รวมทั้งประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียน) กว่าร้อยละ 50 ของปริมาณเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจะเป็นการผลิตตามรูปแบบของลูกค้า จนสามารถกล่าวได้ว่า การออกแบบเองแทบไม่มีเลย ทั้งนี้เพราะไทยยังขาดผู้เชี่ยวชาญในด้านออกแบบ กอปรกับหากทำการออกแบบเองแล้วจะต้องทดสอบคุณภาพการใช้งานและยังต้องทดสอบความต้องการของตลาดอีกด้วย ทำให้ต้องเสียต้นทุนสูงกว่าการผลิตตามรูปแบบของผู้สั่งซื้อ หากทำการออกแบบเองแล้วเป็นรูปแบบที่ตลาดตอบสนองได้ดี ก็จะถูกลอกเลียนแบบในระยะเวลาอันสั้น และประเด็นที่น่าพิจารณาอย่างยิ่งเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราก็คือ

เนื่องจากไม้ยางพาราเป็นไม้ที่ไม่มีมูลค่าต่ำ แม้จะพัฒนารูปแบบให้ดีขึ้นเพียงใดก็ตาม จะไม่ส่งผลให้ราคาจำหน่ายสูงขึ้นมาก จึงไม่จูงใจให้ผู้ผลิตทำการออกแบบเอง

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆดังนี้

1. วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ไม้ยางพารา มีแหล่งปลูกมากทางภาคใต้ โดยต้นยางพาราจะถูกตัดโค่นเมื่อน้ำยางลดลงจนไม่คุ้มที่จะกรีดน้ำยางอีกต่อไป ต้นยางพาราที่ถูกตัดโค่นนี้จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์

พื้นที่เพาะปลูกต้นยางพาราในประเทศไทยประมาณ 12 ล้านไร่ มากเป็นอันดับสองรองลงมาจากอินโดนีเซีย (อินโดนีเซียมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพาราประมาณ 15 ล้านไร่ ส่วนมาเลเซียประมาณ 10 ล้านไร่) ปลูกมากในภาคใต้และภาคตะวันออก โดยเฉพาะพื้นที่ใน 14 จังหวัดทางภาคใต้ คือตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไปจรดชายแดนประเทศมาเลเซีย มีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพารามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.3 ของพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพาราทั้งประเทศ ส่วนในภาคตะวันออกมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพารามากเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 12.6 ของพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพาราทั้งประเทศ (ตารางที่ 1) ที่เหลืออยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งรัฐบาลได้ส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกเพิ่มมากขึ้น

ต้นยางพาราที่จะตัดโค่นนั้น ชาวสวนยางกว่าร้อยละ 90 จะขอเงินสงเคราะห์จากกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง ทั้งนี้เพื่อทำการเพาะปลูกต้นยางพาราพันธุ์ใหม่ซึ่งจะให้น้ำยางมากกว่าพันธุ์เก่าประมาณครึ่งหนึ่ง โดยทางกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจะจ่ายเงินสงเคราะห์ไร่ละ 6,800 บาท แบ่งจ่ายเป็น 9 งวด เป็นระยะเวลา 6 1/2 - 7 1/2 ปี ซึ่งเงินจากกองทุนดังกล่าวได้จากการเก็บ Surcharge จากผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ยางในอัตราคิดร้อยละ 0.90 บาท ปรากฏว่าระหว่างปี 2525-2535 มีชาวสวนยางขอรับเงินสงเคราะห์เป็นพื้นที่ปีละกว่า 200,000 ไร่ (ตารางที่ 2) นอกจากนี้ กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางยังได้กำหนดเป้าหมายของการตัดโค่นต้นยางพาราในปี 2536 - 2537 ปีละ 224,000 ไร่ ปี 2538 เป็นพื้นที่ 225,000 ไร่ และปี 2539 เป็นพื้นที่ 235,000 ไร่ ซึ่งจะได้ไม้ยางพาราแปรรูปประมาณปีละ 4 ล้านลูกบาศก์เมตร

จากสถิติที่ได้รับรายงานของกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางพบว่า ระหว่างเดือนมกราคม - สิงหาคม 2535 ต้นยางพาราที่ตัดโค่นในภาคตะวันออกสามารถจำหน่ายไม้ยางพาราได้เกือบร้อยละ 100 ของพื้นที่ที่ตัดโค่น ส่วนทางภาคใต้สามารถจำหน่ายได้กว่าร้อยละ 70 ของพื้นที่ที่ตัดโค่น (ตารางที่ 3) ทั้งนี้เพราะสวนยางบางแห่งในภาคใต้อยู่ในป่าลึก จึงไม่สามารถชักลากต้นยางพาราที่ตัดโค่นออกมาได้

สำหรับราคาไม้ยางพาราที่ชาวสวนยางจำหน่ายได้นั้น ปรากฏว่าไม้ยางพาราจากภาคตะวันออกมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยสูงกว่าภาคใต้กว่า 2 เท่าตัว (ตารางที่ 4) ทั้งนี้เนื่องจากเส้นทางการขนส่งไม้ยางพาราออกจากภาคตะวันออกดีกว่าภาคใต้ กอปรกับคุณภาพของไม้ยางพาราจากภาคตะวันออกดีกว่าทางภาคใต้

ตารางที่ 1

พื้นที่เพาะปลูกยางพาราปี 2530/31-2533/34

พื้นที่ : ไร่

จังหวัด	2530/31	2531/32	2532/33	2533/34
รวม	9,950,535	10,381,701	10,608,412	11,090,585
1. สงขลา	1,403,178	1,466,664	1,471,828	1,484,634
2. สุราษฎร์ธานี	1,121,354	1,152,893	1,254,916	1,282,089
3. นครศรีธรรมราช	1,036,663	1,044,472	1,062,830	1,134,944
4. ตรัง	983,357	1,070,297	1,071,267	1,127,896
5. นราธิวาส	945,089	948,636	994,842	940,742
6. ยะลา	925,026	941,188	937,659	936,167
7. ระยอง	524,500	562,062	591,694	629,361
8. กระบี่	495,024	573,370	595,586	617,094
9. พังงา	525,702	528,538	591,479	595,206
10. จันทบุรี	416,113	418,354	451,162	467,959
11. พัทลุง	430,792	377,658	400,327	413,534
12. ปัตตานี	302,252	292,423	292,422	292,422
13. สตูล	196,178	212,018	165,117	248,065
14. ชุมพร	212,359	216,472	103,527	219,064
15. ตราด	200,819	203,984	214,227	214,227
16. อื่นๆ	232,129	318,672	409,529	487,181

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตร

หมายเหตุ : ปีเพาะปลูกเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึง เดือนเมษายน ของปีถัดไป

ตารางที่ 2

พื้นที่สวนยางพาราตัดโค่นที่ได้รับเงินสงเคราะห์
จากกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางระหว่างปี 2525-2535

ปีเพาะปลูก	2525	2526	2527	2528	2529	2530
ภาคใต้และตะวันออก	349,356.95	306,832.85	235,069.75	318,689.90	265,762.50	262,739.75
ประจวบคีรีขันธ์	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ชุมพร	517.50	689.75	307.15	913.25	506.25	884.30
ระนอง	369.95	561.70	359.45	511.10	535.40	427.05
สุราษฎร์ธานี	25,315.35	29,273.60	14,761.00	29,740.50	19,697.80	18,901.55
พังงา	15,934.15	13,853.05	10,718.35	13,492.70	16,462.95	12,143.90
ภูเก็ต	3,374.90	3,746.40	2,306.85	3,915.55	3,251.90	2,328.05
กระบี่	14,496.40	16,050.45	10,487.15	13,176.15	9,687.65	10,684.15
นครศรีธรรมราช	43,743.30	39,985.20	22,915.40	38,351.80	26,321.30	28,119.80
สตูล	8,244.65	6,734.80	5,464.50	7,940.25	4,796.90	6,749.70
ตรัง	51,290.85	49,142.40	22,543.80	48,724.50	35,017.45	24,417.15
พัทลุง	26,453.65	18,744.30	18,866.00	26,091.75	23,142.70	17,295.10
สงขลา	47,197.00	41,343.50	37,170.95	45,616.55	48,384.80	51,858.95
ปัตตานี	18,095.00	10,124.80	11,922.20	14,094.80	9,417.00	10,862.00
ยะลา	38,800.30	25,198.90	30,835.85	32,823.50	34,905.60	33,092.65
นราธิวาส	38,888.85	35,372.60	27,239.65	27,219.45	13,231.25	25,318.50
ภาคใต้	332,721.85	290,821.45	215,898.30	302,614.85	245,358.95	243,082.85
ระยอง	6,165.55	7,020.45	6,496.45	4,721.35	5,190.55	5,554.35
จันทบุรี	5,581.05	4,149.60	5,818.90	4,372.75	6,678.75	7,248.10
ตราด	4,888.50	4,841.35	6,856.10	6,980.95	8,534.25	6,854.45
ภาคตะวันออก	16,635.10	16,011.40	19,171.45	16,075.05	20,403.55	19,656.90

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปีเพาะปลูก	2531	2532	2533	2534	2535
ภาคใต้และตะวันออก	274,751.85	222,216.05	216,217.70	240,482.85	234,086.15
ประจวบคีรีขันธ์	0.00	0.00	0.00	144.50	292.45
ชุมพร	940.55	553.40	54,374.90	47,127.90	18,319.50
ระนอง	607.05	567.35	1,647.45	2,389.30	1,274.35
สุราษฎร์ธานี	20,239.40	14,075.65	14,081.15	15,238.35	20,315.35
พังงา	12,109.70	11,596.65	6,566.60	6,467.45	6,364.10
ภูเก็ต	2,074.45	1,863.45	1,115.65	875.10	1,474.50
กระบี่	11,705.95	7,707.20	6,729.30	7,706.15	8,453.15
นครศรีธรรมราช	26,399.00	29,898.00	19,892.25	24,545.85	30,240.80
สตูล	9,168.60	5,838.80	5,111.70	7,258.90	8,233.10
ตรัง	26,446.20	20,099.85	1,515.10	15,952.65	18,371.75
พัทลุง	19,468.65	13,027.70	10,037.30	10,137.65	9,438.35
สงขลา	56,879.55	44,170.15	38,371.80	40,564.50	42,954.55
ปัตตานี	7,989.35	10,121.00	4,838.50	5,365.40	6,230.45
ยะลา	36,133.25	25,226.40	18,915.50	28,690.00	32,740.25
นราธิวาส	29,367.35	26,461.05	12,842.65	15,365.20	13,710.40
ภาคใต้	259,529.05	211,206.70	209,675.85	227,828.90	218,416.05
ระยอง	5,667.15	4,246.70	2,956.55	7,256.45	8,946.85
จันทบุรี	4,436.25	2,986.15	1,405.05	2,467.95	2,866.20
ตราด	5,119.40	3,776.50	2,180.25	2,929.55	3,857.05
ภาคตะวันออก	15,222.80	11,009.35	6,541.85	12,653.95	15,670.10

ที่มา : กองทุนส่งเสริมการทำสวนยาง

ตารางที่ 3
จำนวนและเนื้อที่สวนยางที่โค่นระหว่างเดือน มกราคม-สิงหาคม 2535
ที่เจ้าของสวนจำหน่ายไม้ยางพารา
ยื่นรายงานต่อกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

จังหวัด	จำนวนที่ได้รับรายงาน		ที่ขายไม้ยางได้		ที่ไม่ได้ขายไม้ยาง	
	แปลง	เนื้อที่ (ไร่)	แปลง	เนื้อที่ (ไร่)	แปลง	เนื้อที่ (ไร่)
จันทบุรี	90	1,801	89 (99%)	1,779 (99%)	1 (1%)	22 (1%)
ตราด	32	380	32 (100%)	380 (100%)	0	0
ระยอง	291	4,592	291 (100%)	4,592 (100%)	0	0
ภูเก็ต	74	1,243	52 (70%)	1,014 (82%)	22 (30%)	229 (82%)
พังงา	382	4,474	259 (68%)	3,171 (71%)	123 (32%)	1,304 (29%)
ตรัง	841	7,307	577 (69%)	5,342 (73%)	264 (31%)	1,964 (27%)
นครศรีธรรม	972	8,258	732 (75%)	6,621 (80%)	240 (25%)	1,637 (20%)
สุราษฎร์	724	8,472	591 (82%)	7,194 (85%)	133 (18%)	1,278 (15%)
กระบี่	652	5,856	313 (48%)	3,365 (57%)	339 (52%)	2,492 (43%)
ชุมพร	13	250	12 (92%)	247 (99%)	1 (8%)	3 (1%)
สงขลา	1,296	13,991	810 (63%)	9,519 (68%)	486 (38%)	4,472 (32%)
สตูล	403	3,198	287 (71%)	2,442 (76%)	116 (29%)	756 (24%)
พัทลุง	310	2,413	219 (71%)	1,701 (70%)	91 (29%)	712 (30%)
ยะลา	901	11,487	620 (69%)	8,740 (76%)	281 (31%)	2,747 (24%)
ปัตตานี	92	653	61 (66%)	442 (68%)	31 (34%)	211 (32%)
นราธิวาส	931	4,419	284 (284%)	3,562 (81%)	107 (27%)	857 (19%)
รวม	7,464	78,794	5,229 (70%)	60,110 (30%)	2,235 (30%)	18,684 (24%)

ที่มา : กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

ตารางที่ 4

ราคาไม้ยางพาราที่เจ้าของสวนจำหน่ายได้

ระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม 2535

จังหวัด	ราคาที่ยขายได้ (บาท/ไร่)		
	ต่ำสุด	สูงสุด	เฉลี่ย
จันทบุรี	1,000	30,000	11,698
ตราด	2,000	20,000	8,060
ระยอง	1,000	22,000	11,380
ภูเก็ต	1,000	4,500	2,961
พังงา	150	6,000	2,944
ตรัง	200	6,000	2,584
นครศรีธรรมราช	100	16,000	4,199
สุราษฎร์ธานี	60	13,000	4,053
กระบี่	60	7,200	2,141
ชุมพร	200	10,000	5,966
สงขลา	70	10,500	2,329
สตูล	100	3,800	1,237
พัทลุง	100	6,000	2,268
ยะลา	100	10,000	2,046
ปัตตานี	150	5,000	1,684
นราธิวาส	70	7,000	1,947
รวม	70	30,000	3,756

ที่มา : กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง

อันมีสาเหตุมาจากในภาคใต้มีฝนตกชุก ทำให้ต้นยางพาราดูดน้ำได้มาก ส่งผลให้มีเส้นใยไม้หยาบและเนื้อไม้เป็นสีขาวอมดำ ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงใต้มีเส้นใยละเอียด และเนื้อไม้สีขาวออกเหลือง จึงมีราคาจำหน่ายดีกว่า

2. วัตถุดิบรอง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

(ก) ประเภทตกแต่งให้สมบูรณ์สวยงาม เช่น แชลแลค แลคเกอร์ สีพ่น ผ้าปู
หนังเทียม ยาง ฟอกน้ำ กาว ตะปู เป็นต้น

(ข) ประเภทตกแต่งให้สมบูรณ์สำหรับใช้งาน เช่น บานพับ ญุณแจมือจับ กลอน ตะขอ
ลูกปัด เป็นต้น

การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราแบบคุณภาพต่ำ วัตถุดิบรองดังกล่าวจะใช้ของที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ส่วนเฟอร์นิเจอร์แบบมาตรฐานคุณภาพสูง จะใช้ทั้งวัตถุดิบที่ผลิตขึ้นภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศผสมผสานกันตามความเหมาะสมและความสวยงาม

แรงงาน

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labour-Intensive) คาดว่าทั้งอุตสาหกรรมมีการจ้างงานประมาณ 450,000 คน และเมื่อพิจารณาจากข้อมูลของผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจำนวน 91 ราย จะพบว่ามีจำนวนแรงงานรวมทั้งสิ้น 19,853 คน จำแนกเป็นคนไทย 19,639 คน และชาวต่างชาติ 214 คน (ตารางที่ 5) โดยชาวต่างชาติจะทำหน้าที่ด้านการตลาดหรือควบคุมการผลิต และจากการสอบถามทราบว่าแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ต้องใช้แรงงานที่มีฝีมืออย่างมาก โดยเป็นแรงงานที่มีทักษะ (Skilled Labour) ร้อยละ 40 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด

เมื่อเปรียบเทียบกับแรงงานในประเทศคู่แข่งที่สำคัญอันได้แก่อินโดนีเซียแล้ว จะพบว่าแรงงานไทยมีทักษะมากกว่า นอกจากนี้ โรงงานในอินโดนีเซียที่มีคนงานตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป จะต้องมีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอิสลาม และต้องประกอบพิธีกรรมที่โรงงานถึงวันละ 3 ครั้ง นับเป็นอุปสรรคของการประกอบอุตสาหกรรมอย่างยิ่ง

การจัดการ

เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน จำนวน 91 ราย สามารถจำแนกเป็นการลงทุนโดยคนไทยล้วน ๆ จำนวน 50 ราย และเป็นการร่วมทุนกับชาวต่างชาติจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.95 และ 45.05 ของผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตามลำดับ โดยชาวต่างชาติที่เข้ามาร่วมทุนนั้นเป็นการร่วมทุนกับชาวญี่ปุ่นและชาวไต้หวัน 20 และ 9 ราย ตามลำดับ

ที่เหลืออีก 12 รายเป็นการร่วมทุนกับคนชาติอื่นๆ รวมทั้งการร่วมทุนระหว่างคน 3 ชาติ คือ คนไทย ชาวญี่ปุ่น และชาวไต้หวัน (ตารางที่ 5)

สาเหตุที่คนไทยร่วมทุนกับชาวญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ก็เพราะชาวญี่ปุ่นเป็นชาติแรกที่เข้ามาบุกเบิกการนำไม้ยางพารามาใช้ประโยชน์ และประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดรับซื้อที่สำคัญที่สุดของไทย โดยญี่ปุ่นรับซื้อทั้งเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปและชิ้นส่วนเพื่อนำไปผลิตในขั้นตอนสุดท้าย แล้วจัดจำหน่ายภายในประเทศญี่ปุ่นเอง ส่วนสาเหตุที่ไต้หวันเข้ามาร่วมทุนก็เพื่อนำเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนจากไทยไปทำการผลิตในขั้นตอนสุดท้าย (โดยเฉพาะขั้นตอนของการทำสี) แล้วส่งจำหน่ายไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก

สำหรับอำนาจการจัดการของบริษัทร่วมทุนนั้น จากการสอบถามทราบว่า กว่าร้อยละ 80 ของบริษัทร่วมทุนอยู่ในอำนาจการจัดการของคนไทย อันสื่อให้เห็นว่า หากชาวต่างชาติที่เข้ามาร่วมทุนถอนหุ้นออกจากไทยแล้ว ธุรกิจก็ยังคงสามารถดำเนินการต่อไปได้อีก

โครงสร้างต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจะแตกต่างกันไปตามประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิต คุณภาพของไม้ที่ใช้ในการผลิต ขนาด รูปแบบ และลวดลาย โดยทั่วไปแล้ว ต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ใช้ไม้อบแห้งแล้วเป็นวัตถุดิบ จำแนกตามตลาดรับซื้อที่สำคัญคือญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา เป็นดังนี้

กรณีตลาดญี่ปุ่น

- | | |
|---|-----------|
| - ค่าไม้ยางพาราอบแห้ง | ร้อยละ 50 |
| - ค่าวัตถุดิบอื่นๆ (เช่นสี ทินเนอร์ บานพับ ฯลฯ) | ร้อยละ 15 |
| - ค่าแรงงาน | ร้อยละ 15 |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ | ร้อยละ 20 |

กรณีตลาดสหรัฐอเมริกา

- | | |
|-----------------------|-----------|
| - ค่าไม้ยางพาราอบแห้ง | ร้อยละ 40 |
| - ค่าวัตถุดิบอื่นๆ | ร้อยละ 15 |
| - ค่าแรงงาน | ร้อยละ 10 |
| - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ | ร้อยละ 35 |

สาเหตุที่ต้นทุนการผลิตด้านค่าไม้ยางพาราอบแห้งและค่าแรงงานของเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดญี่ปุ่นสูงกว่าตลาดสหรัฐอเมริกา สืบเนื่องจากผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่นมีความพิถีพิถันด้านคุณภาพของเนื้อไม้ จึงต้องคัดเลือกเนื้อไม้และสีสนของไม้ยางพาราที่แลดูสวยงาม ในขณะที่ผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกาไม่พิถีพิถันในด้านดังกล่าว แต่จะคำนึงถึงคุณภาพของการใช้งานเป็นหลักตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ตารางที่ 5

ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ได้รับส่งเสริมการลงทุน

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
1. บริษัททามาแมค จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture and Part 210,000 units	90	12,000	ญี่ปุ่น 8,000	74	2
2. บริษัทเข้าเทอร์นโครสเฟอร์นิเจอร์ จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture and Part 410,000 units	90	21,000	ญี่ปุ่น 8,000	250	2
3. นายยงยุทธ วิบูลย์ธรรม จังหวัดอุบลราชธานี	Parawood Furniture and Part 8,000 Cubicm.	100	18,000	ญี่ปุ่น 12,000	230	5
4. บริษัท วิดเดอร์เฟอร์นิเจอร์ จังหวัดชลบุรี	Parawood Furniture and Part 364,000 units	100	12,000	ไต้หวัน 8,000	295	10
5. บริษัทเชียววี๊ด จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture and Part 3,360 Cubicm.	90	9,500	ญี่ปุ่น 8,000	198	2
6. บริษัทหลังเงินอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี	Parawood chair 145,200 units	100	6,000	-	131	2
	Parawood parquet 29,910 sq.m.					
	Parawood Table 36,300 units					
	Parawood Others 242,200 units					
	Parawood Furniture 1,350,000 pieces	100	10,000	-	248	3
7. บริษัท วิดมรค์ จำกัด จังหวัดชลบุรี	Parawood Particle Board 35,000 pieces					
	Parawood Furniture 35,000 pieces					
	Rattan Furniture 400 pieces					
	Parawood Kitchen 2,700,000 pieces					
	Parawood Kitchen 300,000 pieces					
8. บริษัทอินเดอร์วี๊ด อินดัสตรี จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture 450,000 cubic feet	100	7,000	-	149	1
9. บริษัทชั้นพาราเทค จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี	Parawood parquet 6,000 cubic m.	100	83,484	ฮ่องกง 36,516	400	8
	Parawood (parawood) 3,000 cubic m.			0		
	Parawood Particle Board 36,000 cubic feet					
	Parawood Finger Joint 3,500 cubic feet					
	Parawood Lamber 12,000 cubic feet					
	Parawood Veneer 12,000 cubic feet					

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
20. นางทนศักดิ์ ทูตานุวัตร จังหวัดชลบุรี	Parawood Chair 600,000 pieces	90	7,000	-	296	4
21. บริษัทยูนิคดีไซน์ จังหวัดฉะเชิงเทรา	Parawood Dining Chair 140,000 pieces	100	10,200	ญี่ปุ่น 9,800		
	Parawood Dining Table 39,000 pieces					
	Parawood Table/Door 125,000 pieces					
	Parawood Table (Low) 37,000 pieces					
12. บริษัทเวิลด์ไวด์ดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี	Parawood Chair 40,000 pieces	100	8,160	ญี่ปุ่น 7,840	133	3
	Parawood Table 30,000 pieces					
	Parawood Cabinet 350,000 pieces					
	Parawood Rock 55,000 pieces					
13. น.ส.เนาวนิจ ศิลปรัตน์ จังหวัดระยอง	Parawood Children furniture 60,000 cubic feet	100	10,000	-	225	5
	Parawood Chair 150,000 pieces					
	Parawood Particle Board 60,000 cubic feet					
	Parawood Furniture Part 180,000 pieces					
	Parawood Table 45,000 pieces					
	Parawood Kitchen 300,000 pieces					
14. บริษัทเจสลี่ (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ	Parawood baby Crib 4,200 Set	100	-	ไต้หวัน 15,200	200	6
	Parawood baby Crib Part 94,000 Set					
15. บริษัทสหภาพพัฒนา จำกัด จังหวัดตราด	Parawood Particle Board 300,000 cubic feet	100	7,000	-	122	3
16. นายสมชาติ วิโมกษ์เจริญสุข จังหวัดกรุงเทพฯ	Parawood Furniture and Part 2,000 cubic m.	100	20,000	-	200	3
	Parawood Cut 2,000 cubic m.					
	Parawood Particle Board 3,000 cubic m.	100	20,000	-	245	-
17. บริษัทแพนอินดัสเตรียลโปรดักส์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพฯ	Parawood/Oak Furniture 3,000 cubic m.					
	Laminate Parawood 3,000 cubic m.					
	Parawood Product 500 cubic m.					
18. บริษัทควอลิตี้วูด จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture 187,500 cubic feet	100	2,000	อเมริกัน 38,000	161	-

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
19. นายสมพร สหวัฒน์ จังหวัดฉะเชิงเทรา	Parawood Particle Board 3,155,000 pieces	80	280,000	-	216	4
20. นายเชาวลิต พุดพาณิชย์ จังหวัดสมุทรปราการ	Parawood Chair 60,000 unit Parawood Table 90,000 unit	100	8,000	-	621	-
21. บริษัทดำรงอุตสาหกรรมเครื่องเรือน จำกัด จังหวัดเชียงใหม่	Parawood Furniture 40,000 pieces Parawood Desk 12,000 sets	100	5,000	-	203	3
22. นายดิศักดิ์ ละอองมณี จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture Part 1,500,000 pieces Parawood Parquet 500,000 cubic feet Parawood Particle Board 50,000 cubic feet Parawood Door/Window 80,000 pieces Parawood Furniture 10,000 sets	90	10,000	-	228	2
23. บริษัทสนไทยยะลา จำกัด จังหวัดยะลา	Parawood Chair 300,000 pieces Parawood Parques 38,400 cubic m. Parawood Furniture 60,000 pieces Parawood Chip Board 3,000 cubic m. Parawood Particle Board 2,000 cubic m. Parawood Veneer 5,000 cubic m.	90	12,240	ฮ่องกง 11,760	337	-
24. บริษัทสหการโรงเลื่อยจักรขนาดใหญ่ จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Particle Board 48,000 cubic feet Parawood Carving Door/Window 24,000 cubic feet Parawood Finger Joint 58,000 cubic feet Parawood Furniture and Part 24,000 cubic feet	70	8,000	-	110	-

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
25. บริษัทไทยฟูลวูด จำกัด จังหวัดวัดสมุทรปราการ	Parawood Products 4,440,000 pieces	90	4,220	ย่องกง 2,580	168	2
26. บริษัทวีคอินดัสตรี จำกัด จังหวัดปทุมธานี	Parawood Flooring Parquet 72,000 sq.m. Parawood Dinner Table 600 sets Parawood Furniture and Part 40 cubic m. Parawood Particle Board 6,000 pieces Parawood Veneer 480,000 cubic m. Finger Joint (Laminated) 120 cubic m. Parawood Wardrobe 480,000 Sq. m. Wooden Buddha House 600 Sets	100	-	ญี่ปุ่น 5,000	133	5
27. นายชัยยุทธ ตั้งดีวัฒน์ จังหวัดราชบุรี	Parawood Furniture and Part 800,000 pieces Parawood Chair 250,000 pieces Parawood Table 62,500 pieces Parawood Table Top 4,500 cubic m.	100	5,000	-	146	3
28. บริษัทเขมรอลเฟอริมีเจอร์ แอนค้อย จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	Parawood Chair 30,000 pieces Parawood Table 5,000 pieces Parawood Kitchen 91,500 pieces	100	5,000	-	115	-
29. บริษัท เคเควีคอินดัสตรี จำกัด จังหวัดขอนแก่น	Occasion Table 140,000 sets Complementary Item 34,500 sets	80	10,000	-	203	3
30. บริษัทเซาท์ทอร์นบราวน์ จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture Part 1,800 cubic m. Parawood Chair/Table 1,800 cubic m. Parawood Moulding 2,600 cubic m.	100	14,000	-	221	-
31. นายหลักชัย กิตติผล จังหวัดปัตตานี	Parawood Furniture Part 2,000,000 pieces	100	5,000	-	148	2
32. บริษัทดาญี จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี	Parawood Finger Joint 6,00 cubic m.	100	7,000	-	175	3
33. บริษัทสยามไม้ประสาน จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา	Finger Joint, Laminate Board 60,000 cubic feet	100	5,000	-	50	-
34. นายสุธรรม ศรีหล่มลัก จังหวัดปทุมธานี	Parawood Furniture 3,870,000 pieces. Parawood Laminate Board 74,500 cubic feet Parawood Parquet 450,000 cubic feet	100	25,000	-	339	-
35. บริษัทเคซีแอลอินเดอร์เทรด จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี	Wood Rubber 90,000 cubic feet	100	2,000	-	58	-

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
36. บริษัทเวทโอเรียนคอมเมอเชียล จำกัด จังหวัดพังงา	Parawood Products 5,100 cubic m.	N.A.	1,500	-	50	-
37. บริษัทพิมารู๊ด จำกัด จังหวัดชลบุรี	Parawood Furniture 2,400,000 pieces	80	10,000	-	248	2
38. บริษัทเอ็มทีอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดสมุทรปราการ	Parawood Furniture Part 375,000 pieces	80	2,000	ญี่ปุ่น 2,000	141	5
	Parawood Furniture 156,000 pieces			ไต้หวัน 2,000		
				อเมริกัน 2,000		
39. นายมนตรี แก้วโมราเจริญ จำกัด กรุงเทพมหานคร	Furniture from Rubber Wood 95,000 pieces	85	4,400	ญี่ปุ่น 3,600	99	1
40. บริษัทเอเชียวี๊ด จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Product;	80	8,000	-	200	-
	- Furniture Part 1,500,000 pieces					
	- Others 1,500 cubic m.					
41. บริษัทเคทีไทยไลคอลโปรดักส์ จำกัด จังหวัดกรุงเทพฯ	Rubber Wood Furniture 30,000 pieces	100	6,000	-	169	1
	Rubber Wood Kitchen 142,000 pieces					
42. บริษัทบางกอกอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ	Rubber Furniture Part 124,00 pieces	100	8,000	-	121	-
	Rubber Furniture 224,800 pieces					
43. บริษัท วี๊ดแลนด์ จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา	Furniture From Parawood 144,000 pieces and Part	100	5,000	-	720	-
44. บริษัทเวิลด์วี๊ดดีไซด์ จำกัด กรุงเทพมหานคร	Furniture From Parawood 600,000 pieces	80	7,650	ญี่ปุ่น 7,350	109	4

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
45. บริษัทเซฟไทย ทราฟวู้ด จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Laminate 3,000cubic m.	90	6,000	ญี่ปุ่น 4,000	107	3
46. นางสุชาดา อุษะพันธุ์ จังหวัดชลบุรี	Parawood Chair 450,000 pieces	90	9,500	-	200	3
47. นายวีรศักดิ์ ยิ่งขจรกุล จังหวัดชลบุรี สงขลา	Parawood Furniture Part 2,000 cubic m. Parawood Particle Board 3,000 cubic m. Parawood Processing 2,000 cubic m.	95	6,000	ญี่ปุ่น 4,000	200	3
48. นายบุญชัย จรรย์โยธิน จังหวัดสมุทรปราการ	Door Cabinet 113,400 pieces Cahinet Carcase 55,400 pieces	100	10,200	ฮ่องกง 9,800	104	3
49. LIANG VAO Enterorise Co. จังหวัดชลบุรี	Parawood Children Chair 40,000 units Parawood Director Chair 150,000 units Parawood Dining Set 25,000 units Parawood Rock 25,000 units	100	6,000	ไต้หวัน 4,000	245	8
50. นายพงศ์ศักดิ์ กาญจนเสรี จังหวัดนนทบุรี	Parawood Furniture Part 105,000 cubic feet Parawood Furniture Part 315,000 cubic feet	90	6,000	-	205	-
51. นายอนันต์ ธนสัมฤทธิ์ จังหวัดร้อยเอ็ด	Parawood table and Chair 14,000 sets Parawood Baby Bed 12,000 sets Parawood Shelf 13,000 sets Parawood Baby Crib 24,000 sets	100	510	ไต้หวัน 490	50	2
52. บริษัทอุทัยสันผลิตภัณฑ์ไม้ จำกัด จังหวัดอุบลราชธานี	Parawood Decorative Item 200,000 pieces	80	6,000	ญี่ปุ่น 4,000	82	3
53. บริษัทโอเรียลเต็ลอุตสาหกรรมไม้ จำกัด จังหวัดชลบุรี	Parawood Furniture Parts 1,000,000 pieces Chair (Oak) 250,000 pieces	100	7,650	ไต้หวัน 7,350	395	5
54. นายสุนทร เจริญสินทร์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี	Parawood Particle Board/ 60,000 cubic feet Parquet	90	4,000	-	27	1
55. บริษัท ส.เวียงพิงค์ จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา	Parawood Furniture and Parts 180,000 pieces Parawood Chair 130,000 units Parawood Table 96,000 units ParawoodKitchen 390,000 pieces	100	15,000	-	236	2

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
56. บริษัทเมทที เอล วู้ด โปรดักส์ จังหวัดสงขลา	Parawood Chair 480,000 units Parawood Laminate Sheet 600,000 units Parawood Table 30,000 units Parawood Cabinet 13,500 units Parawood Kitchen Utensil 200,000 sets	90	25,000	-	300	-
57. นายเสรี ชัดเจนพันธ์ชัย	Parawood/oak Kitchen 1,200,000 pieces	100	10,000	-	497	3
58. บริษัทภูพานา จำกัด จังหวัดชลบุรี	Parawood Furniture Parts 45,000 cubic feet Parawood Chair/Table Parts 845,000 pieces Parawood Furniture 90,000 pieces Parawood Kitchen Utensil 75,000 pieces Parawood Mosaic 550,000 sq. feet	100	10,000	-	271	2
59. บริษัทเอเอ็นวู้ด อินเตอร์คัตรี จำกัด จังหวัดตรัง	Parawood Chair 250,000 units Parawood Table 60,000 units Parawood Part 40,000 sets	100	4,800	ญี่ปุ่น 3,200	147	3
60. นายสมพร สนิทมนต์ จังหวัดยะลา	Parawood Board 48,000 tons	80	200,000	-	201	5
61. นายหลักชัย ภิกขิมล จังหวัดระยอง	Parawood Furniture Parts 2,000,000 pieces	100	5,000	-	148	2
62. นายเทิดทูน ไทยเที่ยงธรรม จังหวัดระยอง	Parawood Chair 120,000 units	100	2,500	ญี่ปุ่น 7,500	110	3
63. บริษัทสินไทย พาวเวอร์วู้ด จำกัด จังหวัดกรุงเทพฯ	Parawood Particle Board 3,600 cubic m. Parawood Furniture 360,000 sets Parawood Mosaic 1,800,000 sq. feet	100	7,000	-	223	10
64. นายนิคม สุวรรณกิจ จังหวัดระยอง	Parawood Chair 200,000 units	100	4,000	แคนาดา 500 ฮ่องกง 500	122	4
65. นายสุนทร สุนทรภูมิ จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture Parts 50,000 cubic feet Parawood Particle Board 9,600 cubic feet	100	9,960	ไต้หวัน 2,040	97	-

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
66. นายจิรศักดิ์ อมรไพโรจน์ จังหวัดยะลา	Parawood Furniture Parts 2,000,000 pieces Parawood Chair/Table 100,000 pieces Parawood Other Products 300,000 pieces	100	5,000	-	140	2
67. บริษัท ซีเอ็ม เฟอริมีเจอร์ จำกัด จังหวัดนนทบุรี	Parawood Other Products 150,000 pieces Parawood Table 50,000 pieces Parawood Chair 150,000 pieces Parawood Cabinet 30,000 pieces Parawood Kitchen Part 20,000 pieces	100	19,800	พม่า 200	289	5
68. บริษัทลานนา ไลน์อาร์ต จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ	Parawood Furniture 2,000,000 pieces	100	5,000	-	398	2
69. บริษัททีเอส เฟอริมีเจอร์ จำกัด จังหวัดระยอง	Parawood Chair 150,000 units Parawood Dining Table 12,000 units	80	2,500	ญี่ปุ่น 7,500	141	2
70. นายสมพงษ์ สุทธิทวีภรณ์ จังหวัดกรุงเทพฯ	Parawood Furniture Parts 400,000 units Parawood Chair 120,000 units Parawood Laminate Sheet 1,700,000 sq.foot Parawood Dining Table 30,000 units Parawood Ceiling Board 1,440,000 sq.foot	90	3,000	-	123	-
71. นายหลักชัย กิตติพล จังหวัดนครราชสีมา	Parawood Furniture Parts 2,000,000 pieces	100	5,000	-	148	2
72. บริษัท หนึ่ง ทาภา จำกัด จังหวัดชลบุรี	Parawood Furniture Parts 2,400,000 pieces	80	10,000	-	260	2
73. บริษัทดาวทองไทย รับเบอร์ จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ	Children Furniture 400,000 units Furniture Parts 175,000 units	100	26,010	ไต้หวัน 24,990	412	1
74. บริษัท บีบีโคมติโซน จำกัด จังหวัดฉะเชิงเทรา	Parawood Chair 80,000 units Parawood Table 16,000 units Parawood Furniture 1,400 sets Parawood Side Board 70,000 units	100	7,500	-	160	-

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
75. บริษัท แรนชีวู้ด อินดัสตรี จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ	Parawood Furniture Parts 400,000 units Parawood Furniture 176,000 units Finger Joint 1,500 cubic m.	N.A.	40,300	ไต้หวัน 24,700	225	3
76. นายคมศักดิ์ สีสะเกษาวรรณ จังหวัดกรุงเทพฯ	Parawood Furniture 270,000 pieces	80	25,000	-	216	4
77. บริษัทสินดี พาราวิวด์ จำกัด จังหวัดตรัง	Rubber Tree Products Table 7,200 pieces Chair 28,000 pieces Other 1,080 pieces	80	5,000	-	85	-
78. บริษัท ซีเอ็นที อินเตอร์เนชั่นแนลสยาม จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ	Parawood Furniture parts 375,000 pieces Parawood Furniture 156,250 pieces	80	2,000	ญี่ปุ่น 3,000 ไต้หวัน 3,000 อเมริกา 2,000	141	5
79. บริษัท บีเอส พาราวิวด์ โปรดักส์ จังหวัดนนทบุรี	Parawood Furniture 1,086,000 pieces Japanes Table Style 143,000 sets Finger Joint 1,720 sq.m. Parawood Mosaic 514,300 sq.feet Parawood Flooring 754,300 sq.feet	100	5,000	-	221	-
80. นายณรงค์ ศิริทิพย์ จังหวัดกรุงเทพฯ	Rubber tree Products 440,000 sets	100	4,000	-	200	3
81. บริษัท เอเชีย พาราวิวด์ จำกัด จังหวัดระยอง	Parawood Product Furniture Table 1,000,000 pieces Chair 2,000,000 pieces Other 2,000,000 pieces Plywood 1,000,000 pieces	80	600	ญี่ปุ่น 400	440	-

ตารางที่ 5 (ต่อ)

โครงการ/สถานที่ตั้ง	ผลิตภัณฑ์/กำลังการผลิต	ส่งออกร้อยละ	เงินทุนจดทะเบียน (1,000บาท)		จำนวนลูกจ้าง (คน)	
			คนไทย	ชาวต่างชาติ	คนไทย	ต่างชาติ
82. บริษัทเคเดอร์หลายวูด อินดัสเตรียล จำกัด จังหวัดตรัง	Particle Board 1,035,600 pieces Melamine Sheet 1,760,520 pieces Furniture 82,840 sets	N.A.	15,200	ได้หุ้น 48,000	695	10
83. บริษัทดูเรสปาน จำกัด นายสมพร สหวัฒน์ จังหวัดฉะเชิงเทรา	Particle Plywood 757,000 sheets		100,000	-	38	-
84. บริษัทไทยพาราวิวด จำกัด จังหวัดตรัง	Chair 360,000 pieces Table 120,000 pieces Parawood Products 450,000 sq.foot Parawood Products 600 sq.m. (Furniture Parts)	80	6,000	ญี่ปุ่น 6,000	541	-
85. บริษัทไม้ฮัตประดาน จำกัด	Particle Board 2,000,000	N.A.	39,200	อินโดนีเซีย 800	241	-
86. บริษัทวิบูลย์สินผลิตภัณฑ์ไม้ จำกัด จังหวัดกรุงเทพฯ	Rubber Tree Products: Plywood Board 600,000 pieces Door From Plywood Board 60,000 pieces	N.A.	4,000	ได้หุ้น 1,000	334	-
87. บริษัทสยามพาราวิวด จำกัด จังหวัดสงขลา	Parawood Products Furniture: Parts 9,920,000 pieces Chair 200,000 units	95	3,000	ได้หุ้น ญี่ปุ่น 1,000	522	-
88. บริษัท นครศรีธรรมราชค้าไม้ จำกัด จังหวัดนครศรีธรรมราช	Parawood Products: Parawood Flooring 6,720,000 pieces Mosaic Flooring 3,024,000 pieces Furniture Part 1,120,000 pieces	80	6,000	-	71	-
89. บริษัทนิวก้า พาราวิวด จำกัด จังหวัดระยอง	Furniture Part From 3,500,000 pieces Rubber Trees	80	2,750	ญี่ปุ่น 2,250	400	-
90. นายเวรดี ชูจิตต์บุตร จังหวัดสงขลา	Parawood Furniture & Parts 2,000 cubic metres Parawood Particle Board 3,000 Cubic metres	100	10,000	-	197	3
91. บริษัท ไทยมาภูมิส์เบอร์ จำกัด จังหวัดสงขลา	Furniture (Parawood) 439,200 Cubic Feet	90	17,500	ญี่ปุ่น 7,500	127	5

ที่มา : คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

หมายเหตุ : N.A. หมายถึง ไม่มีข้อมูล

หากเป็นกรณีที่ใช้ไม้เนื้อสดซึ่งยังไม่ได้ผ่านการอบแห้งเป็นวัตถุดิบแล้ว ต้นทุนด้านไม้ยางพาราจะลดลงจากที่แสดงไว้ข้างต้นร้อยละ 5 แต่ค่าแรงงานจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 โดยส่วนเหลือที่เหลืออีกร้อยละ 4 เป็นค่าน้ำยาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ใช้ในการอบหรือชุบไม้

โครงสร้างอุตสาหกรรม

สภาพของผู้ผลิตไทย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) มีผู้ผลิตรวมทั้งสิ้นประมาณ 262 ราย โดยโรงงานขนาดใหญ่ที่ผลิตเพื่อการส่งออกจะต้องว่าจ้างแรงงานตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป ใช้เงินลงทุนทั้งหมดไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท โดยเฉพาะห้องพื้นที่ทันสมัยจะต้องใช้เงินลงทุนถึง 20 ล้านบาทขึ้นไป

ผู้ผลิตจำนวนประมาณ 262 รายดังกล่าว จำแนกเป็นผู้ผลิตที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานกระทรวงอุตสาหกรรมจำนวนประมาณ 171 ราย และได้รับการส่งเสริมการลงทุนจำนวนประมาณ 91 ราย โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่ตั้งโรงงานอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ กล่าวคือ ผู้ผลิตที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานกระทรวงอุตสาหกรรม ตั้งโรงงานอยู่ในภาคใต้ 149 ราย ภาคตะวันออก 17 ราย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 ราย ส่วนผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตั้งโรงงานอยู่ในภาคใต้ 45 ราย ภาคตะวันออก 27 ราย ที่เหลืออีก 19 รายตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ตารางที่ 5) ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการค้าและคมนาคม

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจำนวนประมาณ 91 รายดังกล่าว จากการสอบถามทราบว่าเปิดดำเนินการจริงเพียงร้อยละ 30 เท่านั้น ทั้งนี้เพราะหลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศยกเลิกสัมปทานป่าไม้ทั่วประเทศเมื่อต้นปี 2532 ทำให้ผู้ผลิตคาดว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจะสามารถเข้ามาทดแทนเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งที่นิยมใช้กันอยู่เดิม จึงยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนเป็นจำนวนมากในปี 2533 แต่เปิดดำเนินการผลิตเพียงไม่กี่แห่ง

หากจะจำแนกขนาดของผู้ผลิตตามจำนวนการจ้างงานและเงินทุนทางด้านทรัพย์สินถาวรแล้ว สามารถจำแนกออกเป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กได้ดังนี้

- ผู้ผลิตขนาดใหญ่ มีจำนวนคนงาน 200 คนขึ้นไป เงินลงทุนด้านทรัพย์สินถาวร 60 ล้านบาทขึ้นไป
- ผู้ผลิตขนาดกลาง มีจำนวนคนงาน 60 - 200 คน เงินลงทุนด้านทรัพย์สินถาวร 30 - 60 ล้านบาท
- ผู้ผลิตขนาดเล็ก มีจำนวนคนงานต่ำกว่า 60 คน เงินลงทุนด้านทรัพย์สินถาวรต่ำกว่า 30 ล้านบาท

ผู้ผลิตขนาดใหญ่มีจำนวนประมาณ 70 ราย ที่เหลืออีกประมาณ 200 ราย เป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก สำหรับผู้ส่งออกรายใหญ่ได้แก่ เครือพาราวิวด์ เครือวนชัย บริษัทแฟนซีวิวด์ จำกัด บริษัท บี.บี.โฮม จำกัด บริษัท ชันเฟอร์นิเจอร์ จำกัด และ MRP Group

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผู้ผลิตขนาดใหญ่ผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศโดยตรงนั้น จะมีรูปแบบและสีสันทันของเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตเพื่อการส่งออกอย่างมาก และเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากผู้ผลิตแต่ละราย จะมีรูปแบบและสีสันทันแตกต่างกันตามแนวคิด (Concept) ของทางผู้ผลิตเอง โดยรูปแบบและสีสันทันดังกล่าวมักได้มาจากคำสั่งซื้อ (Order) ของห้างแสดงสินค้าหรือร้านค้าที่ทางผู้ผลิตเปิดจำหน่ายตามศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า ตลอดจนร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป โดยการเปิดห้องแสดงสินค้าหรือร้านค้าตามศูนย์การค้าต่าง ๆ นั้น ผู้ผลิตจะทำการเช่าหรือเช่าซื้อ (เช่า) พื้นที่แล้วแต่ว่าจะตัดสินใจเลือกกรณีใด โดยผู้ผลิตจะพิจารณาถึงเงินทุนที่จะต้องจ่ายครั้งแรกและสภาพตลาดในอนาคตเป็นประเด็นหลัก ซึ่งกรณีของการเช่าพื้นที่มักมีสัญญาเช่า 3-6 ปี และทางผู้ผลิตจะต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 6 เดือน ส่วนกรณีของการเช่าซื้อ (เช่า) พื้นที่มักทำสัญญากันเป็นเวลาประมาณ 20 ปี สำหรับการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ จะอยู่ในรูปของการฝากขาย ซึ่งจะต้องจ่ายค่าฝากขายให้กับห้างสรรพสินค้าร้อยละ 30 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายออกไป อย่างไรก็ตาม เป็นที่กล่าวกันโดยทั่วไปว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่จำหน่ายภายในประเทศส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพสำหรับการส่งออก

สำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตเพื่อการส่งออกนั้น ส่วนใหญ่จะผลิตตามรูปแบบที่ลูกค้าต่างชาตินำมาว่าจ้างให้ผลิตตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยชาวต่างชาติจะนำรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ให้ผู้ผลิตต่างๆ เสนอราคา รวมทั้งให้ผู้ผลิตตามประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชียเสนอราคาด้วย หลังจากเปรียบเทียบราคา คุณภาพและเงื่อนไขต่างๆ ที่ผู้ผลิตเสนอให้แล้วจึงจะตัดสินใจว่าจ้าง จึงเป็นตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูงมาก

วิธีการลดต้นทุนการผลิตของไทย

โดยทั่วไปแล้ว โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยจะซื้อไม้ยางพาราแปรรูปมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ จะมีเพียงผู้ผลิตขนาดใหญ่ซึ่งจำนวนประมาณ 10 รายที่ทำการผลิตแบบครบวงจร เช่น MRP Group และเครือวนชัย ซึ่งจะมีการแปรรูปไม้ยางพาราและผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปภายในกลุ่มโรงงานเดียวกัน แต่สำหรับการผลิตในประเทศได้วันแล้ว จะเป็นลักษณะของการกระจายให้โรงงานขนาดเล็กหลายๆ แห่ง ผลิตชิ้นส่วนเฉพาะอย่าง แล้วนำมาผลิตในขั้นตอนสุดท้ายและประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปในโรงงานขนาดใหญ่ อันเป็นวิธีการหนึ่งที่ก่อให้เกิดความชำนาญการในการผลิต (Specialization) และการผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ดังกล่าวนี้นี้ จะช่วยลดต้นทุนการผลิตลงด้วย ส่วนในกรณีของไทยแล้ว เครือวนชัยได้เริ่มนำหลักการดังกล่าวมาใช้ในการผลิต โดยให้โรงงานเล็ก ๆ จำนวน 8 แห่ง (เป็นโรงงานที่อยู่นอกเครือ) ทำการผลิตชิ้นส่วนต่างๆ แล้วจึงนำผลิตในขั้นตอนสุดท้ายคือ การประกอบและทำสีในโรงงานของบริษัท

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรายหนึ่งได้ให้ทัศนะว่า การผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ดังกล่าว จะใช้สำหรับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพต่ำเท่านั้น ส่วนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพสูง จะต้องใช้แรงงานที่มีทักษะ (Skilled Labour) ในการผลิต

สภาพการผลิตของอินโดนีเซีย²

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ของอินโดนีเซีย (ทั้งการแปรรูปขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 (Primary and Secondary Processing) และอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ ระหว่างปี 2528-2533 ได้ขยายตัวร้อยละ 16.1 ต่อปี และในปัจจุบัน อินโดนีเซียเป็นผู้ผลิตไม้อัดรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยปริมาณการส่งออกไม้อัดได้เพิ่มขึ้นจาก 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2528 เป็น 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2535 ส่วนการจ้างงานในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้มีมากกว่าครึ่งล้านคน รองลงมาจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอันดับสองในการก่อให้เกิดการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม

อินโดนีเซียมีความได้เปรียบทางธรรมชาติในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ไม้และบัวตลอดจนงานไม้อื่นๆ ทั้งนี้เพราะอินโดนีเซียมีไม้ที่มีคุณภาพสูงและช่างไม้ก็มีความสามารถสูงด้วย อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ของอินโดนีเซียไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทั้งนี้เพราะอุตสาหกรรมเหล่านี้ขาดแคลนวัตถุดิบ โดยป่าไม้ส่วนใหญ่ได้ให้สัมปทานแก่โรงงานผลิตไม้อัดไปแล้ว โดยก่อนปี 2532 โรงเลื่อยส่วนใหญ่จะส่งไม้แปรรูปออกจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันได้รวมกิจการเข้ากับโรงงานผลิตไม้อัด ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนไม้ซุงเพื่อป้อนให้กับอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นที่ 2

ระหว่างปี 2528-2533 มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ได้ขยายตัวค่อนข้างต่ำคือ เฉลี่ยร้อยละ 1.59 ต่อปี ในขณะที่อัตราการคุ้มครอง (Rate of Effective Protection) ค่อนข้างสูง คือ 55.26% และระหว่างปี 2528-2534 มูลค่าการส่งออกได้ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 97.14 ต่อปี ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง

² Rizal Ramli, Impact of AFTA on Selected Industrial Product: The Case of Indonesia (Sectoral Economics Program, Thailand Development Research Institute, 1994), P.10.

สภาพการตลาด

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตขึ้นประมาณร้อยละ 70 จะส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะผลิตตามรูปแบบและขนาดที่ลูกค้าต่างประเทศกำหนดตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 30 เป็นการจำหน่ายภายในประเทศ

ตลาดภายในประเทศ

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่จำหน่ายภายในประเทศมีประมาณร้อยละ 30 ของปริมาณผลิต ส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดเล็ก ๆ น้อย ๆ สาเหตุที่จำหน่ายภายในประเทศเป็นสัดส่วนต่ำก็เพราะผู้บริโภคภายในประเทศมีความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งมากกว่า และมักไม่ค่อยเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้อยู่เดิม อันเป็นพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ตรงกันข้ามกับชาวยุโรปและชาวอเมริกัน ที่นิยมเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ใหม่หลังจากได้ใช้งานไปสัก 2 - 3 ปี นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีอำนาจซื้อต่ำ จึงมักซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดเล็ก ๆ น้อย ๆ ซึ่งราคาจะต่ำกว่าเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพอยู่มาก

สำหรับด้านการนำเข้านั้น จากการสอบถามผู้ประกอบการคาดว่าในปัจจุบันไม่มีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนจากต่างประเทศ สืบเนื่องมาจากผู้ผลิตภายในประเทศสามารถผลิตได้เป็นปริมาณมากและมีคุณภาพสูง แต่ตัวเลขการนำเข้าที่ปรากฏในสถิติของกรมศุลกากรเกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนนั้น เป็นการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนประเภทไม้เนื้อแข็ง ทั้งนี้เพราะสถิติของกรมศุลกากรมิได้แยกรายการเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนออกเป็นการเฉพาะ

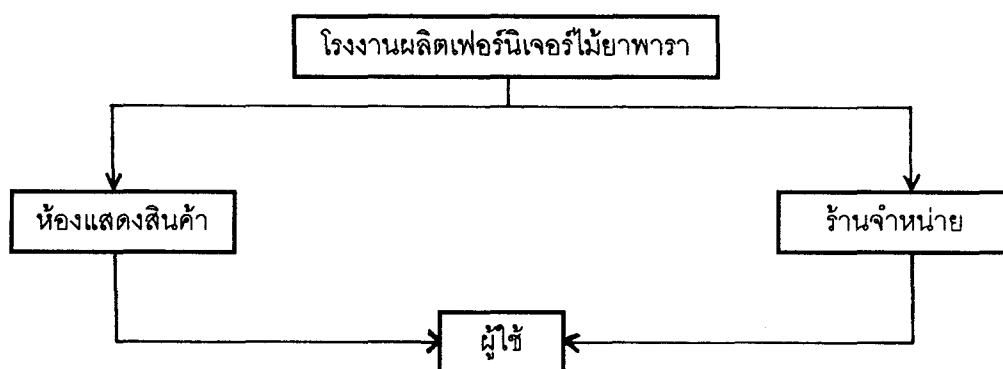
อย่างไรก็ตาม หากพิจารณามูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยแล้ว จะพบว่ามูลค่าการนำเข้าได้เพิ่มขึ้นจาก 12.87 ล้านบาทในปี 2531 เป็น 35.92 ล้านบาทในปี 2532 และ 70.12 ล้านบาทในปี 2533 แล้วลดลงเหลือ 59.08 และ 68.83 ล้านบาทในปี 2534 และ 2535 ตามลำดับ แต่ในปี 2536 มูลค่าการนำเข้าได้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 122.09 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 81.00 ต่อปี โดยสาเหตุที่มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นสูงตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา เป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่รัฐบาลออกพระราชกำหนดปิดป่าสัมปทานทั่วประเทศเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2532 ส่งผลให้ขาดแคลนไม้เนื้อแข็งสำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ จึงต้องหันไปนำเข้าจากต่างประเทศแทน อย่างไรก็ตาม จากการสอบถามทราบว่าในขณะนี้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราได้เข้ามามีบทบาทในตลาดภายในประเทศมากขึ้นตามลำดับ ทำให้ปริมาณการจำหน่ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 20 เป็น ร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนระหว่างประเทศนอกกลุ่มอาเซียนกับประเทศกลุ่มอาเซียนแล้ว จะพบว่าระหว่างปี 2531 - 2536 มีมูลค่าการนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนต่ำกว่าร้อยละ 15 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในแต่ละช่วงระยะเวลาดังกล่าว และเป็นการนำเข้า

จากสิงคโปร์เป็นสัดส่วนสูงที่สุด (ตารางที่ 6) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากต่างประเทศเป็นผู้มีรายได้สูง จึงต้องการเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพสูงและมีรูปแบบทันสมัยจากยุโรป ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำ และเมื่อพิจารณาสัดส่วนดังกล่าวเฉพาะในช่วงปี 2536 ซึ่งเป็นช่วงที่ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนเริ่มมีผลบังคับใช้ จะพบว่าเท่ากับร้อยละ 4.73 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ซึ่งไม่แตกต่างจากช่วงระยะเวลาอื่นที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด

วิธีการตลาดภายในประเทศ

ในกรณีที่ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพารามีห้องแสดงสินค้าของตนเอง จะจำหน่ายผ่านห้องแสดงสินค้าให้กับผู้ใช้โดยตรง และอีกกรณีหนึ่งก็คือ จำหน่ายผ่านร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป (แผนภูมิที่ 2) โดยการจำหน่ายในแต่ละช่องทางมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก คือ ประมาณร้อยละ 50 ของปริมาณจำหน่ายภายในประเทศ



แผนภูมิที่ 1 วิธีการตลาดภายในประเทศของเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพาราภายในประเทศ

ตลาดต่างประเทศ

เฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพาราของไทยมุ่งผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก และส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ประเภท Knock - Down จากตารางที่ 7 แสดงมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนซึ่งเป็นรายการรวมของเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทุกประเภท เนื่องจากสถิติกรมศุลกากรมิได้จำแนกรายการไม้อย่างพาราและชิ้นส่วนออกเป็นการเฉพาะตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่จากการสอบถามคาดว่ามูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพาราและชิ้นส่วนประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทั้งหมด

ตารางที่ 6

มูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยจำแนกเป็นรายประเทศ

หน่วย : ล้านบาท

ปี	2531	2532	2533	2534	2535	2536
ประเทศ						
ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน	12.51 (97.20)	35.58 (99.05)	67.69 (96.53)	50.63 (85.70)	64.37 (93.52)	116.32 (95.27)
ญี่ปุ่น	4.37 (33.96)	4.89 (13.61)	4.24 (6.05)	7.45 (12.61)	10.29 (14.95)	8.35 (6.84)
สหรัฐอเมริกา	1.23 (9.56)	1.83 (5.09)	0.90 (1.28)	14.82 (25.09)	8.31 (12.07)	38.78 (31.76)
ฝรั่งเศส	0.06 (0.47)	4.09 (11.39)	0.55 (0.78)	0.46 (0.78)	0.45 (0.65)	1.94 (1.59)
สหราชอาณาจักร	0.03 (0.23)	0.61 (1.70)	0.30 (0.43)	0.41 (0.69)	1.39 (2.02)	1.31 (1.07)
เนเธอร์แลนด์	0.08 (0.62)	0.60 (0.17)	0.01 (0.01)	0.38 (0.64)	0.29 (0.42)	0.45 (0.37)
ฮ่องกง	0.72 (5.59)	1.06 (2.95)	2.16 (3.08)	1.88 (3.18)	1.34 (1.95)	3.74 (3.06)
เยอรมนี	0.73 (5.67)	1.61 (4.48)	5.46 (7.79)	12.21 (20.67)	13.89 (20.18)	12.44 (10.19)
อื่นๆ	5.29 (41.10)	21.43 (59.66)	54.07 (77.11)	13.02 (22.04)	28.41 (41.28)	49.31 (40.39)
ประเทศกลุ่มอาเซียน	0.36 (2.80)	0.34 (0.95)	2.43 (3.47)	8.45 (14.30)	4.46 (6.48)	5.77 (4.73)
บรูไน	-	-	-	-	-	-
อินโดนีเซีย	-	0.02 (0.06)	0.77 (1.10)	1.87 (3.17)	1.65 (2.39)	1.34 (1.10)
มาเลเซีย	0.14 (1.09)	-	0.48 (0.68)	1.09 (1.84)	0.10 (0.15)	0.83 (0.68)
ฟิลิปปินส์	0.01 (0.08)	0.05 (0.14)	0.03 (0.05)	0.22 (0.37)	0.10 (0.15)	0.39 (0.32)
สิงคโปร์	0.21 (1.63)	0.27 (0.75)	1.15 (1.64)	5.27 (8.92)	2.61 (3.79)	3.21 (2.63)
รวม	12.87 (100.00)	35.92 (100.00)	70.12 (100.00)	59.08 (100.00)	68.83 (100.00)	122.09 (100.00)

ที่มา : กรมศุลกากร

หมายเหตุ : (1) ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในแต่ละปี

(2) ใช้พิกัดสินค้า 9401.610.009, 9401.690.006, 9403.300.003, 9403.400.005, 9403.500.007

และ 9403.600.009

อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนระหว่างปี 2531 - 2536 เพิ่มขึ้นโดยตลอด คือเฉลี่ยร้อยละ 19.19 ต่อปี โดยส่งออกไปยังญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลัก กล่าวคือ ในปี 2536 ไทยส่งออกไปยังญี่ปุ่นมากที่สุด เป็นมูลค่า 3,914.08 ล้านบาท รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา เป็นมูลค่า 3,304.39 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.52 และ 35.90 ของมูลค่าส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของปีดังกล่าว ตามลำดับ

สำหรับการส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนมีสัดส่วนที่ต่ำมาก กล่าวคือ ระหว่างปี 2531 - 2536 ส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนเพียงร้อยละ 1.93, 1.62, 1.01, 0.97, 0.69 และ 0.68 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของปีดังกล่าว ตามลำดับ จะเห็นว่าสัดส่วนดังกล่าวได้ลดลงมาตลอด ทั้งนี้ เพราะประเทศในภูมิภาคนี้ต่างมีวัตถุดิบไม่อยู่ภายในประเทศ และมีความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม่แตกต่างกันมากนัก

หากพิจารณาเฉพาะปี 2536 จะพบว่าในช่วงปี 2536 มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 0.68 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา

เมื่อพิจารณาสภาพตลาดของประเทศลูกค้าที่สำคัญเป็นรายประเทศแล้วจะเป็นดังนี้

ตลาดญี่ปุ่น ญี่ปุ่นเป็นตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญของไทย โดยชาวญี่ปุ่นนิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพาราที่มีสีขาวออกเหลือง อันเป็นสีที่มีความสวยงามคล้ายไม้ธรรมชาติ ในระยะแรกได้สั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพาราเป็นปริมาณมากจากไต้หวันซึ่งเป็นประเทศที่ไม่มีไม้ยางพาราอยู่เลย จึงต้องนำเข้าไม้ยางพาราจากมาเลเซีย ไทยและอินโดนีเซีย ต่อมา เมื่อค่าจ้างแรงงานของไต้หวันสูงขึ้น และค่าของเงินไต้หวันสูงขึ้นด้วย ส่งผลให้เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไต้หวันมีราคาแพง ญี่ปุ่นจึงหันมานำเข้าจากไทย โดยที่ญี่ปุ่นมักจะตรวจสอบคุณภาพในแต่ละขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและยังเข้มงวดด้านระยะเวลาส่งมอบ ซึ่งไทยก็สามารถติดต่อค้าขายด้วยดีตลอดมา ในปี 2534-2536 ไทยส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนไปยังญี่ปุ่นเป็นสัดส่วนสูงที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 39.51, 39.48 และ 42.52 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของปีดังกล่าว ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

โดยทั่วไปแล้ว ในการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของญี่ปุ่น ถ้าเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ราคาถูกจะนำเข้าจากไต้หวัน เกาหลีใต้ ไทย และ จีน ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีคุณภาพดีจะนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา อิตาลี เยอรมนี และอังกฤษ โดยที่ไทยได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ภายใต้โควตานำเข้า ซึ่งญี่ปุ่นจะประกาศเป็นปี ๆ ไป ทำให้ราคาเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยค่อนข้างถูก และมีส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ตารางที่ 7

มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยจำแนกเป็นรายประเทศ

หน่วย : ล้านบาท

ปี	2531	2532	2533	2534	2535	2536
ประเทศ						
ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน	3,908.69 (98.07)	3,576.25 (98.38)	4,731.74 (98.99)	5,989.98 (99.03)	7,376.04 (99.31)	914,234.00 (99.32)
ญี่ปุ่น	1,037.47 (26.03)	1,139.58 (31.35)	1,632.11 (34.14)	2,389.91 (39.51)	2,932.03 (39.48)	3,914.08 (42.52)
สหรัฐอเมริกา	1,607.32 (40.33)	1,514.62 (41.67)	1,842.03 (38.54)	2,050.64 (33.90)	2,691.96 (36.25)	3,304.39 (35.90)
ฝรั่งเศส	69.75 (1.75)	60.06 (1.65)	114.69 (2.40)	159.04 (2.63)	208.95 (2.81)	350.63 (3.81)
สหราชอาณาจักร	111.28 (2.79)	81.09 (2.23)	114.49 (2.40)	209.53 (3.46)	255.01 (3.43)	266.56 (2.90)
เนเธอร์แลนด์	7.34 (0.18)	14.75 (0.41)	25.81 (0.54)	23.30 (0.39)	38.06 (0.51)	45.33 (0.49)
ฮ่องกง	753.14 (18.90)	217.53 (5.98)	207.97 (4.35)	119.02 (1.97)	98.92 (1.33)	106.98 (1.16)
เยอรมนี	52.80 (1.33)	41.76 (1.15)	48.39 (1.01)	105.51 (1.74)	176.94 (2.38)	240.08 (2.61)
อื่นๆ	269.59 (6.76)	506.86 (13.94)	746.25 (15.61)	933.03 (15.43)	974.17 (13.12)	914.29 (9.93)
ประเทศกลุ่มอาเซียน	77.00 (1.93)	58.73 (1.62)	48.06 (1.01)	58.41 (0.97)	50.90 (0.69)	62.34 (0.68)
บรูไน	0.41 (0.01)	0.65 (0.02)	1.92 (0.04)	-	0.97 (0.01)	1.22 (0.01)
อินโดนีเซีย	0.13 (น้อยมาก)	0.18 (0.01)	1.51 (0.03)	0.27 (น้อยมาก)	0.24 (0.01)	1.26 (0.01)
มาเลเซีย	3.53 (0.09)	4.78 (0.13)	1.89 (0.04)	7.59 (0.13)	6.23 (0.08)	9.53 (0.11)
ฟิลิปปินส์	0.11 (น้อยมาก)	0.31 (0.01)	0.47 (0.01)	0.28 (น้อยมาก)	0.56 (0.01)	1.39 (0.02)
สิงคโปร์	72.82 (1.83)	52.81 (1.45)	42.27 (0.89)	50.27 (0.84)	42.90 (0.58)	48.94 (0.53)
รวม	3,985.69 (100.00)	3,634.98 (100.00)	4,779.80 (100.00)	6,048.39 (100.00)	7,426.94 (100.00)	9,204.68 (100.00)

ที่มา : กรมศุลกากร

หมายเหตุ : (1) ตัวเลขในวงเล็บหมายถึง ร้อยละของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมดในแต่ละปี

(2) ใช้พิกัดสินค้า 9401.610.009, 9401.690.006, 9403.300.003, 9403.400.005, 9403.500.007

และ 9403.600.009

ในปี 2533 เป็นอันดับสี่ คือร้อยละ 10 รองลงมาจากไต้หวัน (ร้อยละ 20) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 18) และ อิตาลี (ร้อยละ 12)³

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ในญี่ปุ่นได้ออกไปลงทุนในประเทศกำลังพัฒนาที่มีวัตถุดิบคุณภาพดีอยู่เป็นจำนวนมากและราคาวัตถุดิบไม่สูงนัก ทั้งยังเป็นประเทศที่ต้องการเงินตราต่างประเทศเพื่อใช้ในการพัฒนา เช่น พม่า อินโดนีเซีย ลาว โคลัมเบีย เวียดนาม และจีน เป็นต้น โดยญี่ปุ่นจะนำเข้าชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์จากประเทศดังกล่าวเพื่อไปผ่านกระบวนการผลิตอีกหลายขั้นตอนด้วยเทคนิคการผลิตที่ทันสมัย แล้วประกอบเข้าเป็นเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปและทำสัภายในประเทศ แต่เฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าส่วนใหญ่จะผลิตสำเร็จรูปแล้ว ทั้งนี้เพราะชาวญี่ปุ่นมีอำนาจซื้อสูง และอุปนิสัยของชาวญี่ปุ่นเป็นผู้ที่นิยมเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์บ่อย ๆ จึงมีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ในแต่ละปีเป็นมูลค่าสูง

เนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับใหม่ของญี่ปุ่นได้เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ของประชากรญี่ปุ่นมากขึ้น จึงคาดว่า การก่อสร้างที่อยู่อาศัยในญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นตาม อันจะส่งผลให้ความต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นในอนาคต ดังนั้น ไทยยังสามารถขยายการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไปยังญี่ปุ่นได้อีก แต่จะต้องพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และนำเทคนิคที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานของตลาดญี่ปุ่นซึ่งอยู่ในระดับสูง โดยตลาดญี่ปุ่นมีแนวโน้มนิยมเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบยุโรป คุณภาพและมีฝีมือมีความปราณีตมากขึ้น

ตลาดสหรัฐอเมริกา เฟอร์นิเจอร์ของไทยได้เข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาโดยพ่อค้าชาวไต้หวัน สิงคโปร์ และฮ่องกงตั้งแต่ปี 2528 ต่อมา พ่อค้าชาวอเมริกันได้เข้ามาเยี่ยมชมโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ในไทย และได้สั่งซื้อจากผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไทยโดยตรง จนตลาดสหรัฐอเมริกาได้กลายเป็นตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งของไทย แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจภายใน สหรัฐฯ ได้ซบเซาลง และสหรัฐฯ ได้ตัดสินใจพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) ของเฟอร์นิเจอร์ไม้บางรายการยกเว้นเฟอร์นิเจอร์ประเภทที่นึ่งแกะสลักจากไม้ท่อนและชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ของไทยในปี 2532 ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของไทยในปี 2532 ลดลงจากปี 2531 ร้อยละ 6.21 กอปรกับชาวญี่ปุ่นได้หันมานิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารากันมากขึ้น ทำให้การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยไปยังญี่ปุ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจนนำหน้าสหรัฐฯ อย่างเด่นชัดในปี 2534-2536 (ตารางที่ 7) อย่างไรก็ตามการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนไปยังสหรัฐฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากไต้หวันซึ่งเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับหนึ่งประสบ

³ รัตนภรณ์ วิทโยธพันธ์, "เฟอร์นิเจอร์ วัตถุดิบ และเทคโนโลยีคือ หัวใจการเติบโต" ผู้จัดการรายเดือน ปีที่ 9 ฉบับที่ 107 (สิงหาคม, 2535), หน้า 125.

ปัญหาขาดแคลนไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต โดยแหล่งนำเข้าไม้ของไต้หวันคือ อินโดนีเซียและ มาเลเซียได้มีมาตรการเข้มงวดในการส่งออกไม้แปรรูป กล่าวคือ อินโดนีเซียห้ามส่งออกไม้แปรรูปในปี 2533 และมาเลเซียได้เพิ่มอัตราภาษีส่งออกไม้แปรรูปจากเดิมอีกประมาณร้อยละ 20 และยังกำหนด ปริมาณการส่งออกไว้ไม่เกินร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิต ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2533 นอกจากนี้ สหรัฐฯ ยังได้ยกเลิกสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรที่ให้แก่ไต้หวัน ทำให้ต้นทุนและราคาจำหน่าย เฟอร์นิเจอร์ของไต้หวันสูงขึ้น กอปรกับค่าจ้างแรงงานในไต้หวันมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก จึงเป็นโอกาสดีของไทย ที่จะส่งเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนไปยังตลาดสหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้น

สำหรับส่วนแบ่งการตลาดในปี 2533 ไต้หวันมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดคือประมาณร้อยละ 33 รองลงมาคือ แคนาดา ร้อยละ 23 อิตาลี ร้อยละ 11 ส่วนไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 1.7 ซึ่งถ้า สังเกตดูประเทศคู่แข่งที่สหรัฐฯ นำเข้าเฟอร์นิเจอร์เป็นมูลค่าสูงแล้ว จะเห็นว่าส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่ พัฒนาแล้ว (ยกเว้นฟิลิปปินส์และจีน) ซึ่งได้เปรียบทางด้านการออกแบบและเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัยกว่า ในขณะที่ไทยจะได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศเหล่านี้มาก หากไทยได้พัฒนาทาง ด้านการออกแบบ สีสัน ตามความต้องการของตลาด และมีการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยแล้ว คาดว่าจะ สามารถแข่งขันกับประเทศเหล่านี้ได้⁴

ตลาดกลุ่มประชาคมยุโรป กลุ่มประชาคมยุโรปเป็นทั้งผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อส่งออกและผู้นำเข้า เฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ของโลก แต่ส่วนใหญ่เป็นการค้าภายในกลุ่มด้วยกันเอง ที่สำคัญได้แก่ เยอรมนี ฝรั่งเศส และอิตาลี ส่วนการนำเข้ามากเป็นอันดับรองลงมาได้แก่ การนำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียน โดย นำเข้าจากอินโดนีเซียมากที่สุด รองลงมาเป็นการนำเข้าจากฟิลิปปินส์และไทย สำหรับการนำเข้าจาก มาเลเซียและสิงคโปร์นับว่าต่ำมาก

เฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยที่ส่งออกไปยังกลุ่มประชาคมยุโรป ได้ส่งออกไปยังสหราชอาณาจักรเป็นสัดส่วนสูงที่สุด ในปี 2534 และ 2535 แต่ลดลงมาอยู่ในอันดับสองรองลงมาจากฝรั่งเศสในปี 2536 กล่าวคือ ในปี 2534 ส่งออกไปยังสหราชอาณาจักรเป็นมูลค่า 209.53 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 255.01 และ 266.56 ล้านบาทในปี 2535 และ 2536 คิดเป็นร้อยละ 3.46 3.43 และ 2.90 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ของปีดังกล่าว ตามลำดับ การส่งออกไปยังฝรั่งเศสและเยอรมนี ในปี 2534 และ 2535 มีมูลค่าการส่งออก รองลงมาจากสหราชอาณาจักร กล่าวคือ ในปี 2534 ส่งออกไปยังฝรั่งเศสเป็นมูลค่า 159.04 ล้านบาท

⁴ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด, 'เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา' วารสารเศรษฐกิจธนาคารกรุงเทพ จำกัด ปีที่ 24 ฉบับที่ 3 (มีนาคม 2535), หน้า 41.

เพิ่มขึ้นเป็น 208.95 ล้านบาทในปี 2535 คิดเป็นร้อยละ 2.63 และ 2.81 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดตามลำดับ และในปี 2536 ไทยได้ส่งออกไปยังฝรั่งเศสเป็นสัดส่วนสูงที่สุดคือ 350.63 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.81 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ส่วนเยอรมนี ในปี 2534 ส่งออกไปเป็นมูลค่า 105.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 176.94 และ 240.08 ล้านบาทในปี 2535 และ 2536 คิดเป็นร้อยละ 1.74, 2.38 และ 2.61 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 7) จะเห็นว่า การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยไปยังประเทศดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดมา

ทางด้านส่วนแบ่งการตลาดนั้น ในปี 2533 อิตาลีมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดคือร้อยละ 25 รองลงมาได้แก่ เยอรมนี ร้อยละ 19 เบลเยียม ร้อยละ 7 ฝรั่งเศสร้อยละ 7 ส่วนที่เหลือเป็นของไต้หวัน ร้อยละ 2 ประเทศกลุ่มอาเซียน ร้อยละ 2 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 1 และกลุ่มประเทศอื่นๆ อีกร้อยละ 19 สำหรับไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพียงร้อยละ 0.4 เท่านั้น

เนื่องจากกลุ่มประชาคมยุโรปเป็นตลาดใหญ่ และการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวมีสัดส่วนที่ต่ำมาก ทั้งยังไม่ถูกตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร นอกจากนี้ กลุ่มประเทศเหล่านี้ยังได้ให้ความสนใจเฟอร์นิเจอร์ของไทยด้วย ดังนั้น ผู้ผลิตจึงควรศึกษาและผลิตรูปแบบที่ตลาดต้องการ ก็จะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้มากขึ้นกว่าเดิม

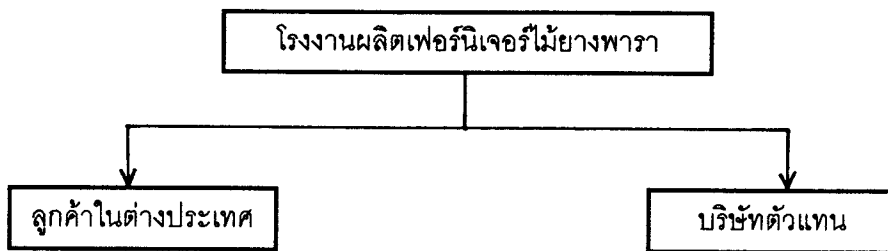
ตลาดฮ่องกง ฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง ประชากรมีรายได้และอำนาจซื้อสูง ทั้งยังมีปริมาณห้องชุดและที่อยู่อาศัยสร้างใหม่ในแต่ละปีเพิ่มขึ้นในอัตราสูง ส่งผลให้มีความต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นตาม แต่มูลค่าการส่งออกของไทยไปยังฮ่องกงมีแนวโน้มลดลงตามลำดับ ซึ่งลดลงจาก 753.14 ล้านบาทในปี 2531 เหลือเพียง 106.98 ล้านบาทในปี 2536 หรือลดลงเฉลี่ยร้อยละ 27.01 ต่อปี ทั้งนี้เพราะคู่แข่งที่สำคัญของไทยในตลาดฮ่องกงได้แก่ จีน ซึ่งได้เปรียบทั้งด้านราคาและระยะทางการขนส่ง ส่งผลให้จีนสามารถครองตลาดระดับกลางและระดับล่าง ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีคุณภาพและราคาสูงนั้น คู่แข่งที่สำคัญของไทยได้แก่ อิตาลี เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และไต้หวัน ซึ่งเป็นประเทศชั้นนำทั้งด้านการออกแบบและการผลิต จึงทำให้การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนของไทยไปยังตลาดฮ่องกงประสบปัญหาการแข่งขันอย่างมาก

เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่เป็นที่นิยมในตลาดฮ่องกงได้แก่ โต๊ะอาหาร โต๊ะรับแขก ชั้นวางของหรือชั้นตั้งของโชว์ และเก้าอี้

อย่างไรก็ตาม ถ้าหากผู้ส่งออกสามารถเจาะตลาดที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ อันได้แก่ โรงแรม อาคารสำนักงาน ก็จะทำให้มูลค่าการส่งออกสูงขึ้นได้

วิธีการตลาดต่างประเทศ

ผู้ผลิตจะติดต่อจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์แก่ผู้ใช้โดยตรงในงานแสดงเฟอร์นิเจอร์นานาชาติ และจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทน (Trading Company) ทั้งในและต่างประเทศ ในกรณีที่จำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนภายในประเทศนั้น บริษัทแม่ในต่างประเทศจะเป็นผู้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้วจัดสรรคำสั่งซื้อให้กับบริษัทตัวแทนที่อยู่ในเครือตามประเทศต่างๆ และประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งจำหน่ายมักเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ถอดประกอบได้ (Knock - Down Furniture) ที่ผ่านขั้นตอนการผลิตมาเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนกรณีการจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนในต่างประเทศ ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งจำหน่ายมีทั้งเฟอร์นิเจอร์ที่ถอดประกอบได้ซึ่งผ่านขั้นตอนการผลิตมาเสร็จเรียบร้อยแล้ว และชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องทำการผลิตขั้นสุดท้าย (เช่น การทำสี) ในต่างประเทศ แล้วส่งจำหน่ายให้กับลูกค้าอีกต่อหนึ่ง (แผนภูมิที่ 2)



แผนภูมิที่2 วิธีการตลาดต่างประเทศของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

จากวิธีการตลาดดังกล่าวข้างต้น การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราให้แก่ลูกค้าในต่างประเทศนั้นเป็นการจำหน่ายให้กับผู้ใช้ในประเทศโดยตรง (ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง) ร้อยละ 30 และเป็นการจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนร้อยละ 70 บริษัทตัวแทนของไทยที่สำคัญได้แก่ บริษัทตัวแทนของชาวไต้หวัน อเมริกัน ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ และเกาหลี โดยบริษัทตัวแทนของชาวไต้หวันจะส่งจำหน่ายไปยังอิตาลี ญี่ปุ่น และ ฮองกง บริษัทตัวแทนของชาวฮองกงจะซื้อเพื่อใช้ภายในฮองกงเอง และส่งจำหน่ายไปยังจีนกับสหราชอาณาจักร เมื่อหันไปพิจารณาบริษัทตัวแทนในประเทศผู้นำเข้าจากไทยที่สำคัญแล้ว จะพบว่าในตลาดญี่ปุ่น บริษัทตัวแทนส่วนใหญ่จะเป็นชาวญี่ปุ่นเอง ในตลาดสหรัฐอเมริกา บริษัทตัวแทนเป็นชาวอเมริกัน และชาวไต้หวัน ส่วนในตลาดเยอรมนี พ่อค้าชาวเยอรมนีจะซื้อขายกับผู้ผลิตของไทยโดยตรง

วิธีการตลาดต่างประเทศของบริษัทร่วมทุน

โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ร่วมทุนกับชาวญี่ปุ่น จะส่งเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตได้ไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น ส่วนโรงงานที่ร่วมทุนกับชาวไต้หวัน จะจัดส่งไปจำหน่ายยังญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศประชาคมยุโรป โดยผู้ผลิตบางรายอาจผลิตเป็นชิ้นส่วน แล้วส่งไปผลิตในขั้นตอนสุดท้ายในญี่ปุ่นหรือไต้หวันก่อนจำหน่ายต่อไป กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้ร่วมทุนชาวต่างชาติเป็นผู้จัดหาตลาดต่างประเทศให้กับโรงงาน จึงมีประเด็นที่น่าพิจารณาคือ หากชาวต่างชาติถอนหุ้นออกไปแล้ว โรงงานร่วมทุนเหล่านี้จะสามารถอยู่รอดต่อไปหรือไม่ ในประเด็นนี้ โรงงานที่ร่วมทุนกับชาวญี่ปุ่นบางรายได้ตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น โดยผู้บริหารชาวไทยบางรายได้เริ่มจัดหาตลาดในกลุ่มประเทศประชาคมยุโรปเอง ส่วนโรงงานที่ร่วมทุนกับชาวไต้หวัน เนื่องจากได้ติดต่อดำเนินค้าขายกับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศอยู่แล้ว โดยเฉพาะบริษัทตัวแทนในกลุ่มประเทศประชาคมยุโรป จะมาเยี่ยมชมโรงงานเป็นประจำปีละ 2 ครั้ง ผู้บริหารคนไทยจึงสามารถใช้โอกาสนี้สร้างความสัมพันธ์ได้ จึงคาดว่าจะไม่มีปัญหาด้านจัดหาตลาดต่างประเทศเอง นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังสามารถส่งออกโดยผ่านบริษัทตัวแทนภายในประเทศ

ผลกระทบจาก เขตการค้าเสรีอาเซียน

สภาพการค้าในกลุ่มประเทศอาเซียน

เนื่องจากอินโดนีเซีย ไทยและมาเลเซียเป็นประเทศที่เพาะปลูกต้นยางพารามากที่สุด 3 ประเทศแรกของโลก และต่างได้รับถ่ายทอดเทคโนโลยีการรักษาเนื้อไม้จากญี่ปุ่น จึงมีไม้ยางพาราแปรรูปสำหรับป้อนอุตสาหกรรมภายในประเทศอย่างเพียงพอ และยังเป็นผู้ส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปให้กับไต้หวันเพื่อนำไปผลิตเฟอร์นิเจอร์อีกด้วย

นอกจากนี้ ทั้งญี่ปุ่นและไต้หวันซึ่งมีความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราได้เข้ามาร่วมทุนในอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย และได้ถ่ายทอดเทคนิคการผลิต จึงทำให้ประเทศเหล่านี้เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่สำคัญ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น กอปรกับประเทศเหล่านี้ยังมีวัสดุอื่นสำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ เช่น ไม้เนื้อแข็ง หวาย เป็นต้น โดยฟิลิปปินส์เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญ สิงคโปร์ได้เข้าไปลงทุนในมาเลเซีย แล้วนำเข้าจากมาเลเซียเพื่อใช้ภายในประเทศและส่งออก ส่วนบรูไนมีประชากรประมาณ 300,000 คน จึงมีความต้องการเฟอร์นิเจอร์ต่ำ ดังนั้นการค้าวัตถุดิบและเฟอร์นิเจอร์ภายในกลุ่มประเทศอาเซียนจึงมีมูลค่าต่ำมาก

สำหรับสภาพการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ โดยสรุปเป็นดังนี้

อินโดนีเซีย อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้เพิ่มขึ้นจาก 120 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2531 เป็น 312 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2534 และในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2535 ส่งออกเป็นมูลค่า 152 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร กลุ่มประเทศเบเนลักซ์ เยอรมนี และอิตาลี

สาเหตุที่อินโดนีเซียมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ สืบเนื่องจากการพัฒนาภายในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เองและการปรับปรุงด้านสาธารณูปโภค (Infrastructure) รวมทั้งความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับ Indonesian Furniture Industry & Handicraft Association ในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้

มาเลเซีย อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของมาเลเซียได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2528 อันเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคและการให้สิ่งจูงใจของรัฐบาล ตลอดจนความพยายามในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เอง ทำให้มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2535 เท่ากับ 205.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 76 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดโดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สิงคโปร์

สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ซึ่งมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ ประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด

ฟิลิปปินส์ มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทของฟิลิปปินส์ได้ลดลงจาก 204.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2531 เหลือเพียง 177.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2534 หรือลดลงเฉลี่ยร้อยละ 13 ต่อปี ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากค่าจ้างแรงงานในฟิลิปปินส์ได้เพิ่มสูงขึ้น และสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ที่สำคัญที่สุดของฟิลิปปินส์ได้ประสบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย จึงนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากประเทศต่างๆ ลดลง

ระหว่างปี 2531-2534 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของฟิลิปปินส์มากเป็นอันดับสอง รองลงมาจากเฟอร์นิเจอร์หวาย โดยมีสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 13.8 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ในปี 2534 ฟิลิปปินส์ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไปยังสหรัฐอเมริกามากที่สุดเป็นมูลค่า 14.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 58.11 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น ร้อยละ 8.5 สหราชอาณาจักร ร้อยละ 4.97 เนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 4.37 และ เยอรมนี ร้อยละ 3.2

สำหรับในไตรมาสแรกของปี 2535 ฟิลิปปินส์ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทเป็นมูลค่า 41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2534 ซึ่งส่งออกเป็นมูลค่า 43.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แล้ว จะเห็นว่าลดลงถึงร้อยละ 5.8 โดยสัดส่วนของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้คิดเป็นร้อยละ 16 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด

สิงคโปร์ ในปี 2535 มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทที่ได้จากการผลิตภายในประเทศสิงคโปร์เองเท่ากับ 261.9 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ลดลงจากปี 2534 ถึงร้อยละ 3.6 ส่วนมูลค่าการส่งออกทั้งหมด (รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากประเทศต่างๆ แล้วส่งผ่านสิงคโปร์) ลดลงเป็น 358.2 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 363.6 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ในปี 2534 แล้ว ลดลงร้อยละ 1.5 ส่วนมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเพิ่มขึ้นจาก 342.6 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ในปี 2533 เป็น 343.7 และ 362.6 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ในปี 2534 และ ปี 2535 ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.54 ต่อปี

สำหรับตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรกของสิงคโปร์ในปี 2535 ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฮองกง และได้หวัน โดยมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศทั้ง 5 ดังกล่าว รวมกันประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกในปี 2535 (ตารางที่ 8) และมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 38 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภท

ตารางที่ 8
มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกประเภทของสิงคโปร์

หน่วย : ล้านดอลลาร์สิงคโปร์

	2533	2534	2535
ก. การค้ากับต่างประเทศ			
การนำเข้า	292.3	343.7	362.6
การส่งออก	342.6	363.6	358.2
ข. ตลาดส่งออก 5 รายใหญ่			
ญี่ปุ่น	76.5	102.9	74.8*
สหรัฐอเมริกา	86.3	68.7	64.1*
สหราชอาณาจักร	32.0	33.9	36.3*
ฮ่องกง	25.4	21.5	22.4*
ออสเตรเลีย	19.2	15.7	-
ไต้หวัน	-	-	17.8*

ที่มา : ASEAN Furniture Industries Council

หมายเหตุ * เดือนมกราคม-พฤศจิกายน

ผลจากการลดภาษีนำเข้า

การลดภาษีนำเข้าคาดว่าจะไม่มีผลกระทบต่อวัตถุดิบคือ ไม้ยางพาราแปรรูป ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพารามากเป็นอันดับสองของโลก และมีความสามารถในการอัดน้ำยาเพื่อรักษาเนื้อไม้เช่นเดียวกับประเทศต่างๆ แต่การลดภาษีนำเข้าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ประกอบ เช่น ผ้า โฟม เป็นต้น ซึ่งจะต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์นำเข้า

ส่วนทางด้านตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยได้เข้าสู่จุดอิ่มตัว กอปรกับผู้ผลิตของไทยมีความสามารถในการผลิตดีกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย จึงคาดว่าจะไม่ได้รับผลกระทบจากเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากกลุ่มประเทศอาเซียนส่งเข้ามาตีตลาด นอกจากนี้ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตขึ้นภายในประเทศจะได้เปรียบเฟอร์นิเจอร์นำเข้าอย่างน้อย 3 ด้านคือ (ก) สามารถให้บริการที่ดีกว่า (ข) ผู้แทนจำหน่ายไม่ต้องเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์ (ค) ผู้แทนจำหน่ายสามารถซื้อด้วยเครดิต ในขณะที่การนำเข้าจะต้องเปิด L/C

สำหรับการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันคาดว่าจะไม่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียนนิยมใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เนื้อแข็งมากกว่า ในขณะที่เดียวกัน ประเทศต่างๆในภูมิภาคนี้ก็มีไม้เนื้อแข็งอยู่เป็นจำนวนมาก

ส่วนผลจากการลดภาษีนำเข้าตามข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของมาเลเซียตามการศึกษาของ Ragayah Hj. Mat Zin สามารถสรุปได้ 3 ประการคือ⁵

1. การสร้างการค้าหรือการเบี่ยงเบนการค้า (Trade Creation or Diversion)

ผู้ผลิตในมาเลเซียได้แสดงทัศนะว่า เขตการค้าเสรีอาเซียนก่อให้เกิดการสร้างการค้า (Trade Creation) แต่จะเป็นปริมาณไม่มากนัก เนื่องจากประเทศต่างๆได้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบและคุณภาพแตกต่างกัน จึงเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค และหลังจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนจะทำให้ราคาเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าจากต่างประเทศต่ำลงจึงมีช่องทางให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่สามารถหาตลาดได้ ตัวอย่างเช่น มาเลเซียได้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์รูปแบบจีนจากฮ่องกงและสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนแล้ว มาเลเซียอาจนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ประเภทดังกล่าวจากไทย ในทำนองเดียวกันสิงคโปร์จะมุ่งเฉพาะด้านการตกแต่งและการบรรจุหีบห่อ ส่วนมาเลเซียและอินโดนีเซียอาจอาศัยความชำนาญที่มีอยู่เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ยังไม่ได้ตกแต่งส่งให้กับสิงคโปร์ เป็นต้น

สาเหตุที่การสร้างการค้าจะมีปริมาณไม่สูงนักก็เพราะ สภาพการค้าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่เป็นการค้ากับประเทศนอกกลุ่มอาเซียน โดยปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการค้าก็คือ ประเทศคู่ค้าจะต้องผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่แตกต่างจากที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ซึ่งจะต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะอย่างในบางระดับ แต่เนื่องจากผู้ผลิตในประเทศกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มที่จะผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกันและผลิตจากพันธุ์ไม้ชนิดเดียวกัน ดังนั้นจึงคาดว่า การสร้างการค้าจะมีผลไม่มากนัก ทั้งนี้ยกเว้นสิงคโปร์ที่นำเข้าเพื่อส่งออกอีกต่อหนึ่งแล้ว ผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่จะส่งออกไปยังประเทศนอกกลุ่มอาเซียน ซึ่งมีทรัพยากรธรรมชาติแตกต่างจากที่มีอยู่ในประเทศกลุ่มอาเซียน

2. อุตสาหกรรมจะได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์

เนื่องจากจะมีการสร้างการค้าเกิดขึ้นบ้าง ดังนั้น อุตสาหกรรมก็จะได้รับประโยชน์จากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน แต่หลังจากลดการคุ้มครองลงแล้ว ผู้ผลิตขนาดเล็กและมีกรรมวิธีการผลิตที่ล้าสมัยจะไม่สามารถอยู่รอดต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้ ก็จะเป็นแรงผลักดันให้อุตสาหกรรมต้องปรับตัวด้วยการนำเครื่องจักร ที่ทันสมัยและประหยัดแรงงานมาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มผลิตภาพและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันใน

⁵ Ragayah Hj. Mat Zin, A Study on the Impact of AFTA on the Malaysian Manufacturing Sector : The Case of the wood - Base Industry (Faculty of Economics, University Kebangsaan Malaysia, 1994), pp. 41-45.

ตารางที่ 9

เปรียบเทียบแผนการลดภาษีตามข้อตกลง AFTA ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้

หน่วย : เปอร์เซ็นต์

รายการ/ประเทศ	Indicative	Base Rate	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546
ที่มั่งทำด้วยโครงไม้มีเนาะ												
บรูไน	N	20	20	20	15	15	15	15	10	10	10	0-5
อินโดนีเซีย	F	40	20	15	15	10	10	10	0-5			
มาเลเซีย	F	15	12.14	10	10	5	5	5	0-5			
ฟิลิปปินส์	F	29.25	17.45	17.5	15	15	10	10	0-5			
สิงคโปร์	F	5	0	0	0	0	0	0	0		0	0
ไทย	F	45	30	25	25	20	20	15	15	10	10	0-5
เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ใช้ในสำนักงาน												
บรูไน	N	20	20	20	15	15	15	15	10	10	10	0-5
อินโดนีเซีย	F	20	20	15	15	10	10	10	0-5			
ฟิลิปปินส์	F	29.25	17.5	17.5	15	15	10	10	0-5			
สิงคโปร์	F	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ไทย	F	30	30	25	25	20	20	15	15	10	10	0-5
เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ใช้ในห้องครัว												
บรูไน	N	20	20	20	15	15	15	15	10	10	10	0-5
อินโดนีเซีย	F	40	20	15	15	10	10	10	0-5			
ฟิลิปปินส์	F	29.25	17.5	17.5	15	15	15	10	0-5			
สิงคโปร์	F	5	0	0								
ไทย	F	30	30	25	25	20	20	15	15	10	10	0-5

ตารางที่ 9 (ต่อ)

หน่วย : เปอร์เซ็นต์

รายการ/ประเทศ	Indicative	Base Rate	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546
เงินเดือนประจำในท้องถิ่น												
บรูไน	N	20	20	20	15	15	15	15	10	10	10	0-5
อินโดนีเซีย	F	40	20	15	15	15	10	10	0-5			
ฟิลิปปินส์	F	29.25	17.5	17.5	15	15	10	10	0-5			
สิงคโปร์	F	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ไทย	F	30	30	25	25	20	20	15	15	10	10	0.5
เงินเดือนประจำในท้องถิ่นอื่นๆ												
บรูไน	N	20	20	20	15	15	15	15	15	10	10	10
อินโดนีเซีย	F	40	40	30	30	30	20	20	15	15	10	10
ฟิลิปปินส์	F	29.25	17.5	17.5	15	10	15	10	10	0-5		
สิงคโปร์	F	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ไทย	F	30	30	25	25	20	20	15	15	10	10	0-5

ที่มา : ASEAN Secretariat

หมายเหตุ : N หมายถึง Normal Track

F หมายถึง Fast Track

ระยะยาวต่อไป นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity) และประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมนี้ จะส่งผลให้สามารถเพิ่มการส่งออกไปยังประเทศนอกกลุ่มอาเซียนได้อีกด้วย

3. ผลกระทบต่อการลงทุน

เนื่องจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์จะต้องปรับตัวให้มีความแข็งแกร่งขึ้นหลังจากลดความคุ้มครองลงจึงคาดกันว่าจะมีการลงทุนใหม่ๆเพิ่มขึ้น เพื่อปรับปรุงคุณภาพและขยายการผลิต เนื่องจากเกิดการขาดแคลนแรงงานกอบกับรัฐบาลมาเลเซียได้ให้สิ่งจูงใจต่างๆ ย่อมเป็นแรงผลักดันให้เกิดการลงทุนซื้อเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันภายในประเทศ

ก่อนปี 2532 เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตได้จะจำหน่ายภายในประเทศเพียงร้อยละ 20 เนื่องจากตลาดภายในประเทศนิยมใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งกันมากกว่า และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่จำหน่ายภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีตำหนิ สภาพการแข่งขันจึงเน้นที่ราคาเป็นหลัก แม้ว่าปัจจุบันจะจำหน่ายภายในประเทศสูงขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิต เนื่องจากรัฐบาลได้ยกเลิกสัมปทานป่าไม้เมื่อต้นปี 2532 ทำให้ไม่สามารถนำไม้เนื้อแข็งมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้ก็ตาม สภาพการแข่งขันภายในประเทศก็ยังเน้นด้านราคาเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะอำนาจซื้อของประชากรภายในประเทศค่อนข้างต่ำ กอบกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีราคาสูงกว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้ประเภทอื่น ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็ง กล่าวคือ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราขนาด 1 ตารางเมตร ราคาจำหน่ายประมาณ 25,000 บาท ในขณะที่เฟอร์นิเจอร์ประเภท Particle Board และ MDF Board ขนาด 1 ตารางเมตรจำหน่ายเพียง 4,000-5,000 บาท และ 7,500 บาท ตามลำดับ จึงทำให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราต้องแข่งขันทางด้านราคาอย่างมาก

สภาพการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศเป็นการส่งจำหน่ายในตลาดระดับกลางและระดับบน โดยเฉพาะการส่งจำหน่ายไปยังญี่ปุ่นจะต้องพิถีพิถันด้านเนื้อไม้และคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ จึงต้องแข่งขันทางด้านคุณภาพ ในขณะเดียวกัน การส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศจะเป็นการจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนสูงถึงร้อยละ 70 ซึ่งบริษัทตัวแทนเหล่านี้จะทำการเปรียบเทียบราคาคุณภาพ และบริการ จึงต้องทำการแข่งขันทางด้านราคาและการให้บริการอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากตลาดหลักของไทยโดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นและตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะขยายตัวออกไปตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้น หากผู้ผลิตสามารถหาตลาดต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น ก็จะสามารถขยายการผลิตออกไป แต่การจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนนั้นมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้เพราะบริษัทตัวแทนเหล่านี้ได้มีประสบการณ์ในการติดต่อค้าขายกับตลาดต่างประเทศมาเป็นเวลานาน จึงรู้ถึงสภาพของตลาดได้เป็นอย่างดี สามารถออกแบบให้ตรงกับรสนิยมของตลาด ถ้าหากผู้ผลิตของไทยทำการออกแบบเอง และเป็นรูปแบบที่ตลาดตอบสนองด้วยแล้ว ก็จะถูกลอกเลียนแบบหรือนำไปดัดแปลงรูปแบบได้ในระยะเวลาอันสั้น จึงไม่คุ้มที่จะออกแบบเอง นอกจากนี้บริษัทตัวแทนเหล่านี้ยังทำการค้าผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นอีกด้วย และรับคำสั่งซื้อครั้งละเป็นปริมาณมาก ดังนั้น การที่ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละรายจะหาตลาดกันเอง ย่อมต้องเสียค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดสูงกว่าการจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไว้ในตลาดต่างประเทศจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพึ่งพาบริษัทตัวแทนในการหาตลาดอีกต่อไป

อุปสรรคของการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราประสบอุปสรรคในการแข่งขันทั้งทางด้านวัตถุดิบ การขนส่ง การผลิต และการตลาดดังนี้

1. เนื่องจากรัฐบาลได้ส่งเสริมให้ปลูกยางพาราพันธุ์ใหม่ ซึ่งให้น้ำยางมากกว่ายางพาราพันธุ์เก่าประมาณครึ่งหนึ่ง แต่ยางพาราพันธุ์ใหม่มีลำต้นเล็ก จึงส่งผลให้ขาดแคลนต้นยางพาราที่มีลำต้นใหญ่สำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ กอปรกับชาวสวนยางได้หันไปปลูกพืชผลประเภทอื่นที่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ภายในระยะเวลาอันสั้น หรือไม่ก็ขายที่ดินแล้วหันไปประกอบอาชีพอื่น ทำให้ราคาไม้ยางพารามีแนวโน้มสูงขึ้น
2. การนำไม้ยางพารารอกจากสวนยางค่อนข้างลำบาก โดยเฉพาะการนำไม้ยางพารารอกจากสวนยางภาคใต้ในฤดูฝน เนื่องจากเส้นทางคมนาคมขนส่งไม่เอื้ออำนวย ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนไม้ยางพาราในฤดูฝน
3. ผลจากการที่ราคายางพาราในตลาดโลกตกต่ำ และราคาจำหน่ายของไม้ยางพาราภายในประเทศได้ปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนอาชีพจากการทำสวนยางไปประกอบอาชีพอื่น ทำให้มีการตัดไม้ยางพาราที่มีอายุไม่ถึง 10 ปี ซึ่งลำต้นยังอ่อนอยู่ออกจำหน่าย เมื่อนำไปผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์แล้ว จะได้เฟอร์นิเจอร์ที่คุณภาพไม่แข็งแรงพอ และเสี้ยนไม้ลึกลงทำให้แลดูไม่สวยงาม อันเป็นอุปสรรคต่อการขายแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้น ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์จึงต้องเพิ่มขั้นตอนในการรับซื้อไม้ยางพาราด้วยการคัดเลือกคุณภาพของไม้

4 ในปัจจุบันโรงงานแปรรูปไม้ยางพาราหลายแห่งได้ทำการผลิตชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์อีกด้วย แล้วส่งออกชิ้นส่วนดังกล่าวไปยังญี่ปุ่น โดยโรงงานเฟอร์นิเจอร์ในญี่ปุ่นจะนำไปผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพดีเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และยังทำให้การผลิตของโรงงานเฟอร์นิเจอร์ในญี่ปุ่นสามารถดำเนินต่อไปได้แต่ในทางกลับกัน เป็นผลให้โรงงานเฟอร์นิเจอร์ในไทยขาดแคลนไม้ยางพาราแปรรูปเพื่อใช้ในการผลิต และยังคงรับซื้อในราคาสูงขึ้นอีกด้วย อันเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลก

5. ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคนิคและควบคุมคุณภาพมาตรฐานของเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิต นอกจากนี้ค่าจ้างแรงงานยังมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง จึงเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันทางด้านราคา

6. ต้นทุนด้านการขนส่งสูง เนื่องจากโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ซึ่งท่าเรือหลักที่จังหวัดสงขลามีปริมาณเรือเข้าขนถ่ายสินค้าน้อย ในบางครั้งจะต้องขนถ่ายจากเรือเล็กขึ้นเรือใหญ่อีกต่อหนึ่ง หรือไม่ก็ต้องขนส่งมายังท่าเรือกรุงเทพฯ ทำให้เสียค่าขนส่งสูง ส่วนโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออก การใช้บริการของท่าเรือหลักแหลมฉบังจะต้องจ่ายค่าสิทธิหน้าท่าสูงกว่าท่าเรือกรุงเทพฯ โดยค่าระวางเรือและค่าสิทธิหน้าท่าของไทยสูงกว่าประเทศคู่แข่ง จึงเป็นปัญหาต่อการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลก

7. สภาพการแข่งขันในตลาดโลกสูง เนื่องจากประเทศคู่แข่งที่สำคัญคือ อินโดนีเซีย และมาเลเซียมีพื้นที่เพาะปลูกต้นยางพาราเป็นจำนวนมาก จึงมีวัตถุดิบสำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราอย่างเพียงพอ กอปรกับเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตเป็นไปตามรูปแบบที่ลูกค้าต่างชาติว่าจ้าง ซึ่งลูกค้าต่างชาติจะนำคำสั่งซื้อให้ผู้ผลิตในประเทศต่างๆ เสนอราคา แล้วทำการเปรียบเทียบราคา คุณภาพ บริการและอื่นๆ จึงทำให้มีการแข่งขันกันสูงมาก

8. ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ในต่างประเทศได้จดลิขสิทธิ์รูปแบบเฟอร์นิเจอร์แล้ว ซึ่งรูปแบบเฟอร์นิเจอร์โดยทั่วไปจะไม่แตกต่างกันมากนัก จึงเป็นอุปสรรคต่อการผลิตที่จะต้องคอยระมัดระวังไม่ไปละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว

ส่วนปัญหาอุปสรรคที่อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของมาเลเซียเผชิญอยู่นั้น จากการศึกษาของ Ragayah Hj. Mat Zin พอสรุปได้เป็น 2 ประเด็นใหญ่ๆ คือ⁶

⁶ Ibid., pp. 23-28.

1. นโยบายของรัฐที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม

1.1 โครงสร้างภาษี

รัฐบาลจัดเก็บภาษีอุปกรณ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งที่อุปกรณ์บางประเภทเป็นคนละรูปแบบและคุณภาพก็แตกต่างจากที่ผลิตขึ้นในมาเลเซีย และการขอคืนภาษีต้องใช้เวลาในการติดตามมาก จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพดีขึ้นในมาเลเซีย

1.2 กฎระเบียบของรัฐ

การขออนุญาตก่อตั้งโรงงานผลิตภัณฑ์ไม้จะต้องผ่านการอนุญาตจากหลายหน่วยงาน ซึ่งมีขั้นตอนของระบบงานราชการที่ซับซ้อนและใช้เวลามาก ทั้งนี้เพราะรัฐบาลมาเลเซียต้องการให้การอนุมัติกำลังการผลิตของเครื่องจักรเป็นเครื่องมือของการควบคุมปริมาณการใช้วัตถุดิบและปริมาณการผลิตโดยทางอ้อม

1.3 ขาดการประสานงานในภาคเอกชนและการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษา Industrial Master Plan (1985) พบว่า ในภาคเอกชนยังขาดการประสานงานกันภายในอุตสาหกรรม ส่วนทางภาครัฐบาลมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ทั้งทางตรงและทางอ้อมอยู่ประมาณ 20 หน่วยงาน แต่กิจกรรมของหน่วยงานเหล่านี้จะมุ่งที่การผลิตขั้นต้น (Primary Process) ในขณะที่การผลิตขั้นที่สอง (Secondary Process) ยังมีไม่เพียงพอ

2. ปัญหาอื่นๆ

2.1 ด้านวัตถุดิบ

ในด้านวัตถุดิบนี้จะแยกพิจารณาออกเป็น 2 ด้านคือ วัตถุดิบที่ใช้ในขบวนการผลิตและอุปกรณ์ประกอบ โดยที่ขณะนี้รัฐ Peninsular Malaysia เกิดการขาดแคลนไม้ซุง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบของขบวนการผลิตขั้นปลายน้ำ (Downstream Processing) ในขณะที่มีปริมาณไม้ซุงอุดมสมบูรณ์ในรัฐ Sabah และ Sarawak อันสะท้อนให้เห็นถึงความไม่สมดุลของการใช้ทรัพยากร ซึ่งรัฐ Peninsular Malaysia มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการผลิตขั้นปลายน้ำ แต่ขาดวัตถุดิบจำพวกไม้ ในขณะที่รัฐ Sabah และ Sarawak มีป่าไม้ซุงอุดมสมบูรณ์ แต่ไม่สามารถป้อนไม้ท่อนให้กับโรงงานในรัฐ Peninsular ได้ ทั้งนี้เนื่องจากทั้งสองรัฐดังกล่าวได้ปฏิบัติกับรัฐ Peninsular เช่นเดียวกับการส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ ซึ่งจะต้องเสียภาษีส่งออก นอกจากนี้ ผู้จำหน่ายไม้ซุงในรัฐ Sabah และ Sarawak จะจำหน่ายไม้ซุงส่วนใหญ่ไปยังตลาดต่างประเทศ เพราะผู้ซื้อภายในประเทศไม่สามารถตอบสนองราคาที่ลูกค้าต่างประเทศเสนอให้ ทำให้โรงเลื่อยภายในประเทศมาเลเซียต้องซื้อไม้ซุงที่มีคุณภาพต่ำ ที่สำคัญก็คือ โรงเลื่อยและโรงงานไม้อัดได้แข่งขันกันซื้อไม้ซุงเป็นเหตุให้ต้นทุนการผลิตสูง และการขาดแคลนไม้ซุงของโรงเลื่อยส่งผลให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และผู้ผลิต

ภัณฑ์ไม่อื่นๆไม่มีปริมาณไม้เพียงพอต่อการผลิต จนเกิดกำลังการผลิตส่วนเกิน (Surplus Capacity) หรือไม้ก็ต้องนำเข้าไม้จากต่างประเทศ เช่น พม่า และอินโดนีเซีย เป็นต้น

ทางด้านอุปกรณ์ประกอบนั้น ยังขาดอุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์ประกอบที่จำเป็นต่อการผลิตเฟอร์นิเจอร์ จึงต้องนำเข้าอุปกรณ์สำเร็จรูปจากต่างประเทศ

2.2 การผลิตไม่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาเทคโนโลยีต่ำ

ในมาเลเซียมีผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์เพียงร้อยละ 10 ที่เป็นผู้ผลิตขนาดใหญ่ ที่เหลืออีกร้อยละ 90 เป็นผู้ผลิตขนาดเล็ก ใช้เครื่องจักรที่ล้าสมัย และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีมูลค่าเพิ่มต่ำ (Low Value - Added Products) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้มีศักยภาพของการขยายตัวและรัฐบาลได้ให้สิ่งจูงใจส่งผลให้ผู้ผลิตที่เข้ามาประกอบการใหม่มีขนาดใหญ่ขึ้นและใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ในขณะเดียวกันผู้ผลิตเดิมได้ขยายการผลิตและเน้นการผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ความชำนาญพิเศษ (Product Specialisation)

2.3 ขาดบุคลากรที่มีทักษะในการผลิต

ผู้ผลิตในมาเลเซียประสบอุปสรรคในการจัดหาแรงงานทั้งแรงงานที่มีทักษะและแรงงานที่ไม่มีทักษะ อย่างไรก็ตาม การจัดหาแรงงานที่ไม่มีทักษะสามารถแก้ไขได้ด้วยการว่าจ้างแรงงานจากต่างประเทศ เช่น ชาวอินโดนีเซียหรือชาวบังกลาเทศ เป็นต้น แต่เนื่องจากขาดสถาบันฝึกอบรมในมาเลเซียจึงทำให้ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ โดยเฉพาะด้านการออกแบบ การจัดการ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการขาดแคลนหัวหน้าคนงาน

2.4 สภาพการแข่งขัน

ผู้ผลิตภายในประเทศประสบปัญหาการแข่งขันกันซื้อไม้ซุง ส่วนผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากประเทศกำลังพัฒนาด้วยกัน เช่น กลุ่มประเทศลาตินอเมริกาและประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน โดยคู่แข่งที่สำคัญในทวีปเอเชียได้แก่ อินโดนีเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ส่วนคู่แข่งนอกทวีปเอเชีย เช่น บราซิล ได้ส่งออกคิ้วและบัวไปยังสหรัฐอเมริกาเป็นจำนวนมาก เป็นต้น โดยประเทศเหล่านี้ส่วนใหญ่มีไม้อยู่ภายในประเทศ ค่าจ้างแรงงานถูกและเป็นแรงงานที่มีทักษะ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่ามาเลเซีย ตลอดจนรัฐบาลได้ให้สิ่งจูงใจต่างๆ นอกจากนี้สภาพการแข่งขันดังกล่าวนี้ไม่เพียงแต่จะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ไม้เนื้อแข็งเท่านั้น แต่ยังต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ไม้เนื้ออ่อนและผลิตภัณฑ์ที่มีไม้เทียม เช่น พลาสติค เหล็ก อลูมิเนียม เป็นต้น

2.5 ความไม่มีประสิทธิภาพทางด้านเทคนิค

ปัญหาทางด้านนี้ได้แก่ ผลิตภาพต่ำ (Low Productivity) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ (Inconsistency in Product Quality) และ อัตรา Recovery Rate ต่ำ

(1) ผลผลิตต่ำ สาเหตุหนึ่งที่ผลผลิตต่ำก็คือ โรงงานส่วนใหญ่ใช้แรงงานในการผลิตมากกว่าที่จะใช้เครื่องจักรแบบง่าย ๆ ในการผลิต อันเป็นปัญหาหลักในช่วงทศวรรษ 1980 แต่เนื่องจากแรงงานได้หายากขึ้นตามลำดับ จึงผลักดันให้โรงงานต่างๆ ต้องหันไปลงทุนซื้อเครื่องจักรที่ประหยัดแรงงาน (Labour Saving Machinery) อย่างไรก็ตาม โรงงานต่างๆ ก็ยังต้องปรับปรุงผลผลิตให้สูงขึ้นอีก

สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ผลผลิตต่ำก็คือ อัตราการเข้า-ออกของแรงงานสูง จึงทำให้ผู้ผลิตต้องจ่ายค่าจ้างสูงขึ้น เพื่อจูงใจให้แรงงานอยู่ทำงานต่อไป โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดการขาดแคลนแรงงาน

(2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ โรงงานขนาดเล็กไม่ได้ให้ความสำคัญในการควบคุมคุณภาพ โดยเฉพาะการผลิตเพื่อป้อนตลาดภายในประเทศ กล่าวคือ มีโรงงานจำนวนน้อยที่ได้ควบคุมคุณภาพอย่างแท้จริง โดยทั่วไปแล้วการควบคุมคุณภาพเป็นเพียงการตรวจสอบด้วยการอาศัยประสบการณ์ในอดีต แต่การควบคุมอย่างมีระบบในทุกขั้นตอนของการผลิตมีน้อยมาก อย่างไรก็ตามสภาพการแข่งขันที่รุนแรง และความเข้มงวดในการนำเข้าของประเทศต่างๆ ได้ผลักดันให้ผู้ส่งออกให้ความสำคัญด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์

(3) อัตรา Recovery Rate ต่ำ เนื่องจากอัตรา Recovery Rate ของโรงเลื่อยและอุตสาหกรรมไม้อัดต่ำ โดยที่อัตรา Recovery Rate ของอุตสาหกรรมไม้อัดมีค่าเพียงร้อยละ 45 ซึ่งต่ำกว่าระดับโลกอีก สาเหตุที่อัตรา Recovery Rate ต่ำก็คือ จำนวนโรงเลื่อยมีน้อย คุณภาพของเครื่องเลื่อยต่ำ การทำฟันเลื่อยไม่มีประสิทธิภาพ และการขาดการแปรรูปไม้ที่ดี จนเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งและเกิดการขาดแคลนไม้ตามมา รวมทั้งการจัดระดับลูกหนี้ของสถาบันการเงินถูกจัดอยู่ในเกรดต่ำ

นโยบายของรัฐ

นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีทั้งที่ส่งผลทางด้านบวกและด้านลบ

นโยบายของรัฐที่มีผลด้านบวก

นโยบายของรัฐที่มีผลด้านบวกที่สำคัญได้แก่

1. การให้ความรู้และความช่วยเหลือด้านวิชาการ การฝึกอบรมโดยกองอุตสาหกรรมในครอบครัว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ตลอดจนบริการข้อมูลทางอุตสาหกรรม โดยกองพัฒนาอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม อันจะช่วยลดภาระของผู้ผลิตด้านการฝึกอบรมระหว่างการทำงาน และได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตและการตลาด

2. นโยบายส่งเสริมการลงทุนซึ่งกำหนดให้ขนาดการลงทุนขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) และจะต้องตั้งอยู่ในเขต 3 หรือตั้งในนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในเขต 2 โดยมีเงื่อนไขจะต้องส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่างประเทศในแต่ละปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของมูลค่ายอดขาย จะเห็นว่าข้อกำหนดดังกล่าวไม่เป็นอุปสรรคต่อการขอรับการส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้เพราะการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้จะต้องใช้เงินลงทุนสูงกว่าที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกำหนดไว้ และการตั้งโรงงานควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ อันจะช่วยลดความสูญเสียของไม้ยางพาราที่ชักลากออกจากป่าก่อนผ่านขบวนการอัดน้ำยา และลดค่าใช้จ่ายของการขนส่งไม้ท่อน ทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก จึงเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุนที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยเฉพาะช่างเทคนิคต่างชาติจะสามารถเข้ามาควบคุมการผลิตและถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับคนไทย

3. การจ่ายเงินชดเชยค่าภาษีอากรการผลิตภัณฑ์ส่งออก กล่าวคือ รัฐบาลให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งออกด้วยการลดภาระค่าภาษีอากรที่แบบแบงอยู่ในวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ส่งออก โดยรัฐจะคืนภาษีไว้ในรูปของบัตรภาษี ซึ่งผู้ส่งออกสามารถนำไปชำระค่าภาษีอากรได้ที่กรมสรรพากร กรมสรรพสามิต และกรมศุลกากร

ในการจ่ายเงินชดเชยค่าภาษีอากรแก่อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจะจ่ายเป็น 2 อัตราคือ
อัตรา ก. เป็นอัตราการชดเชยภาษีให้กับผู้ส่งออกที่ไม่ได้ใช้สิทธิใด ๆ ทางด้านภาษี ทั้งนี้ไม่รวมถึงการขอยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน โดยจ่ายให้ร้อยละ 3.35 ของมูลค่าการส่งออกในแต่ละครั้ง

อัตรา ข. เป็นอัตราการชดเชยภาษีให้กับผู้ส่งออกที่ได้รับหรือได้ใช้สิทธิขอคืนหรือยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีอากร ทั้งนี้ไม่รวมถึงการขอยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน โดยจ่ายให้ร้อยละ 1.98 ของมูลค่าการส่งออกในแต่ละครั้ง

การจ่ายเงินชดเชยค่าภาษีอากรดังกล่าวนี้จะช่วยลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ส่งออกเพื่อประโยชน์การแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลก

4. กรมส่งเสริมการส่งออกได้ร่วมมือกับภาคเอกชนในการสนับสนุนงานด้านเผยแพร่ จัดนิทรรศการ จัดงานแสดงสินค้าและเข้าร่วมออกงานงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ จัดงานประกวดและประกาศเกียรติคุณโดยผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศอยู่เป็นประจำ นับว่ามีส่วนช่วยเผยแพร่เฟอร์นิเจอร์ของไทยให้เป็นที่รู้จักกันในตลาดโลกอย่างมาก

นโยบายของรัฐที่มีผลทางด้านลบ

เนื่องจากการแปรรูปไม้ยางพาราเพื่อส่งออกจะต้องขอใบอนุญาตจากกรมป่าไม้ และทางกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ยังกำหนดว่า จะต้องนำเอกสารทางด้านสำเนาโฉนดที่ดิน หรือ น.ส. 3 พร้อมสำเนาบัตรประชาชนของผู้เป็นเจ้าของที่ดินที่ปลูกยางพาราไปแสดงด้วย แม้ขั้นตอนดังกล่าวจะสามารถลดปริมาณการส่งออกไม้ยางพาราแปรรูปลงก็ตาม แต่ในบางครั้งก็ส่งผลกระทบต่อเนื่องมาถึงการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราด้วย กล่าวคือ หน่วยราชการดังกล่าวอาจขอเอกสารข้างต้นประกอบการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา อันเป็นการเพิ่มอุปสรรคต่อเนื่องมาถึงการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราด้วย

แนวโน้มและความสามารถในการแข่งขัน

แนวโน้มของตลาดภายในประเทศ

จากการออกพระราชกำหนดยกเลิกสัมปทานป่าไม้ ทำให้ไม่สามารถนำไม้เนื้อแข็งออกจากป่ามาผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้ ผู้ซื้อจึงหันมาใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารากันมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ความต้องการที่อยู่อาศัยได้เพิ่มสูงขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดโดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนั้นความต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์ย่อมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และแนวโน้มของความต้องการที่อยู่อาศัยยังจะเพิ่มขึ้นอีกต่อไปตามอัตราการเพิ่มของจำนวนประชากร จึงส่งผลให้ความต้องการใช้เฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มขยายตัวควบคู่กันไป

นอกจากนี้ รสนิยมที่มีต่อการใช้เฟอร์นิเจอร์ได้เริ่มเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่ผ่านมา กล่าวคือ แทนที่จะใช้เฟอร์นิเจอร์แต่ละชุดเป็นเวลาหลายสิบปีดังเช่นอดีต ก็ได้หันมานิยมเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ใหม่ทุกๆ 3-4 ปี จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่คาดว่าแนวโน้มของตลาดภายในประเทศจะขยายตัวออกไป

สำหรับรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ของตลาดส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบที่ทันสมัย สามารถตอบสนองประโยชน์ได้กว้างขวางและเหมาะสมกับรูปทรงของอาคารสมัยใหม่ซึ่งส่วนมากเป็นอาคารชุด ตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ เช่น มือจับ บานพับ กุญแจ รางลิ้นชัก ลูกล้อ เป็นต้น จะต้องมีการมีรูปแบบที่ทันสมัย

แนวโน้มของตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยในตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเช่นเดียวกัน กอปรกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ไม้ Particle Board และ MDF Board ทดแทนได้ไม่สมบูรณ์ ตัวอย่างเช่น เฟอร์นิเจอร์ประเภทเก้าอี้ไม่สามารถใช้ไม้ Particle Board และ MDF Board ทำการผลิตได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ราคาส่งออกยังต่ำกว่าราคาจำหน่ายภายในประเทศ แต่ผู้ส่งออกจะได้รับ L/C แล้วนำไปขายลดกับธนาคาร เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทำให้สามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ จึงคาดว่าจะสามารถขยายตลาดต่างประเทศออกไปได้อีก

อีกประการหนึ่ง หากผู้ส่งออกสามารถทำความเข้าใจกับกลุ่มประเทศตะวันตกที่ต่อต้านการตัดไม้ทำลายป่า อันส่งผลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมโลกที่เสื่อมโทรมลง ได้รับข้อเท็จจริงว่าไม้ยางพาราเป็นผลพลอยได้จากการปลูกระยะยาวเพื่อนำน้ำยางมาผลิตผลิตภัณฑ์ยาง ก็จะทำให้ความต้องการเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีมากขึ้น และแนวโน้มการขยายตัวของการส่งออกก็จะเพิ่มขึ้นตามมา

ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ โดยเฉพาะประเทศกลุ่มอาเซียนอันได้แก่ อินโดนีเซีย และมาเลเซียแล้ว ไทยจะมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบดังนี้

ก) ข้อได้เปรียบของไทย ได้แก่

1. ไทยได้เปรียบอินโดนีเซียทางด้านคุณภาพและรูปแบบ และยังมีความได้เปรียบทางด้านบุคลากรที่ชำนาญงานกว่า โดยอินโดนีเซียมักผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทพื้นๆ เช่น สตูล ชั้นวางของ เป็นต้น และสีของเฟอร์นิเจอร์มักไม่สม่ำเสมอ ในบางครั้งอาจประกอบเข้ากันไม่ได้ ส่วนคุณภาพเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของมาเลเซียใกล้เคียงกับไทยมาก โดยตามหลังไทยอยู่ไม่เกิน 5 ปี

2. สีของเนื้อไม้ยางพาราของมาเลเซียและอินโดนีเซียเป็นสีชาออกดำไม่เหมาะสำหรับผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทสีธรรมชาติ ในขณะที่เนื้อไม้ยางพาราที่ปลูกทางภาคตะวันออกของไทยมีสีชาออกเหลือง เมื่อผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ประเภทสีธรรมชาติแล้วมีสีส้มสวยงาม จึงเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก

3. สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่สำคัญมีความเชื่อถือในคุณภาพและระยะเวลาการส่งมอบของไทยมากกว่าอินโดนีเซีย จึงทำให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยสามารถส่งจำหน่ายตลาดระดับกลางจนถึงระดับบน ส่วนอินโดนีเซียสามารถส่งจำหน่ายได้เฉพาะตลาดระดับกลางเท่านั้น

4. ทั้งอินโดนีเซียและมาเลเซียมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นจำนวนมาก โดยโรงงานที่มีคนงานที่นับถือศาสนาอิสลามตั้งแต่ 50 คนขึ้นไปจะต้องมีห้องประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่โรงงานวันละ 3 ครั้ง อันส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตลดลง

5. การบรรจุหีบห่อ กล่าวคือ การบรรจุเฟอร์นิเจอร์ Knock - Down ลงในกล่องของไทยแลดูสวยงามกว่า และมีค่ากล่องของไทยถูกกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น ค่ากล่องของไทยประมาณ 40 บาทต่อใบ ในขณะที่ค่ากล่องของมาเลเซียประมาณ 50 บาทต่อใบ เป็นต้น

ข) ข้อเสียเปรียบของไทย ได้แก่

1. แม้ว่าไต้หวันจะเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ด้วยการนำเข้าวัตถุดิบคือไม้ยางพาราจากต่างประเทศ และมีต้นทุนแรงงานสูงกว่าไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย แต่ไต้หวันมีเทคโนโลยีก้าวหน้ากว่า จึงทำให้การผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไต้หวันสามารถลดการสูญเสียวัตถุดิบ จนมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยถูกกว่าไทย กอปรกับการผลิตของไต้หวันได้มีโรงงานขนาดเล็กทำการผลิตชิ้นส่วนเฉพาะอย่าง แล้วส่งเข้าโรงงานขนาดใหญ่เพื่อทำการผลิตในขั้นตอนสุดท้าย จึงสามารถลดต้นทุนการผลิตลง อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา ไต้หวันต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนไม้อย่างรุนแรง เพราะมาเลเซียและอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศจำหน่ายไม้ให้ไต้หวันได้มีมาตรการห้ามส่งไม้ออกนอกประเทศ ทำให้ไต้หวันต้องลดการผลิตลง จึงเป็นผลดีต่อไทยที่จะมีโอกาสเข้าไปแทนที่ตลาดบางส่วนของไต้หวันได้มากขึ้น

2. อินโดนีเซียมีต้นยางพาราพันธุ์เก่า ซึ่งมีลำต้นใหญ่อยู่เป็นจำนวนมาก แต่นำมาใช้ประโยชน์น้อย จึงมีต้นทุนของวัตถุดิบไม้ถูกกว่าไทย

3. มาเลเซียได้ปลูกสวนยางพาราในรูปบริษัทโดยใช้วิชาการบังคับให้ลำต้นมีขนาดใหญ่ ไม่แตกกิ่งก้านสาขา จึงมีต้นไม้ขนาดเล็กเหมาะสำหรับนำมาผลิตเฟอร์นิเจอร์และยังมีคุณภาพของเนื้อไม้ดีอีกด้วย

นอกจากนี้ ในมาเลเซียยังมีเมืองผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยที่ชาวไต้หวันเป็นผู้ริเริ่มตั้งโรงงาน ในอนาคตจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดโลกของไทย

4. ไทยมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซีย เพราะมีต้นทุนทางด้านไม้ยางพาราและค่าขนส่งภายในประเทศสูง จึงทำให้ราคาจำหน่ายของไทยสูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซีย ประมาณร้อยละ 20

5. ค่าระวางเรือจากไทยไปยังญี่ปุ่นสูงกว่าค่าระวางเรือจากอินโดนีเซียและมาเลเซียไปยังญี่ปุ่น ทั้งนี้เพราะไทยมีปริมาณสินค้าส่งออกมาก จึงมีระวางเรือน้อย ส่งผลให้ค่าระวางเรือสูง นอกจากนี้ยังมีค่าสิทธิหน้าท่า และค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูงกว่าด้วย

6. เนื่องจากสิงคโปร์ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการค้าตั้งอยู่ใกล้กับมาเลเซีย จึงทำให้สิงคโปร์นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจากมาเลเซียแล้วส่งออกไปยังตลาดผู้ซื้อ (Re-Export) อันมีผลต่อการเพิ่มปริมาณการส่งออกของมาเลเซีย

7. ในปัจจุบัน ปริมาณไม้ยางพาราของไทยได้ลดน้อยลงตามลำดับ ส่งผลให้การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราต้องลดลงตาม บริษัทตัวแทนจึงเริ่มหันไปสั่งซื้อจากประเทศอื่น โดยเฉพาะบริษัทตัวแทนของชาวอเมริกันซึ่งสั่งซื้อแต่ละครั้งเป็นปริมาณมาก ทำให้ไทยต้องสูญเสียลูกค้าเหล่านี้ไป

ความสามารถในการแข่งขัน

ก่อนที่จะข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนจะมีผลบังคับใช้ ไทยจัดเก็บภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ในอัตราร้อยละ 60 ส่วนอัตราภาษีนำเข้าเฉพาะประเทศกลุ่มอาเซียนเป็นร้อยละ 30 และ 45 แล้วแต่ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นอัตราภาษีนำเข้าที่สูงกว่าทุกประเทศในกลุ่มอาเซียน

เมื่อทำการศึกษา Effective Rate of Protection (ERP) และ Hurdle Rate of Return (rgi) ของเก้าอี้ที่ผลิตจากไม้ยางพาราแล้ว จากตารางที่ 10 จะพบว่า ก่อนลดภาษีนำเข้าตามข้อตกลง AFTA ไทยจัดเก็บภาษีนำเข้าเฉพาะเก้าอี้ไม้จากประเทศกลุ่มอาเซียนในอัตราร้อยละ 45 ถ้าผู้ผลิตของไทยนำเข้าเก้าอี้ไม้ยางพาราที่ผลิตได้จำหน่ายภายในประเทศ (ไม่ส่งออกเลย) ค่า ERP เท่ากับ 17.6% และค่า rgi เท่ากับ 1.6% และเมื่อทำการศึกษาด้วยการลดภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ลงเหลือร้อยละ 5 ตามข้อตกลง AFTA แล้ว ค่า ERP จะติดลบ แสดงว่าได้ลดภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้เพียงอย่างเดียว แต่ไม่ได้ลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ จากประเทศนอกกลุ่มอาเซียน จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมนี้จะถูกลงโทษ ส่วนค่า rgi สูงขึ้น แสดงว่าผู้ผลิตของไทยจะเผชิญกับการแข่งขันจากเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่นำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนมากขึ้น หลังจากที่ได้ลดภาษีนำเข้าลง

แต่ถ้าหากทำการศึกษาด้วยการลดภาษีนำเข้าทั้งเฟอร์นิเจอร์ไม้และวัตถุดิบลงเหลือร้อยละ 5 แล้ว ค่า ERP จะมีค่าลดลงจากกรณีก่อนข้อตกลง AFTA มีผลบังคับใช้ แต่ยังคงมีค่าเป็นบวกอยู่ แสดงว่าผู้ผลิตไทยได้รับความคุ้มครองจากรัฐลดลง ส่วนค่า rgi สูงกว่ากรณีก่อนข้อตกลง AFTA มีผลบังคับใช้ แสดงว่าผู้ผลิตไทยจะเผชิญกับการแข่งขันจากเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่นำเข้าจากประเทศกลุ่มอาเซียนมากขึ้น แต่ค่า rgi ดังกล่าวจะต่ำกว่ากรณีที่ลดภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ลงเหลือร้อยละ 5 เพียงอย่างเดียว ดังนั้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันหลังจากที่ข้อตกลง AFTA มีผลบังคับใช้ จะต้องลดภาษีนำเข้าทั้งเฟอร์นิเจอร์ไม้และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

อย่างไรก็ตาม การศึกษาความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวข้างต้นเป็นการพิจารณาเฉพาะค่า Hurdle Rate of Return ที่คำนวณจากผลของการลดภาษีนำเข้าเท่านั้น ซึ่งยังมีเงื่อนไขอื่นที่จะต้องพิจารณาเพิ่มเติมอีก เช่น ความสม่ำเสมอและปริมาณของวัตถุดิบในประเทศ ชนิดและคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ การให้บริการของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย เป็นต้น

ส่วนอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของมาเลเซียมีปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดดังนี้⁷

⁷ Ibid., pp. 36-41.

ตารางที่ 10

ค่า Effective Rate of Protection และ Hurdle Rate of Return ของเก้าอี้ไม้

	beta	i	rho	u	r	pie	dq/q	T	delta	phi	1-phi	Z	VMP	rg	VA(d)	VA(w)	ERP	ti	rgi
Case 1 : Rubber Sofa (Pre-AFTA Tariff Rates)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	37.370	30.780	0.176	-0.004	0.016
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	34.440	30.780	0.106	-0.003	0.017
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 2 : Rubber Sofa (50% Reduction of Pre-AFTA Tariff Rates for both inputs and output)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	39.790	30.780	0.226	-0.006	0.014
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	35.740	30.780	0.139	-0.003	0.017
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 3 : Rubber Sofa (50% Reduction of Pre-AFTA Tariff Rates on Output only)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	36.090	30.780	0.147	-0.004	0.016
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	33.700	30.780	0.087	-0.002	0.018
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 4 : Rubber Sofa (5% Tariff Rate on output)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	25.440	30.780	-0.210	0.005	0.025
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	28.040	30.780	-0.098	0.002	0.022
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 5 : Rubber Sofa (5% Tariff Rate on output and inputs)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	32.780	30.780	0.061	-0.002	0.018
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	31.810	30.780	0.032	-0.001	0.019
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
หมายเหตุ : 1. สมมติให้อัตราคอเบย์เงินกู้เฉลี่ยของบริษัท (i) = 10%																			
2. ให้อาคารมีมูลค่าซาก 10% ของมูลค่าปัจจุบัน และเครื่องจักรมีมูลค่า 5% ของมูลค่าปัจจุบัน																			
3. * ข้อมูลที่บริษัทให้มาขาดมูลค่าอาคารและเครื่องจักร จึงไม่สามารถคำนวณค่า dq/q ในที่นี้ให้ dq/q=0.062 ซึ่งเป็นตัวเลขของบริษัทที่ใช้ในการคำนวณกระแสเงินสด																			

1. ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของมาเลเซีย

1.1 การให้สิ่งจูงใจและความช่วยเหลือของรัฐบาลมาเลเซีย

โรงงานขนาดเล็กได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐค่อนข้างมาก โดยได้รับสัญญาว่าจ้างจากรัฐบาล มาเลเซียให้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ป้อนโรงเรียนต่างๆ อันส่งผลให้ผู้ผลิตเกิดความมั่นใจที่มีตลาดรองรับอย่างแน่นอน โดยผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในโรงเรียนประมาณร้อยละ 20 ผลิตเพื่อป้อนให้กับรัฐบาล นอกจากนี้ Ministry of National and Rural Development ของมาเลเซียยังได้ให้การสนับสนุนด้วยการให้เครื่องจักร 2 เครื่อง เงินทุนบางส่วนสามารถกู้ยืมจาก Malaysian Development Bank และยังได้รับการฝึกอบรมในบางด้าน ในปัจจุบันผู้ผลิตเหล่านี้ได้รับการอำนวยความสะดวกจากการขอเบิกเงินเกินบัญชีจากธนาคารพาณิชย์อีกด้วย

ส่วนโรงงานขนาดกลางที่ชาวอินเดียก่อตั้งขึ้นเป็นเวลากว่า 20 ปี และเป็นบริษัทค้าเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่คือ Robert Newton (ขณะที่ได้ปิดกิจการแล้ว) และ Perangsang Delima ได้รับความช่วยเหลือด้านการเงินจาก Export Credit Refinancing Loan และยังได้รับการลดหย่อนดอกเบี้ยจากการส่งออก และเนื่องจากตลาดส่งออกของผู้ผลิตดังกล่าวคือญี่ปุ่น ทาง JETRO จึงได้ให้ความช่วยเหลือด้วยการส่งผู้ชำนาญการผลิตชาวญี่ปุ่นไปประจำที่โรงงานเป็นเวลานานหลายเดือน

สำหรับโรงงานขนาดใหญ่จะใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย และได้ทำการจำหน่ายเป็นเวลามากกว่า 30 ปี โดยทำการส่งออกประมาณร้อยละ 12 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของมาเลเซีย ซึ่งรัฐบาลมาเลเซียได้ให้ความช่วยเหลือด้วยการลดภาษีส่งออกและการหักค่าลดหย่อนต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก

สิ่งที่สำคัญกว่าสิ่งจูงใจและความช่วยเหลือต่างๆดังกล่าวข้างต้นก็คือ รัฐบาลมาเลเซียได้จัดปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ (Infrastructure) ที่ดี อันประกอบด้วย การขนส่งและระบบการสื่อสาร ท่าเรือขนาดใหญ่ แหล่งพลังงาน และสิ่งปลูกสร้างต่างๆของโรงงาน ฯลฯ นับเป็นการให้ความช่วยเหลือโดยตรงแก่ผู้ผลิต

1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้

แม้ว่าในปัจจุบันผู้ผลิตในมาเลเซียจะจัดหาไม้ได้ยากขึ้นก็ตาม แต่ก็ยังนับว่ามาเลเซียมีป่าไม้ที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆในกลุ่มอาเซียน ยกเว้น อินโดนีเซีย โดยรัฐ Peninsular Malaysia ได้ห้ามส่งออกไม้ซุงตั้งแต่ปี 2528 ส่วนรัฐ Sabah และ รัฐ Sarawak ได้มีข้อตกลงลดการส่งออกไม้ซุง ทั้งยังได้ห้ามส่งออกหวายตั้งแต่เดือนธันวาคม 2532 กำหนดโควตาและจัดเก็บค่าธรรมเนียมส่งออก Levy ไม้ยางพาราแปรรูปตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2533 และตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2533 ได้จัดเก็บค่าธรรมเนียมส่งออก Levy ในอัตราร้อยละ 20 จากไม้แผ่นบางประเภทและไม้วีเนียร์ เพื่อเพิ่มความต้องการของอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream Activities) โดยค่าธรรมเนียมส่งออก Levy ดังกล่าวได้ขยายขอบเขตครอบคลุมไม้แปรรูปขนาดอื่นๆด้วย นอกจากนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2537 เป็นต้นไปได้ห้ามส่งออกไม้

แปรรูปและไม้ยางพาราบางขนาดเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับอุตสาหกรรมผลิตคิ้วและบัวและอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งการห้ามส่งออกไม้ยางพาราดังกล่าวนับว่ามีส่วนสำคัญต่อมูลค่าเพิ่มอย่างมาก ทั้งนี้เพราะร้อยละ 70 ของเฟอร์นิเจอร์ที่มาเลเซียส่งออกผลิตจากไม้ยางพารา โดยผู้ผลิตของมาเลเซียเห็นว่าการห้ามส่งออกดังกล่าวจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียนนอกจากอินโดนีเซีย และเพื่อที่จะลดความไม่แน่นอนของปริมาณวัตถุดิบ ผู้ผลิตขนาดกลางได้วางแผนที่จะย้ายโรงงานไปอยู่ที่ East Malaysia ซึ่งเป็นแหล่งที่มีปริมาณไม้ยางอุดมสมบูรณ์

1.3 กำหนดการส่งมอบ

โดยปกติแล้วผู้ผลิตในมาเลเซียสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ตามกำหนดเวลา ในกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้จะล่าช้าเพียง 2 สัปดาห์ หรืออย่างช้าที่สุดไม่เกิน 1 เดือน ในขณะที่ผู้ผลิตของอินโดนีเซีย ส่งมอบล่าช้ากว่า 6 เดือน ทั้งนี้เนื่องจากมาเลเซียมีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดี จึงจูงใจให้ต่างประเทศนำเข้าจากมาเลเซียทั้งที่ราคาผลิตภัณฑ์จากอินโดนีเซียต่ำกว่าก็ตาม โดยกำหนดการส่งมอบเป็นปัจจัยสำคัญทางการตลาด เพราะฤดูกาลและเทศกาลต่างๆมีอิทธิพลต่อยอดขายอย่างมาก นอกจากนี้ ผู้ผลิตในมาเลเซียยังเชื่อมั่นว่าในขณะนี้เทคโนโลยีและผลิตภาพของมาเลเซียสูงกว่าอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์และไทย แต่ถ้าประเทศเหล่านี้ได้ปรับปรุงด้านเทคโนโลยีและผลิตภาพแล้ว ก็จะทำให้มาเลเซียสูญเสียความได้เปรียบไป

1.4 ปัจจัยด้านอื่นๆ

ในประเด็นสุดท้ายนี้ หากเปรียบเทียบกับประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (Newly Industrialising Economies) แล้ว จะพบว่าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของมาเลเซียยังสามารถทำรายได้จากการส่งออกได้อีกยาวนาน ทั้งนี้เพราะประเทศอุตสาหกรรมใหม่ได้เผชิญกับปัญหาความไม่แน่นอนของแหล่งวัตถุดิบ การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน และค่าของเงินสูงขึ้น ในขณะที่มาเลเซียอยู่ในสถานการณ์ที่ดีกว่าที่จะขยายอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดโลกมากขึ้นอีก

2 ปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดของมาเลเซีย

2.1 วัตถุดิบ

เมื่อเปรียบเทียบกับอินโดนีเซียแล้ว จะพบว่าอินโดนีเซียมีทรัพยากรป่าไม้อยู่เป็นจำนวนมาก และรัฐบาลอินโดนีเซียยังได้กีดกันการส่งออกไม้ซุง และไม้แปรรูปด้วยการเก็บภาษีส่งออกในอัตราสูง (ก่อนหน้านี้ได้ห้ามส่งออก) และสิ่งที่ผู้ผลิตในอินโดนีเซียมีความได้เปรียบเหนือผู้ผลิตในมาเลเซียก็คือ ไม้ในอินโดนีเซีย อยู่ในความควบคุมของรัฐบาลกลาง ดังนั้นรัฐต่างๆจึงต้องปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลกลาง ส่วนในมาเลเซียนั้น รัฐต่างๆมีอำนาจในทรัพยากรป่าไม้อย่างเต็มที่ และอาจไม่ปฏิบัติตามแนวนโยบายของรัฐบาลกลางก็ได้

2.2 จำนวนแรงงานและอัตราค่าจ้าง

นอกจากสิงคโปร์แล้ว ทั้งอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์และไทยต่างมีแรงงานเป็นจำนวนมากและอัตราค่าจ้างถูกกว่ามาเลเซีย อย่างไรก็ตาม ในขณะนี้รัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายเกี่ยวกับการอนุญาตให้แรงงานจากต่างประเทศเดินทางเข้าไปทำงาน จึงมีแรงงานจากอินโดนีเซีย ไทย บังคลาเทศ และประเทศอื่นๆ เข้าไปทำงานในมาเลเซียอันมีส่วนช่วยให้อัตราค่าจ้างในมาเลเซียไม่สูงขึ้นเร็วเกินไป ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและค่าจ้างแรงงานจึงไม่ใช่ปัญหาที่ร้ายแรงสำหรับอุตสาหกรรมนี้อีกต่อไป

2.3 คุณภาพของผลิตภัณฑ์

จากบทความในวารสาร Asian Timber กล่าวไว้ว่า การตกแต่งที่ดีจะช่วยให้ราคาเฟอร์นิเจอร์สูงขึ้น อีกประมาณร้อยละ 30 ดังนั้น คุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงมีส่วนสำคัญมากต่อการเพิ่มกำไร อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตในมาเลเซียได้แสดงทัศนคติว่า มาตรฐานของผลิตภัณฑ์มาเลเซียที่จำหน่ายภายในประเทศด้อยกว่าที่สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์และไทยจำหน่ายภายในประเทศดังกล่าวเอง แต่ผู้ผลิตที่ผลิตเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพและการตกแต่ง ส่วนการผลิตเพื่อป้อนตลาดภายในประเทศได้ละเลยประเด็นดังกล่าวไป

2.4 ราคา

ราคาเฟอร์นิเจอร์ของมาเลเซียสูงกว่าที่ผลิตจากอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์และไทย ทั้งนี้เนื่องจาก ต้นทุนการผลิตของมาเลเซียสูงกว่า แต่ผู้ผลิตในมาเลเซียมีความเห็นว่า เฟอร์นิเจอร์ที่มีราคาถูกจากทั้งสามประเทศดังกล่าวไม่ใช่เงื่อนไขที่สำคัญที่จะเข้าครองตลาดมาเลเซียหลังจากได้ก่อตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนขึ้น ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์นำเข้าที่มีราคาต่ำจะต้องจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยที่พ่อค้าคนกลางจะบวกกำไรค่อนข้างสูง อีกประการหนึ่ง เนื่องจากรสนิยมที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์แตกต่างกัน จึงมีช่องว่างสำหรับผู้ผลิตของมาเลเซียที่จะเจาะตลาดได้

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก กล่าวคือ ส่งออกประมาณร้อยละ 70 ของปริมาณการผลิต และคิดเป็นมูลค่าประมาณร้อยละ 70 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วน โดยมีอินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นประเทศคู่แข่งขั้นที่สำคัญ ส่วนประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในทวีปยุโรป

สภาพการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนภายในกลุ่มประเทศอาเซียนมีสัดส่วนที่ต่ำมาก หากพิจารณากรณีของประเทศไทยแล้ว ในปี 2535 นำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนจากกลุ่มประเทศอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 6.48 ของมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทั้งหมด ซึ่งคาดกันว่าไม่มีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนเลย ส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนในปี 2535 มีเพียงร้อยละ 0.69 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทั้งหมด

นับตั้งแต่ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2536 เป็นต้นมา สภาพการค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนภายในกลุ่มประเทศอาเซียนไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ ในปี 2536 ไทยนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนจากกลุ่มประเทศอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 4.73 ของมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทั้งหมด และส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 0.68 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนทั้งหมด นอกจากนี้ ทั้งมาเลเซียและอินโดนีเซียต่างก็มีประเทศคู่ค้าที่สำคัญเป็นประเทศเดียวกันกับไทย ซึ่งเป็นประเทศนอกกลุ่มอาเซียน อีกประการหนึ่ง ไม้ยางพาราซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็อยู่พร้อมภายในประเทศ ดังนั้น ข้อตกลงเกี่ยวกับเขตการค้าเสรีอาเซียนจึงไม่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย

แนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรม

แม้ว่าข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนจะไม่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศในภูมิภาคนี้ก็ตาม แต่เนื่องจากไม้ยางพาราของไทยมีปริมาณลดน้อยลงตามลำดับ และราคามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อการผลิตและการแข่งขัน ดังนั้น จึงควรพัฒนาไปสู่การผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทที่ใช้ไม้เนื้อแข็ง เช่น เฟอร์นิเจอร์ประเภท Particle Board และ MDF Board เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการแข่งขันของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ได้แก่

1. กองทุนส่งเสริมการทำสวนยางควรขยายระยะเวลาเสร็จสิ้นของการตัดโค่นต้นยางพาราให้ยาวนานกว่าที่กำหนดไว้ในปัจจุบัน กล่าวคือ การขยายระยะเวลาเสร็จสิ้นของการตัดโค่นไม้ยางพารา จะสามารถเพิ่มปริมาณการชักลากไม้ยางพาราออกจากสวนยางเพื่อป้อนโรงงานแปรรูปก่อนที่จะเสื่อมสภาพ และถ้าหากมีปริมาณไม้ยางพารามากขึ้น ก็จะทำให้ไม้ยางพาราแปรรูปมีราคาต่ำลง และช่วยลดต้นทุนการผลิตด้านวัตถุดิบของโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ลงได้

2. ควรประชาสัมพันธ์ให้ตลาดต่างประเทศทราบว่า ไม้ยางพาราได้จากการปลูกระยะสั้นยางพาราเพื่อกรีดน้ำยาง และจะตัดโค่นต้นยางพาราลงหลังจากหมดน้ำยางแล้ว ซึ่งไม่กระทบต่อการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อันจะช่วยให้กลุ่มอนุรักษ์ชาวตะวันตกที่ต่อต้านการใช้วัสดุธรรมชาติจากป่าเกิดความเข้าใจ และหันมาใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา นับเป็นหนทางหนึ่งของการขยายตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
3. เร่งการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรสาขาเคหะภัณฑ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
4. โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ควรหันไปผลิตผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพสูง รวมทั้งควรสร้าง International Design เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ป้อนตลาดใหม่ๆ ทั้งนี้เพราะตลาดหลักที่มีอยู่เดิม เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา กลุ่มประชาคมยุโรป เป็นต้น มีสภาพการแข่งขันสูงจึงควรแสวงหาตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น
5. ควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อให้แลดูสวยงาม เพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ และถ้าหากมีการบรรจุหีบห่อที่ดีแล้ว จะยังช่วยลดค่าระวางเรือลงได้อีกด้วย

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1

ตารางที่ 11

วิธีการคำนวณค่า Effective Rate of Protection และ Hurdle Rate of Return ของเก้าอี้ไม้

Value Added at Domestic prices for Rubber Sofa(Pre-AFTA)

Parameter Values for Rubber Sofa									
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	จำนวนที่ใช้ต่อ	Cost per Unit	Cost per Unit	Total Value at	Total Value at	50% Export
Input Items	(Baht/Unit)	(%)	(Baht/Unit)	หน่วยผลิต	at C.I.F. price	Included Tariff	Domestic Price	World Price	
Raw Materials							(0% Export)	(100% Export)	
ไม้ยางพารา	450.00	0.00	450.00	1.30	585.00	585.00			
กาว	6.67	35.00	9.00	110.00	733.33	990.00			
น๊อต	15.38	30.00	20.00	9.00	138.46	180.00			
Total Raw Materials Cost					1,456.79	1,755.00	34,664,760.00	28,774,612.31	31,719,686.15
Fuel and Utility					740.00	740.00	14,616,480.00	14,616,480.00	14,616,480.00
Maint. and Overhead					356.57	356.57	7,042,970.64	7,042,970.64	7,042,970.64
Spare Parts (Baht/Unit of Rubber Sofa)	215.38	30.00	280		215.38	280.00	5,530,560.00	4,254,276.92	4,892,418.46
Total Input Cost					2,768.75	3,131.57	61,854,770.64	54,688,339.87	58,271,555.26
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	Domestic	Production		Total Value at	Total Value at	50% Export
	(Baht/Pieces)	(%)	(Baht/Pieces)	(Baht/Pieces)	(Pieces/Yr.)		Domestic Price	World Price	
							(0% Export)	(100% Export)	
Output : เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	4,000.00	45.00	5,800.00	5,000.00	19,752.00		98,760,000.00	79,008,000.00	88,884,000.00
Calculation of Value Added and Effective Rate of Protection									
	Raw	Fuel and	Maint and	Spare	Total Input Cost	Total	Effective Rate		
	Materials	Utility	Overhead	Parts		Value Added	of Protection		
World Price									
Values at World Prices (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output (world Prices)	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	---		
(0% of Output Exported)									
Value (Baht)	34,664,760.00	14,616,480.00	7,042,970.64	5,530,560.00	61,854,770.64	36,905,229.36			
Percent of Total Value of Output	35.10	14.80	7.13	5.60	62.63	37.37	0.176		
(50% of Output Exported)									
Value (Baht)	31,719,686.15	14,616,480.00	7,042,970.64	4,892,418.46	58,271,555.26	30,612,444.74			
Percent of Total Value of Output	35.69	16.44	7.92	5.50	65.56	34.44	0.106		
(100% of Output Exported)									
Value (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	0.00		

หมายเหตุ : 1. สมมติให้ราคา C.I.F. เท่ากับราคา F.O.B. ที่ผู้ผลิตใหม่

2. ค่าตั้งการผลิตเฉลี่ยจากผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราทุกชนิดของบริษัท

3. สมมติให้ อัตราภาษีนำเข้าสำหรับ Spare Parts เท่ากับ 30%

4. Domestic Price of Output ในกรณี Post AFTA มีข้อสมมติดังนี้

- ถ้าราคา C.I.F. + tariff > Domestic Price (Pre-AFTA) ให้ Domestic Price (Post AFTA) เท่ากับ Domestic Price (Pre AFTA)

- ถ้าราคา C.I.F. + tariff < Domestic Price (Pre-AFTA) ให้ Domestic Price (Post AFTA) เท่ากับราคา C.I.F. + tariff

ตารางที่ 11 (ต่อ)

Value Added at Domestic prices for Rubber Sofa (Post AFTA)
(50% Reduction of Pre-AFTA Tariff Rates on Output and Inputs)

Parameter Values for Rubber Sofa									
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	จำนวนที่ใช้ต่อ	Cost per Unit	Cost per Unit	Total Value at	Total Value at	50% Export
Input Items	(Baht/Unit)	(%)	(Baht/Unit)	หน่วยผลิต	at C.I.F. price	Included Tariff	Domestic Price	World Price	
Raw Materials							(0% Export)	(100% Export)	
ไม้ยางพารา	450.00	0.00	450.00	1.30	585.00	585.00			
กาว	6.67	17.50	7.83	110.00	733.33	861.67			
แวกซ์	15.38	15.00	17.69	9.00	138.46	159.23			
Total Raw Materials Cost					1,456.79	1,605.90	31,719,686.15	28,774,612.31	30,247,149.23
Fuel and Utility					740.00	740.00	14,616,480.00	14,616,480.00	14,616,480.00
Maint. and Overhead					356.57	356.57	7,042,970.64	7,042,970.64	7,042,970.64
Spare Parts (Baht/Unit of Rubber Sofa)	215.38	15.00	247.69		215.38	247.69	4,892,418.46	4,254,276.92	4,573,347.69
Total Input Cost					2,768.75	2,950.16	58,271,555.26	54,688,339.87	56,479,947.56
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	Domestic	Production		Total Value at	Total Value at	50% Export
	(Baht/Pieces)	(%)	(Baht/Pieces)	(Baht/Pieces)	(Pieces/Yr.)		Domestic Price	World Price	
							(0% Export)	(100% Export)	
Output : เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	4,000.00	22.50	4,900.00	4,900.00	19,752.00		96,784,800.00	79,008,000.00	87,896,400.00
Calculation of Value Added and Effective Rate of Protection									
	Raw	Fuel and	Maint and	Spare	Total Input Cost	Total	Effective Rate		
	Materials	Utility	Overhead	Parts		Value Added	of Protection		
World Price									
Values at World Prices (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output (world Prices)	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	---		
(0% of Output Exported)									
Value (Baht)	31,719,686.15	14,616,480.00	7,042,970.64	4,892,418.46	58,271,555.26	38,513,244.74			
Percent of Total Value of Output	32.77	15.10	7.28	5.05	60.21	39.79	0.226		
(50% of Output Exported)									
Value (Baht)	30,247,149.23	14,616,480.00	7,042,970.64	4,573,347.69	56,479,947.56	31,416,452.44			
Percent of Total Value of Output	34.41	16.63	8.01	5.20	64.26	35.74	0.139		
(100% of Output Exported)									
Value (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	0.00		

หมายเหตุ : 1. สมมติให้ราคา C.I.F. เท่ากับราคา F.O.B. ที่ผู้ผลิตให้น่า

2. กำลังการผลิตเฉลี่ยจากผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราทุกชนิดของบริษัท

3. ให้ราคา Domestic เท่ากับ C.I.F. + ภาษี (22.5%)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

Value Added at Domestic prices for Rubber Sofa(Post AFTA)
(50% Reduction of Pre-AFTA Tariff Rates on Output Only)

Parameter Values for Rubber Sofa									
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	จำนวนที่ใช้ต่อ	Cost per Unit	Cost per Unit	Total Value at	Total Value at	50% Export
Input Items	(Baht/Unit)	(%)	(Baht/Unit)	หน่วยผลิต	at C.I.F. price	Included Tariff	Domestic Price	World Price	
Raw Materials							(0% Export)	(100% Export)	
ไม้ยางพารา	450.00	0.00	450.00	1.30	585.00	585.00			
กาว	6.67	35.00	9.00	110.00	733.33	990.00			
นวม	15.38	30.00	20.00	9.00	138.46	180.00			
Total Raw Materials Cost					1,456.79	1,755.00	34,664,760.00	28,774,612.31	31,719,686.15
Fuel and Utility					740.00	740.00	14,616,480.00	14,616,480.00	14,616,480.00
Maint. and Overhead					356.57	356.57	7,042,970.64	7,042,970.64	7,042,970.64
Spare Parts (Baht/Unit of Rubber Sofa)	215.38	30.00	280.00		215.38	280.00	5,530,560.00	4,254,276.92	4,892,418.46
Total Input Cost					2,768.75	3,131.57	61,854,770.64	54,688,339.87	58,271,555.26
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	Domestic	Production		Total Value at	Total Value at	50% Export
	(Baht/Pieces)	(%)	(Baht/Pieces)	(Baht/Pieces)	(Pieces/Yr.)		Domestic Price	World Price	
							(0% Export)	(100% Export)	
Output : เฟรมไม้ยางพารา	4,000.00	22.50	4,900.00	4,900.00	19,752.00		96,784,800.00	79,008,000.00	87,896,400.00
Calculation of Value Added and Effective Rate of Protection									
	Raw	Fuel and	Maint and	Spare	Total Input Cost	Total	Effective Rate		
	Materials	Utility	Overhead	Parts		Value Added	of Protection		
World Price									
Values at World Prices (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output (world Prices)	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	---		
(0% of Output Exported)									
Value (Baht)	34,664,760.00	14,616,480.00	7,042,970.64	5,530,560.00	61,854,770.64	34,930,029.36			
Percent of Total Value of Output	35.82	15.10	7.28	5.71	63.91	36.09	0.147		
(50% of Output Exported)									
Value (Baht)	31,719,686.15	14,616,480.00	7,042,970.64	4,892,418.46	58,271,555.26	29,624,844.74			
Percent of Total Value of Output	36.09	16.63	8.01	5.57	66.30	33.70	0.087		
(100% of Output Exported)									
Value (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	0.00		

หมายเหตุ : 1. สมมติให้ราคา C.I.F. เท่ากับราคา F.O.B. ที่ผู้ผลิตนำมา

2. ค่าตั้งการผลิตรวมจากผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราทุกชนิดของบริษัท

3. ให้ราคา Domestic เท่ากับ C.I.F. + ภาษี (22.5%)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

Value Added at Domestic prices for Rubber Sofa (Post AFTA)
5% Tariff Rate on Output

Parameter Values for Rubber Sofa									
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	จำนวนที่ใช้ต่อ	Cost per Unit	Cost per Unit	Total Value at	Total Value at	50% Export
Input Items	(Baht/Unit)	(%)	(Baht/Unit)	หน่วยผลิต	at C.I.F. price	included Tariff	Domestic Price	World Price	
Raw Materials							(0% Export)	(100% Export)	
ไม้ยางพารา	450.00	0.00	450.00	1.30	585.00	585.00			
กาว	6.67	35.00	9.00	110.00	733.33	990.00			
แวกซ์	15.38	30.00	20.00	9.00	138.46	180.00			
Total Raw Materials Cost					1,456.79	1,755.00	34,664,760.00	28,774,612.31	31,719,686.15
Fuel and Utility					740.00	740.00	14,616,480.00	14,616,480.00	14,616,480.00
Maint. and Overhead					356.57	356.57	7,042,970.64	7,042,970.64	7,042,970.64
Spare Parts (Baht/Unit of Rubber Sofa)	215.38	30.00	280.00		215.38	280.00	5,530,560.00	4,254,276.92	4,892,418.46
Total Input Cost					2,768.75	3,131.57	61,854,770.64	54,688,339.87	58,271,555.26
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	Domestic	Production		Total Value at	Total Value at	50% Export
	(Baht/Pieces)	(%)	(Baht/Pieces)	(Baht/Pieces)	(Pieces/Yr.)		Domestic Price	World Price	
							(0% Export)	(100% Export)	
Output : เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	4,000.00	5.00	4,200.00	4,200.00	19,752.00		82,958,400.00	79,008,000.00	80,983,200.00
Calculation of Value Added and Effective Rate of Protection									
	Raw	Fuel and	Maint and	Spare	Total Input Cost	Total	Effective Rate		
	Materials	Utility	Overhead	Parts		Value Added	of Protection		
World Price									
Values at World Prices (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output (world Prices)	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	---		
(0% of Output Exported)									
Value (Baht)	34,664,760.00	14,616,480.00	7,042,970.64	5,530,560.00	61,854,770.64	21,103,629.36			
Percent of Total Value of Output	41.79	17.62	8.49	6.67	74.56	25.44	-0.210		
(50% of Output Exported)									
Value (Baht)	31,719,686.15	14,616,480.00	7,042,970.64	4,892,418.46	58,271,555.26	22,711,644.74			
Percent of Total Value of Output	39.17	18.05	8.70	6.04	71.96	28.04	-0.098		
(100% of Output Exported)									
Value (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	0.00		

หมายเหตุ : 1. สมมติให้ราคา C.I.F. เท่ากับราคา F.O.B. ที่ผู้ผลิตให้มา

2. ค่าต้นทุนการผลิตเฉลี่ยจากผลิตภัณฑ์ไม้ยางพาราทุกชนิดของบริษัท

3. ให้ Domestic price เท่ากับราคา C.I.F. บวกภาษี 5%

ตารางที่ 11 (ต่อ)

Value Added at Domestic prices for Rubber Sofa (Post AFTA)
5% Tariff Rate on Output and Inputs

Parameter Values for Rubber Sofa									
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	จำนวนที่ใช้ต่อ	Cost per Unit	Cost per Unit	Total Value at	Total Value at	50% Export
Input Items	(Baht/Unit)	(%)	(Baht/Unit)	หน่วยผลผลิต	at C.I.F. price	included Tariff	Domestic Price	World Price	
Raw Materials							(0% Export)	(100% Export)	
ไม้ยางพารา	450.00	0.00	450.00	1.30	585.00	585.00			
ทาก	6.67	5.00	7.00	110.00	733.33	770.00			
แวกซ์	15.38	5.00	16.15	9.00	138.46	145.38			
Total Raw Materials Cost					1,456.79	1,500.38	29,635,596.92	28,774,612.31	29,205,104.62
Fuel and Utility					740.00	740.00	14,616,480.00	14,616,480.00	14,616,480.00
Maint. and Overhead					356.57	356.57	7,042,970.64	7,042,970.64	7,042,970.64
Spare Parts (Baht/Unit of Rubber Sofa)	215.38	5.00	226.15		215.38	226.15	4,466,990.77	4,254,276.92	4,360,633.85
Total Input Cost					2,768.75	2,823.11	55,762,038.33	54,688,339.87	55,225,189.10
	C.I.F.	Tariff	C.I.F.+Tariff	Domestic	Production		Total Value at	Total Value at	50% Export
	(Baht/Pieces)	(%)	(Baht/Pieces)	(Baht/Pieces)	(Pieces/Yr.)		Domestic Price	World Price	
							(0% Export)	(100% Export)	
Output : เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	4,000.00	5.00	4,200.00	4,200.00	19,752.00		82,958,400.00	79,008,000.00	80,983,200.00
Calculation of Value Added and Effective Rate of Protection									
	Raw	Fuel and	Maint and	Spare	Total Input Cost	Total	Effective Rate		
	Materials	Utility	Overhead	Parts		Value Added	of Protection		
World Price									
Values at World Prices (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output (world Prices)	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	---		
(0% of Output Exported)									
Value (Baht)	29,635,596.92	14,616,480.00	7,042,970.64	4,466,990.77	55,762,038.33	27,196,361.67			
Percent of Total Value of Output	35.72	17.62	8.49	5.38	67.22	32.78	0.061		
(50% of Output Exported)									
Value (Baht)	29,205,104.62	14,616,480.00	7,042,970.64	4,360,633.85	55,225,189.10	25,758,010.90			
Percent of Total Value of Output	36.06	18.05	8.70	5.38	68.19	31.81	0.032		
(100% of Output Exported)									
Value (Baht)	28,774,612.31	14,616,480.00	7,042,970.64	4,254,276.92	54,688,339.87	24,319,660.13			
Percent of Total Value of Output	36.42	18.50	8.91	5.38	69.22	30.78	0.00		

หมายเหตุ : 1. สมมติให้ราคา C.I.F. เท่ากับราคา F.O.B. ที่ผู้ผลิตให้นมา

2. กำลังการผลิตเฉลี่ยจากผลผลิตกึ่งซีโมยางพาราทุกชนิดของบริษัท
3. ให้ Domestic price เท่ากับราคา C.I.F. บวกภาษี 5%

ตารางที่ 11 (ต่อ)

Hurdle Rate of Return Calculations for เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

	beta	i	rho	u	r	pie	dq/q	T	delta	phi	1-phi	Z	VMP	rg	VA(d)	VA(w)	ERP	ti	rgi
Case 1 : Rubber Sofa (Pre-AFTA Tariff Rates)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	37.370	30.780	0.176	-0.004	0.016
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	34.440	30.780	0.106	-0.003	0.017
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 2 : Rubber Sofa (50% Reduction of Pre-AFTA Tariff Rates for both inputs and output)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	39.790	30.780	0.226	-0.006	0.014
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	35.740	30.780	0.139	-0.003	0.017
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 3 : Rubber Sofa (50% Reduction of Pre-AFTA Tariff Rates on Output only)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	36.090	30.780	0.147	-0.004	0.016
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	33.700	30.780	0.087	-0.002	0.018
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 4 : Rubber Sofa (5% Tariff Rate on output)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	25.440	30.780	-0.210	0.005	0.025
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	28.040	30.780	-0.098	0.002	0.022
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020
Case 5 : Rubber Sofa (5% Tariff Rate on output and inputs)																			
(0% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	32.780	30.780	0.061	-0.002	0.018
(50% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	31.810	30.780	0.032	-0.001	0.019
(100% Output Exported)	0.880	0.100	0.000	0.350	0.057	0.041	0.062	15.000	0.067	0.000	1.000	0.231	0.025	0.020	30.780	30.780	0.000	0.000	0.020

หมายเหตุ : 1. สมมติให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของบริษัท (i) = 10%

2. ให้อาคารมีมูลค่าซาก 10% ของมูลค่าปัจจุบัน และเครื่องจักรมีมูลค่า 5% ของมูลค่าปัจจุบัน

3. * ข้อมูลที่บริษัทให้มาขาดมูลค่าอาคารและเครื่องจักร จึงไม่สามารถคำนวณค่า dq/q ในที่นี้ให้ $dq/q=0.062$ ซึ่งเป็นตัวเลขของบริษัทที่ใช้ในการคำนวณกระแสเงินสด

ภาคผนวกที่ 2

เทคนิคและกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยรับถ่ายทอดมาจากประเทศญี่ปุ่นและไต้หวัน อันเป็นเทคโนโลยีเดียวกันกับที่ใช้ในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญ

เทคโนโลยีที่สำคัญที่สุดของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราก็คือ ขั้นตอนของการรักษาเนื้อไม้ ซึ่งมี 2 กรรมวิธีคือ

1. นำไม้ยางพาราที่เลื่อยเปิดปีกออกแล้วเข้าสู่กระบวนการอัดน้ำยาเข้าในเนื้อไม้ด้วยวิธีสุญญากาศ กรรมวิธีนี้จะสามารถรักษาเนื้อไม้ได้ แต่ต้องเสียต้นทุนการผลิตสูง โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของไทยร้อยละ 90 ใช้กรรมวิธีนี้

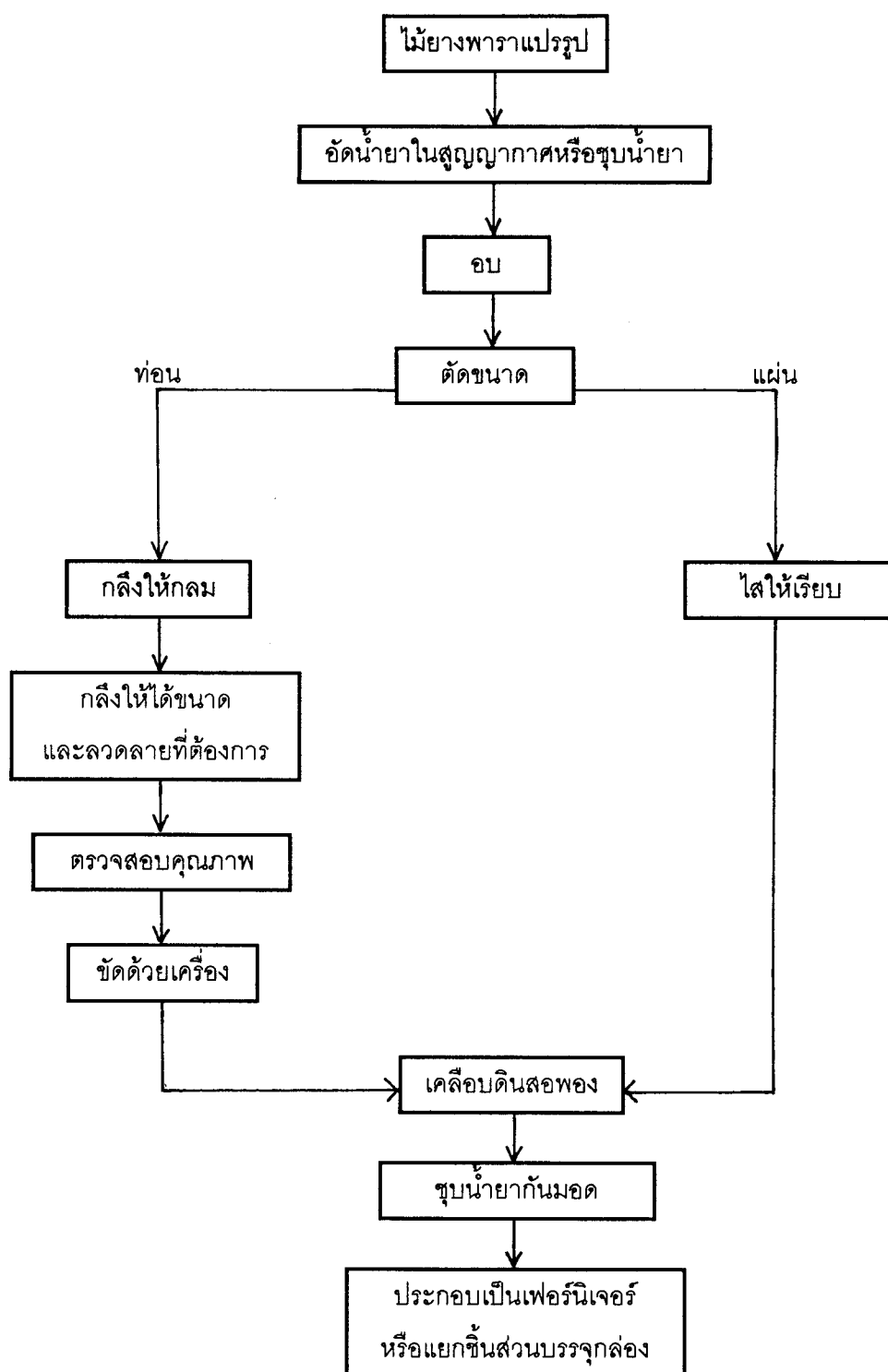
2. นำไม้ยางพาราที่เลื่อยเปิดปีกออกแล้วไปชุบน้ำยา กรรมวิธีนี้เสียต้นทุนการผลิตต่ำกว่ากรรมวิธีแรก แต่ต้องใช้ความระมัดระวังเกี่ยวกับการเก็บสต็อกไม้ เพราะหากเก็บสต็อกไม้ไม่ดีแล้ว อาจเกิดเชื้อราหรือมอดจะเข้าไปกินเนื้อไม้ก่อนที่จะนำไปชุบน้ำยา

สำหรับกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีขั้นตอนโดยละเอียด ดังนี้

- นำไม้ยางพาราที่ตัดแล้วไม่เกิน 72 ชั่วโมงมาเลื่อยเปิดปีก เข้าสู่กระบวนการอัดน้ำยาเข้าในเนื้อไม้ด้วยวิธีสุญญากาศหรือนำไปชุบน้ำยา โดยน้ำยาที่ใช้ประกอบด้วยโซเดียมเพนตาคลอโรฟิเนท (NAPEP) 1 - 2% ผสมกับโบรแกซ 1.5% นาน 1 - 2 นาที หลังจากนั้นนำไปตากแดด เพื่อรอการเข้าเลื่อยให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ

- เมื่อเลื่อยได้ขนาดตามที่ต้องการแล้ว จึงส่งเข้าโรงอบเพื่อให้เนื้อไม้แห้งสนิท
- คัดเลือกไม้และตัดขนาดออกเป็น 2 แบบคือ ไม้ลักษณะท่อนและแผ่น
- สำหรับไม้ที่มีลักษณะท่อนนำเข้าเครื่องกลึง
- ไม้ที่ผ่านการกลึงครั้งแรกแล้วจะถูกส่งไปกลึงอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้ขนาดและลวดลายตามที่ต้องการ
- นำไม้ที่ผ่านการกลึงแล้วมาตรวจสอบคุณภาพ
- นำไม้ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วเข้าเครื่องขัดให้เรียบ ตกแต่งโดยการอุดรูเล็กๆตามเนื้อไม้
- ส่วนไม้ที่มีลักษณะเป็นแผ่นนำเข้าเครื่องไส เพื่อไสให้เรียบและมีขนาดตามความต้องการ
- นำไม้ทั้งสองลักษณะที่ตกแต่งแล้วเคลือบดินสอพอง เพื่อให้ไม้เรียบยิ่งขึ้น
- ชุบน้ำยากันมอดก่อนนำไปผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์
- ประกอบเข้าเป็นเฟอร์นิเจอร์หรือแยกชิ้นส่วนบรรจุกล่อง

ปัจจุบันในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารานั้น โรงงานส่วนใหญ่จะสั่งซื้อไม้ยางพาราจากโรงงานแปรรูปไม้ยางพารา ซึ่งเป็นไม้ยางพาราที่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูป อัดน้ำยาหรือชุบน้ำยาเรียบร้อยแล้วมาทำการอบ กัด และประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์



แผนภูมิที่ 3 กรรมวิธีการผลิตเฟอโรโมนีเจอร์ไม้ยางพารา

บรรณานุกรม

กสิกรไทย, ธนาคาร. "เฟอร์นิเจอร์ไม้ : อุตสาหกรรมที่มีผู้ทางขยายตัวได้อีกมาก." สรุปข่าวธุรกิจ.

(16-31 ธันวาคม, 2536) 7-13.

_____. "เฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพารา : ก้าวอย่างที่น่าจับตามอง." สรุปข่าวธุรกิจ. ปีที่ 24 ฉบับที่ 2

(16-31 มกราคม, 2536), 9-16.

_____. "เฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพารา : เติบโตด้วยแรงหนุนด้านวัตถุดิบ." สรุปข่าวธุรกิจ. ปีที่ 22 ฉบับที่ 17

(1-15 กันยายน, 2534), 7-13.

กรุงศรีอยุธยา จำกัด, ธนาคาร. "อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพารา." สารส่งเสริมสินเชื่อ. ปีที่ 3 ฉบับที่ 12

(ธันวาคม 2535), 60-88.

กฤษฎา อุทยานิน. แผนการลดอัตราภาษีนำเข้าของไทยภายใต้กรอบของ AFTA และผลกระทบต่อ

อุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง "ตลาดการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)

กับอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย, 2536. (อัดสำเนา)

กาญจวรรณ สารโชค. "เครื่องเรือนที่ทำจากวัตถุดิบหวายและไม้อย่างพารา." วารสารเศรษฐกิจ ธนาคาร

กรุงเทพ จำกัด. ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์, 2531), 83-90.

คณิสสร นาวานุเคราะห์. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง เขตการค้าเสรีอาเซียนกับอุตสาหกรรม

เฟอร์นิเจอร์. กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์, 2536. (อัดสำเนา)

จักรภพ เมธาวีชัย. "ช่วยรักษาป่าไม้... ด้วยการใส่เฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพารากันดีกว่า." บรรษัทปริทรรศน์.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 4 (พฤศจิกายน, 2534), 21-24.

ทองศักดิ์ หุตานุวัตร. "อุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้อย่างพารา." วารสารยางพารา. ปีที่ 3 ฉบับที่ 3

(กรกฎาคม-กันยายน, 2525), 147-159.

พาณิชย์, กระทรวง. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไม้อย่างพารา. กองวิจัยสินค้าและการตลาด

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์, 2535. (อัดสำเนา)

ไทยทุน จำกัด, ธนาคาร. "เฟอ์นิเจอร์ไม้-หวาย." เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) : ผลกระทบต่อ

อุตสาหกรรมไทย. ส่วนวิจัย ฝ่ายวางแผนและกิจการสาขา ธนาคารไทยทุน จำกัด, ม.ป.ป., 24-25.

(อัดสำเนา)

ไทยพาณิชย์ จำกัด, ธนาคาร. "AFTA : ผลกระทบต่อเฟอ์นิเจอร์ไม้และหวาย." เศรษฐกิจปริทัศน์.

ปีที่ 14 ฉบับที่ 6 (มิถุนายน, 2535), 1-5.

นครหลวงไทย จำกัด, ธนาคาร. "เฟอ์นิเจอร์ไม้ยางพารา : โอกาสอันววยแต่ไม่ทำให้เป็นโอกาสทอง."

เศรษฐกิจทัศน์. ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (มีนาคม, 2536), 18-26.

นพดล พิระเสถียร. "เฟอ์นิเจอร์ไม้ยางพารา." วารสารเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด. ปีที่ 24

ฉบับที่ 3 (มีนาคม, 2535), 37-43.

ประสงค์ นรจิตร์. "โครงสร้าง การกระจุกตัว และประสิทธิภาพการผลิตโรงงานแปรรูปไม้ยางพารา."

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

(อัดสำเนา)

ภาศินี ปริสุทธิญาณ. รายงานการศึกษาวเคราะห์เรื่อง ผลิตภัณฑ์ไม้. งานวิจัยสินค้าอุตสาหกรรม 3

ฝ่ายวิจัยสินค้าอุตสาหกรรม กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2531.

(อัดสำเนา)

มณฑนา พิทักษ์พาณิชย์กุล. "เฟอ์นิเจอร์และชิ้นส่วน." วารสารเศรษฐกิจ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด.

ปีที่ 21 ฉบับที่ 11 (พฤศจิกายน, 2522), 577-582.

รชฏ เสกตระกูล. "เฟอ์นิเจอร์ไทย : อนาคตสดใสจริงหรือ." วารสารเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด.

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์, 2531), 77-82.

รัตนารณ วิทยาเลิศพันธุ์. "เฟอ์นิเจอร์ : วัตถุดิบและเทคโนโลยีคือหัวใจการเติบโต." ผู้จัดการรายเดือน.

ปีที่ 9 ฉบับที่ 107 (สิงหาคม, 2535), 108-130.

นฤทัย สุขยิ่ง. "เฟอ์นิเจอร์." บรรษัทปริทรรศน์. ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 (พฤศจิกายน, 2533), 24-25.

อุมาพร ชูโชติรส และชัชวาลย์ จินเลิศ. อุตสาหกรรมเฟอ์นิเจอร์ไม้. กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม, 2526. (อัดสำเนา)

อุตสาหกรรม, กระทรวง. "อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้และหวาย." อุตสาหกรรมสาร. ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน, 2536), 5-20.

อุตสาหกรรม, กระทรวง. "เสนอแก้ กม. ป่าไม้ 2484 ชุบชีวิตผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์." อุตสาหกรรมสาร. ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน, 2536), 39-45.

อุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย, สมาคม. "เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา : แนวโน้มและโอกาส." เครื่องเรือนไทย. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (พฤศจิกายน, 2535), 18-22.

"Parawood-Thailand's "Economy Wood". The Thai Furniture Industries Association 1992/1993 Directory. Bangkok : Cosmic Enterprise Co., Ltd., 1991.

Ramli, Rizal. Impact of AFTA on Selected Industrial Product : The Case of Indonesia. Sectoral Economics Program, Thailand Development Research Institute, 1994.

Thavornwong, Sanpakit. "Thailand's Furniture Export." The Thai Furniture Industries Association 1994/1995 Directory. Bangkok : Cosmic Enterprises Co., Ltd., 1993.

Zin, Ragayah Hj. Mate. A Study on the Impact of AFTA on the Malaysian Manufacturing Sector : The Case of the Wood Base Industry. Faculty of Economics, University Kebangsaan Malaysia, 1994.



ช่องทางและโอกาสการส่งออก และผลกระทบจากการมีเขตการค้าเสรีอาเซียน



อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

เลขที่ 565 ซอยรามคำแหง 39 แขวงวังทองหลาง เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ (02) 718-5460 โทรสาร (02) 718-5461-2 Web site: <http://www.info.tdri.or.th>