

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การประเมินผลกระทบของสินค้าเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้านต่อการผลิตของครัวเรือนเกษตรกรบนพื้นที่สูงภายใต้นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ได้แก่ ทฤษฎีการบริโภคของผู้บริโภคโดยวิเคราะห์ผ่านสมการอุปสงค์ ซึ่งจะอธิบายโดยทฤษฎีอุปสงค์ ขณะที่ผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีที่มีต่อเกษตรกรบนพื้นที่สูงจะได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การประมาณการระบบสมการอุปสงค์ต่อการนำเข้าสินค้าเกษตรกลุ่มที่ศึกษาเพื่อประมาณการความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้าเหล่านั้นและเพื่อประเมินผลกระทบที่จะมีต่อการนำเข้าสินค้าและวัดผลกระทบต่อการแข่งขันหรือการทดแทนกันกับสินค้าครัวเรือนเกษตรกรบนพื้นที่สูงการรวมกลุ่มทางการค้า และผลกระทบจากการรวมกลุ่มทางการค้า การวิเคราะห์อนุกรมเวลา การวิเคราะห์สมการถดถอยและการวิเคราะห์ SWOT โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1. ทฤษฎีอุปสงค์

อธิบายให้เห็นถึงแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการสินค้าในทางเศรษฐศาสตร์โดยให้ความสำคัญกับอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ (เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการแล้ว) ทั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงนิยามสำคัญที่ว่าผู้บริโภคที่มีอุปสงค์จะต้องประกอบด้วยความสามารถในการซื้อหาสินค้าและบริการ (Ability to pay) และจะต้องมีความเต็มใจจ่ายในสินค้าและบริการนั้นๆ (Willingness to pay) ความพึงพอใจจากการบริโภคสินค้าหรือบริการจะมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปริมาณสินค้าหรือบริการที่นำมาบริโภคเป็นสำคัญกล่าวคือถ้าได้บริโภคสินค้าหรือบริการชนิดใดเป็นปริมาณมากขึ้นตามความต้องการแล้วก็จะย่อมได้รับความพึงพอใจมากขึ้น และถ้าได้บริโภคสินค้าหรือบริการเป็นปริมาณน้อยไม่เพียงพอกับความต้องการก็จะย่อมได้รับความพึงพอใจน้อย แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้บริโภคทุกคนมีรายได้จำกัดหรือมีรายได้คงที่อยู่จำนวนหนึ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งมีอยู่หลายปัจจัยดังนี้

1. ปริมาณซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับระดับราคาของสินค้าชนิดนั้น กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าชนิดใดเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อสินค้าจะลดลง แต่ถ้าระดับราคาสินค้าชนิดใดลดต่ำลงปริมาณซื้อสินค้าชนิดนั้นก็มีมากขึ้น

2. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมในขณะหนึ่ง ซึ่งเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อ ภาพยนตร์ เป็นต้น

แต่บางกรณีความนิยมนั้นอาจก็คงทนอยู่นาน เช่น รูปแบบ สิ่งก่อสร้าง รถยนต์ เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา เป็นต้น ดังนั้นอิทธิพลของการโฆษณาจึงเป็นไปเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลง รสนิยมหรือมีฉันทันทีเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

3. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับจำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนขึ้นปริมาณการซื้อสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มของจำนวนประชากร และประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย จึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

4. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน เมื่อประชากรมีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้นความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือจะลดการบริโภคสินค้าที่มีราคาสูงและในขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าที่มีราคาแพงแทนซึ่งสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

4.1 สินค้าปกติ สินค้าปกติโดยทั่วไปมักมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือถ้าผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นแล้ว มีการซื้อสินค้าชนิดใดเพิ่มขึ้น และถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลงจะมีการซื้อสินค้าชนิดใดลดลง

4.2 สินค้าด้อยคุณภาพ หมายความว่าถ้าผู้บริโภคมีรายได้ต่ำจะมีการซื้อสินค้าชนิดนี้เป็นจำนวนมาก แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีการซื้อสินค้าชนิดนี้น้อยลง เราเรียกสินค้าชนิดนี้ว่า สินค้าด้อยคุณภาพ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคจะหันไปซื้อสินค้าอื่นที่มีคุณภาพดีกว่าทดแทน

5. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับสภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ เช่น ประเทศที่มีบ่อน้ำมัน ปรากฏว่ารายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย ส่วนคนกลุ่มใหญ่จะมีรายได้ต่ำมากประเทศที่มีสังคมแบบนี้ การบริโภคจะแตกต่างจากประเทศที่มีสังคมที่มีการกระจายรายได้ค่อนข้างทัดเทียมกันถึงแม้ว่ารายได้เฉลี่ยของทั้งสองประเทศจะอยู่ในระดับใกล้เคียงกันก็ตาม

6. ความต้องการของผู้บริโภคอาจจะสนองด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคอาจจะหันไปซื้อสินค้าอื่นเป็นการทดแทนหรือเป็นการใช้ประกอบกันมากขึ้นก็ได้ซึ่งสามารถสรุปได้ 2 ประเภทดังนี้

6.1 สินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ เช่น เนื้อหมูกับเนื้อวัว หรือชากับกาแฟ เป็นต้น ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงในสินค้าหนึ่ง จะมีผลกระทบต่อสินค้าอีกตัวหนึ่งในลักษณะตรงกันข้ามกัน เช่น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อเนื้อหมูน้อยลง โดยหันไปซื้อเนื้อวัวเพิ่มมากขึ้นหรือถ้าราคาของกาแฟสูงขึ้นผู้บริโภคจะบริโภคกาแฟน้อยลงและหันไปบริโภคชามากขึ้น

6.2 สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือร่วมกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมัน หรือกาแฟกับน้ำตาล เป็นต้น ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงในสินค้าตัวใดตัวหนึ่งจะมีผลกระทบต่อสินค้าอีกชนิดหนึ่งในลักษณะทิศทางเดียวกัน เช่น ถ้าราคาน้ำมันลดลงอุปสงค์ต่อรถยนต์จะเพิ่มขึ้น เป็นต้น

7. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ในประเทศที่อยู่ในเขตร้อนเมื่อเข้าสู่ฤดูหนาวประชาชนต้องหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการของสินค้าเครื่องกันหนาวต่าง ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น

8. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น การโฆษณาหรือการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาเขียนแสดงความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ได้ในรูปของฟังก์ชันอุปสงค์ ดังนั้นฟังก์ชันอุปสงค์ จึงหมายถึง การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้ซื้อต้องการซื้อ กับปัจจัยสาเหตุต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นเป็นประมาณเท่าใดซึ่งสามารถเขียนแสดงฟังก์ชันอุปสงค์ในรูปของฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, P_y, T, I, N_{pop}, \dots) \quad (1.1)$$

โดยที่

P_x = ราคาของสินค้า x

P_y = ราคาของสินค้า y

T = รสนิยมของผู้บริโภค

I = รายได้ของผู้บริโภค

N_{pop} = จำนวนประชากร

จากฟังก์ชันอุปสงค์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าปริมาณซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง สมมติให้เป็นสินค้า X (Q_x) เป็นตัวแปรตาม ส่วนตัวกำหนดต่างๆ เรียกว่าเป็นตัวแปรอิสระเนื่องจากในบรรดาตัวกำหนดทั้งหลายนั้น ตัวแปร P_x มีอิทธิพลต่อ Q_x มากที่สุด ดังนั้นเราจึงให้ P_x เป็นตัวกำหนดโดยตรงส่วนตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือคือ ($P_y, T, I, N_{pop}, \dots$) ให้เป็นตัวกำหนดโดยอ้อม (เดช, 2539)

2.1.1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปสงค์ เช่น ราคา รายได้ ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์มี 3 ชนิด คือ (1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดเดียวกัน (ϵ_{xx}) (2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (ϵ_{xI}) และ (3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (ϵ_{xy}) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาไขว้” ซึ่งสามารถเขียนในรูปสมการได้ ดังนี้

$$\epsilon_{xx} = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_x} = \frac{\frac{\Delta Q_x}{Q_x}}{\frac{\Delta P_x}{P_x}} = \frac{\partial \ln f(P_x, P_y, T, I, N_{pop}, \dots)}{\partial \ln P_x} \quad (1.2)$$

$$\epsilon_{xI} = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta I} = \frac{\frac{\Delta Q_x}{Q_x}}{\frac{\Delta I}{I}} = \frac{\partial \ln f(P_x, P_y, T, I, N_{pop}, \dots)}{\partial \ln I} \quad (1.3)$$

และ

$$\varepsilon_{xy} = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y} = \frac{\frac{\Delta Q_x}{Q_x}}{\frac{\Delta P_y}{P_y}} = \frac{\partial \ln f(P_x, P_y, T, I, N_{pop}, \dots)}{\partial \ln P_y} \quad (1.4)$$

ในการศึกษานี้จะทำการประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อสินค้าที่สำคัญของโครงการหลวงเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประกอบวิเคราะห์และคาดการณ์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้องของคู่แข่งและผลของการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้บริโภคที่อาจจะมีต่อยอดขายสินค้าของโครงการหลวง

2.2 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) หมายถึงการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ ซึ่งการค้าระหว่างประเทศของทุกประเทศต้องประกอบด้วย การส่งออก (Export) และการนำเข้า (Import) สิ่งทีก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการขึ้นก็คือความแตกต่างในผลิตภาพ (Factor Endowment) ต้นทุนการผลิต พื้นฐานความแตกต่างของทรัพยากร เนื่องจากในแต่ละประเทศมีทรัพยากรที่ต่างกัน รวมทั้งในส่วนของความเอื้ออำนวยของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศ รวมทั้งระดับของเทคโนโลยี เช่น ความรู้ในวิทยาการใหม่ๆ นำไปสู่การใช้ทรัพยากรทุนที่แตกต่างกันออกไป แต่ละประเทศจะผลิตผลผลิตที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากการที่แต่ละประเทศมีทรัพยากรต่างกัน (โสภณ, 2536)

การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นได้เพราะความได้เปรียบโดยเด็ดขาด หรือความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) กล่าวคือ ประเทศที่สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่าก็จะส่งออกสินค้าและบริการชนิดนั้น และขณะเดียวกัน ก็จะนำเข้าสินค้าและบริการที่ผลิตภายในประเทศแล้วมีต้นทุนการผลิตสูง เมื่อมีการส่งออกและนำเข้าสินค้าและบริการหลายชนิดมากขึ้น จึงได้นำเอาหลักการของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น (Comparative Advantage) มาใช้โดยพิจารณาแง่ของการผลิต หากจะต้องผลิตสินค้าและบริการใดเพิ่มมากขึ้นหนึ่งหน่วยซึ่งต้องลดโอกาสในการผลิตสินค้าและบริการอีกชนิดลง การกระทำดังกล่าวจะก่อให้เกิดค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) จึงควรจะนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศ หากสินค้าและบริการนั้นมีราคาน้อยกว่าค่าเสียโอกาสที่จะต้องผลิตขึ้นเองภายในประเทศ ในขณะเดียวกันประเทศที่นำเข้าก็สามารถผลิตสินค้าและบริการอื่นที่มีความได้เปรียบกว่าและส่งออก ซึ่งหลักเกณฑ์นี้จะทำให้แต่ละประเทศเกิดความชำนาญเฉพาะด้าน

ในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้นความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าที่เสรี ช่วยให้การใช้และการจัดสรรทรัพยากรของโลกที่มีอยู่อย่างจำกัดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สังคมโดยรวมมีความอยู่ดีกินดีเพิ่มขึ้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว จะเห็นว่าแต่ละประเทศพยายามพัฒนาการผลิตและส่งออกสินค้าและบริการของประเทศโดยกำหนดมาตรการต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ซึ่งได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้า เช่น กำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควตา เป็นต้น ซึ่งมาตรการเหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบของ

อุตสาหกรรมในแต่ละประเทศซึ่งจะทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงรายได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริงในแต่ละประเทศได้

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศดังกล่าวข้างต้น มุ่งอธิบายว่า เหตุใดจึงมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศต่างๆ และเมื่อมีการซื้อขายกันแล้ว ราคาและปริมาณที่ซื้อขายกันจะสูงต่ำและมากน้อยเพียงใด จากลักษณะดังกล่าวจะเห็นว่าทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศเน้นการอธิบายสถานการณ์ทางด้านอุปสงค์และอุปทานสำหรับสินค้าและบริการที่จะแลกเปลี่ยนกัน ทั้งนี้เพื่อจะให้ทราบว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์และอุปทาน

2.3 นโยบายการค้าระหว่างประเทศ

นโยบายการค้าระหว่างประเทศ คือ มาตรการที่รัฐวางไว้เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการส่งออกและนำเข้าระหว่างประเทศแบ่งเป็น 2 นโยบาย ดังนี้

1. นโยบายการค้าเสรี

เป็นการค้าโดยปราศจากการแทรกแซงใดๆ จากรัฐบาลในกิจการค้าระหว่างประเทศทำให้การแข่งขันในตลาด เป็นการแข่งขันอย่างสมบูรณ์และราคาสินค้าเป็นไปตามกลไกของตลาด โดยนโยบายการค้าเสรีมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้

- 1.1 การผลิตสินค้าจะใช้หลักการแบ่งงานกันทำ
- 1.2 รัฐบาลแต่ละประเทศจะให้สิทธิแก่ทุกประเทศเหมือนกันในการค้าระหว่างประเทศ
- 1.3 ไม่มีข้อจำกัดทางการค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเก็บภาษีอากรหรือการจำกัดโควตา

2. นโยบายการค้าคุ้มครอง

นโยบายการค้าคุ้มครองหมายถึงการที่รัฐบาลเข้าแทรกแซงการค้าระหว่างประเทศเพราะเกรงว่าการผลิตภายในประเทศจะแข่งขันกับสินค้านำเข้าไม่ได้โดยใช้มาตรการต่างๆ ดังนี้

2.1 การตั้งกำแพงภาษี สินค้านำเข้าที่ต้องการกีดกันจะตั้งภาษีนำเข้าสูงโดยการกำหนดการเก็บอัตราเดียวไม่ว่าจะนำเข้าจากประเทศใดก็ตามหรือกำหนดเป็นหลายอัตราสำหรับเก็บกับประเทศต่างๆ ไม่เท่ากันก็ได้

2.2 การกำหนดโควตาสินค้าคือการจำกัดสินค้านำเข้าและส่งออกมิให้เกินกว่าที่รัฐบาลกำหนดไว้เพื่อแก้ปัญหาขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ เพื่อช่วยส่งเสริมการผลิตภายในประเทศทำให้การจ้างงานขยายตัว รายได้สูง ประชาชนอยู่ดีกินดีขึ้น เป็นต้น

2.3 กลุ่มผูกขาดระหว่างประเทศ หมายถึงการรวมกลุ่มของผู้ผลิตจากหลายประเทศเพื่อกำจัดการแข่งขันสินค้าชนิดเดียวกันให้เกิดอำนาจผูกขาด และได้รับกำไรสูงสุด ปัจจุบันกลุ่มผูกขาด ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตน้ำมันส่งออกโอเปค

2.4 การทุ่มตลาดคือการขายสินค้าในต่างประเทศในราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาดภายในประเทศ

2.5 การให้เงินอุดหนุนสินค้าออก คือ การให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ส่งออกและผู้ผลิตภายในประเทศเพื่อให้อยู่ในระดับแข่งขันกับต่างประเทศได้

2.6 รัฐทำการค้าเอง คือการค้าระดับประเทศที่มีการวางแผนจากส่วนกลางโดยรัฐเป็นผู้วางแผนหรือตัดสินใจนำเข้าหรือส่งออกสินค้าอะไรจำนวนเท่าใด

อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัตินโยบายการค้าระหว่างประเทศของทุกประเทศได้มีการกำหนดข้อจำกัดบางประการเกี่ยวกับการค้า อาทิ อุปสรรคการค้าด้านภาษีศุลกากร (Tariff Trade Barrier) อุปสรรคการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Trade Barrier) ตลอดจนการใช้นโยบายการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจดังต่อไปนี้

1. อุปสรรคด้านภาษีศุลกากร (Tariff Trade Barrier)

ภาษีศุลกากร (Tariff) เป็นภาษีที่เก็บจากสินค้าที่เคลื่อนย้ายผ่านเขตแดนของประเทศ เช่นภาษีที่เก็บจากสินค้าเข้า หรือภาษีที่เก็บจากสินค้าออก ซึ่งแต่ละประเทศมีวัตถุประสงค์ในการเก็บที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อหารายได้ เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการแข่งขันของต่างประเทศ เพื่อควบคุมดุลการค้าและดุลการชำระเงิน ฯลฯ เป็นต้น

ประเภทของภาษีศุลกากร

โดยทั่วไปการจัดเก็บภาษีศุลกากรตามลักษณะของการจัดเก็บ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) เก็บตามราคา (Ad Valorem Tariffs) หมายถึง ภาษีที่จัดเก็บโดยคิดเป็นร้อยละของราคาหรือมูลค่าของสินค้านำเข้าหรือส่งออก
- 2) เก็บตามสภาพ (Specific Tariffs) หมายถึง ภาษีที่จัดเก็บต่อสินค้า 1 หน่วย โดยไม่ได้คำนึงว่าราคาของสินค้าจะเป็นเท่าใด

2. อุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff Trade Barriers)

โดยปกติเครื่องมือที่ใช้ในการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ และเป็นที่ยู้งักกันอย่างแพร่หลายก็คือ ภาษีศุลกากร แต่อย่างไรก็ตามนอกจากภาษีศุลกากรแล้วยังมีมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีศุลกากรอีกมากมาย เช่น กรณีการจำกัดปริมาณการนำเข้า และการให้เงินอุดหนุนเพื่อการส่งออก ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 การจำกัดปริมาณการนำเข้า (Import Quotas)

โควตา (Quota) เป็นมาตรการที่ใช้ควบคุมปริมาณสินค้าที่นำเข้า (Import Quotas) หรือ ปริมาณสินค้าที่ส่งออก (Export Quotas)

การวิเคราะห์ผลของการควบคุมปริมาณการนำเข้าที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศที่พิจารณาอยู่นั้นจะอธิบายโดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ดุลยภาพบางส่วน(Partial Equilibrium) ซึ่งพิจารณาได้จากภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 ผลของดุลยภาพบางส่วนของการควบคุมปริมาณนำเข้า

หมายเหตุ: เส้น D_x คือ เส้นอุปสงค์ที่มีต่อสินค้า X ภายในประเทศ

เส้น S_x คือ เส้นอุปทานของสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศ

เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศ และ นโยบายการค้าเป็นแบบเสรี ราคาสินค้า X ภายในประเทศ จะเท่ากับราคาในตลาดโลก คือ $P_x = 1$ ณ ระดับราคาดังกล่าว อุปสงค์ที่มีต่อสินค้า X เท่ากับ 70 หน่วย หรือ AB ในขณะเดียวกันอุปทานของสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศ เท่ากับ 10 หน่วย หรือ AC ดังนั้นปริมาณสินค้า X ที่นำเข้าเท่ากับ 60 หน่วย หรือ CB

ต่อมารัฐบาลได้กำหนดให้มีการนำเข้าสินค้า X ได้ในปริมาณเท่ากับ 30 หน่วย หรือ JH ซึ่งการนำเข้าในปริมาณ 30 หน่วยนี้จะทำให้ราคาสินค้า X ภายในประเทศเพิ่มเป็น $P_x = 2$ จะทำให้อุปสงค์ที่มีต่อสินค้า X เท่ากับ 50 หน่วย (GH) และอุปทานของสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศเท่ากับ 20 หน่วย (GJ) ดังนั้นปริมาณสินค้า X ที่นำเข้าจะเท่ากับ 30 หน่วย (JH) ซึ่งเท่ากับโควตาหรือปริมาณนำเข้าที่รัฐบาลกำหนดพอดี

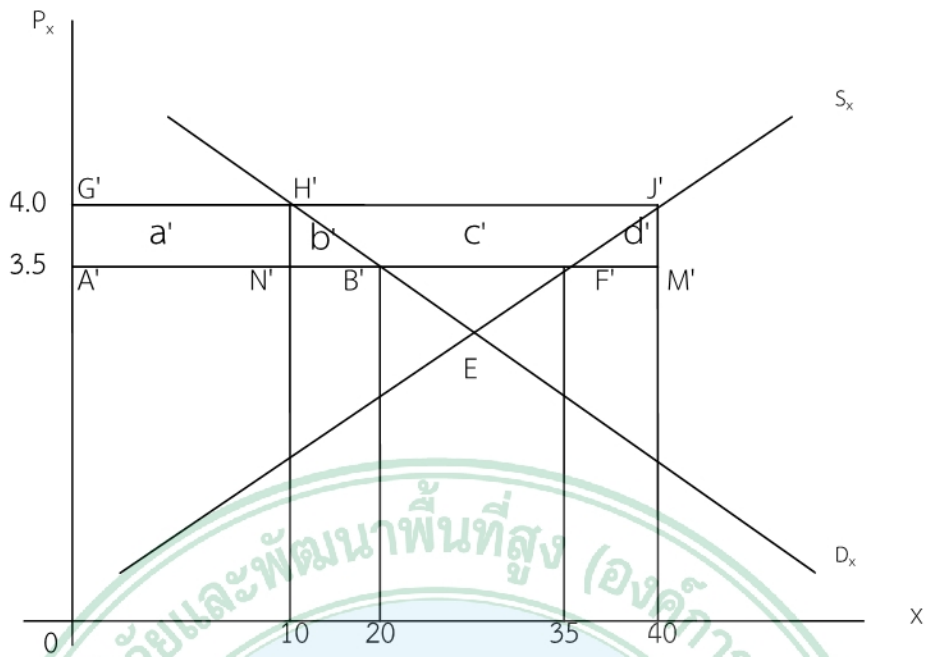
การกำหนดโควตาหรือปริมาณนำเข้าดังกล่าว จะมีผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) ผลทางการบริโภค การจำกัดปริมาณสินค้านำเข้ามีผลทำให้ราคาสินค้าภายในประเทศสูงขึ้น การบริโภคสินค้าภายในประเทศลดลงเท่ากับ BN และส่วนเกินของผู้บริโภคลดลงจากเดิมเท่ากับพื้นที่ AGHB
- 2) ผลทางการผลิต การที่ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นจะเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ผลิตภายในประเทศเพิ่มการผลิต จึงทำให้ปริมาณสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศเพิ่มขึ้นเท่ากับ CM และส่วนเกินของผู้ผลิตเพิ่มขึ้นเท่ากับพื้นที่ AGJC
- 3) ผลทางการกระจายรายได้ การจำกัดปริมาณสินค้านำเข้าทำให้ราคาสินค้าที่ขายภายในประเทศสูงขึ้น และทำให้ส่วนเกินของผู้บริโภคลดลงเท่ากับพื้นที่ AGHB ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่ผู้บริโภคสูญเสีย แต่อย่างไรก็ตามส่วนที่ผู้บริโภคสูญเสียไปจะถูกโอนไปให้กับผู้ผลิตภายในประเทศเท่ากับพื้นที่ AGJC ส่วนพื้นที่ MJHN อาจถูกโอนไปเป็นรายได้ของรัฐบาลหรือผู้นำเข้าที่ได้รับโควตา และส่วนที่ไม่ตกกับใคร เป็นส่วนที่สังคมต้องสูญเสียไป เรียกว่า Deadweight Loss
- 4) ผลทางด้านรายได้ของรัฐบาล ส่วนนี้จะไปตกอยู่กับใครขึ้นอยู่กับว่าการกำหนดโควตาดังกล่าว รัฐบาลเก็บค่าธรรมเนียมจากใบอนุญาตนำเข้าหรือไม่ และเก็บในอัตราเท่าใด ถ้ารัฐบาลเก็บค่าธรรมเนียมจากใบอนุญาตนำเข้าในอัตราที่เท่ากับผลต่างของ $P_x = 2$ และ $P_x = 1$ ผลทางรายได้จะตกกับรัฐบาลทั้งหมดเท่ากับพื้นที่ MJHN แต่ถ้ารัฐบาลเก็บค่าธรรมเนียมจากใบอนุญาตนำเข้าในอัตราที่น้อยกว่าส่วนต่างของ $P_x = 2$ และ $P_x = 1$ ผลทางรายได้พื้นที่ MJHN จะตกกับรัฐบาลบางส่วนและตกกับผู้นำเข้าที่ได้รับโควตาบางส่วน แต่ถ้ารัฐบาลเพียงแต่กำหนดโควตาโดยไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมจากใบอนุญาตนำเข้า รายได้ส่วนนี้จะตกกับผู้นำเข้าที่ได้รับโควตา

2.2 การให้เงินอุดหนุนเพื่อการส่งออก

การให้เงินอุดหนุนเพื่อการส่งออกเป็นมาตรการที่รัฐบาลให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิต หรือผู้ส่งออก ทำให้สินค้าออกไปขายในต่างประเทศได้ในราคาต่ำ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ผลิต หรือผู้ส่งออกประเทศอื่นๆ

การวิเคราะห์ผลของการให้เงินอุดหนุนเพื่อการส่งออกที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศที่เราพิจารณาอยู่นั้นจะอธิบายโดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ดุลยภาพบางส่วน (Partial Equilibrium) สามารถพิจารณาได้จากภาพที่ 2-2



ภาพที่ 2-2 ผลลัพธ์บางส่วนของการให้เงินอุดหนุนเพื่อการส่งออก

หมายเหตุ: เส้น D_x คือ เส้นอุปสงค์ของสินค้าที่มีต่อสินค้า X ภายในประเทศ

เส้น S_x คือ เส้นอุปทานของสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศ

เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศ และนโยบายการค้าเป็นแบบเสรี ราคาสินค้า X ภายในประเทศจะเท่ากับราคาในตลาดโลก สมมติว่า ณ ระดับราคา $P_x = 3.5$ ณ ระดับราคาดังกล่าว อุปสงค์ที่มีต่อสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศเท่ากับ 20 หน่วย หรือ $A'B'$ ในขณะที่อุปทานสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศเท่ากับ 35 หน่วย หรือ $A'F'$ ดังนั้นปริมาณสินค้า X ที่ส่งออกเท่ากับ 15 หน่วย หรือ $B'F'$

ถ้ารัฐบาลของประเทศส่งออก (สมมติว่าเป็นประเทศเล็ก) ให้เงินอุดหนุนแก่ผู้ส่งออกเท่ากับ 0.50 ต่อ 1 หน่วยสินค้า X ที่ส่งออกทั้งนี้เพื่อสนับสนุนให้มีการส่งออกสินค้า X มากขึ้น การให้เงินอุดหนุนดังกล่าวจะทำให้ราคาสินค้า X ภายในประเทศเพิ่มขึ้นมาอยู่ ณ ระดับราคา $P_x = 4$ ซึ่ง ณ ระดับราคาดังกล่าว จะทำให้อุปทานสินค้า X ที่ผลิตภายในประเทศเท่ากับ 40 หน่วย หรือ $G'J'$ ในขณะที่อุปสงค์ที่มีต่อสินค้า X ภายในประเทศเท่ากับ 10 หน่วย หรือ $G'H'$ ดังนั้นปริมาณสินค้า X ที่ส่งออกจะเท่ากับ 30 หน่วย หรือ $H'J'$

การให้เงินอุดหนุนดังกล่าว จะทำให้ผู้บริโภคภายในประเทศสูญเสียประโยชน์เท่ากับพื้นที่ $a' + b'$ ส่วนผู้ผลิตภายในประเทศได้รับประโยชน์เท่ากับพื้นที่ $a' + b' + c'$ และรัฐบาลจะต้องจ่ายเงินอุดหนุนเพื่อการส่งออกเท่ากับพื้นที่ $b' + c' + d'$ ดังนั้นส่วนที่ผู้ผลิตภายในประเทศได้รับประโยชน์น้อยกว่าผลรวมของส่วนที่ผู้บริโภคภายในประเทศสูญเสีย และต้นทุนของเงินอุดหนุนที่รัฐบาลต้องจ่าย กล่าวคือ พื้นที่ $a' + b' + c' <$ พื้นที่ $(a' + b') +$ พื้นที่ $(b' + c' + d') =$ พื้นที่ $b' + d'$ สามารถสรุปได้ว่าการให้เงินอุดหนุนเพื่อการส่งออก จะทำให้สังคมสูญเสียทั้งหมด (Deadweight Loss) เท่ากับพื้นที่ $b' + d'$ (นิธิตาและนนุช, 2548)

2.4 ทฤษฎีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เป็นการนำแนวคิดเกี่ยวกับการมีโอกาสดูที่เท่าเทียมกันมาพิจารณาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเศรษฐกิจ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีหลายรูปแบบโดย Balassa ได้จำแนกรูปแบบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจออกเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้ (Balassa and Bela A, 1961)

1. Free Trade Area (FTA): รูปแบบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่ยกเลิกข้อจำกัดการค้าด้านปริมาณ (Quantitative Restrictions) และภาษีนำเข้าระหว่างประเทศสมาชิก
2. Customs Union: FTA ที่กำหนดให้ทุกประเทศสมาชิกเก็บภาษีศุลกากรจากประเทศนอกกลุ่มในอัตราเดียวกัน
3. Common Market: Customs Union ที่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกอย่างเสรี
4. Economic and Monetary Union: Common Market ที่ครอบคลุมถึงการดำเนินนโยบายทางการเงินของประเทศสมาชิก
5. Complete Economic Integration: Economic and Monetary Union ที่ครอบคลุมถึงนโยบายการคลัง และนโยบายเศรษฐกิจด้านอื่นๆ

ผลของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

จะกล่าวถึงผลทางเศรษฐกิจของการรวมกลุ่มแบบสหภาพศุลกากรเพราะเป็นทฤษฎีการรวมกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับผลทางเศรษฐกิจของเขตการค้าเสรี ตลาดร่วม และสหภาพเศรษฐกิจด้วย ซึ่งมีทั้งผลระยะสั้น (Static) และระยะยาว (Dynamic)

1. ผลในระยะสั้น

เมื่อมีการยกเลิกอากรขาเข้า (Import Tariffs) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการผลิต และการบริโภคสินค้า ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการจัดสรรทรัพยากร ผลเหล่านี้จะเกิดขึ้นทันทีและเห็นได้ในระยะเวลาอันสั้น โดยทั่วไปจะพิจารณาทั้งผลด้านการผลิต (Production Effect) และผลด้านการบริโภค (Consumption Effect)

1.1 ผลด้านการผลิต (Production Effect) เกิดขึ้นจากการที่ประเทศสมาชิกยกเลิกภาษีศุลกากรให้แก่สินค้าที่มาจากประเทศภายในกลุ่มส่งผลให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการในกลุ่มประเทศสมาชิกเพิ่มขึ้น เปรียบเสมือนการเพิ่มแหล่งการผลิตสินค้าและบริการในกลุ่มประเทศสมาชิกเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผลจากการผลิตได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศสมาชิกใน 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

ก. ถ้าสินค้าที่ผลิตในประเทศสมาชิกเป็นสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าสินค้าชนิดเดียวกัน ซึ่งเคยผลิตใช้เองในประเทศก่อนรวมกลุ่มผู้บริโภคในประเทศนี้จะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากประเทศสมาชิกที่มีต้นทุนต่ำ

กว่าทำให้ปริมาณการค้าของประเทศในกลุ่มดีขึ้นการค้าระหว่างประเทศจะขยายตัว การเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้ เรียกว่า Trade Creation

ข. ถ้าสินค้าที่ผลิตในประเทศสมาชิกเป็นสินค้าที่ผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันกับที่เคยผลิตภายนอกประเทศสมาชิก การเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากประเทศสมาชิกที่ผลิตด้วยต้นทุนสูงกว่าประเทศนอกกลุ่มสมาชิก ส่งผลให้ปริมาณการค้ากับประเทศนอกกลุ่มลดลง การแปลงในทิศทางนี้เรียกว่า Trade Diversion

1.2 ผลด้านการบริโภค (Consumption Effect) ถ้าผู้บริโภคเคยซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศในราคาสูงสามารถเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากประเทศสมาชิกด้วยราคาต่ำกว่า ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้มากขึ้น การรวมกลุ่มนี้ทำให้การค้าขยายตัว เรียกว่า Trade Creation ส่งผลให้สวัสดิการทางสังคมเพิ่มขึ้น แต่ถ้าการรวมกลุ่มทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าจากประเทศในกลุ่มด้วยราคาที่สูงกว่า ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้น้อยลง แสดงว่าการรวมกลุ่มทำให้เกิด Trade Diversion

2. ผลในระยะยาว

การรวมกลุ่มก่อให้เกิดผลกระทบในระยะยาวได้แก่การแข่งขันเพิ่มขึ้น เพราะเมื่อยกเลิกภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิก และตลาดขยายกว้างออกไป ทำให้มีผู้แข่งขันเพิ่มขึ้น ธุรกิจที่ไม่มีประสิทธิภาพต้องปรับตัวให้มีประสิทธิภาพ ไม่เช่นนั้นก็ต้องปิดตัวลง การแข่งขันทำให้เกิด การวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เมื่อตลาดขยายตัวทำให้หน่วยธุรกิจมีขนาดเหมาะสมเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ผลิตขยายการผลิตโดยมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อใช้ในการผลิต ส่งผลให้เศรษฐกิจเจริญเร็วขึ้น

การลงทุน การเพิ่มขึ้นของการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทำให้การลงทุนเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นหน่วยธุรกิจจากต่างประเทศที่ในอดีตเคยส่งสินค้าให้ประเทศในกลุ่ม อาจตัดสินใจสร้างโรงงานใหม่ในประเทศสมาชิก

การประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) เป็นการประหยัดภายในที่เกิดจากต้นทุนเฉลี่ยที่ลดลงเมื่อผลิตสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

ข้อตกลงด้านเขตการค้าเสรีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้จะประกอบไปด้วย 3 ข้อตกลงประกอบด้วย (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2559)

1. เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)

เมื่อการค้าระหว่างประเทศในโลกขยายตัวมากขึ้น อาเซียนจึงได้มุ่งกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันจนมีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนขึ้นในปี พ.ศ. 2535 (ฯพณฯ นายอานันท์ ปันยารชุน นายกรัฐมนตรี) ในปีดังกล่าวผู้นำอาเซียนและรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนได้ลงนามใน

กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน จึงถือเป็นการประกาศการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

กรอบการเจรจา

กลไกการลดภาษี

- กลไกการลดภาษีที่สำคัญของ AFTA คือระบบ CEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน กล่าวคือ การที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิกนั้นจะต้องลดภาษีสินค้าชนิดเดียวกันด้วย โดยต้องลดลงมาถึงร้อยละ 20 จึงจะได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี

- ทั้งนี้ CEPT Agreement ได้พัฒนาเป็น ATIGA (ASEAN Trade in Goods Agreement) ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านการค้าอื่นๆ เช่น มาตรการที่มีใช้ภาษี มาตรการด้านศุลกากร SPS TBT ส่วนในเรื่องของกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า ATIGA กำหนดให้สินค้าที่จะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีจะต้องมีส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN Local Content) อย่างน้อยร้อยละ 40 หรือมีการผลิตจนเกิดการเปลี่ยนแปลงในรหัส 4 หลัก (Change in Tariff Heading : CTH) และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสม (Cumulative Rules of Origin) โดยกำหนดอัตราขั้นต่ำของวัตถุดิบเท่ากับร้อยละ 20

การค้าสินค้า

ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ (ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน) ต้องลดภาษี ดังนี้

- 1 มกราคม 2546 สินค้าจำนวนร้อยละ 60 ของรายการสินค้าทั้งหมด ลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0
- 4 มกราคม 2550 สินค้าจำนวนร้อยละ 80 ของรายการสินค้าทั้งหมด ลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0
- ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ไทยได้ลดภาษีสินค้าทั้งหมดลงเหลือร้อยละ 0 แล้ว ยกเว้นสินค้าอ่อนไหว 4 รายการ คือ กาแฟ มันฝรั่ง มะพร้าวแห้ง และไม้ตัดดอกที่ยังคงเก็บภาษีนำเข้าร้อยละ 5

2. ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP)

เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของ AEC Blueprint ที่อาเซียนต้องการรักษาบทบาทในการเป็นศูนย์กลางขับเคลื่อนการรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่ใหญ่ขึ้นในภูมิภาค โดยเริ่มเจรจาอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2556 และจนถึงปี 2558 มีการเจรจามาแล้วทั้งหมด 10 รอบ ซึ่งเดิมตั้งเป้าหมายให้เจรจาแล้วเสร็จภายในปี 2558 โดยเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2558 ผู้นำ RCEP ได้ประกาศขยายระยะเวลาการเจรจาเป็นภายในปี 2559 ความตกลง RCEP จะเป็นความตกลงแบบองค์รวม (Comprehensive Agreement) ที่ต่อยอดจากความ

ตกลง ASEAN+1 ที่อาเซียนมีกับประเทศคู่เจรจาในปัจจุบัน มีมาตรฐานสูง ประกอบไปด้วยการเปิดเสรีทั้งเชิงลึกและเชิงกว้างกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค และจะเปิดกว้างในประเด็นใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยที่ผ่านมา ได้มีการหารือในเรื่อง ต่างๆ ได้แก่ การค้าสินค้า กฎถิ่นกำเนิดสินค้า พิธีการศุลกากร และการอำนวยความสะดวกทางการค้า มาตรการ สุขอนามัยและสุขอนามัยพืช และมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า การค้าบริการ การเงิน โทรมณาคม การลงทุน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ทรัพย์สินทางปัญญา การแข่งขัน กฎหมาย และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบเจรจา

- ความตกลง RCEP จะแบบองค์รวม (Comprehensive Agreement) ที่มีมาตรฐานสูง ประกอบไปด้วยความร่วมมือทั้งเชิงลึกและเชิงกว้างกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค โดยจะครอบคลุมทุกมิติในด้านการเข้าถึงตลาด และตั้งเป้าที่จะลดภาษีระหว่างกันให้ได้มากที่สุด รวมถึงการลดอุปสรรคทางการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน และจะเปิดกว้างผนวกประเด็นใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบัน อาทิ เรื่องนโยบายการแข่งขัน และทรัพย์สินทางปัญญา เข้าไปในความตกลงด้วย

3) เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China) เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2544 ผู้นำอาเซียน-จีนได้เห็นชอบให้มีการจัดตั้งคณะเจรจา อาเซียน-จีน (Trade Negotiation Committee: TNC) เพื่อจัดทำกรอบความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน ที่จะใช้เป็นพื้นฐานในการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีนที่สมบูรณ์ภายใน 10 ปี ซึ่งต่อมา TNC ได้สรุปผลการเจรจาและจัดทำกรอบความตกลง ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากผู้นำอาเซียน-จีน ในการประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน (ASEAN-China Summit) ครั้งที่ 8 ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2545

กรอบการเจรจา

ครอบคลุมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจในทุกด้าน การเจรจาแบ่งเป็น การเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า การเปิดเสรีด้านการค้าบริการ และการลงทุน ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจต่างๆ

กลไกการเจรจา

- จัดตั้ง TNC เป็นเวทีหารือระหว่างอาเซียนกับจีน โดยไทยเป็นประธานฝ่ายอาเซียน และจัดตั้ง ASEAN Trade Negotiating Group (TNG) เป็นเวทีประชุมหารือระหว่างสมาชิกอาเซียน
- ปัจจุบันได้เปลี่ยนกลไกการหารือจาก TNC เป็น ACFTA-JC เพื่อให้ครอบคลุมทั้งด้านการเจรจาและการติดตามการดำเนินการภายใต้ความตกลง

แนวทางการเจรจา

การดำเนินการ

การเปิดเสรีการค้าสินค้า (ที่มีผลบังคับใช้แล้ว)

- ผู้นำไทยและจีนได้เห็นชอบให้ไทยกับจีนเริ่มลดภาษีระหว่างกันในสินค้าเกษตรพิกัด 07-08 (ผัก และผลไม้) ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 ภายใต้กรอบ Early Harvest อาเซียน-จีน หรือ 3 เดือนก่อนประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ

- การเปิดเสรีการค้าส่วนแรก (Early Harvest) ในสินค้าพิกัด 01-08 และสินค้าเฉพาะ (Specific products) อีก 2 รายการ คือ ถ่านหินแอนทราไซด์และถ่านหินโค้ก/เซมิโค้ก ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 โดยประเทศอาเซียนเดิม 6 ประเทศและจีน ลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0 ในปี 2549 ส่วนอาเซียนใหม่ให้ยืดหยุ่นได้ถึงปี 2553

- การเปิดเสรีการค้าสินค้าทั่วไป ได้จัดทำความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้า (Agreement on Trade in Goods) โดย (1) สินค้าปกติ เริ่มลดภาษีตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2548 และลดลงเหลือร้อยละ 0 ภายในปี 2553 (2) สินค้าอ่อนไหว จะเริ่มลดภาษีในปี 2555 และจะลดภาษีเป็นร้อยละ 0-5 ในปี 2561 (3) สินค้าอ่อนไหวสูง จะคงอัตราภาษีไว้ได้ถึงปี 2558 จึงจะลดภาษีมาอยู่ที่ไม่เกินร้อยละ 50

- กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (1) สินค้าเกษตรพื้นฐาน ใช้หลัก Wholly obtained (2) สินค้าอื่นๆ มูลค่าของวัตถุดิบที่ใช้ภายในประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 โดย นำมูลค่าของวัตถุดิบจากประเทศสมาชิกรวมกันได้ (3) กฎถิ่นกำเนิดสินค้าเฉพาะรายสินค้า (Product Specific Rules: PSR) สำหรับบางสินค้า

- การเปิดเสรีด้านการค้าบริการ อาเซียนและจีนได้ลงนามความตกลงฯ พร้อมข้อผูกพันการเปิดตลาดกลุ่มที่ 1 เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2550 และมีผลบังคับใช้ 1 กรกฎาคม 2550 โดยไทยเปิดตลาดเพิ่มขึ้นจากข้อผูกพันภายใต้ WTO ครอบคลุมกิจกรรมบริการบางประเภทในสาขาวิชาชีพ การศึกษา บริการด้านสุขภาพ การท่องเที่ยว และการขนส่งสินค้าทางเรือ

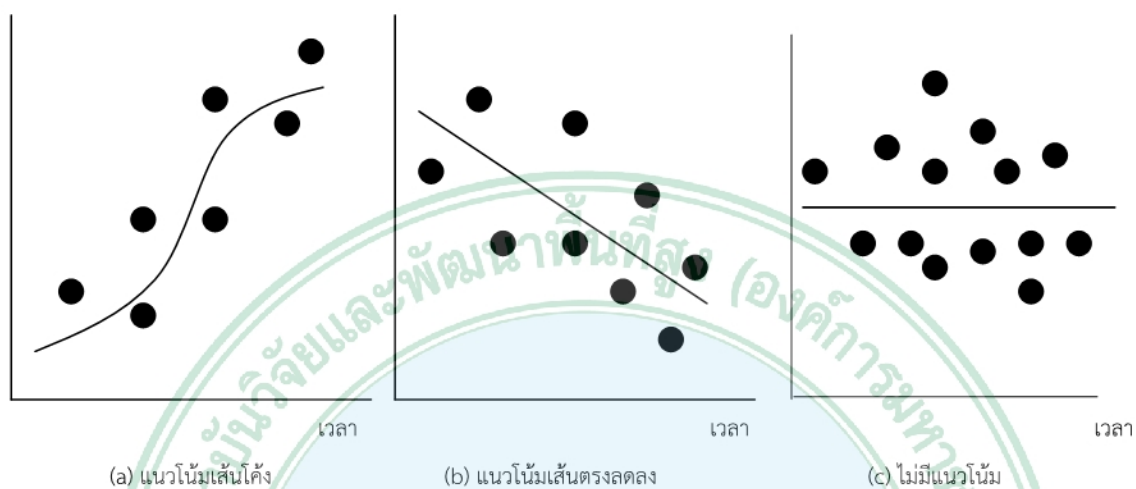
2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลา

โดยปกติแล้วเราจะสมมติว่าแบบแผนหรือพฤติกรรมของข้อมูลอนุกรมเวลา ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ แนวโน้ม (trend) วัฏจักร (cyclical) ฤดูกาล (seasonal) และความผิดปกติ (irregular) เราจะกล่าวถึงรายละเอียดขององค์ประกอบแต่ละประเภทยังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบแนวโน้ม

ข้อมูลอนุกรมเวลาคือชุดข้อมูลที่มีการเรียงลำดับว่าค่าสังเกตใดเกิดก่อนหรือหลังจากอีกค่าสังเกตหนึ่ง ข้อมูลอนุกรมเวลาอาจถูกรวบรวมขึ้นทุกๆรายชั่วโมง รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน รายไตรมาส หรือรายปีก็ได้ ถึงแม้ว่าข้อมูลอนุกรมเวลาจะมีการเคลื่อนไหวขึ้นๆลงๆโดยมากจะเป็นแบบสุ่ม แต่เมื่อพิจารณาข้อมูลในระยะ

ยาวแล้วเรามักจะพบว่าข้อมูลมีแนวโน้มค่อยๆ เพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างช้าๆ เราจะเรียกการเคลื่อนไหวของข้อมูลอนุกรมเวลารูปแบบดังกล่าวว่า “แนวโน้ม”(trend) โดยมากแนวโน้มจะเป็นผลมาจากปัจจัยระยะยาว เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เป็นต้น ทั้งนี้แนวโน้มของข้อมูลอนุกรมเวลารูปแบบต่างๆ ได้แสดงในภาพที่ 2-3

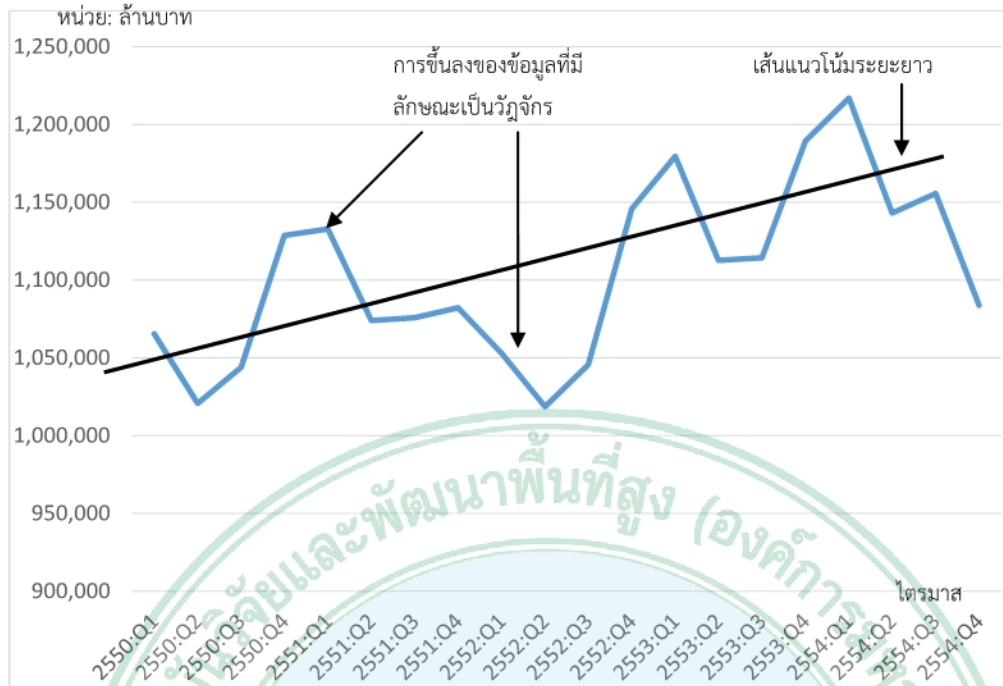


ภาพที่ 2-3 แนวโน้มของข้อมูลอนุกรมเวลารูปแบบต่างๆ

ที่มา: กนก คติการ และคณะ (2553)

2. องค์ประกอบวัฏจักร

สังเกตว่าถึงแม้ข้อมูลอนุกรมเวลาจะแสดงแนวโน้มในระยะยาว แต่ข้อมูลแต่ละจุดก็ไม่ได้ตกอยู่บนเส้นแนวโน้มทั้งหมด อันที่จริงแล้วเราจะพบได้ว่าข้อมูลบางช่วงอยู่ต่ำกว่าเส้นแนวโน้มในขณะที่ข้อมูลบางช่วงก็อยู่สูงกว่าเส้นแนวโน้ม การเกิดขึ้นซ้ำๆ กันเป็นลำดับของการขึ้นลงของข้อมูลซึ่งจะพบได้บ่อยในข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีความยาวเกินกว่า 1 ปีขึ้นไปนี้จะถูกเรียกว่า “องค์ประกอบวัฏจักร”(cyclical component) ตัวอย่างเช่น ในภาพที่ 2-4 ซึ่งเป็นข้อมูลรายไตรมาสของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเบื้องต้นของประเทศไทยตั้งแต่ไตรมาสแรก พ.ศ. 2550 ถึง ไตรมาสที่สี่ พ.ศ. 2554 สังเกตว่าข้อมูลจะมีความผันผวนขึ้นๆ ลงๆ อยู่บริเวณเส้นแนวโน้ม การขึ้นและลงของข้อมูลลักษณะดังกล่าวจะเกิดขึ้นซ้ำไปซ้ำมา อาจจะเรียกอีกอย่างได้ว่า “วัฏจักรธุรกิจ” (business cycle) ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของเงินเฟ้อ การสะสมทุน ฯลฯ



ภาพที่ 2-4 ตัวอย่างข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีการเคลื่อนไหวเป็นวัฏจักร

ที่มา: กนก คติการ และคณะ (2553)

3. องค์ประกอบฤดูกาล

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าองค์ประกอบแนวโน้มและองค์ประกอบวัฏจักรเป็นองค์ประกอบสำหรับข้อมูลอนุกรมเวลาในระยะยาวที่มีความยาวของข้อมูลเกินกว่า 1 ปีขึ้นไป สำหรับข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงเวลาที่สั้นกว่า 1 ปีซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลรายเดือนหรือรายไตรมาส เราก็มักจะพบว่ามีลักษณะขึ้นๆลงๆของข้อมูลอยู่บนหรือล่างเส้นแนวโน้มและเกิดขึ้นซ้ำๆเช่นเดียวกัน การเคลื่อนไหวลักษณะดังกล่าวอาจเกิดจากผลทางด้านฤดูกาล ตัวอย่างเช่น ยอดขายของไอศกรีมมักจะอยู่สูงกว่าเส้นแนวโน้มในช่วงฤดูร้อน (ไตรมาสที่สอง) และจะลดลงเรื่อยๆจนอยู่ต่ำกว่าเส้นแนวโน้มในช่วงฤดูหนาว (ไตรมาสสุดท้าย) เป็นต้น

4. องค์ประกอบผิดปกติ

“องค์ประกอบผิดปกติ” (irregular component) มักจะถูกนิยามว่าเป็น “ส่วนคงเหลือ”(residual) หรืออิทธิพลของปัจจัยอื่นๆนอกจากแนวโน้ม วัฏจักร และ ฤดูกาล ที่ทำให้ข้อมูลที่เกิดขึ้นเบี่ยงเบนออกจากสิ่งที่ได้คาดการณ์ไว้ องค์ประกอบประเภทนี้มักจะมีลักษณะเชิงสุ่ม ไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า ตัวอย่างเช่น ภัยธรรมชาติ ความวุ่นวายทางการเมือง เป็นต้น

2.6 การใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์

ในหัวข้อนี้แสดงวิธีการพยากรณ์ข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีแบบแผนแนวโน้มเป็นเส้นตรงที่มีลักษณะเพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเวลาผ่านไป การวิเคราะห์ในลักษณะดังนี้ คือต้องการหาเส้นตรงแนวโน้มที่เข้ากับข้อมูลทุกจุดให้ได้มากที่สุดหรือต้องการให้ส่วนคงเหลือน้อยที่สุดนั่นเอง ดังนั้นจึงสามารถประยุกต์ใช้วิธีการกำลังสองน้อยที่สุด เพื่อประมาณค่าจุดตัดแกนตั้ง (intercept) และค่าความชัน (slope) ของเส้นแนวโน้มอนุกรมเวลา ซึ่งสามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงได้ดังนี้

$$Y_t = b_0 + b_1 t \quad (2.1)$$

เมื่อ Y_t คือ ข้อมูลอนุกรมเวลา ณ ช่วงเวลา t โดยที่ $t = 1, 2, 3, \dots, n$

T คือ ตัวแปรแสดงเวลา (อาจมีหน่วยเป็น วัน เดือน ปี ฯลฯ)

b_0, b_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์จุดตัดแกนตั้งและความชันสำหรับเส้นแนวโน้ม

เมื่อประยุกต์ใช้วิธีการกำลังสองน้อยที่สุดในการหาตัวประมาณค่า b_0 และ b_1 โดยการเปลี่ยนตัวแปรอิสระจาก X เป็น t ก็จะได้ตัวประมาณค่าแบบกำลังสองน้อยที่สุดดังนี้

$$b_2 = \frac{\sum_{i=1}^n (t - \bar{t})(Y_i - \bar{Y})}{\sum_{i=1}^n (t - \bar{t})^2} \quad (2.2)$$

$$b_1 = \bar{Y} - b_2 \bar{t} \quad (2.3)$$

$$\text{โดยที่ } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \text{ และ } \bar{t} = \frac{\sum_{i=1}^n t}{n}$$

การแยกองค์ประกอบของข้อมูลอนุกรมเวลา

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่ามักจะพบว่าข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงเวลาที่สั้นกว่า 1 ปี ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลรายเดือนหรือรายไตรมาส มีลักษณะขึ้นๆลงๆของข้อมูลอยู่บนหรือล่างเส้นแนวโน้มและเกิดขึ้นซ้ำๆ การเคลื่อนไหวลักษณะดังกล่าวอาจเกิดจากผลทางด้านฤดูกาล จึงต้องมีความระมัดระวังการเปรียบเทียบข้อมูลต่างช่วงเวลากันและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพยากรณ์แนวโน้มในระยะยาว ตัวอย่างเช่น อาจจะพบว่าปริมาณการใช้กระแสไฟฟ้าในเดือนเมษายนสูงขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนมีนาคม ซึ่งการสูงขึ้นดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอุณหภูมิที่สูงขึ้นในช่วงเดือนเมษายนทำให้มีการใช้ไฟฟ้าสำหรับเครื่องปรับอากาศเพื่อทำความเย็นมากขึ้น โดยทั่วไปแล้วปริมาณการใช้ไฟฟ้าก็จะปรับตัวลดลงสู่ระดับปกติเมื่อฤดูร้อนผ่านไป ดังนั้นการที่ปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่สูงขึ้นในเดือนเมษายนจึงไม่ใช่ผลที่เกิดจากแนวโน้มระยะยาวแต่อย่างใด จึงจำเป็น

อย่างยิ่งที่เราจะต้องคำนวณผลกระทบของฤดูกาลเพื่อที่จะจัดผลดังกล่าวออกจากการพยากรณ์แนวโน้มระยะยาว ในการคำนวณดัชนีฤดูกาล (seasonal index) เราจะสมมติว่าข้อมูลอนุกรมเวลามีองค์ประกอบ (component) ดังนี้

$$Y_t = T_t \times S_t \times I_t \quad (2.4)$$

เมื่อ Y_t คือ ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง ณ เวลา t

T_t คือ องค์ประกอบที่เป็นแนวโน้มระยะยาวของข้อมูล ณ เวลา t

S_t คือ องค์ประกอบของข้อมูลที่มีการเคลื่อนไหวเป็นฤดูกาล ณ เวลา t

I_t คือ องค์ประกอบของข้อมูลที่เกิดจากความผิดปกติ ณ เวลา t

สังเกตว่าการเคลื่อนไหวของข้อมูลอนุกรมเวลาจะถูกแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ T_t ซึ่งเป็นองค์ประกอบระยะยาวซึ่งสามารถพยากรณ์ได้โดยใช้สมการแนวโน้ม ในขณะที่ S_t และ I_t เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของข้อมูลในระยะสั้น ทั้งนี้สามารถเรียกวิธีการแยกองค์ประกอบของข้อมูลอนุกรมเวลาตามสมการ (4) ว่า “ตัวแบบผลคูณอนุกรมเวลา” (multiplicative time series model) สำหรับตัวแบบดังกล่าวนี้ T_t จะมีหน่วยเดียวกันกับข้อมูล ในขณะที่ S_t และ I_t จะมีค่าเป็นเลขดัชนีซึ่งเป็นการวัดข้อมูลในเชิงเปรียบเทียบ กล่าวคือในกรณีที่ S_t (หรือ I_t) มีค่ามากกว่า 1 หมายความว่าผลกระทบทำให้ข้อมูลอยู่เหนือเส้นแนวโน้มระยะยาว แต่ถ้า S_t (หรือ I_t) มีค่าน้อยกว่า 1 ก็หมายความว่าผลกระทบทำให้ข้อมูลอยู่ต่ำกว่าเส้นแนวโน้มระยะยาว

การคำนวณดัชนีฤดูกาลสามารถทำได้โดยการใช้วิธีเฉลี่ยเคลื่อนที่ ซึ่งมีหลักการคือทำการปรับข้อมูลให้ราบเรียบ (smoothing) เพื่อขจัดความผันผวนอันเกิดจากผลขององค์ประกอบผิดปกติหรือความผันผวนที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาสั้นๆออกไป ดังนั้นวิธีการดังกล่าวนี้จึงเหมาะกับข้อมูลที่ไม่ได้มีแบบแผนแนวโน้ม วัฏจักร และฤดูกาล วิธีการปรับข้อมูลมีข้อดีคือสามารถใช้ได้ง่ายและเหมาะสมสำหรับใช้เพื่อการพยากรณ์ในระยะสั้น เช่น รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน

วิธีเฉลี่ยเคลื่อนที่ (moving average) เป็นการหาค่าเฉลี่ยของข้อมูลล่าสุดจำนวน n ตัว (ในกรณีข้อมูลเป็นรายเดือนจะกำหนดให้ $n=12$ เราสามารถเขียนสูตรการคำนวณค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ของข้อมูล ณ เวลา t ได้ดังนี้

$$MA_t = \frac{Y_t + Y_{t-1} + Y_{t-2} + \cdots + Y_{t-n+1}}{n} \quad (2.5)$$

เมื่อ MA_t คือ ค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ของข้อมูล ณ เวลา t

$Y_t, Y_{t-1}, \dots, Y_{t-n+1}$ คือข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง ณ เวลา $t, t-1$ และ $t-n+1$ ตามลำดับ

หลังจากนั้นก็จะนำเอาข้อมูลจริงที่เกิดขึ้นหารด้วยค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ของข้อมูลในช่วงเวลาเดียวกัน ดังนี้

$$Z_t = \frac{MA_t}{Y_t} \quad (2.6)$$

เมื่อ Z_t เป็นค่าสัดส่วน ถ้ามีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าข้อมูล ณ เวลา t ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย แต่ถ้ามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าสูงกว่าค่าเฉลี่ย

ภายหลังจากนั้นก็จะเลือกนำข้อมูล Z_t สำหรับเดือนที่ตรงกันมาเฉลี่ยซ้ำอีกครั้งหนึ่งก็จะได้ดัชนีฤดูกาลของแต่ละเดือน ตัวอย่างเช่น ถ้ามีข้อมูลตั้งแต่ปี 2011 ถึง 2014 ก็จะเลือกนำค่า Z_t ของเดือนมกราคมของทุกปีที่คำนวณได้มาหาค่าเฉลี่ย ก็จะได้ค่าดัชนีฤดูกาลสำหรับเดือนมกราคม สำหรับดัชนีฤดูกาลของเดือนอื่นๆ ก็สามารถทำได้โดยวิธีการเดียวกัน

$$S_{Jan} = \frac{Z_{Jan\ 2011} + Z_{Jan\ 2012} + Z_{Jan\ 2013} + Z_{Jan\ 2014}}{4} \quad (2.7)$$

2.7 วิเคราะห์สภาวะแวดล้อม จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)

นอกจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณข้างต้น การศึกษานี้ จะได้นำแนวคิดการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) มาใช้สำหรับการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูงโดยจะประยุกต์ใช้แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค (SWOT Analysis) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีการประยุกต์ใช้กันอย่างกว้างขวางในวงการธุรกิจ โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis นั้น ในขั้นตอนแรกคือการทำความเข้าใจถึงองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบของ SWOT ซึ่งได้แก่

Strength - จุดแข็ง เป็นการพิจารณาจุดแข็งของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เกษตรจากประเทศเพื่อนบ้าน Weakness-จุดอ่อน เป็นปัจจัยที่เมื่อพิจารณาโดยเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านแล้วผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูงด้อยกว่า โดยในทั้งด้านของจุดแข็งและจุดอ่อนนั้น ถือเป็นศักยภาพที่มีอยู่ภายในโครงการหลวงหรือในที่นี้คือ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูงอันหมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต รวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนที่พิจารณา นอกจากนี้ ปัจจัยอีกส่วนหนึ่งที่แม้ไม่ได้ประกอบอยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยตรง แต่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษาในประเทศหนึ่งๆ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต คือ นโยบายจากภาครัฐ ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะพิจารณาด้วยเช่นกัน

สำหรับอีก 2 องค์ประกอบของ SWOT คือ O-Opportunity และ T-Threat นั้น มีความหมายถึง Opportunity-โอกาส คือ ปัจจัยภายนอกประเทศที่ถือเป็นช่องทางหรือโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูง

ขณะที่Threat-อุปสรรคหรือภัยคุกคามคือ ปัจจัยภายนอกใดๆที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการพัฒนาหรือการค้าของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูง

จากการวิเคราะห์ SWOT สามารถสร้างกลยุทธ์ที่เรียกว่า TOWS Matrix ซึ่งประกอบขึ้นจากการจับคู่ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายในจะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยที่ถือเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูงและปัจจัยที่ถือเป็นจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูง ขณะที่ปัจจัยภายนอกก็สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยที่ถือเป็นโอกาสของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูง ปัจจัยที่ถือว่าเป็นอุปสรรคของผลิตภัณฑ์จากพื้นที่สูง การศึกษาในครั้งนี้ จะรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจภาคสนาม ตลอดจนการสังเคราะห์ข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่จะนำไปสู่การหาแนวทางตามกรอบแนวคิดของ TOWS Matrix เพื่อเสนอมาตรการสำหรับแก้ไขจุดอ่อน เสริมสร้างจุดแข็ง สร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส และหลีกเลี่ยงอุปสรรค เพื่อให้ไทยสามารถรองรับผลกระทบของการไหลเข้าของสินค้าเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างเหมาะสม

2.8 ตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรพื้นที่สูงของโครงการหลวง

ที่ผ่านมาได้มีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรพื้นที่สูงของโครงการหลวงในประเด็นต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจการผลิต ระบบการตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิต การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าโครงการหลวงฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ในด้านการผลิตและการตลาด ศิริรัตน์ (2540) ศึกษาการผลิตและการตลาดไม้ตัดดอกของเกษตรกร พบว่าการปลูกเบญจมาศโดยส่วนใหญ่ จะนิยมปลูกเบญจมาศช่อเนื่องจาก ใช้แรงงานน้อยกว่าดอกเบญจมาศเดี่ยว เพราะ เบญจมาศช่อจะมีการเด็ดดอกเพียงครั้งเดียว แต่เบญจมาศดอกเดี่ยวต้องทำการเด็ดดอกข้างออกให้หมด เหลือดอกบนสุดเพียงดอกเดียว เป็นการสิ้นเปลืองแรงงาน ส่วนการปลูกดอกกุหลาบ เกษตรนิยปลูกดอกกุหลาบดอกใหญ่มากกว่าดอกกลางเนื่องจากได้กำไรดีกว่าแม้จะดูแลยากกว่า ด้านพื้นที่การผลิต เกษตรมีพื้นที่ในการผลิตไม่ถึงหนึ่งไร่ เนื่องจากไม้ตัดดอกต้องใช้การดูแลมาก ซึ่งหากพื้นที่มากเกินไปการดูแลก็ไม่ทั่วถึง ผลผลิตก็ไม่ค่อยคุณภาพและขายในท้องตลาดไม่ได้ และยังต้องใช้ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ด้านแรงงาน มักจะจ้าง เฉพาะช่วงปลูกและเก็บเกี่ยว จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตาม เกษตรจึงมักจำกัดพื้นที่ในการปลูกและใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก ไม้ตัดดอกจากโครงการหลวงที่ได้รับผลกระทบจากการนำเข้า มา ของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กุหลาบที่ถือว่าเป็นดอกไม้ที่มีผลกระทบมากที่สุดของโครงการหลวงอีกชนิดหนึ่ง ทั้งนี้สำนักพัฒนาเกษตรที่สูง สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และมูลนิธิโครงการหลวง (2547) ร่วมกันจัดการสัมมนาเรื่องทิศทางการตลาดสินค้าโครงการหลวงได้ผลสรุปว่าฝ่ายตลาดมูลนิธิโครงการหลวงจะมุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกและมุ่งมิตรภาพทางการตลาดโดยเน้นการค้าสมัยใหม่(Modern trade)และการประชาสัมพันธ์มีจุดเด่นสินค้าในเรื่องคุณภาพ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาดเท่านั้น จะมีสินค้าบางรายการต้องปรับลดและเลิก เนื่องจากมีจำนวนสินค้าพืชผักไม่ต่ำกว่า 167 ชนิดที่นำมาพัฒนาและส่งเสริมให้เกษตรกรพื้นที่สูงได้เพาะปลูก ควรให้ความสำคัญกับบรรพบุรุษและระบบการขนส่ง สินค้าอินทรีย์ต้อง

ดำเนินการตลาดเชิงรุก เรียนรู้ความต้องการของผู้บริโภค ควรผลิตสินค้าตามศักยภาพ ให้ความสำคัญกับฤดูกาล และหาทางส่งออกเพิ่มขึ้น สิ่งที่เป็นอุปสรรค คือ สินค้ามีความเป็นฤดูกาลและมีอุปทานไม่สม่ำเสมอ ในขณะที่สมพรและคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาในโครงการการศึกษาระบบการตลาดของสินค้าโครงการหลวง ผลการศึกษาพบว่าการผลิตกลุ่มพืชผัก กลุ่มผลไม้และกาแฟรวมกันคิดเป็นร้อยละ 73.26 ของมูลค่าสินค้าทั้งหมด เป็นพืชผักไม่น้อยกว่า 167 ชนิด ผลไม้ไม่น้อยกว่า 44 ชนิด การกระจายสินค้าเกษตรบนพื้นที่สูงมีการพัฒนาระบบการตลาดเชื่อมโยงกับตลาดในเมืองและตลาดกรุงเทพมหานครโดยผ่านพ่อค้าท้องถิ่นและพ่อค้าตัวแทนเป็นสำคัญ วิธีการซื้อขายพืชผักส่วนใหญ่เป็นแบบตกลงเป็นรายวัน และมีการเหมาแปลงบ้าง ส่วนศูนย์พัฒนาฯจะรับซื้อสินค้าตามราคาตลาดตามแผนการส่งเสริมที่กำหนดไว้ล่วงหน้า มีราคารับซื้อเฉลี่ยสูงกว่าที่พ่อค้าท้องถิ่นรับซื้อ เพราะการผลิตอยู่ภายใต้การแนะนำในรูปแบบพืชผักปลอดภัย (GAP) มีการตรวจสอบและควบคุมกระบวนการผลิตด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยด้านสารเคมี ทั้งนี้วิธีการรับซื้อของงานคัดบรรจุเชียงใหม่จะพิจารณาจากราคากลางที่รับซื้อจากเกษตรกร ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละศูนย์พัฒนาฯ ปัจจัยที่เป็นโอกาสของระบบตลาดสินค้าของโครงการหลวง ได้แก่ คนในสังคมให้ความสนใจบริโภคอาหารปลอดภัยมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสนใจราคาสินค้าโดยค่า ตลาด Modern trade เอื้อต่อการกระจายสินค้าและการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภค ระบบโลจิสติกส์ของเอกชนเกื้อหนุนต่อการลดต้นทุนการกระจายสินค้า และการสร้างพันธมิตรในระบบห่วงโซ่อุปทานสามารถเปิดช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เมื่อพิจารณาถึงผลตอบแทนการผลิตรายสินค้าโดย สมพรและคณะ (2551) พบว่า ไม้ผลเมืองหนาว คือ พลับและพีชเป็นไม้ผลที่มีการลงทุนต่ำ แต่มีศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนที่ดี ไม้ผลขนาดเล็ก คือ เสาวรสรับประทานสดและสตอเบอรี่ มีกำไรเหนือต้นทุนเงินสดเหมาะกับการสร้างรายได้จากการใช้แรงงานในครัวเรือน ส่วนไม้ผลเขตร้อน พบว่าอะโวคา และกาแฟรามีกำไรเหนือต้นทุนเงินสดส่วนมะม่วงนวลค่าการผลิตไม่คุ้ม เพราะให้ผลผลิตต่ำจึงเหมาะกับการปลูกเป็นพืชเสริมมากกว่าเป็นพืชหลักสำหรับไม้ตัดดอก คือ เบญจมาศและเยอบีร่า พบว่ามีศักยภาพการผลิตสามารถแข่งขันได้ ขณะที่พืชผัก คือ ผักกาดขาวปลี กะหล่ำปลี และผักกาดหอมห่อ และกะหล่ำปลีหัวใจอินทรีย์ มีกำไรเหนือต้นทุนทั้งหมด ทั้งนี้การดำเนินงานด้านห่วงโซ่อุปทานของสินค้าพืชผัก ผลไม้ และดอกไม้ พบว่าเกษตรกรมีการวางแผนร่วมกันกับศูนย์พัฒนาฯ อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งพบปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้น มีสัดส่วนผลผลิตที่มีเกรดต่ำสูง มีปัญหาเกี่ยวกับการคัดเกรดและราคารับซื้อ และต้องแข่งขันกับตลาดทางเลือก (พ่อค้านอกท้องถิ่น) ที่มีเพิ่มขึ้น ห่วงโซ่อุปทานระหว่างศูนย์พัฒนาฯและศูนย์คัดบรรจุ(แม่เหียะ) พบปัญหาปริมาณสินค้าโดยเฉพาะพืชผักบางชนิดมีปริมาณเกินเป้าหมายที่ได้ตกลงกันไว้ ทำให้ต้นทุนการจัดการต่างๆ เพิ่มขึ้น เช่น ต้นทุนการจัดเก็บ และต้นทุนการทำลายทิ้ง เป็นต้น และต้นทุนการขนส่งจากศูนย์พัฒนาฯสู่ศูนย์คัดบรรจุสูง นอกจากนี้เรื่องไรและคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาโครงการศึกษาประสิทธิภาพตลาดขายส่งและขายปลีก สินค้าผักผลไม้ปลอดภัยของมูลนิธิโครงการหลวงและความต้องการพืชผักและผลไม้ปลอดภัยของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า สินค้าโครงการหลวงได้รับแรงกดดันจากคู่แข่งทางการค้าทั้งต่างประเทศและในประเทศที่มีผู้ประกอบการค้าพืชผัก ผลไม้ปลอดภัยภายใต้ตราสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งกลยุทธ์การบริหารจัดการแบรนด์ที่ทำให้มีการจดจำตราสินค้าในระดับต่ำซึ่งถือเป็นข้อจำกัดและจุดอ่อนในการขับเคลื่อนธุรกิจในระยะยาวแต่มูลนิธิโครงการหลวงมีภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งเป็นที่ยอมรับและมีความสามารถในการสร้างพันธมิตร

ธุรกิจสำหรับโครงการความร่วมมือและข้อตกลงทางธุรกิจเพื่อการบรรลุเป้าหมายร่วมได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ ติโมนีและคณะ (2557) ศึกษาตลาดคู่แข่ง วิเคราะห์ศักยภาพในการผลิตกุหลาบ พบว่า กุหลาบเป็นสินค้ารายการสำคัญอันดับหนึ่งของมูลนิธิโครงการหลวง โดยคิดเป็นมูลค่าที่โครงการหลวงรับซื้อจากเกษตรกรประมาณ 14.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45 ของทั้งหมด ซึ่งไม้ตัดดอกที่ส่งให้กับโครงการหลวงส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตรายเล็ก แม้จะมีการแข่งขันกับสินค้าจากภายนอกประเทศ เช่น จีน ที่มีราคาของไม้ตัดดอกที่ถูกกว่า เนื่องจาก การคมนาคมที่สะดวกขึ้น และมีการเปิดการค้าเสรีเกิดขึ้น จึงทำให้ดอกไม้จากจีนถูกนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยในปริมาณที่มากขึ้น และจากการศึกษาตลาดกุหลาบตัดดอก ยังสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ตลาดล่างมีขนาดใหญ่มีมูลค่าทางการตลาด ประมาณ 600 ล้านบาทต่อปีเป็นตลาดของผู้ผลิตกุหลาบขนาดเล็กในแปลงกลางแจ้งจากอำเภอพบพระส่วนตลาดบนเป็นกุหลาบที่มีการปรับปรุงพันธุ์ที่เรียกว่าพันธุ์ฮอลแลนด์ประกอบด้วยกุหลาบจากโครงการหลวง และ ที่นำเข้าจาก จีน โดยโครงการหลวงมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12 โดยมีกุหลาบจากจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญการนำเข้ากุหลาบตัดดอกของไทยเกือบทั้งหมดจากประเทศจีน ซึ่งมีภาชนะนำเข้าร้อยละ 0 แต่ถ้าเป็นประเทศอื่นที่ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางศุลกากรต้องเสียภาษีที่ร้อยละ 45 ของมูลค่าสินค้าในส่วนของผู้ผลิตและจรรยาบรรณ (2559) ศึกษาศักยภาพการผลิตและตลาดดอกไม้โครงการหลวงพบว่า กุหลาบและเบญจมาศมีการนำเข้ามากกว่าการส่งออก กุหลาบส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศจีน ในช่วงปี 2550-2555 มีการนำเข้าอย่างต่อเนื่อง แต่มีแนวโน้มลดลงในปี 2556-2557 โดยในปี 2558 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 51 ล้านบาท ในขณะที่การนำเข้ากุหลาบจากประเทศเคนย่าเพิ่มขึ้น โดยปี 2558 (ม.ค.-พ.ย.) มีมูลค่าการนำเข้า 2.43 ล้านบาท ประมาณร้อยละ 4 และประเทศไทยนำเข้าดอกเบญจมาศ สูงสุดในปี 2558 เป็นมูลค่า 42.58 ล้านบาท คิดเป็น ซึ่งเป็นการขาดดุลการค้าและคิดเป็นร้อยละ 82 และจากสาธารณะรัฐประชาชนจีน ร้อยละ 10

ในด้านการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เศรษฐพงศ์และคณะ (2539) ศึกษาแหล่งผลผลิตกุหลาบจากนอกประเทศที่มีการขยายตัวอย่างมาก เช่น ประเทศ เคนย่า โดยการผลิตกุหลาบส่วนใหญ่เกิดจากบริษัทข้ามชาติ 6บริษัท คิดเป็นร้อยละ 75 ของปริมาณดอกไม้ส่งออกทั้งหมด โดยดอกไม้ไม่ได้รับการยอมรับว่าคุณภาพดีเยี่ยมเนื่องจากอุณหภูมิค่อนข้างคงที่เฉลี่ยอยู่ที่ 24-26 องศาเซลเซียส ซึ่งกุหลาบจะโตเร็ว เนื้อไม้แข็งเหมือนกุหลาบในเมืองหนาว ทำให้ท่อน้ำเลี้ยงใหญ่กว่าสามารถลำเลียงน้ำได้พอเพียงต่อการระเหย แต่ราคาค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับราคาไม้ดอกไม้จากจีน ในขณะที่สมพรและคณะ (2552) ได้ทำการศึกษาเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรของโครงการหลวง: การศึกษาสถานภาพการแข่งขันของสินค้าผัก ผลไม้ และกาแฟของมูลนิธิโครงการหลวงภายใต้เขตการค้าเสรี ผลการศึกษาพบว่า ผักกาดหอมหอม บร็อคโคลี่ แครอท และมันฝรั่งมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะจากจีน ส่วนมะเขือเทศ ไทยมีความได้เปรียบดุลการค้า สำหรับผลไม้ ได้แก่ สตรอเบอร์รี่ พลัม พีช อะโวคาโด กีวีฟรุต องุ่น และแอปเปิ้ล ไทยขาดดุลเพิ่มมากขึ้นทุกปี และกาแฟเป็นสินค้าที่ได้รับการปกป้องตลาดในประเทศในระดับหนึ่งจากการเก็บภาษีนำเข้า ปัจจัยที่เป็นโอกาสต่อระบบการตลาดสินค้าเกษตรของโครงการหลวง ได้แก่ ผู้บริโภคยอมรับในตราสินค้า คุณภาพและความปลอดภัย แนวโน้มการบริโภคอาหารปลอดภัยสูงขึ้น ห้างสรรพสินค้าและผู้ประกอบการในตลาด Modern trade สนใจ

ทำธุรกิจกับโครงการหลวง และสินค้าพืชผักและผลไม้ของโครงการหลวงเพื่อการส่งออกตามข้อตกลงภายใต้เงื่อนไข FTA เช่น JTEPA นอกจากนี้อารีและคณะ (2556) ทำการศึกษาการเตรียมความพร้อมของชุมชนเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรบนพื้นที่สูงมีความผันแปรมากตามการแปรปรวนของผลผลิต สินค้าที่ผลิตในที่สูงในส่วนที่ส่งไปจำหน่ายในตลาดขายส่งนั้นส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน โดยนำเข้าผ่านจังหวัดเชียงรายเข้าสู่ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง ทั้งนี้ดอกเบญจมาศ เป็นผลผลิตดอกไม้หลักของเกษตรกรในพื้นที่สูง ซึ่งไทยนำเข้ามาจากมาเลเซียเป็นหลัก โดยไทยเป็นประเทศที่นำเข้าดอกเบญจมาศเป็นอันดับ 2 ของประเทศมาเลเซียรองจากประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ ยังมีผลผลิตของเกษตรกรในโครงการหลวงที่จำหน่ายให้แก่ลูกค้าองค์กรเป็นหลักในลักษณะการขายส่งและร้านโครงการหลวงสำหรับการขายปลีกเป็นหลัก ซึ่งการกระจายสินค้าลักษณะนี้ เป็นข้อได้เปรียบสำหรับเกษตรกรที่ไม่ต้องจำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางในตลาดหลายขั้นตอน ผลการศึกษาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การผลิตผักและไม้ดอกของไทยมีข้อได้เปรียบคือ พื้นที่เพาะปลูกอยู่ในพื้นที่สูงที่มีภูมิอากาศเหมาะสม มีการปลูกในโรงเรือน จึงสามารถควบคุมโรค แมลง และความแปรปรวนของอากาศได้ดี อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเชิงลึก จะพบว่า การปลูกดอกเบญจมาศในพื้นที่สูงของไทยยังต้องมีการปรับปรุงเนื่องจากปัจจุบันผลผลิตดังกล่าวที่มีคุณภาพน้อยกว่าดอกเบญจมาศจากมาเลเซีย นอกจากนี้ กนก และคณะ (2553) ได้ศึกษาวิจัยผลกระทบของนโยบายการค้าเสรีต่อเศรษฐกิจไทย กรณีการนำเข้าผักผลไม้จากประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่า การนำเข้าผักผลไม้จากประเทศจีนส่วนใหญ่นิยมขนส่งโดยใช้เส้นทางเรือเดินทะเลมากกว่าทางแม่น้ำโขงและทางบก สำหรับการส่งออกสินค้าผักผลไม้จากไทยไปจีนนั้นนิยมส่งทางเรือเดินทะเล (ร้อยละ 98.80) และทางบกโดยเส้นทาง R9 (ร้อยละ 1.20) ทั้งนี้การส่งออกผักของไทยไปจีนมีปริมาณน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับ การนำเข้าผลไม้ที่มีการนำเข้าจากจีนสูงสุดในปี 2552 ได้แก่ แอปเปิ้ลสด ปริมาณ 38,786 ตัน มูลค่า 1,156 ล้านบาท แพร์และควินส์สด (สาลี่) 19,327 ตัน มูลค่า 429 ล้านบาท ส่วนองุ่น ส้มเปลือกบาง และส้มแมนดาริน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากโดยไทยนำเข้าผลไม้จากจีนได้ตลอดทั้งปี ส่วนจุดแข็งของไทย คือ ไทยมีเทคโนโลยีการผลิตผลไม้นอกฤดูซึ่งคนจีนนิยมบริโภคเช่น ทุเรียน ลำไย มังคุดและกล้วยไข่ ที่ไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่ของโลก จึงเป็นโอกาสของเกษตรกรที่จะขายผลผลิตได้ในราคาสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีจุดอ่อนที่การผลิตผลไม้เมืองร้อนขึ้นอยู่กับฤดูกาลและสภาพภูมิอากาศซึ่งมักพบปัญหาการเน่าเสียง่าย และมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศจีน โดยจีนมีศักยภาพในการผลิตพืชผักเป็นอันดับ 1 ของโลก ในขณะที่ไทยยังไม่สามารถแข่งขันได้ แต่ทั้งนี้ ทั้งไทยและประเทศจีนมีข้อจำกัดในประเด็นเดียวกันคือ ระบบ Logistic ภายในประเทศ ที่เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนย้ายผลไม้จากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคปลายทาง

ในด้านของพฤติกรรมผู้บริโภค บุรินทร์ (2552) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อสินค้านำเข้าโครงการในพระราชดำริฯ ของกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ร้านค้าในโครงการพระราชดำริฯ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้านำเข้าโครงการในพระราชดำริฯ ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์อื่นๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้านำเข้าโครงการใน

พระราชดำริฯ นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และลักษณะที่อยู่อาศัยแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโครงการในพระราชดำริฯแตกต่างกัน ส่วนกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโครงการในพระราชดำริฯไม่แตกต่างกัน

บทสรุปการทบทวนวรรณกรรม จากงานวิจัยทั้งหมดข้างต้น สรุปได้ว่า ทิศทางการตลาดสินค้าโครงการหลวงจะมุ่งเน้นการตลาดเชิงรุกและมุ่งมิตรภาพทางการตลาดทั้งนี้ ในส่วนของการตลาดสินค้าเกษตรของโครงการหลวง จะพบว่า ไม้ผลเมืองหนาว ซึ่งได้แก่ พลับและพีช เป็นไม้ผลที่มีการลงทุนต่ำ แต่มีศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนที่ดี ส่วนไม้ผลขนาดเล็ก ซึ่งได้แก่ เสาวรสรับประทานสดและสตอเบอรี่ มีกำไรเหนือต้นทุนเงินสด จึงเหมาะกับการสร้างรายได้ อย่างไรก็ตามสถานการณ์การแข่งขันของสินค้าผัก ผลไม้ และกาแฟของมูลนิธิโครงการหลวงภายใต้เขตการค้าเสรี โดยเฉพาะประเภทผักกาดหอมห่อ บร็อคโคลี่ แครอท และมันฝรั่งนั้น ได้รับแรงกดดันจากคู่แข่งทางการค้าทั้งต่างประเทศและในประเทศที่มีผู้ประกอบการค้าพืชผัก ผลไม้ปลอดภัยภายใต้ตราสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น ประกอบกับยังมีประเด็นที่ควรพิจารณา คือ ในประเด็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรบนพื้นที่สูงมีความผันแปรมากตามการแปรปรวนของผลผลิตรวมทั้งผลผลิตบางประเภทยังต้องการปรับปรุงคุณภาพเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น ดอกเบญจมาศในพื้นที่สูงของไทยยังมีคุณภาพน้อยกว่าดอกเบญจมาศจากมาเลเซีย นอกจากนี้ การส่งออกผักของไทยไปยังประเทศจีนมีปริมาณน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับ การนำเข้าผลไม้จากจีน อย่างไรก็ตาม ไทยยังมีเทคโนโลยีการผลิตผลไม้ปลอดฤดูซึ่งคนจีนนิยมบริโภค ด้วยเหตุนี้ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ควรได้มีการศึกษาข้อมูลเข้าพื้นที่ที่ตลอดจนความได้เปรียบและเสียเปรียบในการผลิตผักและไม้ดอกของประเทศไทยเพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาผักและไม้ดอกของไทยและ เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ อย่างเหมาะสมต่อไป

จากแนวคิดทฤษฎีต่างๆ กล่าวมาข้างต้น การศึกษาในครั้งนี้จึงได้นำแนวคิดต่างๆ มาประยุกต์เพื่อให้ตอบโจทย์การวิจัยและวัตถุประสงค์ ในการศึกษาครั้งนี้ได้อย่างครบถ้วนและถูกต้องตามหลักวิชาการโดยแนวคิดที่เกี่ยวกับทฤษฎีจะได้นำเสนอในบทต่อไป