บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

อุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังได้เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นผู้ส่งออกแป้งมันสำปะหลังมากที่สุดของโลกโดยมีมูลค่าการส่งออกกว่า 18.45 หมื่นล้านบาทโดยในปี พ.ศ 2538 ปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยมีปริมาณการส่งออก 473.57 พันตัน เพิ่มขึ้นเป็น 1,508.83 พันตัน ในปี พ.ศ. 2549 และเมื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยในแต่ละปีเปรียบเทียบกับปีก่อน (ช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2549) พบว่า อัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยรวมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่นในปี พ.ศ. 2538 การส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 19.14 แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 กลับมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากถึงร้อยละ 66 เมื่อพิจารณาในปี พ.ศ. 2548 ปรากฏว่า มีอัตราการส่งออกลดลงร้อยละ 2 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 43 ในปี พ.ศ. 2549 แสดงให้เห็นถึงอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่มีความผันผวนตลอดมา ซึ่งลักษณะดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังได้ทั้งสิ้น การศึกษานี้จึงศึกษาถึงความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทย โดยพิจารณาสถานการณ์การส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญ แนวโน้มและระดับของความสามารถในการแข่งขันรวมถึงเสถียรภาพการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการรักษาตลาดที่สำคัญให้คงอยู่พร้อมทั้งขยายตลาดส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาวต่อไป ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิทั้งหมด (Secondary data) โดยเก็บรวบรวมจากวารสาร รายงานสถิติ รายงานประจำปี ของหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of United Nation: FAO) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมศุลกากร วารสารเศรษฐกิจพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ รายงานประจำปีของสมาคมผู้ค้ามันสำปะหลังไทย สมาคมแป้งมันสำปะหลังไทย กรมส่งเสริมการส่งออก และการสืบค้นจากข้อมูลเครือข่าย (Internet) และอื่นๆ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(Constant Market Share Model: CMS) และการวิเคราะห์การขาดเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันแป้งมันสำปะหลังของไทยโดยใช้ข้อมูลในการศึกษาทั้งหมด 23 ปี คือตั้งแต่ปี พ.ศ 2527 -2549 โดยแบ่งการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาภาพรวมของแป้งมันสำปะหลังในตลาดโดยรวม และการศึกษาแป้งมันสำปะหลังในแต่ละตลาดเป็นรายประเทศและรายกลุ่มประเทศ ส่วนการวิเคราะห์การขาดเสถียรภาพในการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยในประเทศคู่ค้าโดยรวมและในแต่ละประเทศ/กลุ่มประเทศ ศึกษาจากผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงและผลกระทบร่วมจากการปรับตัวที่ถูกหรือผิดทิศทางของการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยที่ได้จากแบบจำลอง CMS ซึ่งมีรายละเอียดของผลการศึกษาโดยสรุปดังนี้

การค้าแป้งมันสำปะหลังของโลก พบว่ามีทิศทางของการส่งออกที่เพิ่มขึ้นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังของตลาดโลกโดยการซื้อขายแป้งมันสำปะหลังจะมีการกระจายไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก แต่จะมีประเทศผู้ซื้อรายใหญ่เพียงไม่กี่ประเทศ ได้แก่ ประเทศไต้หวัน จีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น เป็นต้น โดยมีประเทศส่งออกที่สำคัญคือ ประเทศไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย และบราซิล แต่ทั้งนี้อินโดนีเซีย และบราซิลพบว่า การส่งแป้งมันสำปะหลังมีแนวโน้มของการส่งออกลดลง สำหรับการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยในช่วงปี 2527-2549 พบว่า มีแนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้นโดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ ไต้หวัน ญี่ปุ่น จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย และสหรัฐอเมริกา ซึ่งทั้ง 6 ประเทศ มีสัดส่วนการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยมากกว่าร้อยละ 70 ของการส่งออกทั้งหมดของไทยในปี 2549 โดยปริมาณการส่งออกของไทยในตลาดไต้หวันเพิ่มขึ้นจาก 124.42 พันตัน โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ของการส่งออกทั้งหมดในปี 2527 ระหว่างนี้ปริมาณการส่งออกของไทยในประเทศไต้หวันมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตลอดมาในบางปี กระทั้งในปี พ.ศ. 2538 มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น 163.34 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 34 ของการส่งออกทั้งหมด เพิ่มขึ้นเป็น 324.19 พันตันหรือคิดเป็นร้อยละ 21 ของการส่งออกทั้งหมดในปี 2549 สำหรับญี่ปุ่นนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากประเทศไทยมีแนวโน้มการนำเข้าลดลงในช่วงปี 2527-2538 จากปริมาณ 133.01 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 37 ในปี 2527 ลดลงเหลือ 10.139 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 2 ของการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ.2538 หลังจากนั้นปริมาณการส่งออกของไทยในญี่ปุ่นมีการปรับตัวสูงขึ้นเป็น 118.15 พันตันหรือคิดเป็นร้อยละ 8 ของการส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ.2549

การส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศจีน พบว่าประเทศไทยส่งออกแป้งมันสำปะหลังไปประเทศจีนเพียงประมาณร้อยละ 1-5 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด ในช่วงปี 2527-46 แต่ในช่วงที่ผ่านมาประเทศจีนประสบปัญหาขาดแคลนธัญพืชภายในประเทศ จึงต้อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นำเข้าพืชทดแทนจากต่างประเทศมากขึ้น และมีผลให้ในปี 2547 ประเทศไทยสามารถส่งออกแป้งมันสำปะหลังไปประเทศจีนได้สูงถึง 129.30 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 12 ของการส่งออกมันสำปะหลังทั้งหมด และมีแนวโน้มการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง 267.11 พันตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.70 ของการส่งออกทั้งหมดของไทยในปี พ.ศ. 2549 ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศหนึ่งที่มีการเพาะปลูกมันสำปะหลังภายในประเทศแต่ภายหลังจากการปิดตัวลงของโรงงานแป้งมันสำปะหลังในมาเลเซียโดยการย้ายฐานการผลิตไปที่เวียดนามทำให้ ประเทศมาเลเซียมีการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2544 ที่มีปริมาณการนำเข้าจากไทย 98.65 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 13 และหลังจากนั้นมาเลเซียมีแนวโน้มการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็น 159.55 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 11 ในปี 2549 สหภาพยุโรปเดิมเป็นตลาดนำเข้ามันสำปะหลังอัดเม็ดที่สำคัญของไทยทั้งนี้จากนโยบายการปฏิรูปเกษตรร่วมทำให้การนำเข้ามันอัดเม็ดจากไทยของสหภาพยุโรปลดลง แต่ขณะเดียวกันการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยกลับมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2538 ปริมาณนำเข้า 7.17 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 2 ของการส่งออกทั้งหมดของไทย เพิ่มสูงขึ้นเป็น 56.28 พันตัน โดยคิดเป็นร้อยละ 4 ของการส่งออกทั้งหมดในช่วงปี 2549

สำหรับอินโดนีเซียเป็นอีกหนึ่งตลาดที่นำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทย โดยมีปริมาณการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นและลดลงในบางปีซึ่งค่อนข้างมีความผันผวนจากสถานการณ์การผลิตแป้งมันสำปะหลังในประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2527 ประเทศอินโดนีเซียมีการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากประเทศไทยเพียง 0.002 พันตัน และมีปริมาณการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2538 อินโดนีเซียนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยสูงถึง 119.14 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 25 ของการส่งออกทั้งหมดของไทยและลดลงเหลือ 11.84 พันตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2 ของการส่งออกทั้งหมดของไทยในปี พ.ศ. 2542 และเพิ่มขึ้นเป็น 289.92 พันตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 19 ในปี พ.ศ. 2549 และถึงแม้ว่าอินโดนีเซียจะเป็นผู้ผลิตมันสำปะหลังที่สำคัญของทวีปเอเชีย แต่ก็มีความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังในประเทศสูงเช่นกัน โดยเฉพาะการบริโภคในรูปแป้งมันสำปะหลัง ทำให้ผลผลิตของอินโดนีเซียไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ นอกจากนี้หากปีใดที่ผลผลิตของอินโดนีเซียเสียหายอันเนื่องมาจากสภาวะแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวย อินโดนีเซียก็จะมีการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญของไทยได้แก่ประเทศเวียดนามเริ่มมีการส่งออกแป้งมันสำปะหลังในปี 2537 โดยมีปริมาณการส่งออกเพียง 1.56 พันตัน และมีแนวโน้มของการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2544 มีปริมาณการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศสูงถึง 115.06 พันตัน และเพิ่มขึ้นถึง 319.95 พันตัน ในปี 2549 โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ จีน ไต้หวัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลี และยุโรปตะวันออก โดยรัฐบาลของเวียดนามได้มีการสนับสนุนให้มีปลูกมันสำปะหลังเพื่อใช้บริโภคภายในประเทศและเพื่อส่งออกขายในต่างประเทศ โดยขยายพื้นที่เพาะปลูกไปยังเขตพื้นที่ราบสูงของประเทศเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งสนับสนุนให้กู้ยืมเงินแก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการซื้อปัจจัยการผลิต แม้ว่าปัจจุบันเวียดนามจะสามารถผลิตหัวมันสดได้เพียงประมาณร้อยละ30 ของปริมาณที่ไทยผลิตได้ แต่ด้วยปัจจัยที่เอื้ออำนวยทั้งในด้านความอุดมสมบูรณ์ของดินและน้ำ ประกอบกับค่าจ้างแรงงานต่ำ และการสนับสนุนจากรัฐบาล จึงมีโอกาสในการขยายเนื้อที่เพาะปลูก ตลอดจนการใช้พันธุ์ใหม่ๆ ที่ให้ผลผลิตสูง ปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีส่วนสนับสนุนให้เวียดนามกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอนาคต

สำหรับนโยบายและมาตราที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลังของภายในประเทศไทยที่ผ่านมา จากสภาวะการเพาะปลูกมันสำปะหลังแต่ละช่วงฤดูกาลมีความไม่แน่นอนประกอบกับสินค้าธัญพืชที่สามารถใช้ทดแทนมันสำปะหลังในตลาดโลกมีราคาที่ไม่สม่ำเสมอรัฐบาลจึงมีความจำเป็นต้องวางแผนนโยบายในการสนับสนุนการผลิต เช่น การกระจายพันธุ์ดี การกำหนดเขตพื้นที่เศรษฐกิจสำหรับมันสำปะหลัง การขึ้นทะเบียนเกษตรกร เป็นต้น เพื่อให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในขณะเดียวกันรัฐบาลยังมีหน้าที่ที่ต้องกำกับดูแลราคาผลผลิตมันสำปะหลังภายในประเทศโดยมีการกำหนดมาตรการต่างๆ เช่น การรับจำนำมันสำปะหลัง การแทรกแซงราคา เป็นต้น และในปี 2543 รัฐบาลได้เห็นชอบในหลักการผลิตเอทานอลจากพืชผลทางการเกษตรเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงทดแทน ในปี 2545-2549 รัฐบาลได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการขยายด้านการตลาดในการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ส่วนนโยบายการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศไทยไปยังประเทศคู่ค้าโดยเฉพาะการส่งออกไปยังสหภาพยุโรปอยู่ภายใต้การจำกัดการส่งออกตามปริมาณโควตา และกระทรวงพาณิชย์ได้ใช้มาตรการจัดสรรโควตาหลาย ๆ วิธีให้กับผู้ส่งออก ได้แก่ การจัดสรรโควตาตามประวัติการส่งออก การจัดสรรโควตาตามอัตราส่วนปริมาณสต็อกของผู้ส่งออก การใช้มาตรการจูงใจในการขยายตลาดส่งออกไปนอกกลุ่มสหภาพยุโรป และในปัจจุบันได้ใช้นโยบายการส่งออกเสรี โดยใช้หลัก “First Come First Severs” จนกว่าจะครบจำนวนโควตา และนโยบายการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของประเทศไทยไปนอกสหภาพยุโรปจะเป็นการส่งออกโดยเสรีภายใต้การสนับสนุนและส่งเสริมของภาครัฐ

ส่วนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการการค้าแป้งมันสำปะหลังของประเทศคู่ค้าต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ได้พยายามใช้มาตรการต่างๆ เช่น การกำหนดโควตานำเข้า การตั้งกำแพงภาษี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การกำหนดนโยบายที่มิใช่ภาษี เช่น การกำหนดมาตรฐานของสินค้า เพื่อควบคุมการนำเข้าจากประเทศไทย

สำหรับภาพรวมของการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยในตลาดโดยรวมโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่พบว่า ประเทศไทยสามารถขยายปริมาณการส่งออกได้เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 52,919 ตัน จากความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังของโลกที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ในตลาดโลกโดยเฉลี่ยปีละ 68,890 ตัน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของไทยกับประเทศคู่ค้าอื่นๆที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉลี่ยปีละ 4,951 ตัน แต่ขณะเดียวกันประเทศไทยกลับเสียประโยชน์จากผลกระทบร่วมที่เกิดจากการปรับตัวที่ผิดทิศทางโดยเฉลี่ยปีละ 11,181 ตัน แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีการส่งเสริมการส่งออกผิดทิศทาง กล่าวคือมีการขยายการส่งออกแป้งมันสำปะหลังไปยังตลาดที่มีการหดตัวหรือลดการส่งออกแป้งมันสำปะหลังไปยังตลาดที่มีการขยายตัวนั้นเอง ปัจจัยรองลงมาคือ ผลจากการกระจายตลาดที่ทำให้การส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยลดลงโดยเฉลี่ยปีละ 8,940 ตัน

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกแป้งมันสำปะหลังเป็นรายประเทศเฉลี่ยต่อปีพบว่า โดยส่วนใหญ่ประเทศไทยสามารถขยายปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังได้เพิ่มขึ้นเกือบทุกตลาด ยกเว้นตลาดประเทศญี่ปุ่น และตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนนาดาเป็นประเทศที่ไทยไม่สามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังในตลาดเหล่านี้ได้ ขณะที่ความต้องการของตลาดเหล่านี้ยังมีความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังในระดับที่สูง ทั้งนี้เนื่องจากการส่งออกของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นจะอยู่ภายใต้การกำหนดโควตานำเข้าและภาษีนำเข้าค่อนข้างสูงมาโดยตลอดเพื่อปกป้องเกษตรกรผู้ผลิตมันเทศและมันฝรั่งภายในประเทศ แต่อย่างไรก็ตามจากมาตรการดังกล่าวทำให้มันฝรั่งภายในประเทศมีค่อนราคาข้างสูงขึ้น และส่งผลต่อต้นทุนการผลิตแป้งที่สูงขึ้น ผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่นจึงนิยมนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากต่างประเทศที่มีราคาต่ำกว่า ในขณะที่ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนนาดา ถือได้ว่าเป็นประเทศผู้ผลิตแป้งข้าวโพดรายใหญ่ของโลก และถึงแม้ว่าสหรัฐอเมริกาจะไม่มีการกำหนดโควตานำเข้าและมีการจัดเก็บอัตราภาษีนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยในอัตราค่อนข้างต่ำ แต่ต้นทุนการขนส่งของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาและแคนนาดายังอยู่ในระดับสูง ซึ่งส่งผลต่อราคาแป้งมันสำปะหลังจากไทยที่เพิ่มสูงขึ้น

สำหรับการขยายตัวของตลาดส่งออกแป้งมันสำปะหลังในตลาดประเทศคู่ค้าต่างๆ เฉลี่ยต่อปีเป็นรายประเทศ พบว่าโดยส่วนใหญ่ประเทศคู่ค้าต่างๆมีความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังที่เพิ่มสูงขึ้นจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่องภายในประเทศที่ใช้แป้งมันมัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำปะหลังเป็นวัตถุดิบในการผลิต เช่น อุตสาหกรรมให้ความหวาน อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมอื่นๆ เป็นต้น

ส่วนผลจากความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของไทยในประเทศนำเข้าต่างๆโดยเฉลี่ยต่อปีพบว่า ประเทศญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ฮ่องกง สหรัฐอเมริกาและแคนนาดากลุ่มประเทศอเมริกา กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กลุ่มประเทศแอฟริกาใต้ เป็นประเทศ/กลุ่มประเทศที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันแท้จริงโดยเฉลี่ยลดลง นั่นหมายความว่าประเทศไทยอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันหรือสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดเหล่านั้นไปในบางปี ซึ่งอาจเกิดจากมาตรการการนำเข้าของแต่ละประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปที่กำหนดขึ้นเพื่อปกป้องการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทย ส่งผลให้ประเทศไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอื่นๆได้ เช่น การจำกัดโควตานำเข้า การกำหนดภาษีนำเข้าในอัตราที่สูง การอุดหนุนการผลิตพืชทดแทนภายในประเทศ และการควบคุมมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ทั้งนี้การส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยต้องแข่งขันกับแป้งชนิดอื่นที่สามารถใช้ทดแทนการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยที่สามารถผลิตได้ภายในประเทศเหล่านั้น

สำหรับผลจากการปรับตัวของการส่งออกที่ถูกหรือผิดทิศทางของการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยในประเทศนำเข้าต่างๆโดยเฉลี่ยต่อปี พบว่าการปรับตัวของการส่งออกของไทยส่วนใหญ่เป็นการปรับตัวที่ผิดทิศทาง เนื่องจากการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยขึ้นอยู่กับความต้องการในต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้นการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยของประเทศผู้นำเข้าจะมากหรือน้อยเพียงใด จึงขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตแป้งที่ผลิตได้ภายในประเทศก่อนจึงจะมีการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทย ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณการนำเข้าที่แน่นอนของประเทศคู่ค้า ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการกระจายตลาดที่ไม่ดีพอของประเทศไทยที่แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการเติบโตของตลาดแป้งมันสำปะหลังในตลาดต่างๆได้ดีพอ โดยเฉพาะในตลาด เกาหลีใต้ เนเธอร์แลนด์ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป กลุ่มประเทศเอเชียใต้ กลุ่มประเทศแอฟริกา กลุ่มประเทศอเมริกา และกลุ่มประเทศโอเชียเนีย ที่ประเทศไทยมีการขยายตัวของการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยที่เพิ่มขึ้นแต่ยังมีค่าน้อยกว่าอัตราการขยายตัวของตลาดเหล่านี้

สำหรับการศึกษาแนวโน้มและเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันแท้จริงที่วิเคราะห์ได้จากแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่พบว่า เมื่อเวลามีการเปลี่ยนแปลงไปแนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของไทยในตลาดโดยรวมมีค่าคงที่ แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของไทยกับประเทศคู่แข่งอื่นๆในตลาดโดยรวมไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากค่าระดับเฉลี่ยและแนวโน้มดังกล่าวเป็นแนวโน้มที่มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เสถียรภาพคงที่ และสามารถจัดระดับของความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของแป้งมันสำปะหลังของไทยในตลาดโดยรวมอยู่ในระดับที่พอใช้ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมในด้านของวัตถุดิบ และเทคโนโลยีในการผลิตแป้งมันสำปะหลังที่ทันสมัย และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาในด้านการผลิต การตลาดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ารวมทั้งการลงทุนของอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังส่วนใหญ่ในประเทศไทยเป็นการร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวต่างชาติ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และเบลเยี่ยม เป็นต้นซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีการผลิตแป้งที่ทันสมัยมาใช้ ทั้งนี้แป้งมันสำปะหลังที่ผลิตได้ส่วนหนึ่งมีการส่งกลับไปขายยังประเทศเหล่านั้น ขณะเดียวกันประเทศที่ไทยส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่มีการซื้อขายกันมาเป็นเวลายาวนานและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาโดยตลอด แต่ทั้งนี้การส่งออกของไทยยังต้องเผชิญกับมาตรการการกีดกันการนำเข้าจากบางประเทศอยู่

ในขณะที่การศึกษาแนวโน้มและเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยเป็นรายประเทศ/กลุ่มประเทศ พบว่าเมื่อเวลามีการเปลี่ยนแปลงประเทศ/กลุ่มประเทศที่ไทยมีผลของแนวโน้มและเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงอยู่ในระดับที่ดี คือกลุ่มประเทศเอเชียใต้ ที่ถึงแม้ว่าจะมีการจัดเก็บภาษีนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยค่อนข้างสูงแต่การส่งออกแป้งมันสำปะหลังเพื่อใช้ในการทำอุตสาหกรรมขนมไม่ต้องขออนุญาตผลิตหรือส่งออกซึ่งส่งผลดีต่อการส่งออกของประเทศไทย ในขณะที่ประเทศที่ไทยมีผลของแนวโน้มและเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงอยู่ในระดับพอใช้ได้แก่ ประเทศไต้หวัน ญี่ปุ่น จีน เนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และแคนนาดา อินโดนีเซีย ฮ่องกง กลุ่มประเทศแอฟริกา กลุ่มประเทศโอเชียเนีย ในกลุ่มของตลาดเหล่านี้ถือเป็นตลาดหลักที่มีการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทย แต่ทั้งนี้การส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยต้องแข่งขันกับแป้งที่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ รวมทั้งต้องเผชิญกับมาตรการจำกัดการนำเข้าต่างๆ บางปีความสามารถในการแข่งขันของไทยจะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการบริโภคภายในประเทศคู่ค้าหรือการทดแทนจากแป้งชนิดอื่นๆ ที่มีมากน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ดังนั้นการเจราจาต่อรองเพื่อลดข้อตกลงทางการค้ากับประเทศนำเข้าเหล่านี้จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถรักษาตลาดส่งออกเหล่านี้และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกให้มากขึ้นได้

ส่วนประเทศที่ไทยมีผลของแนวโน้มและเสถียรภาพของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงอยู่ในระดับแย่ลง (ควรปรับปรุง) ได้แก่ เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป กลุ่มประเทศอเมริกา กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ใต้ กลุ่มประเทศเอเชียตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งกลุ่มประเทศเหล่านี้มีปริมาณการนำเข้าจากไทยที่ไม่แน่นอนโดยมีอุปสรรคสำคัญคือภาษีนำเข้าที่ค่อนข้างสูงและการจำกัดปริมาณโควตานำเข้า แต่ทั้งนี้ปริมาณการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังของในประเทศ/กลุ่มประเทศเหล่านี้มีปริมาณการนำเข้าจากไทยต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องขยายการส่งออกโดยการกระตุ้นให้มีการซื้อเพิ่มขึ้น และพยายามลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้แป้งมันสำปะหลังจากไทยมีราคาถูกลง รวมทั้งรัฐบาลควรที่จะต้องรีบเจราจาเพื่อขอลดภาษีนำเข้าให้ต่ำลงหรือการขอเพิ่มโควตานำเข้าให้เพิ่มมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยด้วยการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง CMS และการวิเคราะห์การขาดเสถียรภาพมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ประเทศเกาหลีใต้ ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ กลุ่มประเทศอเมริกา กลุ่มประเทศเอเชียใต้ กลุ่มประเทศแอฟริกา กลุ่มประเทศโอซีเนีย เป็นประเทศ/กลุ่มประเทศที่ไทยมีผลของการขยายตัวของการส่งออกแป้งมันสำปะหลังเพิ่มสูงขึ้น แต่ก็เพิ่มน้อยกว่าอิทธิพลจากการขยายตัวของตลาดแป้งมันสำปะหลังในตลาดเหล่านี้ ดังนั้นประเทศไทยควรจะมีการทำตลาดเชิงรุกในตลาดประเทศเหล่านี้เพื่อที่จะได้ใช้ประโยชน์จากการเจริญเติบโตของตลาดนำเข้าแป้งมันสำปะหลังต่างๆเหล่านี้ให้เพิ่มมากขึ้น

2. แนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันแท้จริงของกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปอยู่ในระดับที่แย่ลง รวมทั้งประเทศไทยไม่สามารถขยายการส่งออกในตลาดแห่งนี้ได้ เนื่องจากประเทศไทยได้รับการจัดสรรโควตาการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังเพียงปีละ 10,000 ตัน และนอกจากนี้ยังมีโควตาที่ยุโรปจัดสรรให้แก่ทุกประเทศรวมทั้งประเทศไทยอีกปีละ 10,500 ตัน ทั้งนี้โควตาดังกล่าวไม่สามารถขยายให้เพิ่มขึ้นได้ แต่ทั้งนี้โควตานำเข้าดังกล่าวประเทศไทยก็ได้รับต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ดังนั้นประเทศไทยควรที่จะรักษาโควตานำเข้าของตลาดนี้ให้คงอยู่

3. ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ไทยไม่สามารถขยายการส่งออกแป้งมันสำปะหลังให้เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของตลาดแห่งนี้ได้ ทั้งที่เป็นประเทศที่มีแนวโน้มของความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอยู่ในระดับที่พอใช้ ดังนั้นภายใต้กรอบข้อผูกพันของ JTEPA ที่ได้จัดให้แป้งมันสำปะหลังอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ต้องมีการเจรจากันใหม่ รัฐบาลควรเร่งผลักดันให้ญี่ปุ่นลดภาษีนำเข้าแป้งมันสำปะหลังจากไทยในการเจราจารอบต่อไป ซึ่งทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในการส่งออกมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. จากภาวะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่เพิ่มสูงขึ้น ภาครัฐได้มีนโยบายการผลิตพลังทดแทนจากผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ อ้อย ปาล์มน้ำมัน และมันสำปะหลัง ซึ่งจะส่งผลต่อการแย่งซื้อปัจจัยการผลิตระหว่างโรงงานแป้งมันสำปะหลังกับโรงงานผลิตเอทานอล ทำให้ราคารับซื้อหัวมันสำปะหลังสดมีราคาที่เพิ่มสูงขึ้นและจะมีผลต่อต้นทุนการผลิตแป้งมันสำปะหลังที่เพิ่มสูงขึ้นด้วยซึ่งจะมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าโดยเฉพาะประเทศเวียดนามได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved