

INTERNATIONAL TRADE ECONOMICS:

Towards Agricultural Business
Operations in the Global Market

เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ:
สู่การดำเนินธุรกิจเกษตรในตลาดโลก



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริศรา ร่มเย็น

International Trade Economics: Towards Agricultural Business Operations in the Global Market

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริศรา ร่มเย็น

คณะเศรษฐศาสตร์

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันจัดการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

อริศรา ร่มเย็น.

เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ: สู่การดำเนินธุรกิจเกษตรในตลาดโลก = International Trade Economics: Towards Agricultural Business Operations in the Global Market.-- สงขลา : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2568.

199 หน้า.

1. การค้าระหว่างประเทศ. I. ชื่อเรื่อง.

382

ISBN 978-616-626-437-1

- พิมพ์ครั้งที่ 1 : 2568
จำนวนที่พิมพ์ : 10 เล่ม
พิมพ์ที่ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
15 ถนนกาญจนาภิเษย์ อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา 90110
โทร. 074-282367, 074-282394
e-mail : psupress@psu.ac.th
เจ้าของผลงาน : อริศรา ร่มเย็น
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่
จังหวัดสงขลา 90110

หนังสือ “เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ: ผู้การดำเนินธุรกิจเกษตรในตลาดโลก” (*International Trade Economics: Towards Agricultural Business Operations in the Global Market*) ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศและการจัดการธุรกิจเกษตรในตลาดโลก โดยเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ถูกเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ แนวคิดการค้าระหว่างประเทศในยุคคลาสสิกและสมัยใหม่ ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้า การกำหนดกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจเกษตรให้สามารถดำเนินงานในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบการชำระเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องและจริยธรรมในธุรกิจเกษตรระดับสากล

ผู้เขียนได้มุ่งหวังให้หนังสือเล่มนี้เป็นแหล่งความรู้ที่ครอบคลุมสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท รวมถึงผู้ประกอบการที่สนใจขยายกิจการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจเกษตร หนังสือเล่มนี้มีถูกพัฒนาจากเอกสารประกอบการสอนในรายวิชาการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ (*International Agribusiness Management*) ซึ่งได้ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยทั้งระดับปริญญาตรีและปริญญาโท มาเป็นเวลากว่า 5 ปี การจัดทำหนังสือเล่มนี้จึงเป็นผลจากความพยายามในการพัฒนาเนื้อหาอย่างต่อเนื่องโดยได้รับข้อเสนอแนะจากนักศึกษาที่เคยเรียนวิชานี้ ซึ่งผู้เขียนขอขอบคุณสำหรับคำแนะนำอันมีค่าที่ช่วยให้เนื้อหาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ดิฉันขอแสดงความขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ร่วมสร้างสรรค์และสนับสนุนการจัดทำหนังสือเล่มนี้ และขอขอบคุณครอบครัวร่วมเย็น-แอมรานนท์ ที่เป็นกำลังใจสำคัญในการผลักดันการทำหนังสือเล่มนี้จนสำเร็จหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์และสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่านทุกท่านในการพัฒนาความรู้และความสามารถด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อขยายโอกาสและศักยภาพของธุรกิจเกษตรในตลาดระหว่างประเทศได้ต่อไป

หนังสือ “เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ: ผู้การค้าในธุรกิจเกษตรในตลาดโลก” เล่มนี้ เกิดขึ้นจากความตั้งใจที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ รวมถึงแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรในบริบทของตลาดโลก เพื่อประโยชน์ทั้งในด้านการศึกษา การวิจัย และการนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีจริยธรรม

ในโอกาสนี้ ขอแสดงความขอบคุณจากหัวใจต่อ “รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมิินทร์ เณรานนท์” ผู้เป็นทั้งแรงบันดาลใจและพลังผลักดันสำคัญที่สุดในชีวิตของดิฉันในทุกด้านตลอดมาและตลอดไป ครอบคลุมทั้งการจัดทำหนังสือเล่มนี้ด้วย ที่ผ่านมาได้ให้คำแนะนำติดตามความคืบหน้าอย่างใกล้ชิด และกำกับให้ดิฉันมุ่งมั่นในการเขียนหนังสือเล่มนี้อย่างสม่ำเสมอ คำถามที่มักเอ่ยว่า “หนังสือไปถึงไหนแล้วครับ?” ได้กลายเป็นแรงกระตุ้นที่มีพลังและผลักดันให้ดิฉันไม่ละทิ้งเป้าหมาย จนสามารถจัดทำต้นฉบับหนังสือเล่มแรกในชีวิตสำเร็จลงแล้ว

ขอขอบพระคุณครูบาอาจารย์ทุกท่านตลอดการเรียนรู้ในชีวิตของดิฉัน ครูอาจารย์ที่ได้เมตตาให้การอบรมสั่งสอนจนดิฉันได้มีโอกาสทำหน้าที่ในฐานะอาจารย์ในปัจจุบัน ขอขอบคุณเพื่อนพ้อง รวมทั้งพี่น้องอาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านในคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ให้การสนับสนุนทั้งโดยตรงและโดยอ้อม รวมถึงกำลังใจที่มีค่าอย่างยิ่งจาก “ครอบครัวร่วมเย็น-เณรานนท์” ที่อยู่เคียงข้างรับฟังทุกเรื่องราวและให้คำปรึกษาอย่างอบอุ่นเสมอมา

ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีประโยชน์ และเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญในการต่อยอดองค์ความรู้ทั้งทางวิชาการและการปฏิบัติสำหรับผู้สนใจในการค้าระหว่างประเทศและการดำเนินธุรกิจเกษตรในระดับนานาชาติ

ด้วยความเคารพและขอบคุณอย่างสุดใจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริศรา ร่มเย็น

ที่มาและความสำคัญของหนังสือเล่มนี้ ได้กล่าวถึง เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ บริบทของเศรษฐกิจไทยที่มีความเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อภาคเกษตร ได้อธิบายความสำคัญของการค้าและธุรกิจเกษตรในระดับโลกและระดับประเทศ โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ ความจำเป็นที่ต้องมีความรู้ตั้งแต่แนวคิดทฤษฎีพื้นฐานจนถึงการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงสำหรับผู้สนใจทั่วไปเกี่ยวกับการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ โดย “วัตถุประสงค์ของหนังสือ” ที่สำคัญ คือ 1) เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศในบริบทของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 2) เพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ และ 3) เพื่อให้เข้าใจประเด็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจโลก มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออก และกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศหนังสือเล่มนี้เหมาะกับนิสิตนักศึกษา ผู้ประกอบการ หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจการค้าเกษตรระหว่างประเทศ ผู้อ่านจะสามารถเข้าใจตั้งแต่พื้นฐานทางทฤษฎีจนถึงการประยุกต์ใช้จริงในโลกธุรกิจ โดยหนังสือเล่มนี้มีการจัดวางเนื้อหาให้แสดงถึงความเป็นระบบเริ่มจาก แนวคิดและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ไปสู่การประยุกต์ใช้ในบริบทของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

Part I: แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ

ประกอบด้วยบทที่ 1 – บทที่ 3 เป้าหมายหลักจะช่วยให้เข้าใจ “กลไก” สาเหตุและบทบาทของการค้าการลงทุนระหว่างประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่ประเทศต่าง ๆ ในตลาดระหว่างประเทศ ตลอดจนการเชื่อมโยงจากทฤษฎีสู่การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจจริงในตลาดระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ยุคคลาสสิกและสมัยใหม่ โดยที่บทที่ 1: เกริ่นนำกระแสโลกาภิวัตน์สู่การค้าระหว่างประเทศ เชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศกับการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศในโลกจริงตั้งแต่อดีตกระทั่งปัจจุบัน และบทที่ 2 - 3: นำเสนอทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ทั้งในยุคคลาสสิกและสมัยใหม่ อาทิ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ผลตอบแทนปัจจัยแรงงานภายในประเทศ ทฤษฎีเฮคเซอร์ - โอห์ลิน และอุปสงค์การนำเข้า – อุปทานการส่งออก

Part II: การจัดการและการเตรียมความพร้อมสู่การค้า - การลงทุนระหว่างประเทศ

ประกอบด้วยบทที่ 4 – บทที่ 7 เป้าหมายหลักจะช่วยให้เป็น “สะพานเชื่อม” จากภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติในเชิงกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ เนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การตัดสินใจเข้าสู่การค้าเกษตรระหว่างประเทศ ปัจจัยขับเคลื่อนตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ในตลาดโลก องค์กรประกอบของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศในระดับต่าง ๆ (การผลิต การตลาด การเงิน ฯลฯ) รวมถึงการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการตั้งแต่ความรู้ขั้นต้นส่งออก - นำเข้า การเตรียมเอกสารส่งออก ข้อกำหนดการค้าส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ การชำระเงินระหว่างประเทศ ตลอดจนกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ

Part III: ประเด็นร่วมสมัยและข้อพิจารณาสำหรับการค้า - การลงทุนระหว่างประเทศ

ประกอบด้วยบทที่ 8 – บทที่ 10 เป้าหมายหลักชี้แนะ “ทิศทาง” กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ นโยบายการค้าระหว่างประเทศทั้งมาตรการภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษีที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรและอาหาร ตลอดจนกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ สู่การประยุกต์แนวทางดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศได้จริง กรณีศึกษาที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารส่งออกของประเทศไทยกับมาตรการที่มีใช้ภาษี ตลอดจนโอกาสทางธุรกิจเกษตรไทยภายใต้กระแสนิยมบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยและยั่งยืนในตลาดโลก ซึ่งทำให้สามารถเข้าใจบริบทตลาดระหว่างประเทศและการปรับตัวของธุรกิจเกษตรในตลาดระหว่างประเทศได้

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

	หน้า
คำนำ.....	(3)
ส่วนนำหนังสือ.....	(5)
สารบัญ.....	(7)
สารบัญตาราง.....	(10)
สารบัญภาพ.....	(11)
Part I: แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ	
บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศและ	
ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	1
1.1 เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ความเชื่อมโยงการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	1
1.2 ความหมายและความสำคัญของการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	2
1.3 สาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ.....	5
1.4 โลกาภิวัตน์และการค้าระหว่างประเทศ.....	6
1.5 การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร.....	10
1.6 งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับนโยบายที่มุ่งเน้นความเชื่อมโยง เศรษฐกิจในประเทศไทย กับเศรษฐกิจโลก.....	15
1.7 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	17
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	19
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	20
บทที่ 2 แนวคิดการค้าระหว่างประเทศยุคคลัสสิก.....	21
2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด.....	21
2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ.....	22
2.3 ผลตอบแทนปัจจัยแรงงานภายในประเทศ.....	28
2.4 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	30
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	31
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	32
Part II: การจัดการและการเตรียมความพร้อมสู่การค้า - การลงทุนระหว่างประเทศ	
บทที่ 3 แนวคิดการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่.....	
3.1 แบบจำลองเฮคเซอร์ - โอลิน.....	33
3.2 ผลได้จากการค้าระหว่างประเทศ.....	37
3.3 อุปสงค์การนำเข้า - อุปทานการส่งออก.....	38
3.4 ตัวอย่างเชิงประจักษ์ของความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิตในประเทศต่าง ๆ.....	40
3.5 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	41
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	42
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	43

บทที่ 4 สภาพแวดล้อมการค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	44
4.1 การตัดสินใจเข้าสู่การค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	44
4.2 ปัจจัยขับเคลื่อนตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ในตลาดโลก.....	46
4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	50
4.4 การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ.....	53
4.5 ตัวอย่างการเลือกตลาดเป้าหมายสำหรับธุรกิจ.....	56
4.6 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	57
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	59
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	60
บทที่ 5 องค์ประกอบการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	61
5.1 การจัดการด้านการผลิต.....	61
5.2 การจัดการด้านการตลาด.....	65
5.3 การจัดการด้านการเงิน.....	67
5.4 การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์.....	67
5.5 การจัดการด้านสารสนเทศทางธุรกิจ.....	68
5.6 การจัดการด้านโลจิสติกส์.....	70
5.7 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	72
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	73
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	74
บทที่ 6 การเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	75
6.1 ความรู้ทักษะสำคัญสำหรับผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ.....	75
6.2 ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ.....	77
6.3 การเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรสู่การค้าระหว่างประเทศ.....	78
6.4 ข้อกำหนดการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ.....	82
6.5 การจัดเตรียมเอกสารการส่งออก.....	86
6.6 การชำระเงินระหว่างประเทศ.....	89
6.7 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	93
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	95
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	96
บทที่ 7 การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร.....	97
7.1 ปัจจัยส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร.....	97
7.2 วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ.....	98

	หน้า
7.3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับธุรกิจเกษตร.....	111
7.4 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	113
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	115
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	116
Part III: ประเด็นร่วมสมัยและข้อพิจารณาสำหรับการค้า - การลงทุนระหว่างประเทศ.....	
บทที่ 8 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจโลก.....	117
8.1 องค์การการค้าระหว่างประเทศกับนโยบายทางการค้า.....	117
8.2 การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ.....	119
8.3 นโยบายการค้าระหว่างประเทศ.....	122
8.4 กรณีศึกษาสินค้าเกษตรและอาหารจากประเทศไทยกับมาตรการที่มีใช้ภายใน.....	131
8.5 งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับการค้าระหว่างประเทศ.....	133
8.6 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	138
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	139
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	140
บทที่ 9 มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออก.....	141
9.1 นโยบายการค้าสินค้าเกษตรในตลาดระหว่างประเทศ.....	141
9.2 มาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออกและนำเข้า.....	145
9.3 ตัวอย่างมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร.....	154
9.4 โอกาสทางธุรกิจเกษตรไทยภายใต้กระแสนิยมบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย และยั่งยืนในตลาดโลก.....	165
9.5 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	167
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	169
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	170
บทที่ 10 กฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	171
10.1 กฎหมายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร.....	171
10.2 จริยธรรมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	177
10.3 กรณีศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	179
10.4 สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ.....	180
แบบฝึกหัดท้ายบท.....	181
แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม.....	182
บรรณานุกรม.....	183
ดัชนี (Index).....	190

ตารางที่ 1.1 แนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรต่าง ๆ สำหรับกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนา.....	11
ตารางที่ 1.2 สินค้าเกษตรส่งออก 15 รายการสำคัญของประเทศไทยในตลาดโลก	14
ตารางที่ 2.1 ผลผลิตภาพแรงงานในการผลิตข้าวและรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น.....	21
ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบผลผลิตภาพแรงงานกรณีผลิตสินค้าตามความถนัดและผลิตสินค้าเอง ทั้งสองอย่าง.....	22
ตารางที่ 2.3 ผลผลิตภาพแรงงานในการผลิตเฟอร์นิเจอร์และโทรศัพท์มือถือของประเทศเยอรมนี และประเทศเม็กซิโก.....	23
ตารางที่ 2.4 ผลผลิตภาพแรงงานในการผลิตเสื้อผ้าและคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย และประเทศสหรัฐอเมริกา.....	25
ตารางที่ 4.1 การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ.....	54
ตารางที่ 6.1 INCOTERMS 2020 สำหรับ 11 เทอมการค้า.....	85
ตารางที่ 7.1 การวิเคราะห์วิธีการเข้าสู่ตลาดตามกรอบ OLI – Model.....	112
ตารางที่ 8.1 แผนการเจรจาความตกลงการค้าเสรี (FTAFTA) ของประเทศไทย.....	125
ตารางที่ 8.2 เปรียบเทียบความแม่นยำของแบบจำลอง CD-Vine COPAR, Classic VAR และ Vine COPAR	135
ตารางที่ 9.1 มาตรฐานสินค้าเกษตรที่เป็นมาตรฐานบังคับที่มีผลบังคับใช้แล้ว 8 รายการ.....	154

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันจัดการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ระบบธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	3
ภาพที่ 1.2 วิวัฒนาการของการค้าระหว่างประเทศ.....	7
ภาพที่ 1.3 วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่สำคัญในประวัติศาสตร์.....	9
ภาพที่ 1.4 แนวโน้มของการค้าสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดโลก.....	10
ภาพที่ 1.5 ภาพรวมสัดส่วนการส่งออกสินค้าทั้งหมดและสินค้าเกษตรของประเทศไทย.....	12
ภาพที่ 1.6 ความเชื่อมโยงระหว่างการค้าและการเติบโตเศรษฐกิจของประเทศไทย.....	15
ภาพที่ 1.7 โมเดลคาดการณ์ภายใต้ TVAR ในช่วง 5 ปี สำหรับตัวแปรสำคัญ.....	16
ภาพที่ 2.1 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศเมียนมาร์.....	24
ภาพที่ 2.2 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศเยอรมนี.....	24
ภาพที่ 2.3 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศไทย.....	25
ภาพที่ 2.4 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศสหรัฐอเมริกา.....	25
ภาพที่ 2.5 ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ สำหรับประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา.....	26
ภาพที่ 2.6 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย.....	27
ภาพที่ 2.7 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย.....	27
ภาพที่ 2.8 แบบแผนการค้าระหว่างประเทศสำหรับประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา.....	29
ภาพที่ 3.1 เส้นอุปสงค์เปรียบเทียบแรงงานต่อทุนสำหรับอุตสาหกรรมรองเท้าและคอมพิวเตอร์.....	34
ภาพที่ 3.2 ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ (Autarky Equilibrium).....	35
ภาพที่ 3.3 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศ.....	36
ภาพที่ 3.4 แบบแผนการค้าตาม HO Model ของ Home Country.....	37
ภาพที่ 3.5 แบบแผนการค้าตาม HO Model ของ Foreign Country.....	38
ภาพที่ 3.6 เส้นอุปสงค์การนำเข้า - อุปทานการส่งออก.....	39
ภาพที่ 3.7 ราคาและปริมาณดุลยภาพในตลาดโลก.....	39
ภาพที่ 3.8 ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิตด้านต่าง ๆ ในประเทศผู้นำเศรษฐกิจโลก.....	40
ภาพที่ 4.1 มูลค่าเพิ่มของสินค้าหมวดอาหารและอุตสาหกรรมเกษตรอาหาร.....	45
ภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ.....	46
ภาพที่ 4.3 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต.....	47
ภาพที่ 4.4 แผนยกระดับผู้ประกอบการยุคใหม่ในอุตสาหกรรมเกษตร.....	48
ภาพที่ 4.5 การขับเคลื่อนสู่ตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่.....	49
ภาพที่ 4.6 ตลาดการค้าสินค้าเกษตรแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่.....	50
ภาพที่ 4.7 แบบจำลองห่วงโซ่แห่งคุณค่า.....	52
ภาพที่ 4.8 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยเครื่องมือ PESTEL Analysis.....	53
ภาพที่ 4.9 การกำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย.....	55
ภาพที่ 4.10 เครื่องมือธุรกิจและเครื่องมือทางการตลาด.....	56

	หน้า
ภาพที่ 7.12 พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทเสริมสุข จำกัด (มหาชน)	108
ภาพที่ 7.13 บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ถือหุ้นและครอง บริษัท เทสโก้ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด.....	109
ภาพที่ 7.14 บริษัท คาร์กิลล์ จำกัด (Cargill Co., Ltd.) ธุรกิจใหม่ทั้งระบบในประเทศไทย	110
ภาพที่ 7.15 บริษัท กัลฟ์ จำกัด (มหาชน) ขยายธุรกิจพลังงานหมุนเวียนในต่างประเทศ	111
ภาพที่ 8.1 อัตรากาสิโน้ทั่วโลกโดยเฉลี่ยของโลก ระหว่างปี ค.ศ.1865 – 2010.....	118
ภาพที่ 8.2 แนวโน้มมาตรการภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีหลังการเจรจาอบอูร์กวัย ในปี ค.ศ. 1995	118
ภาพที่ 8.3 อัตรากาสิโน้การเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศ และสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศ...	119
ภาพที่ 8.4 รูปแบบความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ	120
ภาพที่ 8.5 ประเทศพัฒนาแล้วให้สิทธิ GSP แก่ประเทศไทย.....	122
ภาพที่ 8.6 แผนที่ FTA กับประเทศคู่ค้าหรือภาคีกลุ่มเศรษฐกิจของประเทศไทย.....	123
ภาพที่ 8.7 การทำ FTA กับประเทศคู่ค้าหรือภาคีกลุ่มเศรษฐกิจ.....	124
ภาพที่ 8.8 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในรูปแบบต่าง ๆ	129
ภาพที่ 8.9 ลักษณะของ SPS	130
ภาพที่ 8.10 ลักษณะของ TBT	131
ภาพที่ 8.11 ประเทศคู่ค้าสำคัญที่เปิด FTA กับประเทศไทย.....	133
ภาพที่ 8.12 ประสิทธิภาพในการส่งออกของไทยกับ 5 ประเทศคู่ค้าที่ทำ FTA.....	134
ภาพที่ 8.13 ประสิทธิภาพในการส่งออกของไทยกับ 5 ประเทศคู่ค้าที่ทำ FTA	136
ภาพที่ 8.14 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (GDP) และตัวแปรอิสระ (TFP, TOT, FDI) สำหรับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์.....	137
ภาพที่ 9.1 อัตรากาสิโน้สินค้าเกษตรเฉลี่ย สำหรับกลุ่มประเทศต่าง ๆ ในปี ค.ศ. 2013	142
ภาพที่ 9.2 อัตรากาสิโน้สินค้าเกษตรเฉลี่ย สำหรับกลุ่มประเทศต่าง ๆ ระหว่างปี ค.ศ. 2012 - 2024.....	143
ภาพที่ 9.3 การจัดตั้ง CODEX Alimentarius Commission.....	145
ภาพที่ 9.4 หน้าที่ของคณะกรรมการโครงการมาตรฐานอาหาร	146
ภาพที่ 9.5 WTO – SPS Agreement ภายใต้ The “3 Sisters”	147
ภาพที่ 9.6 สารสำคัญของ SPS	148
ภาพที่ 9.7 พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๑.....	149
ภาพที่ 9.8 เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร โดย มกอช.	150
ภาพที่ 9.9 เกณฑ์มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร	151
ภาพที่ 9.10 หน่วยงานในประเทศที่กำกับดูแลมาตรฐานสินค้าอาหารและเกษตร.....	151
ภาพที่ 9.11 ตัวอย่างมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารระหว่างประเทศ	152
ภาพที่ 9.12 มาตรฐานกลุ่มผู้ค้าเอกชนที่สำคัญในต่างประเทศ.....	153

ภาพที่ 9.13 ความเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับสากล.....	153
ภาพที่ 9.14 แนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร เมล็ดถั่วเหลือง: ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซิน.....	157
ภาพที่ 9.15 ผลาคำเตือนอันตรายจากเครื่องตีมแอลกอฮอล์.....	158
ภาพที่ 9.16 ร่างมาตรฐานฉลากสินค้า Bioengineered สหรัฐอเมริกา.....	159
ภาพที่ 9.17 กฎระเบียบการติดฉลากของแคนาดา.....	160
ภาพที่ 9.18 กฎระเบียบการติดฉลากของสหภาพยุโรป.....	161
ภาพที่ 9.19 กฎระเบียบการติดฉลากของญี่ปุ่น.....	162
ภาพที่ 9.20 กฎระเบียบการติดฉลากของจีน.....	163
ภาพที่ 9.21 กฎระเบียบการติดฉลากของอินเดีย.....	164
ภาพที่ 9.22 กฎระเบียบการติดฉลากของมาเลเซีย.....	165
ภาพที่ 10.1 การขออนุญาตผลิตอาหาร.....	175
ภาพที่ 10.2 ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ต่อ พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าเกษตร.....	176

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ และธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

บทที่ 1

เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศเป็นการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศต่าง ๆ ที่เกิดจากความต้องการและทรัพยากรที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ หรือความชำนาญเฉพาะด้านของแต่ละประเทศ ซึ่งสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจในระดับโลก ส่วนธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ เป็นการดำเนินกิจกรรมการเกษตรตั้งแต่ปัจจัยการผลิต ตลอดจนระบบย่อยการส่งออกสินค้าเกษตรและการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการและเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม เพื่อให้การค้าระหว่างประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจต่อการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ดังนั้นในบทนี้จะกล่าวถึง 1) เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ความเชื่อมโยงการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 2) ความหมายและความสำคัญของการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 3) สาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ 4) โลกาภิวัตน์และการค้าระหว่างประเทศ 5) การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร 6) งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับนโยบายที่มุ่งเน้นความเชื่อมโยงเศรษฐกิจในประเทศไทยกับเศรษฐกิจโลก และ 7) สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

1.1 เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ความเชื่อมโยงการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (International Economics) คือ สาขาหนึ่งของวิชาเศรษฐศาสตร์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั้งในการค้าสินค้าและบริการ การลงทุนระหว่างประเทศ การเคลื่อนย้ายทรัพยากรทุนและแรงงาน การเงินระหว่างประเทศ การเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน และนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจว่าแต่ละประเทศสามารถใช้ประโยชน์จากการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ และการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการกับประเทศอื่น ๆ อย่างไร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความมั่งคั่งของเศรษฐกิจโดยรวม ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (International Economics Theories) สำคัญได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) โดย David Ricardo (1817) ด้วยแนวคิดประเทศควรเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าที่มีต้นทุนเสียโอกาส (Opportunity Cost) ต่ำกว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการสนับสนุนการค้าเสรี (Free Trade) ทฤษฎีปัจจัยการผลิตของเฮคเชอร์-โอห์ลีน (Heckscher-Ohlin Theory) โดย Eli Heckscher และ Bertil Ohlin (1933) ด้วยแนวคิดปัจจัยการผลิตมีสัดส่วนแตกต่างกันในการผลิตเพื่อส่งออกและนำเข้าสินค้าที่มีต้นทุนสูงกว่า แบ่งเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive Goods) และสินค้าที่ใช้ทุนเป็นหลัก (Capital Intensive Goods) สินค้าทฤษฎีวงจรชีวิตของสินค้า (Product Life Cycle Theory) โดย Raymond Vernon (1966) ด้วยแนวคิดวงจรชีวิตของสินค้า 3 ระยะ คือ ระยะเริ่มต้น (Introduction) ผลิตและขายในประเทศพัฒนาแล้ว ระยะเติบโต/ขยายตัว (Growth/Maturity) เริ่มส่งออกและผลิตในต่างประเทศ และระยะอิ่มตัว/ถดถอย (Standardization/Decline) ย้ายการผลิตไปยังประเทศกำลังพัฒนา ทฤษฎีใหม่ทางการค้า (New Trade Theory) โดย Paul Krugman (1980) ด้วยแนวคิดการค้าระหว่างประเทศไม่ได้เกิดจากความแตกต่าง

ของปัจจัยการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) และ ความหลากหลายของสินค้า (Product Differentiation)

นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการเงินระหว่างประเทศ (International Finance Theories) แนวคิด สกูลเงินของแต่ละประเทศควรมีอำนาจซื้อเท่ากันในระยะยาว ทฤษฎีความเท่าเทียมของอำนาจซื้อ (Purchasing Power Parity – PPP) แนวคิดความแตกต่างของอัตราดอกเบี้ยระหว่างประเทศจะสะท้อนผ่านอัตราแลกเปลี่ยน ล่วงหน้า (Forward Rate) ทฤษฎีดุลการชำระเงิน (Balance of Payments Theory) แนวคิด อัตราแลกเปลี่ยน จะปรับตัวเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่าง “บัญชีเดินสะพัด” กับ “บัญชีทุน” ทฤษฎีการเคลื่อนย้ายทุน (Capital Mobility Theory) แนวคิดเสรีภาพในการเคลื่อนย้ายทุน (เงินทุนเข้า - ออก) ส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ย ค่าเงิน และ เสถียรภาพการเงินของประเทศ เป็นต้น

หนังสือเล่มนี้มุ่งเน้น “เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ” ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและ บริการระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ สาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ รูปแบบการค้า ผลกระทบจาก การค้า ตลอดจนนโยบายการค้าระหว่างประเทศ สำหรับความเชื่อมโยงกับการค้าระหว่างประเทศ (International Trade) การค้าระหว่างประเทศเป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ที่อาศัยหลักการของ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต้นทุนโอกาส โครงสร้างภาษีศุลกากรและผลกระทบของนโยบายการค้าต่อรายได้ การจ้างงาน และอุตสาหกรรมในประเทศ โดยการเปิดเสรีทางการค้า (Free Trade Agreements: FTA) จะทำให้ ประเทศสามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศและทรัพยากรที่ประเทศตนเองไม่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความเชื่อมโยง กับการเงินระหว่างประเทศ (International Finance) เป็นการศึกษาการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน ระบบการเงินโลก และตลาดเงินทุน ความผันผวนของค่าเงินส่งผลโดยตรงต่อมูลค่าการส่งออก - นำเข้า และการลงทุนจากต่างประเทศ การวิเคราะห์เสถียรภาพทางการเงินระหว่างประเทศ เช่น ดุลบัญชีเดินสะพัด การเกินดุล หรือขาดดุลบัญชีทุน ส่งผลโดยตรงต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาคของประเทศ

นอกจากนี้ ความเชื่อมโยงกับธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ (International Agribusiness) ด้วยภาคเกษตรกรรม ของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการค้าโลก โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่ผลิตเพื่อการส่งออก เช่น ข้าว ยางพารา กาแฟ ผลไม้ และน้ำมันปาล์ม ธุรกิจเกษตรต้องพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศเพื่อขยายตลาดและเข้าถึงเทคโนโลยีหรือวัตถุดิบ ที่ไม่มีในประเทศ นโยบายการค้าและการเงินระหว่างประเทศ เช่น การกำหนดภาษีนำเข้า มาตรฐานสินค้า และ ข้อจำกัดด้านสุขอนามัย (SPS) มีผลโดยตรงต่อศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าเกษตรไทย ความตกลงทางการค้า และพันธสัญญาาระหว่างประเทศ เช่น WTO หรือ RCEP มีบทบาทในการกำหนดเงื่อนไขการค้าสินค้าเกษตร

ดังนั้น **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ** ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านการค้า และการเงินระหว่างประเทศ จะช่วยให้เข้าใจว่าทำไมประเทศค้าขายกัน ลงทุนระหว่างประเทศ ค่าเงินและการเงินระหว่างประเทศทำงานอย่างไร ตลอดจนการวางนโยบายการค้าและการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างไร

1.2 ความหมายและความสำคัญของการค้าและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

• การค้าระหว่างประเทศ

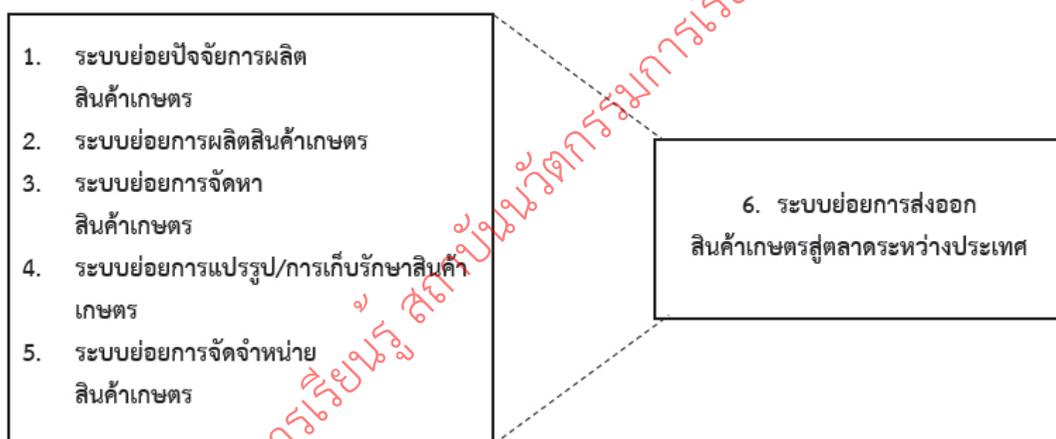
การค้าระหว่างประเทศ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่าง 2 ประเทศขึ้นไป รวมถึงภูมิภาค หรืออาณาเขตทางเศรษฐกิจ มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ เป็น “ประเทศคู่ค้า” สินค้าที่แต่ละประเทศซื้อเรียกว่า “สินค้าเข้า” (Imports) และสินค้าที่แต่ละประเทศขายไปเรียกว่า “สินค้าออก” (Exports) ประเทศที่ซื้อสินค้าจากต่างประเทศ เรียกว่า “ประเทศผู้นำเข้า” ส่วนประเทศที่ขาย

สินค้าให้ต่างประเทศ เรียกว่า “ประเทศผู้ส่งสินค้าออก” โดยทั่วไปแล้ว แต่ละประเทศจะมีฐานะเป็นทั้งประเทศผู้นำสินค้าเข้า และประเทศผู้ส่งสินค้าออกในเวลาเดียวกัน เพราะประเทศต่าง ๆ มีการผลิตสินค้าแตกต่างกัน

กิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ การค้าระหว่างประเทศ การชำระเงินระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ และความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งความร่วมมือทางเศรษฐกิจมีหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างเศรษฐกิจที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่นานาประเทศ

• ความหมายของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ หมายถึง กระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาเกษตรทุกประเภท อาทิ การผลิตพืช การเลี้ยงสัตว์ การเพาะเลี้ยงสัตว์และจับสัตว์น้ำ โดยธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ เป็นการต่อยอดจากการดำเนินธุรกิจเกษตร ที่ครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจเกษตร โดยมีการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มเติมขึ้นมา จึงจำแนกได้เป็น 6 ระบบย่อย ดังนี้ 1) ระบบย่อยปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร 2) ระบบย่อยการผลิตสินค้าเกษตร 3) ระบบย่อยการจัดหาสินค้าเกษตร 4) ระบบย่อยการแปรรูป/การเก็บรักษาสินค้าเกษตร 5) ระบบย่อยการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร และ 6) ระบบย่อยการส่งออกสินค้าเกษตรสู่ตลาดระหว่างประเทศ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจำแนกเป็นการผลิตสินค้าเกษตรและการดำเนินธุรกิจนั่นเอง ดังรูปที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ระบบธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

การดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศครอบคลุมการดำเนินงานทั้งสาขาการเกษตรและนอกสาขาเกษตร เชื่อมโยงด้านการผลิต การค้าระหว่างประเทศ การชำระเงินระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศ และความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งความร่วมมือและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างเศรษฐกิจที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่นานาประเทศ ยกตัวอย่าง (ก) ธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต ก็จะมีการนำเข้าปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศ (ข) ธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต ก็มีการจัดตั้งโรงงานผลิตสินค้าในประเทศหรือต่างประเทศ (ค) ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย ก็จะมีการติดต่อจัดซื้อสินค้ากับคู่ค้า หรือการลงทุน

จัดตั้งคลังสินค้าในประเทศหรือต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อมีสินค้าและบริการเพื่อการส่งออก-นำเข้า หรือการลงทุนในตลาดระหว่างประเทศ การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศจะทำให้การใช้ทรัพยากรได้เต็มประสิทธิภาพ และความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ จึงต้องมีความรู้ ความเข้าใจหลายแขนง ทั้งการผลิต การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ ขั้นตอนการติดต่อธุรกิจระหว่างประเทศ กฎระเบียบการนำเข้า-ส่งออก พิธีการศุลกากร มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารที่กำหนดจากประเทศคู่ค้า การชำระเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จ

• ความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

ด้วยประเทศไทยดำเนินเศรษฐกิจแบบเปิด (Open Economy) ใช้ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ทั้งการค้าขายและการลงทุนจึงเป็นเครื่องจักรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงขึ้น ซึ่งการค้าระหว่างประเทศมีการติดต่อธุรกิจระหว่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เพื่อการผลิตและการจัดจำหน่ายระหว่างประเทศ กิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านั้นมีความสำคัญดังนี้

1) การใช้ทรัพยากรได้เต็มประสิทธิภาพ ด้วยความแตกต่างของทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต (Factor Endowment) ในแต่ละประเทศแตกต่างกัน ทำให้ประเทศไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อบริโภคเองให้เพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศได้ทั้งหมด หรือต้นทุนการผลิตสูงมากหากผลิตในประเทศ การที่แต่ละประเทศผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนมีความถนัดหรือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและนำมาค้าขาย แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ทำให้การแข่งขันกันทำ ตามความชำนาญของแรงงานในแต่ละประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติของโลกถูกนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เกิดประโยชน์แก่ทุกประเทศร่วมกัน

2) การตอบสนองความต้องการในแต่ละประเทศเพิ่มขึ้น การดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศที่มีการค้าขาย แลกเปลี่ยน จะส่งผลให้ความหลากหลายและปริมาณของสินค้าเกษตรและอาหารตามระดับอุปสงค์ของสินค้าแต่ละชนิดในตลาด ซึ่งการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดระหว่างประเทศ จะต้องผ่านคุณภาพและมาตรฐานตามข้อกำหนดมาตรฐานสากลว่าด้วยมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) ผ่านองค์การนาชาติ อาทิ CODEX Alimentarius Commission (CAC), International Plant Protection Convention (IPPC) และ Office International des Epizooties (OIE) อีกทั้งในแง่ของประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกที่ขยายตลาดได้มากขึ้นมีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและหลากหลายขึ้น ในขณะที่เดียวกันประเทศผู้นำเข้าสินค้าเกษตรก็มีสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาเป็นธรรมให้ผู้บริโภคในประเทศเลือกซื้อเป็นการตอบสนองความต้องการในแต่ละประเทศเพิ่มมากขึ้น

3) การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสินค้าเกษตรและการดำเนินธุรกิจ จากความร่วมมือทางธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ 6 ระเบียบย่อจะนำมาซึ่งการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต สินค้าทุน เงินทุน และได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ พร้อมทั้งการถ่ายทอดวิธีการในการบริหารจัดการจากบริษัทที่เข้าลงทุน เช่น อุตสาหกรรมการผลิตอาหารแปรรูป (สับปะรดกระป๋อง หรือทุเรียนกระป๋อง) ซึ่งปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับต้น ๆ ในตลาดโลก เดิมทีผู้ประกอบการไทยไม่เห็นโอกาสในการผลิตสินค้าเหล่านี้เพื่อการส่งออกจนกระทั่งบริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ จึงเกิดการผลักดันให้ผู้ผลิตในประเทศเรียนรู้วิธีการผลิตการค้าเงินธุรกิจและการจัดการการค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนปลายน้ำให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

4) **ประชาชนมีความอยู่ดีกินดีมากขึ้น** การค้าระหว่างประเทศ ทำให้ขยายตลาดสินค้าเกษตรกว้างออกไปสู่ตลาดระหว่างประเทศ มีผลดีต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ มีรายได้จากต่างประเทศเข้ามา ซึ่งส่งผลต่อผู้ประกอบการมีรายได้สูงขึ้น มีการขยายธุรกิจเกษตรจะเกิดการจ้างงานในประเทศมากขึ้น ทั้งในภาคการผลิตและภาคการค้าเงินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคส่วนเกษตรกรรม ซึ่งเกษตรกรโดยส่วนใหญ่มีรายได้น้อย เมื่อขยายตลาดสินค้าเกษตรระหว่างประเทศได้มากขึ้น ก็ย่อมนำมาซึ่งรายได้สู่ครัวเรือนเกษตรกรได้มากขึ้น ความเป็นอยู่ของประชาชนก็ดีขึ้น

5) **การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ** ภาคเกษตรมีบทบาทโดยตรงต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากเป็นแหล่งทรัพยากรการผลิตและการจ้างงานที่สำคัญของประเทศ มีสัดส่วนมูลค่าการผลิตภาคเกษตรกรรมอยู่ที่ร้อยละ 10 ของ GDP แม้จะมีบทบาทลดลงจากภาคอุตสาหกรรมในช่วง 30 ปีที่ผ่านมาที่สัดส่วนร้อยละ 40 ของ GDP และเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนคืออาหาร ดังนั้นการขยายตัวของอุปสงค์สินค้าเกษตรและการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารมีทิศทางเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจเกษตรในประเทศไทยเติบโตและขยายตัวมากขึ้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับตลาดโลก นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1995 การค้าระหว่างประเทศสินค้าเกษตรและอาหารมีมูลค่า ณ ราคาตลาดเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างมากมาสำหรับตลาดสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศระบบเศรษฐกิจเกิดใหม่ ซึ่งส่งผลต่อวิถีรูปแบบการพัฒนาเกษตรก้าวหน้า ขณะเดียวกันการพึ่งพาตลาดโลกด้วยระบบเศรษฐกิจแบบเปิดย่อมส่งผลต่อเสถียรภาพของเศรษฐกิจในประเทศ อีกทั้งการปรับตัวตามระเบียบการค้าของโลกที่มีกติกาซับซ้อนมากในโลกปัจจุบัน การรู้เท่าทันและการมีภูมิคุ้มกันจึงเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายใต้ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก

1.3 สาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ

เหตุผลทางเศรษฐกิจที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกต้องมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างกัน เพราะไม่มีประเทศใดในโลกสามารถผลิตสินค้าและบริการทุกอย่างได้ครบและเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ถึงแม้ว่าบางประเทศจะมีขีดความสามารถผลิตสินค้าได้ทุกอย่าง แต่อาจจะมีต้นทุนการผลิตสูงมากซึ่งไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน อาทิ ประเทศไทยและประเทศเยอรมนีผลิตรถยนต์ เมื่อเปรียบเทียบกับกำลังการผลิตต่อโรงงานต่อวัน ปรากฏว่าประเทศไทยได้ผลผลิตต่ำกว่าประเทศญี่ปุ่นและมีต้นทุนสูงกว่า ในขณะที่การผลิตทางเกษตร ประเทศเยอรมนีมีต้นทุนสูงและผลผลิตต่อคุณภาพต่ำกว่าประเทศไทย ดังนั้นการค้าระหว่างประเทศจึงเกิดขึ้นถือว่าเป็น การแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศ (Division of Labor) ตามความชำนาญในการผลิต (Specialization) ทรัพยากรธรรมชาติ (Factor Endowment) ในแต่ละประเทศ ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรของโลกให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รัฐบาลของแต่ละประเทศจะสนับสนุนหรือเลือกใช้ความได้เปรียบหรือความถนัดในการผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้ การที่แต่ละประเทศผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนมีความถนัดหรือมีความได้เปรียบจึงเป็นสิ่งที่คุ้มค่าและเกิดประโยชน์แก่ทุกประเทศร่วมกัน พิจารณาสาเหตุของการค้าระหว่างประเทศดังนี้

1) **ทรัพยากรธรรมชาติ** ความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ผลิตในแต่ละประเทศ เนื่องจากแต่ละประเทศมีทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตมากน้อยต่างกัน ประเทศที่มีทรัพยากรอุดมด้วยแร่ธาตุต่าง ๆ อาทิ น้ำมัน แร่เหล็ก ทองแดง ก๊าซธรรมชาติ ฯลฯ ก็จะทำอุตสาหกรรมเกี่ยวกับแร่ธาตุที่ประเทศมีอยู่ ดังนั้นประเทศใดที่มีทรัพยากรชนิดใดมากก็จะผลิตสินค้าที่ใช้ทรัพยากรชนิดนั้น ๆ เป็นปัจจัยการผลิตสินค้าออกเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่น ๆ ที่คนในประเทศต้องการ

2) **ลักษณะทางภูมิศาสตร์** ความแตกต่างในเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ เช่น ประเทศที่มีพื้นที่ดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมแก่การเพาะปลูกก็จะทำการเพาะปลูกตามลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ เช่น ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนและมีฝนชุกสามารถปลูกข้าวเจ้าได้ดีก็จะผลิตข้าวเจ้าเป็นสินค้าออก ประเทศบราซิลที่มีทุ่งหญ้าอุดมสมบูรณ์ก็จะทำการเลี้ยงสัตว์ ส่งเนื้อสัตว์และขนสัตว์เป็นสินค้าออก

3) **ความชำนาญในการผลิต** ความแตกต่างในเรื่องความชำนาญในการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตของแต่ละประเทศจะมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการแตกต่างกัน บางประเทศผู้ผลิตมีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษในการผลิตสินค้าบางชนิด เช่น ประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญชำนาญในการปลูกข้าว ผลไม้ ประเทศสวีเดนแลนด์มีความรู้ความชำนาญในการผลิตนาฬิกา ประเทศญี่ปุ่นมีความรู้ความชำนาญในการผลิตเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ ประเทศเนเธอร์แลนด์มีความรู้ความชำนาญในการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร ความแตกต่างของปัจจัยดังกล่าวนี้ผลักดันให้แต่ละประเทศเลือกผลิตสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญ มีต้นทุนการผลิตต่ำ เพื่อการส่งออกจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ และเลือกนำเข้าสินค้าชนิดที่ผู้บริโภคในประเทศต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้หรือผลิตได้ในต้นทุนที่สูงกว่า

4) **นโยบายการลงทุนของรัฐบาล** การลงทุนเพื่อการผลิตสินค้าและบริการประเภทใดประเภทหนึ่งจะมากหรือน้อยอาจขึ้นอยู่กับการศึกษาและตัดสินใจของรัฐบาล นโยบายของรัฐบาลมีส่วนช่วยสนับสนุนอย่างมากในการผลิตสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ทำให้สินค้าและบริการที่รัฐบาลช่วยสนับสนุนมีการวิจัยและพัฒนาขึ้นเป็นการสร้างศักยภาพในการผลิตสินค้าและบริการ เกิดความได้เปรียบสามารถแข่งขันและขยายตลาดสินค้าได้ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับนโยบายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นต่อการค้า การลงทุนระหว่างประเทศอีกด้วย รัฐบาลไทยได้ผลักดันสินค้าเกษตรและอาหารสู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน รัฐบาลขับเคลื่อนภาคการเกษตรไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการเกษตรและอาหารของโลก (Agriculture and Food Hub) เป็นต้น

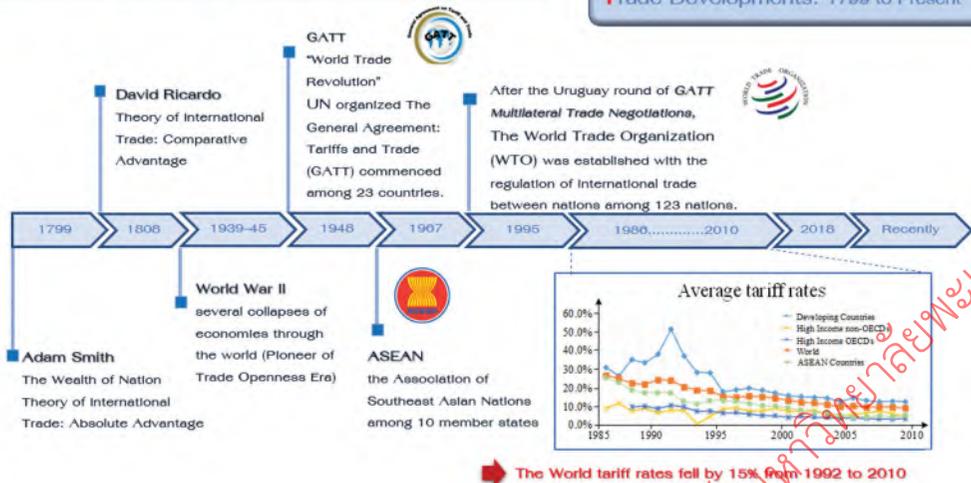
1.4 โลกาภิวัตน์และการค้าระหว่างประเทศ

โลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นผลจากการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งส่งผลเชื่อมโยงต่อความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง และเทคโนโลยี วิธีการดำเนินกิจกรรมของประเทศต่าง ๆ ในโลกเสมือนมีความใกล้ชิดกันมากขึ้นเรื่อย ๆ กระแสการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกเป็นไปในทิศทางเดียวกันจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

วิวัฒนาการการค้าโลกในปี ค.ศ. 1948 มีความร่วมมือลดข้อกีดกันและความขัดแย้งทางการค้าตามความตกลงทางการค้าและภาษีศุลกากร (General Agreement on Tariff and Trade: GATT) ต่อมาปี ค.ศ.1995 ประชาคมโลกได้ร่วมก่อตั้งองค์การระหว่างประเทศ 3 แห่ง ได้แก่ (1) องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ทำหน้าที่ร่วมมือทางการเมือง (2) ธนาคารโลก (International Bank of Resettlement and Development: IBRD) ทำหน้าที่ระดมความช่วยเหลือและเงินทุนส่งเสริมเศรษฐกิจ รวมทั้งให้เงินกู้แก่ประเทศกำลังพัฒนาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ และ (3) กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ดูแลดุลการชำระเงินและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศให้มีเสถียรภาพ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจมีส่วนอย่างมากในการพัฒนาสู่กระบวนการเสรีโลกาภิวัตน์ นานาประเทศพยายามลดการกีดกันต่าง ๆ ส่งผลให้เส้นแบ่งพรมแดนทั้งเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม ลดลงไปเรื่อย ๆ แนวโน้มความร่วมมือโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจเป็นไปอย่างเสรีมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992-2010 อัตราภาษีสินค้าทั่วไปในตลาดโลกโดยเฉลี่ยลดลงกว่าร้อยละ 15 ดังภาพที่ 1.2

The World Trade Revolution

Trade Developments: 1799 to Present



ภาพที่ 1.2 วิวัฒนาการของการค้าระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ” โดย อริศรา ร่มเย็น. 2566. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ก่อนสงครามโลก สัดส่วนของการค้าระหว่างประเทศเกิดจากประเทศในทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือ เพราะเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจ มีอำนาจทางการเศรษฐกิจมาก โดยอังกฤษ ซึ่งเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจในยุโรปและมีประเทศกำลังพัฒนาเป็นอาณานิคม ได้เริ่มเปิดเสรีทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกันตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ 2 ท่าน คือ ออดัม สมิธ (Adam Smith: 1723-1790) และเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo: 1772-1823) ที่ได้ชี้ให้เห็นผลได้ของการเปิดการค้าระหว่างประเทศภายในทวีปยุโรป และระหว่างยุโรปกับประเทศอาณานิคม เช่น อินเดีย แคนาดา นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ฯลฯ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีการลงทุนและการเคลื่อนย้ายแรงงานข้ามประเทศ (ไพฑูริย์ วิบูลย์สุตกุล, 2555) ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี ค.ศ. 1945 นานาประเทศผู้ร่วมสงครามต้องฟื้นฟูประเทศจากความเสียหายในสงคราม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านโครงสร้างพื้นฐาน และพัฒนาคุณภาพชีวิตประชากรให้ดีขึ้น จึงเริ่มมีการเปิดการค้าระหว่างประเทศ แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ในระหว่างภาวะสงคราม เศรษฐกิจโลกตกต่ำอย่างรุนแรง แต่เมื่อการค้าระหว่างประเทศขยายตัวมากขึ้น ส่งผลโดยตรงในการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีการพัฒนาเศรษฐกิจ การสร้างโครงการขนาดใหญ่ของรัฐบาล และเพิ่มระดับการจ้างงาน กอปรกับเศรษฐกิจโลกได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญด้วยการจัดตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ที่ส่งผลต่อการสร้างตลาดโลก เกือบทุกประเทศมีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่พึ่งพากันมากขึ้น

แต่ความขัดแย้งและการแข่งขันก็ยังคงดำเนินต่อไป เพียงแค่เปลี่ยนรูปแบบจากสนามรบสู่สนามการแข่งขันทางการเมืองและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะนับตั้งแต่การยุติสงครามเย็น (Cold War) ในปี ค.ศ. 1986 การล่มสลายของค่ายคอมมิวนิสต์สหภาพโซเวียตและยุโรปตะวันออก ซึ่งถือว่าการสิ้นสุดของยุคสงครามเย็น ทิศทางโลกได้ก้าวสู่ยุคใหม่ที่เรียกว่า “ยุคหลังสงครามเย็น” การแข่งขันทางการเมืองระหว่าง 2 อุดมการณ์แตกต่างกัน คือ แนวคิดทุนนิยมเสรีนิยม กับแนวคิดคอมมิวนิสต์ ได้เปลี่ยนทิศทางโลกสู่การแข่งขันในทางเศรษฐกิจ กระแสโลกาภิวัตน์นำมาซึ่ง

การขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศ การแข่งขันทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศส่งผลต่อการขยายตัวของ การเปิดเสรี (Free Trade) ทั้งในด้านการค้า การลงทุน การบริการ และการเคลื่อนย้ายทุน ทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการติดต่อสื่อสารที่มีการเชื่อมโยงไปสู่ทุกจุดในทุกภูมิภาคของโลก ต้นทุนการสื่อสารลดลง เช่น จากปี ค.ศ. 1930 ถึงปัจจุบัน พบว่าค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศลดลงกว่า ร้อยละ 95 หรือต้นทุนการขนส่งสินค้าระหว่าง ประเทศลดลง เนื่องจากค่าเชื้อเพลิงถูกลง การพัฒนาระบบการขนส่งที่ทันสมัย โดยการขนส่งสินค้าทางทะเล (Sea Freight) ต้นทุนลดลงร้อยละ 65 และการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Air Freight) ลดลงกว่าร้อยละ 88 ตัวอย่างเช่น ในการขนส่งกาแฟจากเอเชียสู่ยุโรป มีต้นทุนค่าระวางเรือ (Freight Charge) คิดเพียงร้อยละ 2 ของราคากาแฟเท่านั้น

การเปิดเสรี (Free Trade) ทั้งในด้านการค้า การลงทุน การบริการ และการเคลื่อนย้ายบุคคล ตลอดจน การติดต่อสื่อสารที่มีการเชื่อมโยงไปสู่ทุกจุดในทุกภูมิภาคของโลก นอกจากนี้การค้าระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ มีอิทธิพลครอบคลุมทั้งต่อสินค้าที่จับต้องได้ เช่น สินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม ตลอดจนสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ การบริการ และการค้าในสิทธิทางปัญญา การค้าระหว่างประเทศขยายตัวมาก ในปี ค.ศ. 1970 มูลค่ารวม การค้าสินค้าและบริการของสหรัฐฯ อยู่ที่ประมาณ 115.47 พันล้าน USD รายการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นหลัก ขณะที่รายการนำเข้าส่วนใหญ่เป็นน้ำมัน ในปี ค.ศ. 2024 มูลค่ารวมของการค้าและบริการ อยู่ที่ประมาณ 8.21 ล้านล้าน USD การค้าหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีขั้นสูง ยานยนต์ และปิโตรเลียม เป็นต้น กล่าวได้ว่า กว่า 50 ปีที่ผ่านมา การค้าระหว่างประเทศเติบโตขึ้นกว่า 61.8 เท่า (Bureau of Economic Analysis, 2024; World Bank, 2024)

ทิศทางเศรษฐกิจของโลกสอดคล้องกับประเทศไทยที่มีการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ในตลาดโลก ทั้งด้านการค้า การลงทุน การเงิน การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และการขนส่งและโลจิสติกส์ ตามกระแสโลกาภิวัตน์เช่นกัน ในปี ค.ศ. 1970 (พ.ศ. 2513) มูลค่าการค้ารวมของไทย ประมาณ 23.51 พันล้าน USD ตัวเลขค่อนข้างน้อยสะท้อนถึงเศรษฐกิจที่กำลังพัฒนา ในปี ค.ศ. 2024 (พ.ศ. 2567) มูลค่าการค้ารวม ประมาณ 735.74 พันล้าน การค้าระหว่างประเทศเติบโตขึ้นกว่า 29.1 เท่า (Bureau of Economic Analysis, 2024; World Bank, 2024)

สำหรับประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่น ไต้หวันเกาหลีใต้ ฯลฯ ช่วงทศวรรษที่ 1970 ปริมาณการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ต่อมาการค้าประเทศในเอเชียใต้ เช่น อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ ศรีลังกา ฯลฯ ยุโรปตะวันออก เช่น ออสเตรีย ฮังการี ฯลฯ และอเมริกาใต้ มีอัตราการเติบโตตามมาเช่นกัน ยุคแรก สัดส่วนการค้าส่วนใหญ่จะเป็นยุโรปและอเมริกา ต่อมาภูมิภาคเอเชียมีอัตราการการค้าระหว่างประเทศที่ขยายตัวขึ้น อย่างมาก เพิ่มอัตราการจ้างงาน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตของประเทศกำลังพัฒนาดังกล่าว จากการพึ่งพาการผลิตเชิงเกษตรกรรมเป็นหลัก มาเป็นการผลิตเชิงสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนเข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (Newly Industrialized Economics: NIEs) รวมทั้งเป็นประเทศ เกิดใหม่ (Emerging Markets) ที่อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการลงทุนระหว่างประเทศขยายตัวเป็นอย่างมาก เศรษฐกิจโลกถูกดำเนินการโดยพลังของตลาดโลก (Global Market Forces) ที่ไม่สามารถควบคุมได้ทั้งระบบ เศรษฐกิจของรัฐและเอกชน วัฒนธรรม และพรมแดนที่ลดลงจากการถูกกำหนดด้วยกระบวนการและอิทธิพลในระบบ เศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ และได้ลำดับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่สำคัญ ในประวัติศาสตร์ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1780 ถึงปัจจุบัน เพื่อให้เห็นถึงวิวัฒนาการเศรษฐกิจโลก ดังภาพที่ 1.3

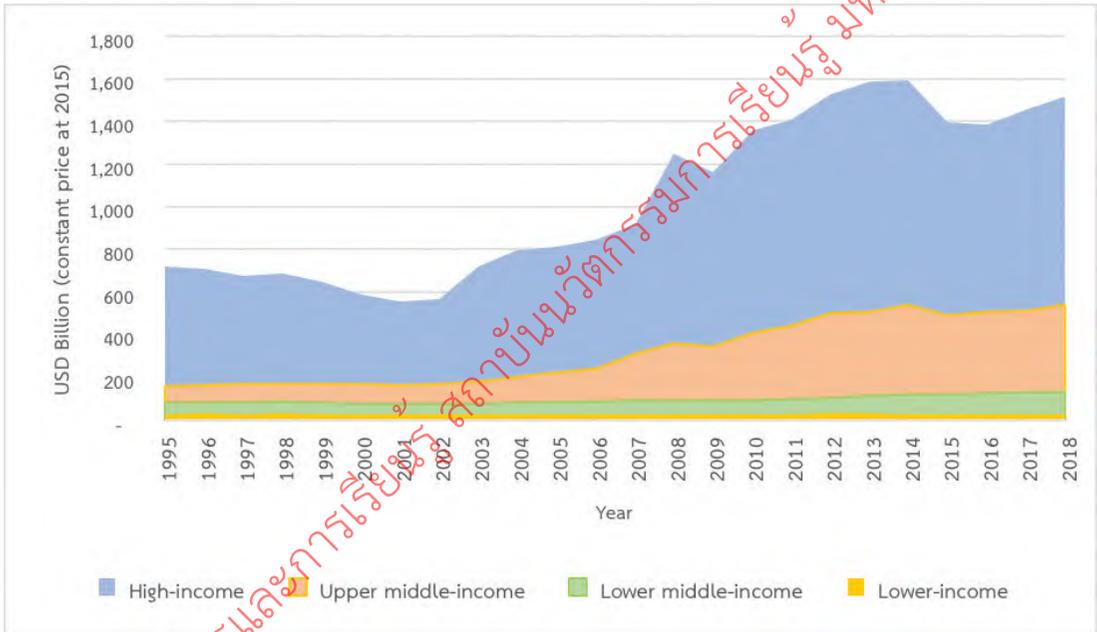
ปี ค.ศ. 1780-1830 ปี ค.ศ. 1830-1910	ยุคล่าอาณานิคมในแถบยุโรป และเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม ในประเทศอังกฤษ
ปี ค.ศ. 1930	The Great Depression ในประเทศสหรัฐและยุโรป ตลาดหุ้นโต มีการกู้ เงินลงทุนมาก เกิดฟองสบู่แตก คนตกงานจำนวนมาก
ปี ค.ศ. 1914-1918 ปี ค.ศ. 1939-1945	หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2
ปี ค.ศ. 1960-1970	การขยายตัวของการค้าระหว่างประเทศ
ปี ค.ศ. 1973 และ 1978	เกิดวิกฤตการณ์น้ำมัน 2 ครั้ง ในกลุ่ม OPEC อิสราเอล และสหรัฐอเมริกา
ปี ค.ศ. 1980	ราคาพืชผลสินค้าเกษตรตกต่ำ
ปี ค.ศ. 1997	เกิดวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง ไทยประกาศลอยค่าเงินบาท กระทั่งต่อเนื่อง วิกฤตการเงินใน ASIAN
ปี ค.ศ. 2000	เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ Dot Com ที่สหรัฐอเมริกา ตลาดหุ้นในกลุ่มเทคโนโลยี ตกอย่างรุนแรง บริษัทล้มละลาย
ปี ค.ศ. 2008	เกิดวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ที่สหรัฐอเมริกา อสังหาริมทรัพย์ ล้มละลาย การปล่อยสินเชื่อด้วยคุณภาพ
ปี ค.ศ. 2009	เกิดวิกฤตหนี้สาธารณะทั่วยุโรป
ปี ค.ศ. 2018	สงครามการค้าสหรัฐอเมริกา-จีน การตอบโต้ด้วยมาตรการภาษีและไม่ใช้ ภาษีอย่างรุนแรง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจนานาประเทศ
ปี ค.ศ. 2019	วิกฤต COVID-19 โรคระบาด COVID-19 ระบาดทั่วโลก ทำลายเศรษฐกิจ มนุษยชาติอย่างหนักหน่วง เศรษฐกิจทั่วโลกหยุดชะงัก
ปี ค.ศ. 2023	เศรษฐกิจโลกดำเนินไปบนความท้าทายหลายด้านและเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ที่มีผลกระทบต่อมิติเศรษฐกิจรุนแรง

ภาพที่ 1.3 วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่สำคัญในประวัติศาสตร์

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

1.5 การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร

ตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 21 แนวโน้มการค้าสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดโลกมีทิศทางขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากมูลค่า 680 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 1995 เป็น 1,500 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ.2018 (ราคาคงที่อ้างอิง ปี ค.ศ. 2015) หรือเพิ่มสูงขึ้นเกือบ 2 เท่าตัว สัดส่วนการค้าสินค้าเกษตรและอาหาร คิดเป็นร้อยละ 7.5 ของสินค้าทั้งหมดในตลาดโลก ช่วงปี ค.ศ. 2008-2009 วิกฤตเศรษฐกิจจากภาคการเงินส่งผลต่อการชะลอตัวของการค้าโลก ถัดมา การค้าโลกฟื้นตัว ทั้งปริมาณและราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเศรษฐกิจเกิดใหม่อย่างสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี ค.ศ. 2014 มูลค่าสินค้าเกษตรและอาหารตกต่ำอีกครั้ง เพราะราคาสินค้าอื่น ๆ ตกต่ำและความผันผวนอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดโลก แต่หลังจากนั้นก็ฟื้นตัวอีกครั้ง โดยจำแนกการวิเคราะห์ 4 กลุ่มประเทศตามระดับรายได้ จะเห็นได้ว่า กลุ่มประเทศรายได้สูง (High Income) มีสัดส่วนมูลค่าการค้าสินค้าเกษตรและอาหารสูงที่สุด ตามมาด้วยกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง (Upper-middle Income) ซึ่งประเทศไทยก็จัดอยู่ในกลุ่มนี้ กลุ่มประเทศรายได้ปานกลางขั้นต่ำ (Lower-middle Income) และกลุ่มประเทศรายได้ต่ำ (Lower Income) มีสัดส่วนการค้าค่อนข้างน้อย



ภาพที่ 1.4 แนวโน้มของการค้าสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดโลก

จาก *Trends in global trade of agricultural and food products*, by Food and Agriculture Organization, 2024, <https://www.fao.org/documents/trade2024>.

สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศเกษตรกรรม มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศที่เอื้อต่อการทำเกษตรกรรม ทำให้มีศักยภาพและมีความได้เปรียบด้านเกษตรกรรม เป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรหลากหลายชนิดสู่ตลาดระหว่างประเทศ ประกอบกับทิศทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยระบบเปิด มีการติดต่อซื้อขายระหว่างประเทศ โครงสร้างทางเศรษฐกิจส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก ยิ่งทำให้ภาคเกษตรมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ทั้งในส่วนสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตร ตลอดจนสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร สินค้าเกษตรมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกและประเทศไทย เนื่องจากเป็นแหล่งอาหารที่จำเป็นต่อการดำรงชีพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ประเทศที่อุดมสมบูรณ์มีความเหมาะสมกับการเป็นแหล่งผลิตอาหารก็ดำเนินการผลิต ส่วนบางประเทศที่ไม่สามารถผลิตอาหารได้เพียงพอต่อความต้องการก็ต้องมีการนำเข้าสินค้าเกษตร อีกทั้งสินค้าเกษตรยังเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับการผลิตอุตสาหกรรมต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างมาก ปี พ.ศ. 2562–2563 มีแนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรต่าง ๆ แบ่งเป็นกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (Developed Countries) และประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries) จะเห็นว่าสินค้าเกษตรที่ไม่ใช่อาหาร ผักและผลไม้ ธัญพืช เนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ มีมูลค่าสูง ประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มส่งออกสินค้าเกษตรได้มูลค่าสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนา ดังตารางที่ 1.1

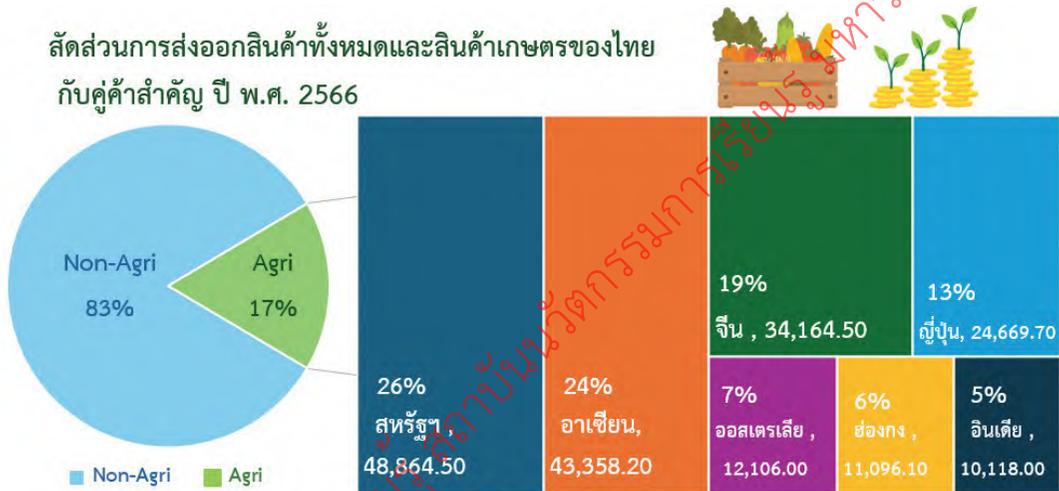
ตารางที่ 1.1 แนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรต่าง ๆ สำหรับกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศกำลังพัฒนา

รายการสินค้า	มูลค่าส่งออกประเทศพัฒนาแล้ว (หน่วย: พันล้าน USD)		มูลค่าส่งออกประเทศกำลังพัฒนา (หน่วย: พันล้าน USD)	
	2019	2020	2019	2020
สินค้าเกษตรที่ไม่ใช่อาหาร	191.4	186.4	97.2	93.4
ผักและผลไม้	144	144.8	128.8	137
เนื้อสัตว์ ผัก น้ำมัน ไขมัน	33.2	18.7	52	57.4
เครื่องดื่ม	86.6	74.8	24	20.6
ธัญพืช	111.6	117.6	65.6	68.2
กาแฟ ชา โกโก้	50.2	48.8	56.4	57.6
ไก่แปรรูปและไข่ไก่	81.8	81.4	11.6	10.8
เนื้อวัว	109.2	111	39.2	40.8
สินค้าเกษตรเบ็ดเตล็ด	69	68.6	27.4	28.4
เมล็ดพืช น้ำมัน และผลไม้พลังงานสูง	34.2	33.8	47.8	60.2
น้ำตาล น้ำผึ้ง	17	17.2	24.4	27
	928.20	903.10	574.40	601.40

จาก *The state of agricultural commodity markets: Agricultural markets and sustainable development, global value chains, smallholder farmers and digital innovations*, by Food and Agriculture Organize of the United Nations, 2024, <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources- details/en/c/1309575>

ในภาพรวมปี พ.ศ. 2566 การส่งออกสินค้าไทยมีมูลค่า 284,561.8 ล้าน USD การนำเข้ามีมูลค่า 289,754.3 ล้าน USD สินค้าอุตสาหกรรม 10 อันดับแรก ได้แก่ (1) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (2) เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (3) อัญมณีและเครื่องประดับ (4) ผลิตภัณฑ์ยาง (5) น้ำมันสำเร็จรูป (6) แผงวงจรไฟฟ้า (7) เม็ดพลาสติก (8) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักร (9) เคมีภัณฑ์ และ (10) เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ สำหรับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร 10 อันดับแรก ได้แก่ (1) ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง (2) ข้าว (3) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (4) ยางพารา (5) อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป (6) น้ำตาลทราย (7) ไก่แปรรูป (8) อาหารสัตว์เลี้ยง (9) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ และ (10) เครื่องดื่ม โดยมีตลาดส่งออก 7 อันดับแรกเรียงลำดับตามมูลค่าการส่งออก คือ ตลาดสหรัฐฯ มีสัดส่วนร้อยละ 26 ตลาดอาเซียน ร้อยละ 24 ตลาดจีน ร้อยละ 19 ตามมาด้วยตลาดญี่ปุ่น ออสเตรเลีย ฮังการี และอินเดีย ที่ร้อยละ 13, 7, 5 และ 5 ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567) โดยพลวัตการค้าระหว่างประเทศเปลี่ยนแปลงทุกปี จำเป็นต้องติดตามข้อมูลอย่างต่อเนื่องในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างยิ่ง

สัดส่วนการส่งออกสินค้าทั้งหมดและสินค้าเกษตรของไทย กับคู่ค้าสำคัญ ปี พ.ศ. 2566



ภาพที่ 1.5 ภาพรวมสัดส่วนการส่งออกสินค้าทั้งหมดและสินค้าเกษตรของประเทศไทย จาก สถิติการเกษตรไทย ปี 2566, โดย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567, สำนักงาน.

สำหรับข้อมูลตัวเลขสินค้าเกษตรส่งออกของประเทศไทยในตลาดโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2554-2563 มีหลากหลายหมวดหมู่ ทั้งกลุ่มพืชเศรษฐกิจ ผัก ผลไม้ ปศุสัตว์ อาหารทะเล เครื่องเทศ สมุนไพร เป็นต้น แนวโน้มการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังตารางที่ 1.2 โดยสถานการณ์ของภาคเกษตรไทย ปี พ.ศ. 2564 คาดว่ารายได้จะเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ที่ร้อยละ 2.9 หรือมีรายได้รวมอยู่ที่ 8.96 แสนล้านบาท จากแนวโน้มราคาสินค้าเกษตรในปีนี้จะยังคงขยายตัวจากปีก่อนที่ร้อยละ 1.4 จากความต้องการสินค้าเกษตรในตลาดโลก และราคาน้ำมันที่สูงขึ้นกว่าปีก่อน

ในยุคศตวรรษที่ 21 แนวโน้มของการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะสินค้าจากภาคเกษตรมีความต้องการสินค้าเกษตรในตลาดโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสินค้าเกษตรเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต และเป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมอื่น ๆ สำหรับประเทศพัฒนาแล้วมีบทบาทสูงในการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง เช่น สินค้าเกษตรแปรรูป วัตถุดิบเกษตรที่ผ่านการเพิ่มมูลค่า (Value-Added Products)

เช่น ธัญพืชแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ที่ได้มาตรฐานสูง ฯลฯ ส่วนประเทศกำลังพัฒนามีโอกาสเติบโตในตลาดสินค้าเกษตรพื้นฐานและผักผลไม้ ประเทศไทยซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรและภูมิอากาศเหมาะสมสามารถพัฒนาสินค้าเกษตรและอาหาร เช่น ผลไม้เมืองร้อนผักสด เนื้อสัตว์ ฯลฯ และสร้างจุดขายในตลาดโลกได้ ประกอบกับการขับเคลื่อนการเปิดการค้าเสรี (Free Trade Agreements - FTAs) และการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจแบบเปิด (Opened Economy) มีส่วนสำคัญในการลดกำแพงภาษีและอุปสรรคทางการค้า ทำให้การส่งออกสินค้าเกษตรของไทยมีโอกาขยายตัวไปยังตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น ความตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับจีน ไทยกับออสเตรเลีย หรือไทยกับกลุ่มอาเซียน เป็นต้น ซึ่งจะช่วยเหลือต่อการเพิ่มปริมาณและมูลค่าการค้าสินค้าเกษตรทั้งในรูปแบบสินค้าเกษตรสดและสินค้าเกษตรแปรรูป มาตรฐานความปลอดภัยอาหารและความยั่งยืนเป็นประเด็นสำคัญในตลาดระหว่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัย (Food Safety) และการผลิตอย่างยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งผู้ประกอบการไทยต้องเร่งปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

โอกาสของธุรกิจเกษตรไทยในปัจจุบันและอนาคตมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยสนับสนุนหลายด้าน ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ความเหมาะสมของภูมิอากาศ รวมถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการเกษตรที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แนวโน้มผู้บริโภคทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าเกษตรอินทรีย์ และสินค้าปลอดสารพิษ ทำให้สินค้าเกษตรไทยที่มีการรับรองมาตรฐานสากล เช่น Organic Certification มาตรฐาน Good Agricultural Practices (GAP), Good Manufacturing Practice (GMP), Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) และ HALAL เป็นต้น จึงมีโอกาเข้าสู่ตลาดระดับพรีเมียมในตลาดโลกสำหรับกลุ่มประเทศพัฒนาหรือกำลังพัฒนาได้มากขึ้น ด้วยความพร้อมของประเทศไทยในด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ มีดิน น้ำ และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการทำเกษตรกรรม ทำให้สามารถเพาะปลูกพืช ผลไม้ และเลี้ยงสัตว์ได้หลากหลายชนิดตลอดทั้งปี ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการผลิตอาหารปลอดภัยได้อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการส่งออก เช่น ท่าเรือ สนามบิน ระบบคลังสินค้าเย็น เป็นต้น ความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนและคุณภาพ อาหารปลอดภัยจากประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านรสชาติ คุณภาพ และต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ แต่ก็ยังเผชิญการแข่งขันสูงจากประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่ เช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศอินเดีย ประเทศจีน เป็นต้น ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าในบางด้าน ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเน้นการสร้างจุดเด่นเฉพาะด้านให้มากขึ้น

นอกจากนี้ นโยบายส่งเสริมเกษตรมูลค่าสูงของภาครัฐ เช่น การสนับสนุน สมาร์ท ฟาร์มมิ่ง (Smart Farming) การส่งเสริมเกษตรแปรรูป (Agro-Processing) และการส่งเสริมนวัตกรรมการเกษตรยังช่วยสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าเกษตรที่ตอบสนองความต้องการของตลาดโลก เช่น ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพื่อสุขภาพ อาหารฟังก์ชัน (Functional Foods) และผลิตภัณฑ์ชีวภาพจากเกษตรกรรม (Bio-Based Products) ตลอดจนโอกาสจากการลงทุนในระบบโลจิสติกส์เกษตรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเร็วในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การเติบโตของตลาดออนไลน์และ E-Commerce ยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้สินค้าเกษตรไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงทั้งในและต่างประเทศ โดยไม่ต้องพึ่งพาช่องทางค้าส่งแบบเดิมเพียงอย่างเดียว

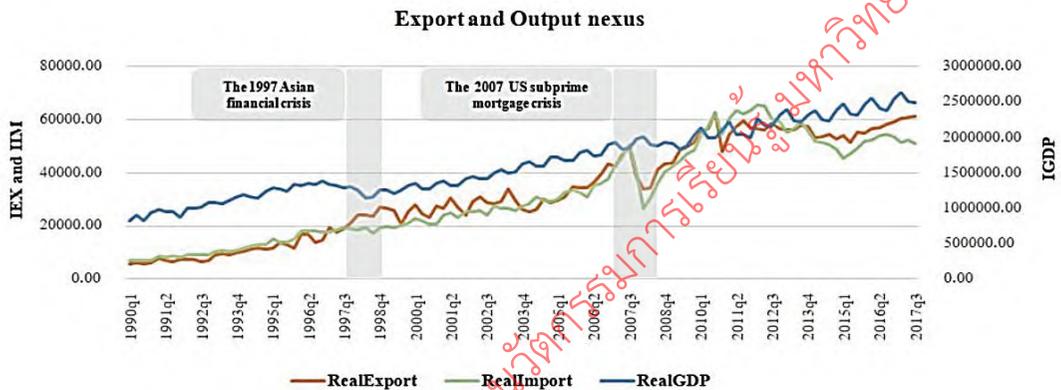
ตารางที่ 1.2 สินค้าเกษตรส่งออก 15 รายการสำคัญของประเทศไทยในตลาดโลก

ชื่อสินค้า	มูลค่า: ล้านบาท										
	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	
- ผลไม้สด แช่เย็น และแห้ง	40,725.41	44,635.26	54,476.48	76,700.49	85,181.82	113,118.08	128,342.34	191,457.64	194,925.17	238,287.19	
- ข้าว	174,852.41	155,912.02	153,160.24	175,160.78	182,081.67	130,584.56	116,045.37	109,771.15	138,697.52	178,234.80	
- ยางพารา	193,754.83	170,421.29	155,755.60	204,556.41	147,343.37	128,490.41	108,900.20	176,002.57	177,664.64	125,922.52	
- ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	114,610.83	117,415.50	103,216.18	95,544.86	99,798.25	80,972.26	83,128.90	124,582.44	152,795.05	127,728.49	
- ไทเปรูป	61,315.20	66,856.17	71,531.65	76,115.12	78,016.38	80,299.88	75,559.45	73,712.50	101,921.53	94,546.94	
- ไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง	12,650.02	14,333.85	17,581.27	19,909.56	22,382.07	24,728.77	28,335.12	28,831.31	40,077.63	46,224.76	
- สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ	7,336.10	9,655.16	9,609.62	8,078.89	11,898.86	14,107.92	25,321.06	15,385.94	9,088.17	8,438.34	
- กุ้งสด แช่เย็น แช่แข็ง	27,564.41	22,805.58	33,520.07	33,446.79	24,662.20	22,473.77	19,387.39	21,741.21	24,428.39	21,945.69	
- ผักสด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	7,361.81	7,501.79	8,073.04	8,443.21	9,719.91	9,455.78	8,593.55	10,397.06	10,159.55	10,289.63	
- ปลาหมึก มีชีวิต สด แช่เย็น แช่แข็ง	11,383.57	9,906.61	10,016.26	11,738.34	10,594.35	9,376.79	8,040.56	8,566.26	10,574.10	9,442.67	
- เนื้อปลาสด แช่เย็น แช่แข็ง	10,303.35	9,895.76	9,923.19	8,443.20	8,263.54	7,755.30	6,523.52	7,246.05	8,461.18	7,080.23	
- เครื่องเทศและสมุนไพร	3,393.35	3,334.72	3,985.93	6,530.87	6,900.48	6,078.27	6,013.85	9,004.57	6,985.12	6,179.05	
- ปลาสด แช่เย็น แช่แข็ง	7,126.87	5,928.40	5,834.42	6,504.70	5,651.26	4,991.17	5,670.56	5,436.79	8,461.18	7,080.23	
- เมล็ด ผลและสปอร์ที่ใช้ในการเพาะปลูก	4,374.24	4,243.21	4,245.24	4,172.36	4,436.95	4,152.80	4,153.97	4,330.78	4,924.21	4,648.56	
- เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้	8,481.76	8,835.58	6,684.12	6,005.47	10,121.82	5,617.81	4,122.97	3,580.47	5,933.67	6,216.52	
รวม 15 รายการ	685,234.16	651,680.90	647,613.31	741,351.05	707,052.93	642,203.57	628,138.81	790,046.74	895,097.11	892,265.62	
อื่น ๆ	29,306.16	29,380.80	30,182.20	32,980.20	37,380.53	32,994.05	28,036.45	30,822.88	30,896.50	31,733.79	
รวมทั้งสิ้น	714,540.32	681,061.70	677,795.51	774,331.25	744,433.46	675,197.62	656,175.26	820,869.62	925,993.61	923,999.41	

จาก สินค้าส่งออกรายการ สำคัญของประเทศไทย, โดย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2567, <https://tradereport.moc.go.th/stat/reportcomcode>

1.6 งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับนโยบายที่มุ่งเน้นความเชื่อมโยงเศรษฐกิจในประเทศไทยกับเศรษฐกิจโลก

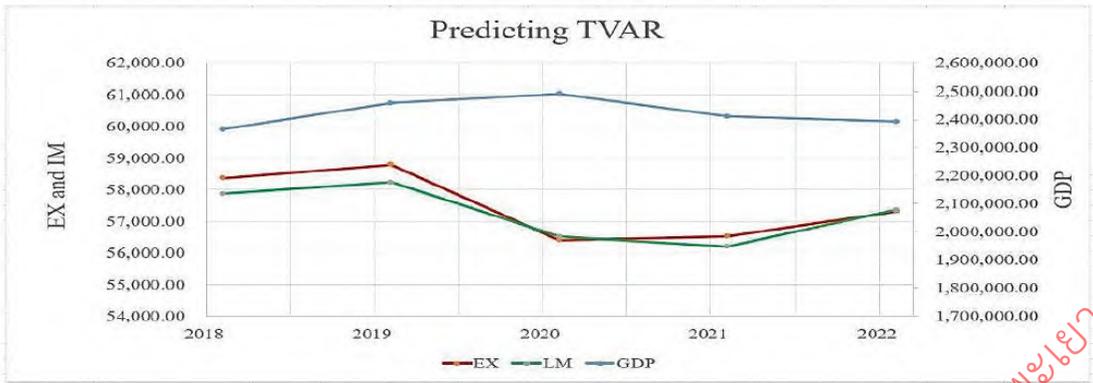
Romyen, et al., (2019) ศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนด้วยนโยบายที่มุ่งเน้นความเชื่อมโยงเศรษฐกิจในประเทศกับเศรษฐกิจโลก (Outward - orientation Policies) ที่สนับสนุนการค้า - การลงทุน หรือความร่วมมือกับต่างประเทศ ประเทศไทยได้พัฒนาความเชื่อมโยงการเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งออกอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามประเทศไทยเผชิญกับความท้าทายจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก เช่น วิกฤตการณ์ทางการเงิน (Asian Financial Crisis) ในเอเชียปี ค.ศ. 1997 และวิกฤตสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Sub - Prime Mortgage Crisis) ในสหรัฐอเมริกา ปี ค.ศ. 2007 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้าง รูปแบบการส่งออก - การนำเข้า และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้น (Gross Domestic Product: GDP) ภาพที่ 1.6 แสดงให้เห็นถึงความผันผวนสูงจากปัจจัยภายนอกและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายใน โดยเฉพาะผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่สร้างแรงกระแทกสำคัญต่อการเชื่อมโยงระหว่างการส่งออกและผลผลิต



ภาพที่ 1.6 ความเชื่อมโยงระหว่างการส่งออกและการเติบโตเศรษฐกิจของประเทศไทย

จาก Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model, by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, & P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

หลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับความเชื่อมโยงระหว่างการส่งออกและการเติบโตเศรษฐกิจของประเทศไทย (Export and Output Growth Nexus) สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า การเติบโตที่ขับเคลื่อนด้วยการส่งออกนั้นมีความถูกต้อง ซึ่งชี้ให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์แบบตอบสนองระหว่างการเติบโตของการส่งออกและผลผลิตในช่วงวัฏจักรธุรกิจ นอกจากนี้ ลักษณะของการส่งออกและผลผลิตในวัฏจักรเศรษฐกิจสามารถวิเคราะห์ได้ผ่านแบบจำลอง Threshold Vector Error Correction Models (TVECM) ที่พิจารณาตัวแปรสำคัญ คือ GDP, Export และ Import ผลวิจัยพบว่า ตัวแปรทั้งสามมีแนวโน้มบรรจบกันสู่จุดสมดุลในระยะยาว สำหรับเกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระยะยาวพบว่า GDP เทียบกับการส่งออก และ GDP เทียบกับการนำเข้ามีความสัมพันธ์ในเชิงสมดุล ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างการส่งออกและการนำเข้าไม่มีความเชื่อมโยงที่ชัดเจน นอกจากนี้ ยังได้ทำโมเดลคาดการณ์ GDP, Export และ Import ในระยะเวลา 5 ปี (ช่วงปี ค.ศ. 2018–2022) ซึ่งบ่งชี้ว่าสถานการณ์การเติบโตของการส่งออกและผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะสั้น



ภาพที่ 1.7 โมเดลคาดการณ์ภายใต้ TVAR ในช่วง 5 ปี สำหรับตัวแปรสำคัญ

จาก Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model, by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, & P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจ (Economic Policy Makers) ควรมุ่งเน้นการออกแบบนโยบายเศรษฐกิจมหภาคที่สอดคล้องกับวัฏจักรเศรษฐกิจในทุกระดับเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพและลดผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยในระยะสั้น

Nguyen และ Bui (2021) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดการค้าเสรี (Trade Openness: TO) กับการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth: EG) ในกลุ่มประเทศอาเซียน 6 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ซึ่งล้วนเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของภูมิภาคอาเซียน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบเชิงไม่เป็นเส้นตรง (Nonlinear) ระหว่างระดับการเปิดการค้าเสรี (วัดจากสัดส่วนมูลค่าการค้าต่อ GDP) กับการเติบโตทางเศรษฐกิจ (วัดจาก GDP) โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี ค.ศ. 2004–2019 และใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงพหุคูณที่มีค่าจุดเปลี่ยน (Panel Threshold Regression Model) พร้อมควบคุมปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การลงทุน แรงงาน อัตราเงินเฟ้อ และคุณภาพของสถาบัน ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดการค้าและการเติบโตทางเศรษฐกิจมีลักษณะไม่เป็นเส้นตรง โดยพบค่าจุดเปลี่ยน (Threshold) อยู่ 3 ระดับ กล่าวคือ 1) เมื่อระดับ TO ยังต่ำกว่าค่า Threshold จุดเปลี่ยนแรก จะส่งผลเชิงบวกอย่างชัดเจนต่อเศรษฐกิจ ณ จุดนี้ ประเทศที่มีระดับการเปิดการค้าค่อนข้างต่ำ การเริ่มเปิดการค้าจะทำให้ประเทศได้รับประโยชน์เต็มที่ เช่น เข้าถึงตลาดใหม่ รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือเพิ่มการจ้างงานจากการส่งออก เป็นต้น จึงเห็นการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน 2) เมื่อระดับ TO อยู่ระหว่างค่าจุดเปลี่ยนแรกและที่สอง ผลบวกยังคงมีอยู่แต่ลดลง ณ จุดนี้ ประเทศเข้าสู่ช่วง “การค้าเปิดมากพอสมควรแล้ว” ข้อดีจากการเปิดการค้าเริ่มถึงจุดอิ่มตัวบางส่วน เช่น อุตสาหกรรมภายในเริ่มเผชิญการแข่งขัน การไหลเข้าของสินค้านำเข้าอาจกดดันผู้ผลิตในประเทศ แม้การเติบโตยังเพิ่มขึ้น แต่เป็นอัตราที่ลดลง (Diminishing Return) และ 3) หากระดับ TO สูงเกินกว่าค่า Threshold จุดเปลี่ยนที่สองและไม่มีการสนับสนุนจากภายใน เช่น โครงสร้างพื้นฐานหรือสถาบันที่เข้มแข็ง ผลกระทบต่อเศรษฐกิจอาจกลายเป็นลบ ณ จุดนี้ ประเทศเปิดการค้าอย่างมาก เช่น ภาษีนำเข้าต่ำมาก หากไม่มีความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ เช่น ระบบสถาบันดี โครงสร้างพื้นฐานรองรับ หรือความแข็งแกร่งของเสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ ประเทศเหล่านี้จะเสียเปรียบในกลไกตลาดระหว่างประเทศ เสียประโยชน์มากกว่า

จะได้ประโยชน์ในภาพรวม เช่น สินค้านำเข้าทำลายอุตสาหกรรมท้องถิ่น รายได้ไม่กระจายตัว และความเหลื่อมล้ำเพิ่มขึ้น ข้อเสนอเชิงนโยบาย จากการศึกษา ได้แก่ ต้องรักษาสมดุลในการเปิดเสรีทางการค้า ควบคู่กับการพัฒนา นโยบายภายในประเทศ ควรลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและการศึกษาเพื่อเสริมขีดความสามารถของประเทศ และส่งเสริมความร่วมมือระดับภูมิภาคในกลุ่มอาเซียนเพื่อใช้ยุทธศาสตร์การค้าร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาคุณภาพของสถาบันภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบกฎหมาย การกำกับดูแล และธรรมาภิบาล เพื่อรองรับผลกระทบจากการเปิดตลาดระหว่างประเทศอย่างมั่นคงและยั่งยืน

1.7 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป เศรษฐศาสตร์การค้า และการค้าระหว่างประเทศ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจในการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศต่าง ๆ มีการลงทุนระหว่างประเทศที่ตกลงทำธุรกรรมทางการค้าร่วมกัน ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เพื่อการผลิตและการจัดจำหน่ายระหว่างประเทศ เพราะประเทศไม่สามารถผลิตสินค้าเองได้ทุกชนิด ด้วยสาเหตุความแตกต่างทางด้านทรัพยากรในการผลิต ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความชำนาญในการผลิตและนโยบายการลงทุนของรัฐบาล การค้าระหว่างประเทศจึงก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรของโลกให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยประเทศไทยดำเนินเศรษฐกิจแบบเปิด ใช้ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ทั้งการค้าขายและการลงทุนจึงเป็นเครื่องจักรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ภาคเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะธุรกิจเกษตรที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เพื่อการผลิตและการจัดจำหน่าย ทั้งในและระหว่างประเทศ กิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้มีความสำคัญ คือ การใช้ทรัพยากรได้เต็มประสิทธิภาพ การตอบสนองความต้องการในแต่ละประเทศเพิ่มขึ้น การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสินค้าเกษตรและการดำเนินธุรกิจ ประชาชนมีความกินดีอยู่ดีมากขึ้น และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ กระแสโลกาภิวัตน์นำมาซึ่งการขยายตัวและการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการเปิดเสรีทางการค้า การลงทุน การบริการ การเคลื่อนย้ายทุนและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ เศรษฐกิจโลกถูกขับเคลื่อนด้วยตลาดโลกที่ไม่สามารถควบคุมได้ทั้งระบบเศรษฐกิจของรัฐและเอกชน วัฒนธรรมและพรมแดน ทุกประเทศต้องตั้งรับกับความท้าทายต่อสถานการณ์ไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นได้ ต้องมีความยืดหยุ่นและขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ ในตลาดโลกในยุคศตวรรษที่ 21 ธุรกิจและประเทศต่าง ๆ ต้องเผชิญกับคลื่นความท้าทายที่ถาโถมเข้ามาหลากหลายด้าน ซึ่งล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ และความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว ประเด็นหลักคือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ได้กลายเป็นภัยคุกคามใหม่ที่ไม่มีใครมองข้าม ภาคการเกษตร การท่องเที่ยว และภาคพลังงานต่างก็ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติและความแปรปรวนของฤดูกาล ทำให้ธุรกิจต้องวางแผนรับมืออย่างยืดหยุ่นมากขึ้น ประเด็นต่อมาคือ ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ สงครามและความขัดแย้งระหว่างประเทศมหาอำนาจ ไม่ว่าจะเป็สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน หรือความตึงเครียดระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทานเศรษฐกิจโลก การค้าระหว่างประเทศ และการลงทุนระหว่างประเทศครอบคลุมทั่วโลก อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ขณะเดียวกัน ความเสี่ยงจากการพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานจากประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป ได้รับการตอกย้ำในช่วงการระบาดของ Covid-19 แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงของระบบการผลิตโลก ส่งผลโดยตรงต่อภาวะเงินเฟ้อและนโยบายการเงินที่เข้มงวดได้กระทบต้นทุนและการบริโภคทั่วโลก อีกทั้งเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วยังต้องการแรงงานที่มีทักษะสูงขณะที่ปัญหาขาดแคลนแรงงานยังคงมีอยู่ ขณะเดียวกันสังคมโลกเริ่มเรียกร้องให้ภาคธุรกิจดำเนินงานตามหลัก ความยั่งยืนมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ผู้บริโภคยุคใหม่ยังเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยเน้นการบริโภคที่เป็นมิตรต่อโลก โปร่งใส และมีคุณค่า

อย่างแท้จริง นอกจากนี้ มาตรการกีดกันทางการค้าใหม่ ๆ ก็ส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการขยายธุรกิจในระดับโลกอย่างมีนัยสำคัญ ประเด็นเหล่านี้เป็นความท้าทายที่ตลาดโลกในศตวรรษที่ 21 ต้องเผชิญและทุกภาคส่วนจะต้องร่วมมือกันเพื่อออกแบบแนวทางการปรับตัวที่ยั่งยืนมีประสิทธิภาพ และเปิดกว้างสำหรับนวัตกรรมเพื่ออนาคตที่มั่นคงและยืดหยุ่น

การเปิดเสรีทางการค้าในตลาดโลกเปรียบได้กับการเปิดประตูสู่โอกาสทางเศรษฐกิจที่กว้างไกล แต่ก็แฝงไปด้วยความท้าทายที่ต้องเตรียมพร้อมรับมือสำหรับประเทศกำลังพัฒนาโดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียน การเปิดการค้าเสรีช่วยสร้างแรงขับเคลื่อนใหม่ให้กับเศรษฐกิจด้วยการขยายโอกาสทางการส่งออก สินค้าเกษตร อุตสาหกรรมแปรรูปและบริการสามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้ง่ายขึ้น ภาคเอกชนมีแรงจูงใจในการยกระดับคุณภาพสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและมาตรฐานที่เข้มงวดของตลาดโลก นอกจากนี้ การเปิดตลาดยังช่วยเปิดรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การลงทุนจากต่างชาติ และแนวคิดใหม่ในการบริหารจัดการที่สามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีก็เปรียบเสมือนคลื่นลูกใหญ่ที่ต้องรับมือในหลายมิติท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมระดับต่าง ๆ ในประเทศ หากไม่มีมาตรการรองรับที่เพียงพอ อุตสาหกรรมในประเทศที่ยังไม่แข็งแกร่งอาจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจนอาจยื่นหยัดได้ เกษตรกรรายย่อยและผู้ประกอบการขนาดเล็กอาจประสบปัญหาต้นทุนสูง รายได้ไม่แน่นอน หรือไม่สามารถเข้าถึงตลาดใหม่ได้อย่างแท้จริง ยิ่งไปกว่านั้น ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ภาวะสงครามการค้า หรือโรคระบาดระหว่างประเทศอาจส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ ทำให้ประเทศที่พึ่งพาการค้าภายนอกอย่างมากเผชิญกับความเสี่ยงสูงขึ้น

ดังนั้น การดำเนินนโยบายเปิดเสรีการค้าในตลาดระหว่างประเทศจึงควรคำนึงถึงการพัฒนาในมิติอื่น ๆ ที่สามารถสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในเชิงบวก และมีนโยบายภายในประเทศสนับสนุนควบคู่กัน ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การเสริมสร้างทักษะแรงงาน การยกระดับมาตรฐานสินค้า และที่สำคัญคือการพัฒนาสถาบันที่เกี่ยวข้องให้มีความโปร่งใสเข้มแข็ง และมีธรรมาภิบาล เพื่อให้การค้าเสรีนำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืน

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายสาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ พร้อมวิเคราะห์บริบทของประเทศไทยเกี่ยวกับสินค้าส่งออกสำคัญสู่ตลาดระหว่างประเทศ (เพิ่มเติม: พิจารณาประเภทสินค้า ลักษณะความได้เปรียบ และความท้าทายที่เกี่ยวข้อง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ยกตัวอย่างธุรกิจเกษตรในตลาดระหว่างประเทศที่น่าสนใจ โดยเลือกตัวอย่างจากธุรกิจของประเทศไทย 1 ธุรกิจ และธุรกิจของต่างประเทศอีก 1 ธุรกิจ (เพิ่มเติม: อธิบายลักษณะการดำเนินงาน จุดแข็ง และกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. วิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศในอีก 3 ปีข้างหน้า โดยอ้างอิงข้อมูลการส่งออกสินค้าเกษตรระหว่างปี พ.ศ. 2554–2566 (เพิ่มเติม: พิจารณาปัจจัยบวก ปัจจัยเสี่ยง และโอกาสใหม่ ๆ สำหรับผู้ประกอบการ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลสินค้าเกษตร ศักยภาพตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก)

เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>

- กระทรวงพาณิชย์ (ข้อมูลการส่งออกนำเข้า แนวโน้มการค้า และนโยบายที่เกี่ยวข้อง) เว็บไซต์: <https://www.moc.go.th>

www.moc.go.th

- ธนาคารแห่งประเทศไทย (รายงานเศรษฐกิจและแนวโน้มการค้า การลงทุน) เว็บไซต์: <https://www.bot.or.th>

- ศูนย์ข้อมูลการเกษตรแห่งชาติ (ข้อมูลสถิติการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรไทย) เว็บไซต์: <http://www.naic.doae.go.th>

naic.doae.go.th

- องค์การการค้าโลก (กฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ และแนวโน้มตลาดโลก) เว็บไซต์: <https://www.wto.org>

- องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (ข้อมูลแนวโน้มสินค้าเกษตรและนวัตกรรมในระดับโลก)

เว็บไซต์: <https://www.fao.org>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ จำแนกเป็น แนวคิดยุคคลาสสิก (Classical Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศแบบดั้งเดิม นำโดยอดัม สมิธ (Adam Smith) ด้วยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาดหรือความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) และเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) ด้วยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) โดยถือว่า “แรงงาน” เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ทั้งสองทฤษฎีจะเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตแต่ละประเทศ การแลกเปลี่ยนจะมีขอบเขตอยู่ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผลิตได้โดยเปรียบเทียบของทั้งสองประเทศ ดังนั้น บทนี้จะกล่าวถึงพื้นฐานทฤษฎีดังกล่าว ได้แก่ 1) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด 2) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ 3) ผลตอบแทนปัจจัยแรงงานภายในประเทศ และ 4) สรุปและทัศนนะเชิงวิชาการ

2.1 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด (Absolute Advantage Theory) ตามแนวคิดของอดัม สมิธ (Adam Smith, 1776: 1723 - 1790) ในหนังสือ An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations ว่าด้วยความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลให้ประเทศผลิตสินค้าที่ตนเองมีความถนัดในการผลิต นั่นคือ มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าประเทศคู่ค้าแล้วทำการส่งออกสินค้านั้นไปยังตลาดโลก เมื่อทุกประเทศผลิตสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบ จะส่งผลให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพ ปริมาณการผลิตรวมเพิ่มขึ้น ตลอดจนการบริโภคโดยรวมของทุกประเทศสูงขึ้น ในที่สุดทำให้สวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Economic Welfare) ของแต่ละประเทศและเศรษฐกิจโลกดีขึ้น ความได้เปรียบโดยเด็ดขาด คือ ประเทศหนึ่งสามารถผลิตสินค้าชนิดเดียวกันได้จำนวนมากว่าที่ประเทศอื่นผลิตได้โดยใช้ทรัพยากรเท่ากัน (โพททรี วิบูลชุตติกุล, 2555; เยาวเรศ ทับพันธุ์, 2557; Feenstra & Taylor, 2021)

กรณีตัวอย่างความได้เปรียบโดยเด็ดขาด

กรณีตัวอย่างความได้เปรียบโดยเด็ดขาด พิจารณาผลผลิตต่อแรงงาน 1 คน ประเทศไทยผลิตข้าวได้ 10 ถัง และรถยนต์ได้ 8 คัน ส่วนประเทศญี่ปุ่น ผลิตข้าวได้ 6 ถัง และรถยนต์ได้ 28 คัน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ผลผลิตภาพแรงงานในการผลิตข้าวและรถยนต์ของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

สินค้า	ผลผลิตต่อแรงงาน 1 คน	
	ไทย	ญี่ปุ่น
ข้าว (ถัง)	10	6
รถยนต์ (คัน)	8	28

หากประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นเลือกผลิตสินค้าเองทั้งสองชนิด แรงงานต้องถูกแบ่งไปผลิตสินค้าทั้งสองที่ร้อยละ 50 นั่นคือ ผลิตข้าวและรถยนต์ย้อมได้น้อยลงไปร้อยละ 50 เช่นกัน ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบผลิตภาพแรงงานกรณีผลิตสินค้าตามความถนัดและผลิตสินค้าเองทั้งสองอย่าง

สินค้า	กรณีที่ 1 แต่ละประเทศผลิตสินค้าชนิดเดียว (ตามความถนัด)		กรณีที่ 2 แต่ละประเทศผลิตสินค้าเองทั้งสองอย่าง (แรงงานถูกแบ่งร้อยละ 50)	
	ไทย	ญี่ปุ่น	ไทย	ญี่ปุ่น
ข้าว (ถัง)	10	ไม่ผลิต	5	3
รถยนต์ (คัน)	ไม่ผลิต	28	4	14
ผลผลิตรวม	10	28	9	17

• **กรณีที่ 1 แต่ละประเทศผลิตสินค้าชนิดเดียว (ตามความถนัด)** ประเทศไทยเลือกผลิตข้าว แรงงานใช้ผลิตข้าวอย่างเดียว ได้ผลผลิตข้าว 10 ถัง ส่วนประเทศญี่ปุ่นเลือกผลิตรถยนต์ แรงงานใช้ผลิตรถยนต์อย่างเดียวเช่นกัน ได้ผลผลิตรถยนต์ 28 คัน

• **กรณีที่ 2 แต่ละประเทศผลิตสินค้าเองทั้งสองอย่าง** แรงงานต้องผลิตทั้งข้าวและรถยนต์ แรงงานถูกแบ่งร้อยละ 50 ทำให้ได้รับผลผลิตลดลงครึ่งหนึ่งเช่นกัน นั่นคือ ประเทศไทยผลิตข้าวได้ 5 ถัง และรถยนต์ 4 คัน ผลผลิตรวมเท่ากับ 9 หน่วย ส่วนประเทศญี่ปุ่นผลิตข้าวได้ 3 ถัง และรถยนต์ 14 คัน ผลผลิตรวมเท่ากับ 17 หน่วย

นั่นคือ ผลผลิตรวมของข้าวในกรณีที่ 1 มากกว่ากรณีที่ 2 ($10 > 8$)
 ผลผลิตรวมของรถยนต์ในกรณีที่ 1 มากกว่ากรณีที่ 2 ($28 > 18$)
 และผลผลิตรวมในกรณีที่ 1 มากกว่า กรณีที่ 2 ($38 > 26$)

การที่ประเทศเลือกผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบและความถนัด (Specialization) เพียงชนิดเดียว จะทำให้แต่ละประเทศเกิดความได้เปรียบ แล้วทำการแลกเปลี่ยนในตลาดระหว่างประเทศ ก่อให้เกิดการแบ่งงานกันทำ ผลผลิตรวมสูงกว่าการผลิตสินค้าเองทุกอย่างในประเทศ ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ทั้งสองประเทศย่อมได้รับประโยชน์จากการเปิดการค้าระหว่างประเทศ ประชาชนในประเทศมีการบริโภคสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้สวัสดิการทางเศรษฐกิจสูงขึ้น

2.2 ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Theory) โดยเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo: 1772-1823) เป็นผู้พัฒนา “ริคาร์เดียน โมเดล” (Ricardian Model) กล่าวคือ แต่ละประเทศควรเลือกผลิตสินค้าและส่งออกสินค้าที่ผลิตได้โดยใช้ต้นทุนต่ำกว่าประเทศคู่ค้าในเชิงเปรียบเทียบ โดยการคำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost: OC) หรือบางกรณีประเทศหนึ่งอาจมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าทั้งสองชนิดเมื่อเปรียบเทียบกับอีกประเทศหนึ่ง จึงต้องพิจารณาเปรียบเทียบต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตสินค้าชนิดนั้นระหว่างสองประเทศในตลาดโลก แม้ว่าประเทศหนึ่ง อาจมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าประเทศคู่ค้าทุกชนิด

(สินค้าทุกชนิดเสียเปรียบโดยสัมบูรณ์) แต่ประเทศนั้นยังสามารถได้รับประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศโดยผลิตและส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เพราะเป็นไปได้ที่จะมีประเทศใดเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้าทุกชนิด เช่น ประเทศเยอรมนีกับประเทศเมียนมาร์ จะเห็นได้ว่าเยอรมนีมีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าต่าง ๆ สูงกว่าเมียนมาร์ แต่เมียนมาร์สามารถค้าขายกับเยอรมนีได้ โดยใช้แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มีสินค้าส่งออกจากประเทศเมียนมาร์ไปยังประเทศเยอรมนี เช่น เมล็ดพืช ถั่ว ไม้สัก และไม้อื่น ๆ เนื่องจากมีต้นทุนโดยเปรียบเทียบต่ำกว่านั่นเอง

ดังนั้น ประเทศที่เสียเปรียบโดยเด็ดขาด จะเลือกผลิตสินค้าที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยที่สุด ส่วนประเทศที่ได้เปรียบโดยเด็ดขาดจะเลือกผลิตสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่ไม่จำเป็นต้องผลิตสินค้าเองทุกอย่าง ข้อสมมติที่สำคัญของ ริคาเดียน โมเดล (ไฟเซอร์ย์ วิชาลชุตติกุล, 2555; เยาวเรศ ทับพันธุ์, 2557; Feenstra & Taylor, 2021) คือ

- 1) โลกประกอบด้วย 2 ประเทศ
- 2) ผลิตสินค้า 2 ชนิด
- 3) ปัจจัยการผลิตอย่างเดียว คือ แรงงาน และเป็นระดับการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่แล้ว

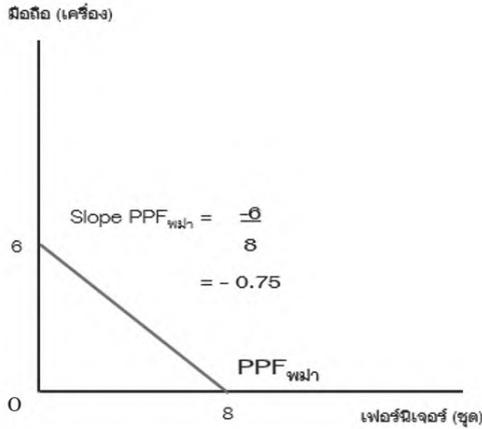
2.2.1 กรณีตัวอย่างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ตัวอย่างที่ 1 ประเทศเมียนมาร์ ผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้ 8 ชุด และโทรศัพท์มือถือได้ 6 เครื่อง ส่วนประเทศเยอรมนี ผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้ 12 ชุด และโทรศัพท์มือถือ 20 เครื่อง โดยใช้ปัจจัยการผลิตเป็นแรงงานชนิดเดียว มีผลิตภาพแรงงาน ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ผลิตภาพแรงงานในการผลิตเฟอร์นิเจอร์และโทรศัพท์มือถือของประเทศเยอรมนีและเมียนมาร์

สินค้า	ผลผลิตต่อแรงงาน 1 คน	
	เมียนมาร์	เยอรมนี
เฟอร์นิเจอร์ (ชุด)	8	12
โทรศัพท์มือถือ (เครื่อง)	6	20

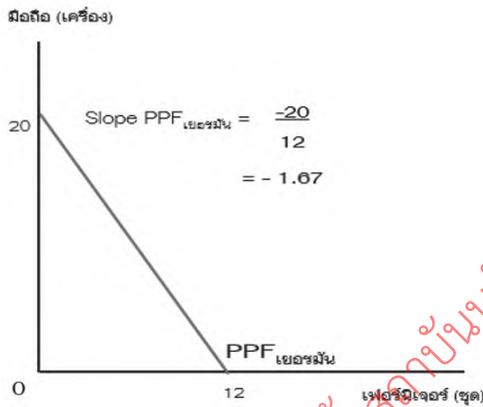
เส้นความเป็นไปได้ในการผลิต (Production Possibility Curve: PPC) เป็นเส้นที่แสดงจำนวนต่าง ๆ ของสินค้า 2 ชนิดที่สามารถผลิตได้โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในขณะนั้น สำหรับแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทรัพยากรที่ใช้คือ แรงงานเท่านั้น เส้น PPC เป็นเส้นตรง ทอดลงจากซ้ายไปขวา ผลได้ต่อขนาดคงที่ (Constant Return to Scale) ความชันเป็นลบ เนื่องจากการเปลี่ยนระดับการผลิตบนเส้น เพื่อให้ได้สินค้าชนิดหนึ่งเพิ่ม จะต้องลดการผลิตสินค้าอีกชนิดลงเพื่อชดเชยทรัพยากรในอัตราที่เท่ากัน (ภาพที่ 2.1 และ 2.2) ก่อให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสเกิดขึ้นทุก ๆ จุดที่อยู่บนเส้น PPC แสดงถึงลักษณะการผลิตที่เต็มศักยภาพ (Full Potential) และใช้ทรัพยากรเต็มที่ (Full Employment) จะเห็นว่า ประเทศเยอรมนีสามารถผลิตเฟอร์นิเจอร์และโทรศัพท์มือถือได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเมียนมาร์ ซึ่งตามแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ต้องคำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสเพื่อดูว่าแต่ละประเทศควรผลิตสินค้าใด ดังนี้



ภาพที่ 2.1 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศเมียนมาร์

• ประเทศเมียนมาร์

ความชันเส้น PPC ของเมียนมาร์ เท่ากับ 0.75 บ่งบอกค่า OC ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ คือเมื่อ ผลิตเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้น 1 ชุด แรงงานต้องลดการผลิตโทรศัพท์มือถือลง 0.75 เครื่อง



ภาพที่ 2.2 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศเยอรมนี

• ประเทศเยอรมนี

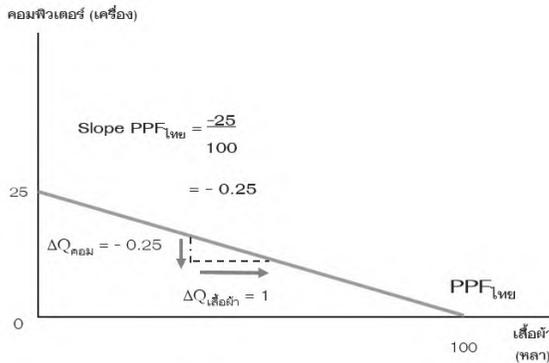
ความชันเส้น PPC ของเยอรมนี เท่ากับ 1.67 บ่งบอกค่า OC ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ คือเมื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้น 1 ชุด แรงงานต้อง ลดการผลิตโทรศัพท์มือถือลง 1.67 เครื่อง

แม้ว่าประเทศเมียนมาร์จะผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิดได้น้อยกว่าประเทศเยอรมนี แต่หากพิจารณาด้านทุนค่าเสียโอกาส จะเห็นได้ว่า ประเทศเมียนมาร์มีต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ต่ำกว่า ประเทศเยอรมนี ($OC_{\text{เมียนมาร์}} = 0.75$ น้อยกว่า $OC_{\text{เยอรมัน}} = 1.67$) ดังนั้น ประเทศเมียนมาร์ควรผลิตเฟอร์นิเจอร์และส่งออกไปยังประเทศเยอรมนี ขณะที่ประเทศเยอรมนีควรผลิตโทรศัพท์มือถือและส่งออกไปยังประเทศเมียนมาร์ นั่นเอง

ตัวอย่างที่ 2 ประเทศไทยผลิตเสื้อผ้าได้ 100 หลา และผลิตคอมพิวเตอร์ได้ 25 เครื่อง ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลิตเสื้อผ้าได้ 150 หลา และผลิตคอมพิวเตอร์ได้ 300 เครื่อง (ตารางที่ 2.4) พิจารณาสินค้าที่จะผลิตในแต่ละประเทศโดยใช้แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (ภาพที่ 2.3 – 2.4)

ตารางที่ 2.4 ผลผลิตภาพแรงงานในการผลิตเสื้อผ้าและคอมพิวเตอร์ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา

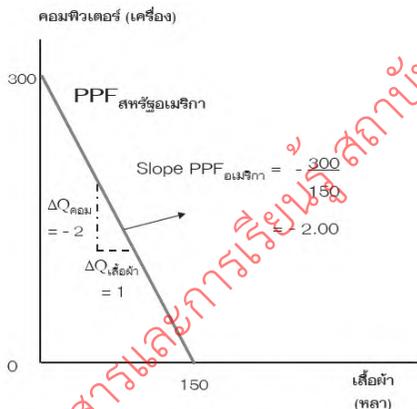
สินค้า	ผลผลิตต่อแรงงาน 1 คน	
	ไทย	สหรัฐอเมริกา
เสื้อผ้า (หลา)	100	150
คอมพิวเตอร์ (เครื่อง)	25	300



• ประเทศไทย

ความชันเส้น PPC ของไทย เท่ากับ 0.25 บ่งบอกค่า OC ในการผลิตเสื้อผ้า คือเมื่อผลิตเสื้อผ้าเพิ่มขึ้น 1 หลา แรงงานต้องลดการผลิตคอมพิวเตอร์ลง 0.25 เครื่อง

ภาพที่ 2.3 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศไทย



• ประเทศสหรัฐอเมริกา

ความชันเส้น PPC ของสหรัฐอเมริกา เท่ากับ 2.00 บ่งบอกค่า OC ในการผลิตเสื้อผ้า คือเมื่อผลิตเสื้อผ้าเพิ่มขึ้น 1 หลา แรงงานต้องลดการผลิตคอมพิวเตอร์ลง 2.00 เครื่อง

ภาพที่ 2.4 เส้นความเป็นไปได้ในการผลิตของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา

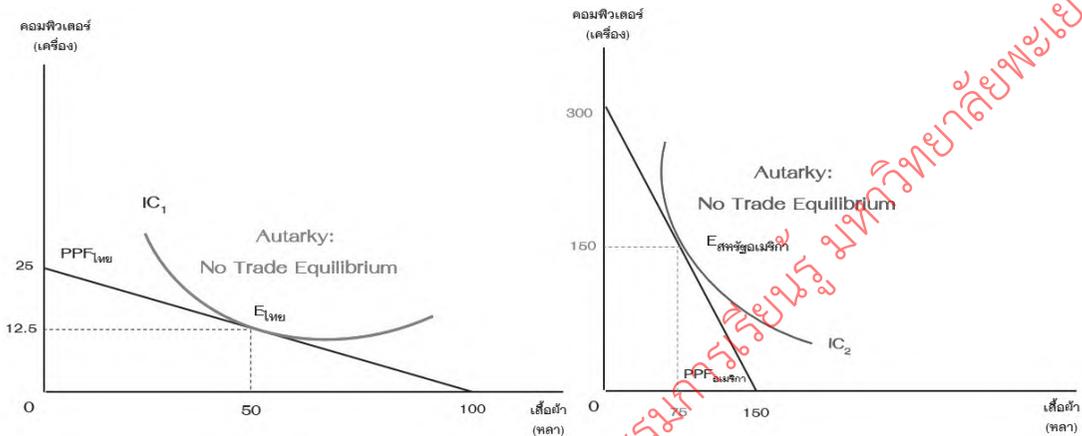
จะเห็นว่า OC ในการผลิตเสื้อผ้าของประเทศไทย ต่ำกว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา ($OC_{ไทย} = 0.25$ น้อยกว่า $OC_{อเมริกา} = 2.00$) ดังนั้น ประเทศไทยควรเลือกผลิตสินค้าที่ต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำกว่า นั่นคือ

- ประเทศไทย มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเสื้อผ้าและส่งออกเสื้อผ้า
- ประเทศสหรัฐอเมริกา มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตคอมพิวเตอร์ และส่งออกคอมพิวเตอร์

2.2.2 ระดับดุลยภาพก่อนการเปิดการค้าระหว่างประเทศ

จากตัวอย่างที่ 2 สำหรับประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาต้องผลิตสินค้าเองทุกชนิด ด้วยการจัดสรรปัจจัยแรงงานในสัดส่วนเท่ากัน เมื่อพิจารณาดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ เรียกว่า “ดุลยภาพดั้งเดิม” (Autarky Equilibrium) เป็นจุดที่ เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve: IC) ตัดกับเส้น PPC ดังภาพที่ 2.5 จะเห็นได้ว่า ดุลยภาพก่อนการเปิดการค้าระหว่างประเทศ เป็นดังนี้

- ประเทศไทย ผลิตเสื้อผ้า 50 หลา และคอมพิวเตอร์ 12.5 เครื่อง เพื่อบริโภคภายในประเทศ
- ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลิตเสื้อผ้า 75 หลา และคอมพิวเตอร์ 150 เครื่อง



ภาพที่ 2.5 ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ สำหรับประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา

สำหรับการพิจารณา ราคาเปรียบเทียบ (Relative Price) จะเห็นได้ว่า ณ จุดดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ ต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตเสื้อผ้า สามารถสะท้อนถึงราคาเปรียบเทียบ ของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ นั่นคือ ต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตเสื้อผ้า เท่ากับ ราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อราคาคอมพิวเตอร์ เช่น กรณีประเทศไทย มีต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตเสื้อผ้าและราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ เท่ากับ 0.25

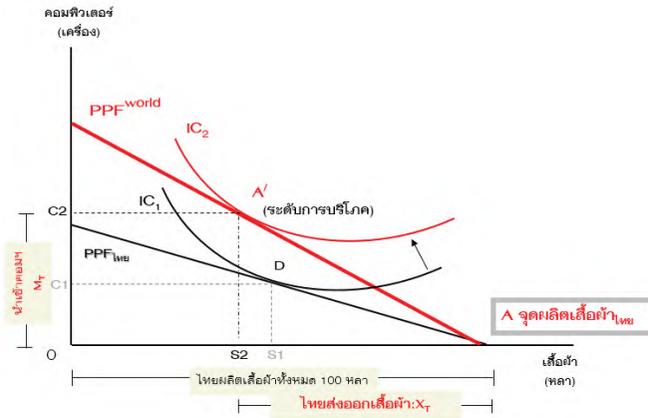
2.2.3 ระดับดุลยภาพหลังการเปิดการค้าระหว่างประเทศ

1) แบบแผนการผลิต

ริคาเดียน โมเดล มีการพิจารณาแผนการผลิต (Pattern of Production) ซึ่งถูกกำหนดโดยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ส่งผลต่อระดับดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศของทั้งสอง ประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ (Feenstra & Taylor, 2021) ดังแสดงตามภาพที่ 2.6 และ 2.7

• ประเทศไทย

ก่อนเปิดตลาดระหว่างประเทศ เดิมแรงงานไทยผลิตคอมพิวเตอร์และเสื้อผ้าที่จุด D แต่เมื่อเปิดการค้าระหว่างประเทศ แรงงานทั้งหมดเคลื่อนย้ายมาผลิตเสื้อผ้าอย่างเดียวที่จุด A ได้เท่ากับ 100 หลา ระดับการผลิตเปลี่ยนแปลงกลายเป็นเส้น PPC โลก เกิดดุลยภาพใหม่ที่จุด A/ เส้นความพอใจเท่ากันเปลี่ยนแปลงเป็นเส้น IC2 ที่มีระดับสูงขึ้น ประชาชนบริโภคเสื้อผ้าที่จุด S2 และบริโภคคอมพิวเตอร์ที่จุด C2 ฉะนั้นปริมาณการผลิตเสื้อผ้าเพื่อส่งออกไปยังตลาดโลกอยู่ที่ระดับ XT (เหลือจากระดับการบริโภคภายในประเทศ) ส่วนการบริโภคคอมพิวเตอร์ที่ C2 ต้องนำเข้าทั้งหมดจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่ระดับ MT เนื่องจากแรงงานในประเทศไทยทำการผลิตเสื้อผ้าเท่านั้น

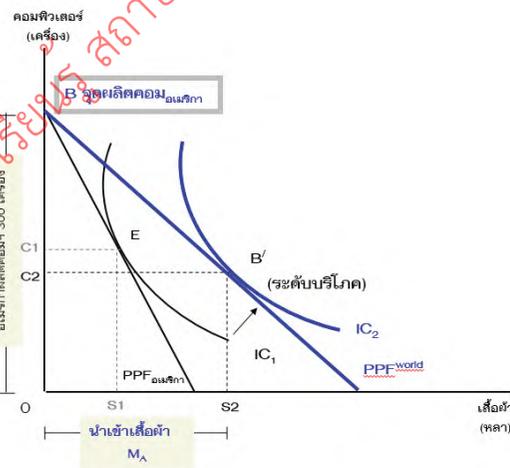


ภาพที่ 2.6 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย

• ประเทศสหรัฐอเมริกา

เดิมแรงงานประเทศสหรัฐอเมริกา ผลิตคอมพิวเตอร์และเสื้อผ้าที่จุด E เมื่อเปิดการค้าระหว่างประเทศ แรงงานทั้งหมดจะผลิตเฉพาะคอมพิวเตอร์ที่จุด B ได้เท่ากับ 300 เครื่อง ระดับการผลิตเปลี่ยนแปลงกลายเป็นเส้น PPC โลก เกิดดุลยภาพใหม่ที่จุด B' เส้นความพอใจเท่ากันเปลี่ยนแปลงเป็นเส้น IC₂ ซึ่งมีระดับสูงขึ้น ประชาชนบริโภคเสื้อผ้าที่จุด S2 และบริโภคคอมพิวเตอร์ที่จุด C2 ฉะนั้นปริมาณการผลิตคอมพิวเตอร์เพื่อส่งออกไปยังตลาดโลกอยู่ที่ระดับ X_A (เหลือจากระดับการบริโภคภายในประเทศ)

ส่วนการบริโภคเสื้อผ้าที่ S2 ต้องนำเข้าทั้งหมดจากประเทศไทยที่ระดับ M_A เนื่องจากแรงงานในประเทศสหรัฐอเมริกาผลิตคอมพิวเตอร์เท่านั้น



ภาพที่ 2.7 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย

ดังนั้น การเปิดการค้าระหว่างประเทศทั้งประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาต่างก็ได้รับประโยชน์ เห็นได้จากเส้นความพอใจเท่ากันสูงขึ้นจาก IC1 เป็น IC2 สะท้อนถึงอรรถประโยชน์ (Utility) ที่สูงขึ้นเช่นกัน การเปิดการค้าระหว่างประเทศจะทำให้ระดับการบริโภคของประชาชนในประเทศเพิ่มขึ้นเช่น ประเทศไทยสามารถบริโภคคอมพิวเตอร์เพิ่มจากก่อนการเปิดการค้าระหว่างประเทศด้วยการนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา เช่นเดียวกับ ประเทศสหรัฐอเมริกาที่เพิ่มระดับการบริโภคเสื้อผ้าจากก่อนการเปิดการค้าระหว่างประเทศด้วยการนำเข้าจาก ประเทศไทย นอกจากนี้ การขยายการผลิตสินค้าที่ประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ย่อมส่งผลต่อค่าจ้าง ของแรงงานภายในประเทศเช่นกัน

2.3 ผลตอบแทนปัจจัยแรงงานภายในประเทศ

ผลตอบแทนปัจจัยแรงงานภายในประเทศ นั่นคือ ค่าจ้างแรงงาน (Wage) ในแต่ละประเทศ เนื่องจาก วิชาเศรษฐศาสตร์ กำหนดปัจจัยการผลิตชนิดเดียวคือแรงงาน ดังนั้น เพื่อให้เห็นถึงผลจากการเปิดการค้าระหว่างประเทศ ที่นอกเหนือจะเพิ่มระดับการบริโภคของประชาชนในประเทศแล้ว การสะท้อนผลกระทบต่อค่าจ้างแรงงานที่เป็น ผลเมืองของประเทศส่วนใหญ่และสำคัญมาก ซึ่งส่งผลโดยตรงกับรายได้ต่อบุคคล (Per Capita Income) และ ผลผลิตภาพ (Productivity) ของระบบเศรษฐกิจ โดยทั่วไปหน่วยผลิตหรือบริษัทจะจ้างแรงงานตามค่าจ้างแรงงานที่ คำนวณจากผลผลิตหน่วยสุดท้ายของแรงงาน (Marginal Production of Labor: MPL) คูณราคาสินค้าชนิดนั้น (Price) ดังนั้น ค่าจ้างแรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและคอมพิวเตอร์ เท่ากับสมการ (1) และ (2) (Feenstra & Taylor, 2021)

$$\text{ค่าจ้างอุตสาหกรรมเสื้อผ้า } Wage_{\text{cloth}} = MPL_{\text{cloth}} \times P_{\text{cloth}} \quad (1)$$

$$\text{ค่าจ้างอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ } Wage_{\text{com}} = MPL_{\text{com}} \times P_{\text{com}} \quad (2)$$

แรงงานในประเทศสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ได้อย่างเสรี โดยมีอัตราค่าจ้างเป็นปัจจัยกำหนดการตัดสินใจ เช่น หากค่าจ้างในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสูงกว่า แรงงาน จะเคลื่อนย้ายจากอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์มาสู่อุตสาหกรรมเสื้อผ้า ในทางกลับกันหากค่าจ้างในอุตสาหกรรม คอมพิวเตอร์สูงกว่า แรงงานจะเคลื่อนย้ายจากอุตสาหกรรมเสื้อผ้าไปสู่อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ฉะนั้นดุลยภาพ ของค่าจ้างแรงงานเกิดขึ้น ณ จุดที่อัตราค่าจ้างระหว่างอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์เท่ากัน ดังสมการ (3) และ (4) เนื่องจากแรงงานได้รับค่าจ้างที่เท่ากันระหว่างภาคการผลิตทั้งสองอุตสาหกรรม จึงไม่จำเป็นต้องมีการเคลื่อนย้ายหน่วยการผลิตอีกต่อไป จากสมการ (5) จะเห็นได้ว่า ต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตเสื้อผ้า เท่ากับ ราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ (Feenstra & Taylor, 2021)

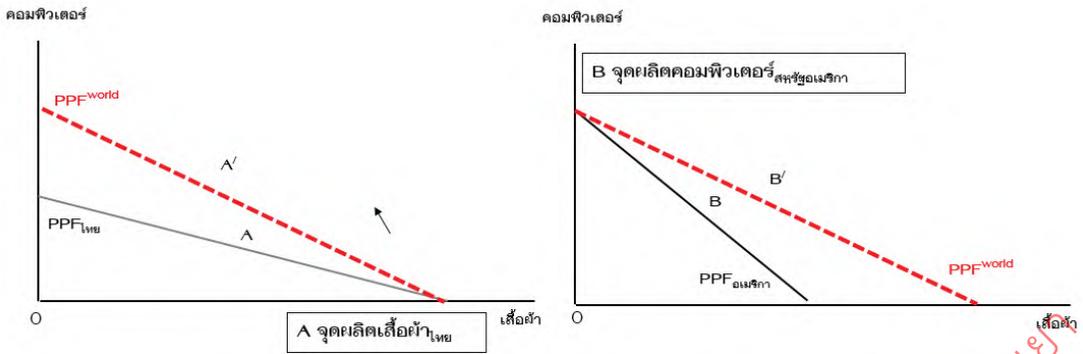
$$Wage_{\text{cloth}} = Wage_{\text{com}} \quad (3)$$

$$MPL_{\text{cloth}} \times P_{\text{cloth}} = MPL_{\text{com}} \times P_{\text{com}} \quad (4)$$

$$\frac{P_{\text{cloth}}}{P_{\text{com}}} = \frac{MPL_{\text{com}}}{MPL_{\text{cloth}}} \quad (5)$$

2.3.1 แบบแผนการค้าระหว่างประเทศ

การเปิดการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลต่อ แบบแผนการค้าระหว่างประเทศ (Pattern of Trade) ที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการ ความเป็นอยู่ของคนในประเทศคู่ค้า เช่น ระดับการบริโภคในประเทศ ค่าจ้างแรงงาน ราคาสินค้าในประเทศ (เสื้อผ้าและคอมพิวเตอร์) ราคาสินค้าส่งออก - นำเข้าในตลาดโลก เป็นต้น จะเห็นว่า เมื่อมีการเปิดตลาดโลก เกิดการเปลี่ยนแปลงของประเทศคู่ค้าทั้งสอง (Feenstra & Taylor, 2021) ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 แบบแผนการค้าระหว่างประเทศสำหรับประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา

• **ประเทศไทย** ผลิตเสื้อผ้าและส่งออก ด้วยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเสื้อผ้า และมีราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ต่ำกว่า (Lower Relative Price) เมื่อเปิดการค้าระหว่างประเทศ เส้น PPC เปลี่ยนเป็นเส้น PPC_{world} ที่มีความชันสูงขึ้น บ่งบอกถึง

ราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์สูงขึ้น (ความชันสูงขึ้น) หมายถึง ราคาเสื้อผ้าเทียบกับคอมพิวเตอร์ เมื่อถูกส่งออกไปยังตลาดโลกขยับสูงขึ้น ย่อมสะท้อนถึงค่าจ้างแรงงานของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าในประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้น สินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เมื่อประเทศผลิตและส่งออก ย่อมส่งผลต่ออัตราค่าจ้างแรงงานภาคอุตสาหกรรมเสื้อผ้าให้สูงขึ้นไปด้วย (สมการที่ 6) (Feenstra & Taylor, 2021)

$$\left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{ไทย} < \left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{World} \quad (6)$$

- เส้นความพอใจ สูงขึ้นเป็น IC2 สะท้อนอรรถประโยชน์ของคนในประเทศสูงขึ้นเช่นกัน

• **ประเทศสหรัฐอเมริกา** ผลิตคอมพิวเตอร์และส่งออก (ด้วยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในคอมพิวเตอร์) เมื่อเปิดการค้าระหว่างประเทศ เส้น PPC เปลี่ยนเป็นเส้น PPC_{world} ที่มีความชันน้อยลง

ราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาถูกลง สะท้อนถึงราคาสินค้าเสื้อผ้าในประเทศต่ำลงจากการนำเข้าเสื้อผ้ามาจากประเทศไทย (สมการที่ 7) (Feenstra & Taylor, 2021)

$$\left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{world} < \left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{สหรัฐอเมริกา} \quad (7)$$

- เส้นความพอใจ สูงขึ้นเป็น IC2 สะท้อนอรรถประโยชน์ของคนในประเทศสูงขึ้นเช่นกัน

ตามแนวคิดของ ริคาเดียน โมเดล การเปิดการค้าระหว่างประเทศ จะเห็นได้ว่าประเทศคู่ค้า ทั้งในฐานะประเทศส่งออกและประเทศนำเข้า เพื่อทำการแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ย่อมทำให้ประชาชนมีความพอใจสูงขึ้น ระดับการบริโภคสินค้าเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อการเพิ่มอัตราค่าจ้างสูงขึ้นกับแรงงานในประเทศผู้ผลิตสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพื่อส่งออก ตลอดจนในตลาดโลก ประเทศส่งออกจะได้ราคาสินค้าส่งออกเปรียบเทียบสูงขึ้น ส่วนประเทศนำเข้า สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกลงเมื่อเทียบกับราคาภายใน

ประเทศก่อนการเปิดตลาด เช่น กรณีประเทศไทยผลิตเสื้อผ้าเพื่อส่งออก เมื่อเปิดตลาดระหว่างประเทศ ราคาเปรียบเทียบในตลาดโลกสูงขึ้น ในขณะที่ราคาเปรียบเทียบของประเทศสหรัฐอเมริกาต่ำลงเมื่อเทียบกับตลาดโลก เนื่องจากนำเข้าเสื้อผ้าจากประเทศไทย ซึ่งแรงงานไทยมีความชำนาญในการผลิตเสื้อผ้า จึงทำให้ต้นทุนเสื้อผ้าในประเทศไทยถูกกว่าเมื่อเทียบกับการผลิตเสื้อผ้าโดยใช้แรงงานในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้เสื้อผ้าราคาแพง ดังนั้น การนำเข้าเสื้อผ้าจากประเทศไทย จะทำให้ราคาเสื้อผ้าในตลาดภายในประเทศสหรัฐอเมริกาถูกลง (สมการที่ 8) (Feenstra & Taylor, 2021)

$$\left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{ไทย} < \left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{world} < \left(\frac{P_{cloth}}{P_{com}}\right)^{สหรัฐอเมริกา} \quad (8)$$

สำหรับประเทศไทย ราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ในตลาดโลกสูงขึ้น หมายความว่าเมื่อประเทศไทยผลิตเสื้อผ้าและส่งออกไปยังตลาดโลก จะทำให้ราคาเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์สูงขึ้น ประเทศไทยจึงรับประโยชน์จากการส่งออก ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ราคาเปรียบเทียบของเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ในตลาดโลกมีราคาต่ำกว่าเมื่อเทียบกับราคาเสื้อผ้าต่อคอมพิวเตอร์ในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา (ก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ) หมายความว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาซื้อเสื้อผ้าจากการนำเข้าได้ถูกกว่าการผลิตเองในประเทศ

2.4 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป แนวคิดการค้าระหว่างประเทศยุคคลาสสิก ตามแนวคิดของอดัม สมิธ ด้วยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด ซึ่งประเทศควรผลิตสินค้าที่มีความถนัดในการผลิต นั่นคือ มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าประเทศคู่ค้า แล้วทำการส่งออกสินค้านั้นไปยังตลาดโลก และแนวคิดของเดวิด ริคาร์โด ด้วยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ต้องพิจารณาต้นทุนค่าเสียโอกาส โดยผลิตสินค้าและส่งออกที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งต้นทุนค่าเสียโอกาสดูต่ำกว่าประเทศคู่ค้า และนำเข้าสินค้าที่มีต้นทุนค่าเสียโอกาสสูงกว่าคู่ค้า การเปิดการค้าระหว่างประเทศจะส่งผลต่อแบบแผนการค้าระหว่างประเทศ ราคาเปรียบเทียบ ค่าจ้างของแรงงาน ตลอดจนอรรถประโยชน์ของคนในประเทศสูงขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อสวัสดิการของคนในประเทศคู่ค้าเปลี่ยนแปลงในทิศทางดีขึ้น การจัดสรรทรัพยากรของประเทศคู่ค้า และระดับโลกมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ แนวคิดการค้าระหว่างประเทศในยุคคลาสสิกโดยอดัม สมิธ และเดวิด ริคาร์โด ถือเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐศาสตร์การค้า โดยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด (อดัม สมิธ) เสนอว่าประเทศควรผลิตและส่งออกสินค้าที่สามารถผลิตได้มีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ขณะที่เดวิด ริคาร์โด พัฒนาต่อยอดด้วยทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งให้ความสำคัญกับต้นทุนค่าเสียโอกาส ชี้ให้เห็นว่าการค้าระหว่างประเทศสามารถเกิดประโยชน์ร่วมกันได้ แม้ประเทศหนึ่งจะไม่ได้มีความได้เปรียบโดยเด็ดขาดก็ตาม แนวคิดเหล่านี้ได้วางพื้นฐานให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในระดับโลก ส่งผลให้ประเทศสามารถขยายการผลิตสร้างรายได้ เพิ่มค่าจ้าง และยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน ทั้งยังส่งเสริมการรวมตัวทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และสร้างกลไกให้ประเทศกำลังพัฒนามีบทบาทในระบบเศรษฐกิจโลกมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของการค้าเสรีจำเป็นต้องพิจารณาควบคู่กับนโยบายภายในเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการเปิดตลาดอย่างเสรี

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายแนวคิดเรื่องความได้เปรียบโดยเด็ดขาดของอดัม สมิท และวิเคราะห์ว่าแนวคิดนี้ยังมีความเกี่ยวข้องหรือเกิดขึ้นได้ในโลกปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร (เพิ่มเติม: ยกตัวอย่างประกอบเพื่อชี้ให้เห็นการประยุกต์ใช้ในยุคปัจจุบัน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. เลือกตัวอย่างประเทศคู่ค้า 2 ประเทศที่ผลิตสินค้า 2 ชนิด พร้อมวิเคราะห์การค้าภายใต้ราคาเดียน โมเดล โดยพิจารณาดุลยภาพก่อนและหลังการเปิดตลาด รวมถึงวิเคราะห์แบบแผนการผลิตและแบบแผนการค้า (เพิ่มเติม: พิจารณาจากต้นทุนโอกาสที่แตกต่างกันและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. อธิบายการปรับตัวของราคาสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อมีการส่งออก พร้อมวิเคราะห์กลไกตลาดที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงราคา (เพิ่มเติม: เชื่อมโยงกับแนวคิดด้านอุปสงค์และอุปทานระหว่างประเทศ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารและ자료การเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- David Ricardo – Principles of Political Economy and Taxation (ต้นกำเนิดแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและโมเดลริคาเดียน)

- International Monetary Fund (IMF) (ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค การไหลเวียนสินค้าและทุนระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.imf.org>

- World Bank (ธนาคารโลก) (ข้อมูลการค้าโลก ข้อมูลเปรียบเทียบผลผลิตภาพระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.worldbank.org>

- รายงานการค้าระหว่างประเทศของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลตัวอย่างประเทศคู่ค้าและแนวโน้มการค้าของไทย) เว็บไซต์: <https://www.dtn.go.th>

- หนังสือ “International Trade” โดย Feenstra, and Taylor (ตำรา International Trade)

- หนังสือ “The Wealth of Nations” โดย Adam Smith (แหล่งต้นฉบับเกี่ยวกับแนวคิดความได้เปรียบโดยเด็ดขาด)

- องค์การการค้าโลก (WTO) (ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเสรีการค้าและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าโลก) เว็บไซต์: <https://www.wto.org>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

แนวคิดการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่เน้นศึกษาในแง่ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรที่ประเทศมีอยู่ (Factor Endowment) เช่น บางประเทศมีปัจจัยการผลิตแรงงานมากเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น หรือบางประเทศมีปัจจัยทุนมากตลอดจนความแตกต่างในส่วนผสมของปัจจัยการผลิตสินค้าแต่ละชนิด ความแตกต่างและส่วนผสมของทรัพยากรดังกล่าว เป็นที่มาของต้นทุนและความได้เปรียบในการผลิต ซึ่งเป็นหลักการสำหรับแนวคิดการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ ดังนั้น บทนี้จะกล่าวถึงพื้นฐานทฤษฎีดังกล่าว ได้แก่ 1) แบบจำลองเฮคเซอร์ - โอห์ลิน 2) ผลได้จากการค้าระหว่างประเทศ 3) อุปสงค์การนำเข้า - อุปทานการส่งออก 4) ตัวอย่างเชิงประจักษ์ของความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิตในประเทศต่าง ๆ และ 5) สรุปและทัศนะเชิงวิพากษ์

3.1 แบบจำลองเฮคเซอร์ - โอห์ลิน

จากแนวคิดการค้าระหว่างประเทศยุคคลาสสิกที่เน้นศึกษาปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวคือ “แรงงาน” ซึ่งปัจจัยการผลิตชนิดเดียวยังไม่เพียงพอที่จะอธิบายสาเหตุของการค้าระหว่างประเทศ ยุคต่อมา นักเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่จึงได้พัฒนาทฤษฎีและขยายแนวคิดการค้าขายระหว่างประเทศ โดยพิจารณาความแตกต่างขององค์ประกอบทรัพยากรที่มีในแต่ละประเทศ ตลอดจนความแตกต่างในส่วนผสมของปัจจัยการผลิตของสินค้าและบริการแต่ละชนิด เป็นแนวคิดการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ (Modern Theory) คือ ทฤษฎีเฮคเซอร์-โอห์ลิน (Heckscher-Ohlin Theorem) หรือเรียกว่า ทฤษฎีสัดส่วนปัจจัยการผลิต ที่พัฒนาขึ้นในต้นศตวรรษที่ 20 โดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดนสองคน คือ เอลิ เฮคเซอร์ (Eli Heckscher: 1879-1952) และเบิร์ต โอห์ลิน (Bertil Ohlin: 1899-1979) (เยาวเรต ทับพันธุ์, 2557; อภิรดา ชินประทีป, 2563; Feenstra & Taylor, 2021) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 ข้อสมมติเบื้องต้นของแบบจำลองเฮคเซอร์-โอห์ลิน

1) แบบจำลองเฮคเซอร์-โอห์ลิน (Heckscher-Ohlin: HO Model) เป็นแบบ $2 \times 2 \times 2$ กล่าวคือ มีการค้าระหว่างประเทศ 2 ประเทศคือ Home Country และ Foreign Country ประเทศผลิตสินค้า 2 ชนิด ตัวอย่างเป็นสินค้ารองเท้าและคอมพิวเตอร์ โดยใช้ปัจจัยการผลิต 2 ชนิด คือแรงงาน (Labor) และทุน (Capital) ปัจจัยแรงงานและทุนสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างอุตสาหกรรมในประเทศได้อย่างเสรี จนกระทั่งได้รับผลตอบแทนเท่ากันทั้งสองอุตสาหกรรม

2) ในกระบวนการผลิต กำหนดให้สินค้ารองเท้า มีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยแรงงาน (Labor Intensity) และสินค้าคอมพิวเตอร์ มีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยทุน (Capital Intensity)

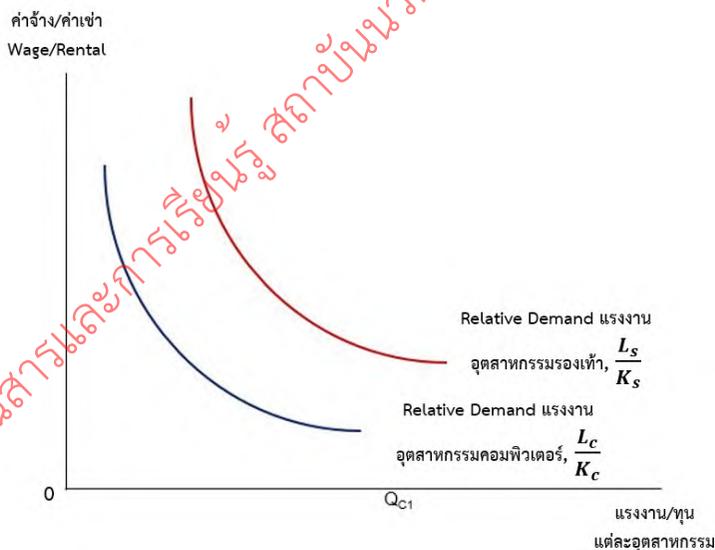
3) กำหนดให้ทั้งสองประเทศมีการจ้างงานเต็มที่ โดย Home Country มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยทุน (Capital Abundance) และ Foreign Country มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยแรงงาน (Labor Abundance)

- 4) ฟังก์ชันการผลิตของสองประเทศมีลักษณะผลได้ต่อขนาดคงที่ (Constant Return to Scale)
- 5) สินค้ารองเท้าและคอมพิวเตอร์ สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนอย่างเสรี โดยไม่มีข้อกีดกันทางการค้าหรือภาษี และไม่มีต้นทุนค่าขนส่ง

6) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของทั้งสองประเทศเท่าเทียมกัน จากข้อสมมติเบื้องต้น ข้อที่ 2) สินค้ารองเท้า มีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยแรงงาน และสินค้าคอมพิวเตอร์ มีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยทุน (Feenstra & Taylor, 2021) โดยที่

- อุตสาหกรรมรองเท้า (Shoes: S) ต้องการปัจจัยแรงงาน (Labor: L) เทียบกับปัจจัยทุน (Capital: K) ต่อหนึ่งหน่วยการผลิต มากกว่า อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ (Computer: C) หรือ การผลิตรองเท้าใช้แรงงานมากกว่าการผลิตคอมพิวเตอร์ นั่นคือ $\frac{L_S}{K_S} > \frac{L_C}{K_C}$
- ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ (Computer: C) ต้องการปัจจัยทุน เทียบกับปัจจัยแรงงานต่อหนึ่งหน่วยการผลิต มากกว่า อุตสาหกรรมรองเท้า หรือการผลิตคอมพิวเตอร์ใช้ปัจจัยทุนมากกว่าการผลิตรองเท้า

พิจารณาเส้นอุปสงค์เปรียบเทียบแรงงานต่อทุน (Relative Demand Curve for Labor to Capital) สำหรับการผลิตรองเท้าและคอมพิวเตอร์ จากภาพที่ 3.1 จะเห็นว่าเส้นอุปสงค์เปรียบเทียบแรงงานต่อทุนของอุตสาหกรรมรองเท้าอยู่ในระดับเหนือกว่าอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ เนื่องจากต้องใช้แรงงานมากกว่าจึงส่งผลให้ค่าตอบแทนสัมพัทธ์ (ค่าจ้างต่อค่าเช่า) สูงกว่าเช่นกัน

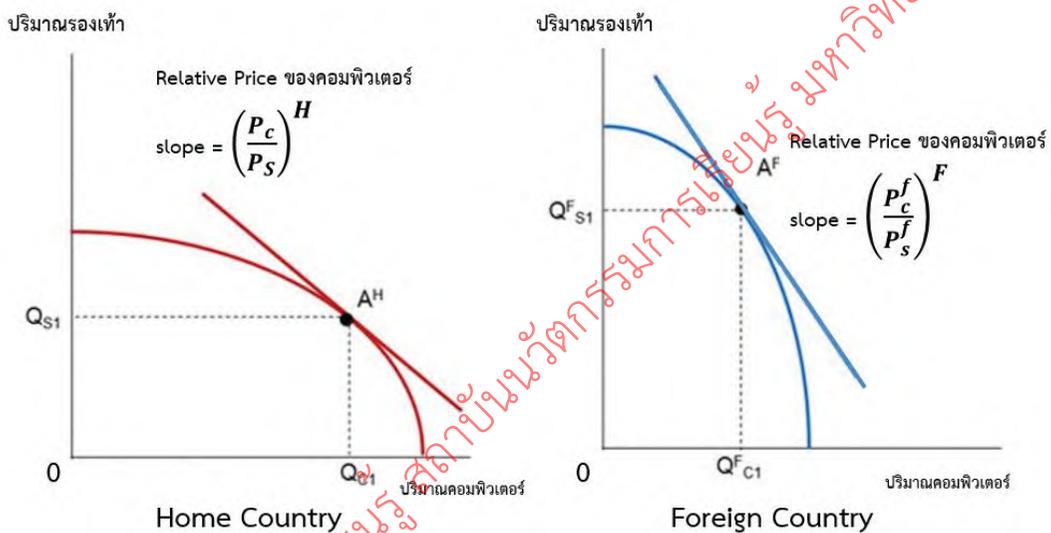


ภาพที่ 3.1 เส้นอุปสงค์เปรียบเทียบแรงงานต่อทุนสำหรับอุตสาหกรรมรองเท้าและคอมพิวเตอร์

3.1.2 ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ

ตาม แบบจำลองเฮคเซอร์-โอห์ลีน อ้างอิงข้อสมมติเบื้องต้นข้อที่ 3) Home Country มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจุบัน และ Foreign Country มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจุบันน้อยกว่า ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ (Autarky Equilibrium) สำหรับทั้งสองประเทศ (ภาพที่ 3.2) (Feenstra & Taylor, 2021) มีรายละเอียดดังนี้

- เส้น PPC ของ Home country ด้วย Home Country มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจุบัน จึงผลิตคอมพิวเตอร์ได้มากกว่า เส้น PPC โน้มเอียงไปทางสินค้าคอมพิวเตอร์ ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ เกิดขึ้นที่จุด A^H นั่นคือ Home Country ผลิตคอมพิวเตอร์ได้ Q_{C1} และผลิตรองเท้า ได้ Q_{S1}
- เส้น PPC ของ Foreign Country ด้วย Foreign Country มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจุบันน้อยกว่า จึงผลิตรองเท้าได้มากกว่า เส้น PPC โน้มเอียงไปทางสินค้ารองเท้า ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ เกิดขึ้นที่จุด A^F นั่นคือ Foreign Country ผลิตคอมพิวเตอร์ได้ Q_{C1}^F และผลิตรองเท้า ได้ Q_{S1}^F



ภาพที่ 3.2 ดุลยภาพก่อนเปิดการค้าระหว่างประเทศ (Autarky Equilibrium)

เมื่อพิจารณาเส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้า จะเห็นว่าเส้นราคาเปรียบเทียบของทั้งสองประเทศมีความชันไม่เท่ากัน ด้วยความแตกต่างของทรัพยากรและปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศ นั่นคือ ปัจจัยแรงงานและปัจจัยทุน โดย Home Country มีความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยทุน และอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ต้องการความเข้มข้นปัจจัยทุน เส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้า อยู่ที่ระดับ $\left(\frac{P_c}{P_s}\right)^H$ มีลักษณะเส้นที่มีความชันน้อยกว่า Foreign Country หมายความว่า ราคาเปรียบเทียบคอมพิวเตอร์ต่อราคารองเท้าใน Home Country ถูกกว่า Foreign Country ในขณะเดียวกัน Foreign Country มีความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยแรงงาน และอุตสาหกรรมรองเท้าต้องการความเข้มข้นของปัจจัยแรงงาน เส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้า อยู่ที่ระดับ $\left(\frac{P_c^f}{P_s^f}\right)^F$ เป็นเส้นที่มีความชันมากกว่า Home Country หมายความว่า ราคาเปรียบเทียบคอมพิวเตอร์ต่อราคารองเท้าของ Foreign Country สูงกว่า Home Country

ดังนั้น เมื่อพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตคอมพิวเตอร์และรองเท้าสำหรับทั้งสองประเทศ ซึ่งเส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้า สะท้อนถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตสินค้าทั้งสองได้เช่นกัน

(ตามรายละเอียดในบทที่ 2) จะเห็นได้ว่า Home Country จึงมีความได้เปรียบในการผลิตคอมพิวเตอร์ เนื่องจากมีราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้าหรือต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตคอมพิวเตอร์ต่ำกว่า จึงควรผลิตและส่งออกคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ Foreign Country ควรผลิตรองเท้าและส่งออกรองเท้า

3.1.3 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศ

เมื่อมีการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ Home Country จะผลิตและส่งออกคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ Foreign Country จะผลิตและส่งออกรองเท้า ทั้งสองประเทศทำการค้าขายแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศกัน การเปิดตลาดการค้าระหว่างประเทศ ก่อให้เกิดดุลยภาพตลาดโลก (Free Trade Equilibrium) ที่จุด A^W

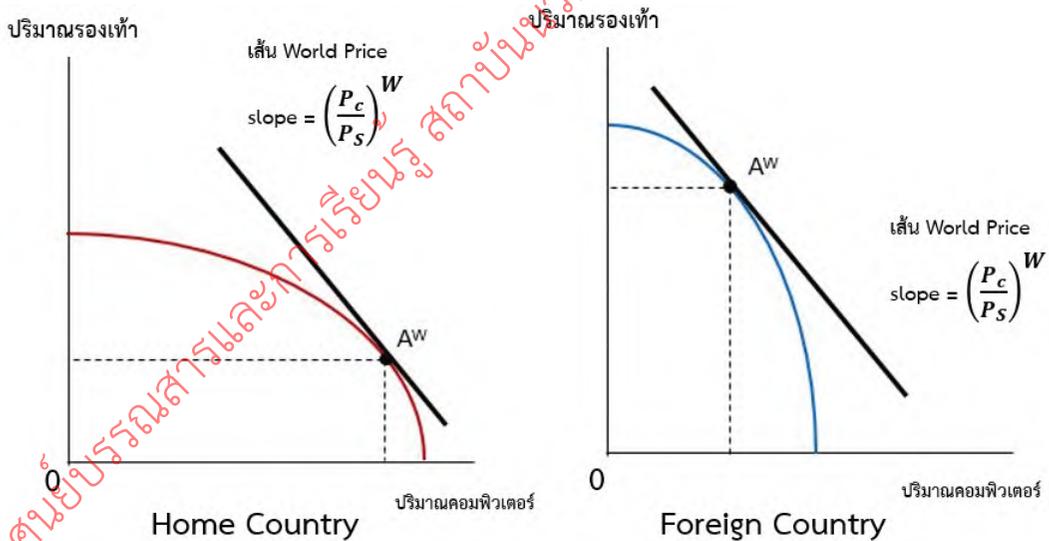
(ภาพที่ 3.3) และเส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้าของตลาดโลก หรือเส้นระดับราคาโลก เท่ากับ $\left(\frac{P_C}{P_S}\right)^W$ (Feenstra & Taylor, 2021) มีรายละเอียดดังนี้

เดิม Home Country มีราคาเปรียบเทียบ เท่ากับ $\left(\frac{P_C}{P_S}\right)^H$

และ Foreign Country มีราคาเปรียบเทียบ เท่ากับ $\left(\frac{P_C^f}{P_S^f}\right)^F$

นั่นคือ $\left(\frac{P_C}{P_S}\right)^H < \left(\frac{P_C}{P_S}\right)^W < \left(\frac{P_C^f}{P_S^f}\right)^F$

ณ จุดดุลยภาพตลาดโลก ทั้ง Home Country และ Foreign Country มีเส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอร์ต่อรองเท้า หรือต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตทั้งสองชนิดเท่ากัน

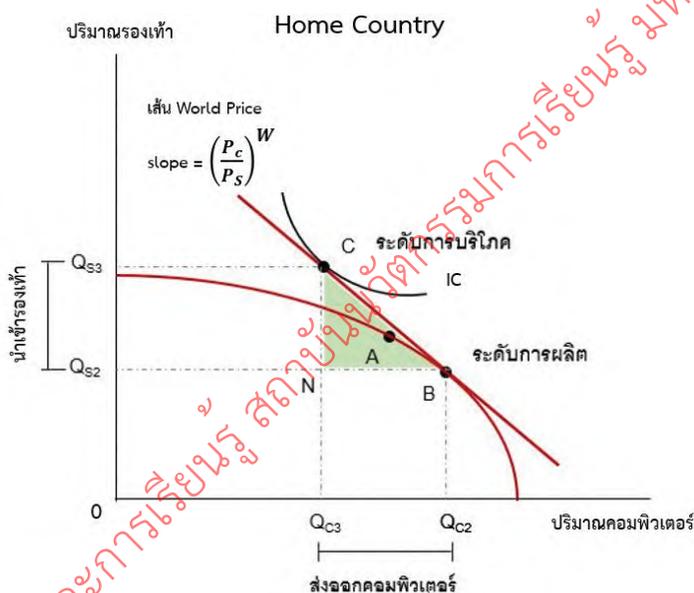


ภาพที่ 3.3 ดุลยภาพหลังเปิดการค้าระหว่างประเทศ

3.2 ผลได้จากการค้าระหว่างประเทศ

แบบแผนการค้า (Pattern of Trade) ตาม HO Model ทั้งสองประเทศมีการปรับเปลี่ยนระดับการผลิตสินค้าคอมพิวเตอรืและรองเท้า ตามความได้เปรียบในการผลิต (Feenstra & Taylor, 2021) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- Home Country ซึ่งเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจุบัน และสินค้าคอมพิวเตอรืมีความเข้มข้นในปัจจุบัน จึงควรผลิตคอมพิวเตอรื แบบแผนการค้าตาม HO Model ของ Home Country ดังภาพที่ 3.4 จากเดิมระดับการผลิตคอมพิวเตอรือยู่ที่จุด A เมื่อเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ ปัจจัยการผลิตถูกย้ายมาเน้นการผลิตคอมพิวเตอรืมากขึ้นที่จุด B ผลิตคอมพิวเตอรืได้ Q_{C2} ลดระดับการผลิตรองเท้าลงเหลือ Q_{S2} และเส้นราคาเปรียบเทียบของคอมพิวเตอรืต่อรองเท้าเปลี่ยนแปลงไปเท่ากับเส้นราคาเปรียบเทียบของตลาดโลก ที่ระดับ $\left(\frac{P_C}{P_S}\right)^W$ และที่เส้นความพอใจเท่ากัน (IC) ที่จุด C แสดงถึงระดับการบริโภคภายในประเทศ ที่มีระดับการอุปโภคคอมพิวเตอรืที่ระดับ Q_{C3} และอุปโภครองเท้าที่ระดับ Q_{S3} จะเห็นว่าปริมาณการผลิตคอมพิวเตอรืมีมากกว่าการบริโภคภายในประเทศ Home Country สามารถส่งออกคอมพิวเตอรืได้มากขึ้น เท่ากับ $Q_{C2} - Q_{C3}$ ในขณะที่ระดับการอุปโภครองเท้าเท่ากับ $Q_{S2} - Q_{S3}$ เป็นระดับที่สูงกว่าความสามารถในการผลิตภายในประเทศ โดยการนำเข้าจากประเทศคู่ค้านั่นเอง

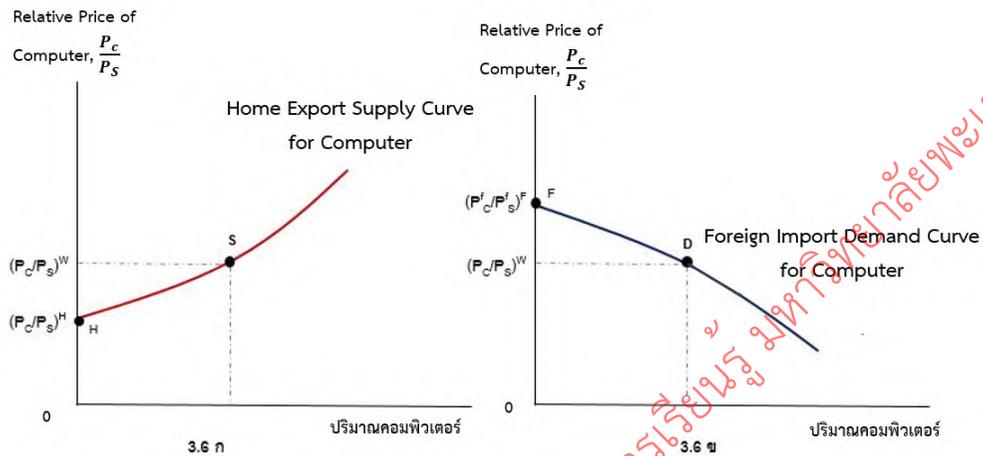


ภาพที่ 3.4 แบบแผนการค้าตาม HO Model ของ Home Country

เมื่อเปรียบเทียบดุลยภาพก่อนเปิดการค้าและหลังการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ จะพบการเปลี่ยนแปลงของสวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Economic Welfare) โดยเส้น IC ที่จุด C ขยับสูงขึ้นเหนือเส้นเดิมก่อนการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ แสดงว่า Home Country เกิดผลได้ทางการค้า (Gain from International Trade) โดยเพิ่มระดับการส่งออกสินค้าคอมพิวเตอรื เท่ากับ $Q_{C2} - Q_{C3}$ และผู้บริโภคภายในประเทศ สามารถเพิ่มระดับการอุปโภครองเท้าได้มากกว่าการผลิตเองภายในประเทศ โดยการนำเข้าจากประเทศคู่ค้าด้วยราคาเปรียบเทียบที่ต่ำกว่าการผลิตเองภายในประเทศ เท่ากับ $Q_{S2} - Q_{S3}$ นั่นคือ Home Country เกิดผลได้ทางการค้า เท่ากับพื้นที่ CBN

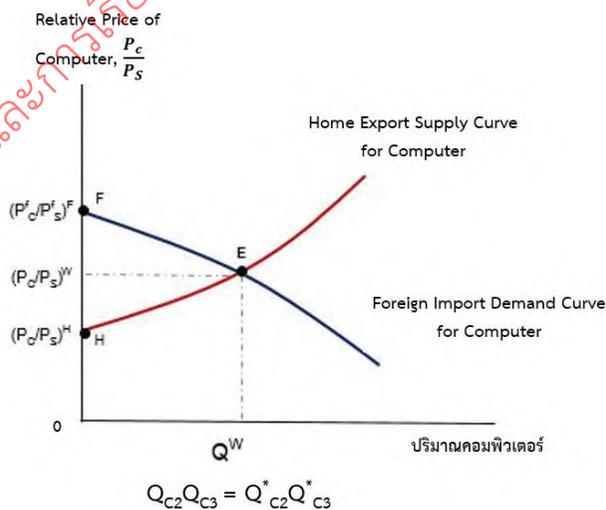
- Foreign Country เป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจุบัน และสินค้ารองเท้ามีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยแรงงาน จึงควรผลิตรองเท้า แบบแผนการค้าตาม HO Model ของ Foreign Country ดังภาพที่ 3.5

รองเท่า อยู่ที่จุด F เมื่อเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ ระดับราคาเปรียบเทียบของตลาดโลกลดลงเป็นจุด D เส้นอุปสงค์การนำเข้าคอมพิวเตอร์ของ Foreign Country (Foreign Import Demand Curve) จึงเป็นเส้น FD ที่มีความชันเป็นลบ ดังภาพที่ 3.6 จะเห็นว่าการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ราคาคอมพิวเตอร์ในตลาดโลกสูงกว่า ราคาคอมพิวเตอร์ที่ผลิตขึ้นภายใน Foreign Country ก่อให้เกิดความต้องการนำเข้าคอมพิวเตอร์จากตลาดโลก (Feenstra & Taylor, 2021)



ภาพที่ 3.6 เส้นอุปสงค์การนำเข้า - อุปทานการส่งออก

ราคาดุลยภาพในตลาดโลก (Free-Trade World Equilibrium Price) เกิดขึ้น ณ จุด E ดังภาพที่ 3.7 อุปทานการส่งออกคอมพิวเตอร์ของ Home Country ตัดกับอุปสงค์การนำเข้าคอมพิวเตอร์ของ Foreign Country เกิดราคาเปรียบเทียบดุลยภาพในตลาดโลก เท่ากับ $(\frac{P_c}{P_s})^W$ ปริมาณการซื้อขายสินค้าดุลยภาพในตลาดโลก เท่ากับ Q^W เป็นปริมาณที่เท่ากับการส่งออกคอมพิวเตอร์จาก Home Country ที่ Q_{c2} Q_{c3} และปริมาณการนำเข้าคอมพิวเตอร์ของ Foreign Country ที่ Q_{c2}^* Q_{c3}^*

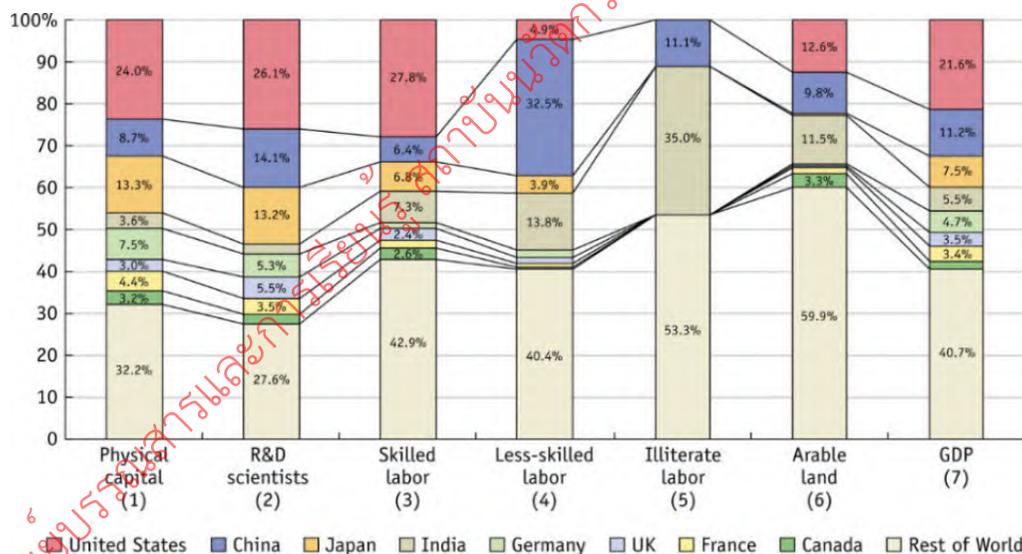


ภาพที่ 3.7 ราคาและปริมาณดุลยภาพในตลาดโลก

3.4 ตัวอย่างเชิงประจักษ์ของความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิตในประเทศต่าง ๆ

จากแนวคิดการค้ำระหว่างประเทศสมัยใหม่ของเฮคเซอร์-โอห์ลีน พิจารณาความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิตด้านต่าง ๆ ในประเทศผู้นำเศรษฐกิจโลกที่สำคัญ ในปี ค.ศ. 2016 ยกตัวอย่างความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตที่สำคัญ 6 ประเด็น ได้แก่ ปัจจัยทุน การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี แรงงานมีฝีมือ แรงงานกึ่งฝีมือ แรงงานไร้ฝีมือ และจำนวนที่ดิน ซึ่งปัจจัยการผลิตดังกล่าวส่งผลต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตามผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ตามภาพที่ 3.8 (Feenstra & Taylor, 2021) พบว่า

- ประเทศสหรัฐอเมริกา มีส่วนแบ่งปัจจัยการผลิตที่สำคัญคือ ทุนทางกายภาพ การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี แรงงานมีฝีมือ และที่ดิน ที่ประมาณร้อยละ 24, 26.1, 27.8 และ 12.6 ตามลำดับ จึงกลายเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจด้วยสัดส่วน GDP สูงสุดที่ประมาณร้อยละ 21.6 ของมูลค่า GDP โลก
- ประเทศจีน มีความอุดมสมบูรณ์ของแรงงานกึ่งฝีมือจำนวนมากที่สุดในโลก ที่ร้อยละ 32.5 รวมถึงแรงงานไร้ฝีมือ ตลอดจนระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมา ประเทศจีนเร่งให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสูงที่ร้อยละ 14.1 ประกอบกับมีการส่งสมปัจจัยทุน แรงงานมีฝีมือ จำนวนที่ดินที่กว้างใหญ่ ส่งผลให้มีส่วนแบ่ง GDP ที่ร้อยละ 11.2
- ประเทศญี่ปุ่น สามารถเป็นผู้นำเศรษฐกิจโลก ด้วยสัดส่วน GDP ที่ร้อยละ 7.5 ด้วยสัดส่วนปัจจัยการผลิตสำคัญ 3 ประการ คือ ความมั่งคั่งด้านเงินทุน ที่ร้อยละ 13.3 เทคโนโลยี ที่ร้อยละ 13.2 รวมถึงการวิจัยและพัฒนาแรงงานมีฝีมือและกึ่งฝีมือ
- นอกจากนี้ ประเทศอินเดียที่มีแรงงานไร้ฝีมือจำนวนมาก มีสัดส่วน GDP ที่ร้อยละ 5.5 ตามมาด้วยประเทศเยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส แคนาดา และประเทศอื่น ๆ ในโลก



ภาพที่ 3.8 ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิตด้านต่าง ๆ ในประเทศผู้นำเศรษฐกิจโลก

จาก *International trade*, by R. Feenstra and A.M. Taylor, 2021, 5th ed., Macmillan Learning.

3.5 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป แนวคิดการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ของเฮคเซอร์ - โอห์ลิน ได้พัฒนาแนวคิดโดยคำนึงถึงปัจจัยการผลิตด้านทุนและแรงงานด้วยทฤษฎีสัดส่วนปัจจัยการผลิต ที่สะท้อนถึงระดับการผลิตในโลกจริงมากขึ้น ด้วยแต่ละประเทศมีความแตกต่างและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรที่อาจมีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยทุนหรือมีความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยแรงงาน ตลอดจนความแตกต่างในส่วนผสมของปัจจัยการผลิตสินค้าแต่ละชนิดที่อาจจะมีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยแรงงานหรือมีความเข้มข้นในการใช้ปัจจัยทุน ประเด็นนี้ส่งผลต่อเส้นอุปสงค์เปรียบเทียบแรงงานต่อทุน เมื่อเข้าสู่ตลาดโลก แต่ละประเทศจะเลือกผลิตและส่งออกสินค้าตามเงื่อนไขความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและความเข้มข้นของปัจจัยการผลิตสินค้าอย่างเหมาะสม หากคำนึงแบบแผนการค้าตาม HO Model ประเทศคู่ค้าย่อมเกิดผลได้จากการค้าระหว่างประเทศ เกิดการเปลี่ยนแปลงของสวัสดิการทางเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดระหว่างประเทศยังมีบริบทอื่น ๆ ในทวิวิเคราะห์ผลได้ ผลเสียอีกหลายประเด็นที่ต้องคำนึงถึงต่อไป

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ แนวคิดการค้าระหว่างประเทศของเฮคเซอร์ - โอห์ลิน ได้ต่อยอดจากแนวคิดคลาสสิกที่เสนอว่าความได้เปรียบทางการค้าของแต่ละประเทศเกิดจากความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต เช่น แรงงานและทุน ประเทศที่มีทรัพยากรใดมาก จะมีต้นทุนในการผลิตสินค้าที่ใช้ปัจจัยนั้นต่ำ และเลือกส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยนั้นอย่างเข้มข้น แนวคิดนี้สะท้อนถึงโครงสร้างการผลิตในโลกจริงได้มากขึ้น และช่วยอธิบายรูปแบบการค้าระหว่างประเทศได้อย่างเป็นระบบ การค้าตาม HO Model จึงเอื้อต่อการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มสวัสดิการและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศคู่ค้า อย่างไรก็ตาม โมเดลนี้ยังมีข้อจำกัด เช่น การสมมติให้เทคโนโลยีเหมือนกันทุกประเทศ และละเลยปัจจัยอื่น ๆ เช่น สถาบัน โครงสร้างทางสังคมหรือความไม่สมมาตรด้านข้อมูล ซึ่งอาจส่งผลต่อรูปแบบและผลลัพธ์ของการค้าในตลาดระหว่างประเทศปัจจุบันที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น ในบริบทตลาดโลกปัจจุบัน การวิเคราะห์การค้าระหว่างประเทศไม่อาจพิจารณาเพียงความได้เปรียบจากปัจจัยการผลิตเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โครงสร้างสถาบัน ความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจ ตลอดจนบริบททางการเมืองระหว่างประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อโอกาสและข้อจำกัดของประเทศในการเข้าถึงตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. จากข้อสมมติเบื้องต้นของ HO Model ยกตัวอย่างประเทศคู่ค้าตามแบบ $2 \times 2 \times 2$ (กำหนด 2 ประเทศ ผลิต 2 สินค้า ด้วย 2 ปัจจัยการผลิต คือ ทุนและแรงงาน โดยกำหนดความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศและความเข้มข้นของปัจจัยการผลิตในแต่ละสินค้าอย่างชัดเจน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. (ต่อเนื่องจาก ข้อ 1) วิเคราะห์ดุลยภาพก่อน – หลังการเปิดตลาดของทั้งสองประเทศ พร้อมทั้งอธิบายเส้นราคาเปรียบเทียบในแต่ละประเทศอย่างละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. วาดกราฟแบบแผนการค้า พร้อมอธิบายอย่างละเอียดถึงผลได้จากการค้าระหว่างประเทศของทั้งสองประเทศอย่างละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารและกักรเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- David Ricardo – Principles of Political Economy and Taxation (ต้นกำเนิดแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและโมเดลริคาเดียน)
- International Monetary Fund (IMF) (ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค การไหลเวียนสินค้าและทุนระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.imf.org>
- World Bank (ธนาคารโลก) (ข้อมูลการค้าโลก ข้อมูลเปรียบเทียบผลผลิตภาพระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.worldbank.org>
- รายงานการค้าระหว่างประเทศของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลตัวอย่างประเทศคู่ค้าและแนวโน้มการค้าของไทย) เว็บไซต์: <https://www.dtn.go.th>
- หนังสือ “International Trade” โดย Feenstra, and Taylor (ตำรา International Trade)
- หนังสือ “The Wealth of Nations” โดย Adam Smith (แหล่งต้นฉบับเกี่ยวกับแนวคิดความได้เปรียบโดยเด็ดขาด)
- องค์การการค้าโลก (WTO) (ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดเสรีการค้าและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าโลก) เว็บไซต์: <https://www.wto.org>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

สภาพแวดล้อมการค้าเงินธุรกิจเกษตร ระหว่างประเทศ

บทที่ 4

การตัดสินใจเข้าสู่การค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ มีปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องหลายประการ การเข้าใจบริบทของสภาพแวดล้อมการค้าเงินธุรกิจระหว่างประเทศ ตลอดจนการวิเคราะห์ตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ จึงเป็นประเด็นสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและประสบความสำเร็จ บทนี้จะกล่าวถึงสภาพแวดล้อมการค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ได้แก่ 1) การตัดสินใจเข้าสู่การค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 2) ปัจจัยขับเคลื่อนตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ในตลาดโลก 3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 4) การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ 5) ตัวอย่างการเลือกตลาดเป้าหมายสำหรับธุรกิจ และ 6) สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

4.1 การตัดสินใจเข้าสู่การค้าเงินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

การตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการขึ้นอยู่กับความพร้อมจุดมุ่งหมายของกิจการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจเพื่อการค้าเงินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะแนวโน้มระดับโลกต่อการขับเคลื่อนตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ในตลาดระหว่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญต่อทิศทางการพัฒนาธุรกิจเกษตร ปัจจัยทั่วไปที่ทำให้ตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ได้แก่

1. การขยายโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดระหว่างประเทศ ด้วยความต้องการอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน ความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารจึงเพิ่มสูงขึ้นทุกปี สอดคล้องตามจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น สินค้าเกษตรและอาหารจึงมีโอกาขยายได้มากในตลาดระหว่างประเทศ

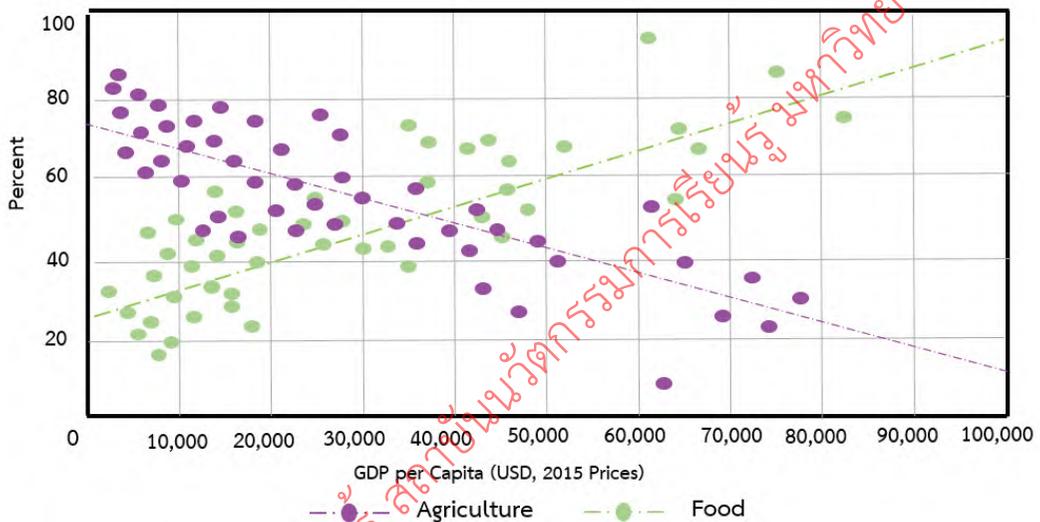
2. การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จากการขยายการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการจากตลาดระหว่างประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำลงจากกิจกรรมต่าง ๆ ในกิจการ เช่น การประหยัดจากการใช้ทุนและการลงทุน การขยายกำลังการผลิตด้วยเครื่องจักรเดิม หรือการจัดซื้อเครื่องจักรประสิทธิภาพสูงเพื่อผลิตปริมาณมากขึ้น การประหยัดจากแรงงานที่แบ่งงานกันทำจนเกิดความชำนาญในการผลิต ได้รับผลผลิตมากขึ้นจากแรงงานเท่าเดิม การประหยัดในการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดซื้อวัตถุดิบจำนวนมากขึ้น ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของวัตถุดิบลดลง การประหยัดด้านการขนส่งและการกระจายสินค้า การขนส่งสินค้าจำนวนมากย่อมทำให้ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยลดลง เป็นต้น

3. การกระจายความเสี่ยงจากการทำตลาดเพียงตลาดใดตลาดหนึ่ง ด้วยการขยายจากตลาดภายในประเทศสู่ตลาดระหว่างประเทศ เป็นการลดความเสี่ยงในการค้าเงินธุรกิจและเพิ่มช่องทางสร้างรายได้

4. การแสวงหาผลประโยชน์จากนโยบายส่งเสริมการค้า การลงทุนในตลาดต่างประเทศ การวางนโยบายภาครัฐต่าง ๆ เช่น นโยบายทางการเกษตร นโยบายการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ ฯลฯ จะมีผลโดยตรงต่อธุรกิจที่เป็นโอกาสผลักดันการผลิตหรือการทำธุรกิจ เช่น มาตรการขยายการเปิดตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพสูงที่เป็นมิตร

กับสิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกในตลาดระหว่างประเทศ เป็นผลดีต่อธุรกิจเกษตรในประเทศด้วย นโยบายการค้าระหว่างประเทศแบบพ่อนคลายของประเทศคู่ค้าเป็นโอกาสให้ ไทยส่งออกสินค้าเกษตรได้มากขึ้น หรือมาตรการขยายฐานการผลิตของประเทศผู้ลงทุน จะเป็นผลดีต่อประเทศไทย ในฐานะประเทศผู้เปิดรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสาขาอุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น

เมื่อพิจารณามูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร จะเห็นได้ว่าสินค้าหมวดอาหารต่อ อุตสาหกรรมเกษตรอาหาร มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย (GDP per Capita) สูงขึ้น ในขณะที่มูลค่า เพิ่มสินค้าหมวดเกษตร (วัตถุดิบ) เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือแนวโน้มสินค้าหมวดอาหารที่ผ่านกระบวนการ ผลิตและแปรรูปพร้อมบริโภคมีโอกาสขยายตัวตามอำนาจการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางกระแสโลกใน ศตวรรษที่ 21 ขณะเดียวกันสินค้าหมวดเกษตรมีมูลค่าเพิ่มอยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มผู้มีรายได้น้อยพึ่งพาการสร้างมูลค่า เพิ่มจากหมวดสินค้าเกษตรในเปอร์เซ็นต์สูง ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 มูลค่าเพิ่มของสินค้าหมวดอาหารและอุตสาหกรรมเกษตรอาหาร

จาก *The state of agricultural commodity markets: Agricultural markets and sustainable development, global value chains, smallholder farmers and digital innovations*, by Food and Agriculture Organization, 2023a, <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1309575/>

ขั้นตอนการตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ประกอบด้วย (1) การประเมินสถานะแวดล้อมของ ตลาดระหว่างประเทศ (2) การตัดสินใจว่าจะเข้าตลาดต่างประเทศหรือไม่ (3) การตัดสินใจว่าจะเข้าตลาดที่ไหน (4) การตัดสินใจว่าจะเข้าตลาดต่างประเทศอย่างไร (5) การตัดสินใจวางแผนทางการตลาด และ (6) การตัดสินใจ การจัดองค์การทางการตลาด ดังภาพที่ 4.2 สำหรับรายละเอียดในแต่ละประเด็นเพิ่มเติมในหัวข้อที่ 4.3



ภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

4.2 ปัจจัยขับเคลื่อนตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ในตลาดโลก

4.2.1 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต

กระแสโลกาภิวัตน์และความเป็นพลวัต ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยีส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทิศทางของโลก จะเห็นได้ว่าในช่วง 3-4 ทศวรรษที่ผ่านมา ทุกภาคส่วนต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย องค์กรธุรกิจต้องมีความสามารถในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับทิศทางกระแสโลก ดังนั้นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต (Global Mega Trends) จึงเป็นสิ่งที่ต้องจับตามอง เพื่อช่วยให้เห็นทิศทางและปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงนี้ ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังภาพที่ 4.3 ได้แก่

1) **ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี** ประชากรโลกเข้าถึงอุปกรณ์สื่อสารมากขึ้น โซเชียลมีเดียช่วยร่นระยะทางการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคให้ใกล้ชิดกัน รับรู้ความต้องการมากขึ้น เทคโนโลยีก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันมนุษย์

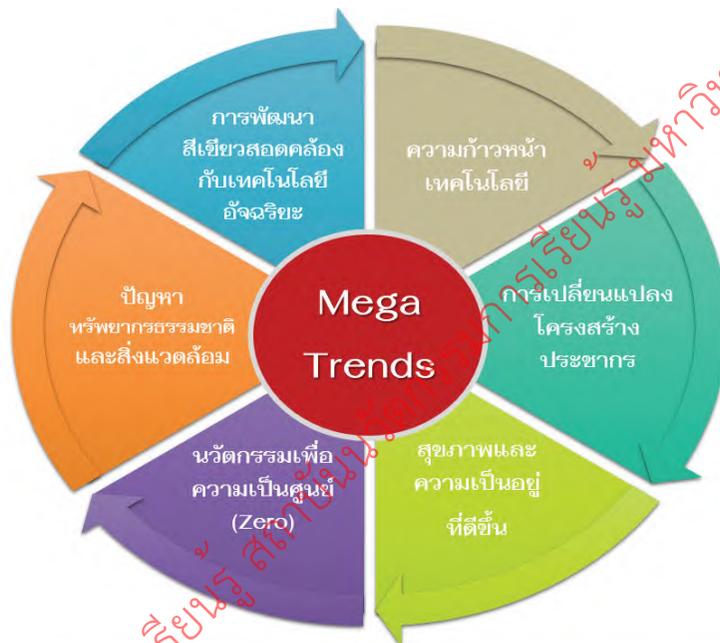
2) **การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร** คาดว่าในปี ค.ศ. 2050 สัดส่วนของประชากรที่อายุมากกว่า 60 ปี จะเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 21 ของประชากรโลก การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) รัฐบาลต้องแบกรับภาระการดูแลผู้สูงอายุ ประชากรวัยแรงงานลดลง ส่งผลต่อเศรษฐกิจ การเจริญเติบโตของสังคมเมืองเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

3) **สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น** ผู้คนให้ความสำคัญกับสุขภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมากขึ้น การคำนึงถึงร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณมากขึ้น เกิดการพัฒนาด้านวิทยาการทางการแพทย์และสุขภาพ สร้างโอกาสของอาหารสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

4) **นวัตกรรมเพื่อความเป็นศูนย์** การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลิตที่ก่อให้เกิดของเสียเป็นศูนย์ (Zero Waste) นวัตกรรมที่นำมาสู่การลดของเสียและมลพิษทั้งการผลิตในอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

5) **ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ความต้องการพลังงานในโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 50 ในอีก 10 ปีข้างหน้า ความต้องการใช้ทรัพยากรน้ำและอาหารจะเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 40 และ 35 ตามลำดับ ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและปัญหาโลกร้อนที่ทวีความรุนแรงขึ้น

6) **การพัฒนาสีเขียวกับเทคโนโลยีอัจฉริยะ** นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ห่วงใยโลกและสิ่งแวดล้อม อุปกรณ์อัจฉริยะ เช่น Smart Phone, Smart Energy, Smart Medical, Smart Cloud, Smart Home, Smart City เป็นต้น ทิศทางการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 4.3 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

4.2.2 การขับเคลื่อนสู่ตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่

ท่ามกลาง Mega Trends การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ โครงสร้างประชากร ความตระหนักสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย ความเป็นอยู่ที่ดี ตลอดจนความก้าวหน้าจากนวัตกรรม เทคโนโลยี มีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนสู่ตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ ศตวรรษที่ 21 เป็นยุคแห่งดิจิทัล (Digital Age) ภาคเกษตรพัฒนาสู่เกษตรสมัยใหม่ ก้าวเข้าสู่การเป็นเกษตรกรอัจฉริยะ (Smart Farmer) ด้วยการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในแบบเกษตร 4.0 ได้ง่ายขึ้น เกษตรกรผันตัวมาเป็นผู้ผลิตที่มีทักษะการแปรรูปและจัดจำหน่าย กระทั่งกลายเป็นนักธุรกิจเกษตร (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, 2564) มีนักธุรกิจเกษตรรุ่นใหม่ (Young Smart Ag-Entrepreneur) เกิดการค้าขายผ่านระบบออนไลน์ (Online Platform) บนโทรศัพท์มือถือได้อย่างสะดวกสบาย เชื่อมโยงให้เกิดการซื้อขายผ่าน Application ต่าง ๆ เกิดระบบการออนไลน์ของธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร และการลงทุน

(Financial Technology: Fintech) และการส่งของด้วยบริษัทเอกชนที่รวดเร็ว ทำให้การติดต่อซื้อขาย การทำธุรกรรมจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคได้โดยตรง ลดคนกลางลงทำให้ส่วนเหลือมการตลาดลดลง เป็นประโยชน์ ต่อผู้บริโภคมากขึ้น (FINNOMENA, 2564)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2564) ได้เสนอแผนยกระดับผู้ประกอบการยุคใหม่ ในอุตสาหกรรมเกษตรที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ควบคู่การพัฒนาประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาดังนี้ 1) ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการด้วยองค์ความรู้ ส่งเสริมต้นแบบ นักธุรกิจเกษตรยุคใหม่ และเชื่อมโยงเครือข่ายตลอดห่วงโซ่ 2) พัฒนาเทคโนโลยีและการใช้งานเชิงพาณิชย์ และ 3) เพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดและขยายโอกาสการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดในและ ต่างประเทศ นอกจากนี้ การพัฒนาสภาพแวดล้อมธุรกิจ การกระจายข้อมูลการเชื่อมโยงแพลตฟอร์ม การยกระดับ โครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมการใช้มาตรฐานการเกษตร ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 แผนยกระดับผู้ประกอบการยุคใหม่ในอุตสาหกรรมเกษตร

จาก รายงานฉบับสมบูรณ์ ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตร, โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565, https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20191022060242.pdf

ตลาดสินค้าเกษตรมีปัจจัยขับเคลื่อนการเกิดตลาดสมัยใหม่ ดังภาพที่ 4.5 ได้แก่ 1) เทคโนโลยี ภาคเอกชน มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน โดยการคิดค้น ส่งเสริมเทคโนโลยีการเกษตรและสร้างระบบสัญญาณการผลิต การจำหน่าย 2) ความต้องการของผู้บริโภค ระดับรายได้ต่อหัวของประชากรมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค อาหารปลอดภัย อาหารสดในตลาดท้องถิ่น อาหารที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3) การลงทุนโดยตรง จากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) มีอิทธิพลต่อตลาดอาหารสมัยใหม่และการค้าสินค้าเกษตร ระหว่างประเทศ เริ่มจากโรงงานแปรรูปอาหาร เครื่องดื่ม เกษตร ประมง FDI เพิ่มขึ้นแบบทวีคูณ 4) การเติบโต ของซูเปอร์มาร์เก็ต มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงตลาดอาหารอย่างมากทั่วโลก ห้างค้าปลีกขยายจากเมืองใหญ่ไปสู่ เมืองเล็กเกือบทุกจังหวัด และ 5) กระแสโลกาภิวัตน์และการค้าระหว่างประเทศ การค้าสินค้าเกษตรในตลาดโลก เพิ่มขึ้นเท่าตัว สัดส่วนการค้าสินค้าเกษตรที่ลดลง ขณะที่สัดส่วนสินค้าเกษตรแปรรูปและสินค้าเกษตรมีมูลค่าสูง เพิ่มขึ้นมาก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553)



ภาพที่ 4.5 การขับเคลื่อนสู่ตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา รมเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ตลาดสินค้าเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Agriculture Market) ถูกขับเคลื่อนสู่ตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ (Modern Agriculture Market) ในตลาดระหว่างประเทศ ดังภาพที่ 4.6 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการปรับตัวของเกษตรกร ธุรกิจเกษตรและซูเปอร์มาร์เก็ต โดยการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดจากปัจจัยความต้องการของผู้บริโภค (Demand-Sided Factor) ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลต่อการกระจายตลาดที่มีศูนย์กลางสู่ชนบท ผู้ผลิต ผู้นำเข้าถึงเชื่อมโยงโดยตรงกับผู้บริโภคได้มากขึ้น รูปแบบสินค้าปรับเปลี่ยนจากตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Market) สู่ตลาดผลิตภัณฑ์ (Product Market) สินค้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553)

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตลาดการค้าสินค้าเกษตรแบบดั้งเดิม

- พึ่งพาพ่อค้าคนกลางจำนวนมาก
- ตลาดระดับท้องถิ่น ตลาดค้าส่งและค้าปลีก
- ธุรกิจการเกษตรขนาดกลางและขนาดใหญ่ เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ เกิดความได้เปรียบจากการประหยัด (Economy of Scale)
- กิจการตั้งอยู่ในเมือง เพื่อจะมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอพร้อม
- **“ตลาดสินค้าโภคภัณฑ์” (Commodity Market)** เน้นการผลิตอาหารหลัก (Staple)
- ตลาดการค้าเกษตรแบบดั้งเดิมจะเป็นตลาดจอร์ (Spot Wholesale Market)



ตลาดการค้าสินค้าเกษตรสมัยใหม่

- ตลาดสมัยใหม่ที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภค
- กระจายตลาดที่มีศูนย์กลางสู่ชนบท
- การปฏิบัติของซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากผู้ค้าส่งรายใหญ่ (Suppliers) ที่มีอำนาจเหนือตลาด กำหนดราคาค้าปลีกสูง เมื่อพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้ค้าปลีกรายย่อยรู้จักความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นและเข้าถึงลูกค้ามากขึ้นเช่นกัน
- **“ตลาดผลิตภัณฑ์” (Product Market)** สินค้าหลากหลาย แตกต่างกันตามคุณภาพ มาตรฐานตราสินค้า ลักษณะการแปรรูปผลิตภัณฑ์
- การซื้อขายผ่านผู้ค้าส่งที่มีความชำนาญเฉพาะสินค้า หรือการทำสัญญาจ้างกลุ่มเกษตรกรผลิตสินค้าส่งให้โดยตรง

ภาพที่ 4.6 ตลาดการค้าสินค้าเกษตรแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

ในยุคปัจจุบัน สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจทั้งธุรกิจทั่วไปและธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ทั้งผลกระทบทางตรงและทางอ้อม เพราะธุรกิจเชื่อมโยงกับหลายบริบทที่เกี่ยวข้องในตลาดโลก ยิ่งหน่วยธุรกิจมีการศึกษาสภาพแวดล้อมได้มากเท่าใด ย่อมที่จะได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้นเท่านั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศสามารถวางแผนรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในอนาคตได้อย่างทันท่วงที สามารถกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนา ออกแบบ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า หรือสามารถกระจายความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจได้

สภาพแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ปัจจุบันเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจมีหลากหลายให้ผู้ประกอบการนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจ การวิเคราะห์ SWOT เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง เพื่อค้นหาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาสที่จะดำเนินการ (Opportunities) ปัญหาหรือข้อคุกคาม (Threats) สู่การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ โดยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกต้องมีการพิจารณาอย่างรอบด้าน ดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อสำรวจทรัพยากรและการจัดการภายในธุรกิจในด้านต่าง ๆ ว่ามีส่วนไหนเป็นจุดแข็ง (Strengths) หรือส่วนไหนเป็นจุดอ่อน (Weaknesses) เพื่อที่เจ้าของธุรกิจสามารถใช้จุดแข็งให้เกิดผลสำเร็จ และเตรียมแก้ไข ปรับปรุงจุดอ่อนได้อย่างรอบคอบ โดยพิจารณาองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1) **ปัจจัยด้านการเงินและบัญชี** เช่น มีความมั่นคงด้านการเงิน มีต้นทุนของเงินทุนต่ำ โดยเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน มีการวางแผนด้านการเงิน ด้านเงินทุนหมุนเวียน และการวางแผนงบประมาณที่ดี มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ถือหุ้น มีความได้เปรียบด้านภาษี ได้รับการยกเว้นภาษี ได้รับการส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น

2) **ปัจจัยด้านการผลิต** เช่น มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าคู่แข่ง มีความประหยัดจากขนาด มีกำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการของตลาด มีเครื่องมือ เครื่องจักรทันสมัยและมีประสิทธิภาพ มีระบบควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนได้ มีความสามารถจัดส่งตามเวลา เป็นต้น

3) **ปัจจัยด้านการตลาด** เช่น มีความได้เปรียบในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดของสายผลิตภัณฑ์เดิม ความเป็นผู้นำด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเป็นผู้นำด้านราคา ด้วยราคาที่เท่าเทียมกับคุณภาพที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย ความครอบคลุมพื้นที่จัดจำหน่าย ช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ความมีประสิทธิภาพของการบรรจุหีบห่อ ความมีประสิทธิภาพของการส่งเสริมการขายและบริการหลังการขาย เป็นต้น

4) **ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์** เช่น เจ้าของธุรกิจมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความสามารถปรับตัว พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และมีประสิทธิภาพ มีการจัดฝึกอบรมและพัฒนาเพิ่มพูนทักษะให้พนักงานสม่ำเสมอ มีอัตราการเข้า - ออก และขาดงานของพนักงานต่ำ เป็นต้น

Porter (1985) เขียนหนังสือ Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance ซึ่งได้นำเสนอ แบบจำลองห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) ซึ่งชี้ว่าความสามารถในการแข่งขันขององค์กรจะเกิดจากความสามารถในการจัดการกิจกรรมที่มีภายในของแต่ละองค์กร หากจัดการกิจกรรมได้ดีก็จะช่วยให้เกิดการลดต้นทุนให้แก่องค์กร ดังนั้น “ห่วงโซ่คุณค่า” ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) กิจกรรมปฐมภูมิ (Primary Activity) ได้แก่ การขนส่งขาเข้า (วัตถุดิบ การเก็บรักษา วัสดุ ฯลฯ) การปฏิบัติการ (การติดตั้ง การทดสอบสายการผลิต ฯลฯ) การขนส่งขาออก (การคลังและการกระจายสินค้า ฯลฯ) การตลาดและการขาย (การส่งเสริมการขาย การตั้งราคา ฯลฯ) การบริการหลังการขาย (การติดตั้ง การซ่อมแซม สต็อกอะไหล่ ฯลฯ) และ 2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (การบริหาร การบัญชี การเงิน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ฯลฯ) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (การสรรหา การฝึกอบรม การพัฒนา การประเมิน ฯลฯ) การพัฒนาเทคโนโลยี (การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงกระบวนการ ฯลฯ) และการจัดหา (การจัดการ จัดซื้อ เครื่องมือ เครื่องจักร ฯลฯ) รายละเอียดดังภาพที่ 4.7 ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการศึกษาข้อมูลแต่ละองค์ประกอบย่อยโดยละเอียด



ภาพที่ 4.7 แบบจำลองห่วงโซ่มูลค่า

ดัดแปลงจาก *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*, by M.E. Porter, 1985, Simon & Schuster.

4.3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ยากต่อการควบคุม มีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เจ้าของธุรกิจต้องศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบ มีการวิเคราะห์โอกาสที่จะเป็นข้อได้เปรียบ และการวิเคราะห์อุปสรรคต่าง ๆ ภายนอกกิจการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจำแนกเป็นระดับจุลภาคและมหภาค ดังนี้

1) ระดับจุลภาค เป็นปัจจัยต่าง ๆ ในเชิงบริบทใกล้ตัวของธุรกิจ อาทิ

- คู่แข่ง การสร้างความแตกต่างและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ราคาสมเหตุสมผล ควบคุมต้นทุนให้ได้ต่ำ
- ตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วและตรงความต้องการ
- มีกลุ่มผู้ผลิตน้อยราย มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิต

2) ระดับมหภาค เป็นปัจจัยต่าง ๆ ในเชิงบริบทภาพรวมของสังคม อาทิ

- เสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ การเจริญเติบโตของ GDP ความมั่นคงของตลาดเป้าหมาย ความต้องการของผู้บริโภคตลาดต่างประเทศ ขนาดตลาด สัดส่วนตลาด สถาบันการเงิน ระบบการเงินมาตรฐานสากล อัตราแลกเปลี่ยน โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ของประเทศผู้นำเข้า เพื่อความพร้อมกระจายสินค้า เป็นต้น

- สภาพการเมือง กฎหมาย สภาพการเมืองทั้งภายในประเทศและในต่างประเทศที่ธุรกิจไปลงทุน ความเสี่ยงในการเกิดรัฐประหาร การยึดทรัพย์สินของต่างชาติ การก่อการร้าย ภัยจากสงครามที่เกิดจากความขัดแย้งภายในประเทศและต่างประเทศ ความเสี่ยงทางการเมืองของประเทศที่ไปลงทุนหรือส่งสินค้า การถูกบังคับให้ถอนการลงทุน กฎข้อบังคับที่ไม่น่าพึงปรารถนา การเข้าแทรกแซงดำเนินการ กฎหมายของประเทศคู่ค้า กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ การถูกกีดกันมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีต่าง ๆ เป็นต้น

- สภาพแวดล้อมสังคม วัฒนธรรม ศาสนา ความหลากหลายทางความคิดและความเชื่อ โครงสร้างทางสังคม สถาบันสังคมที่แตกต่าง ทักษะคติและคุณค่าในมิติสังคม มิติอำนาจ การปรับตัว เรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น

- สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี ระดับและลักษณะการใช้ปัจจัยการผลิต ความเข้มข้นส่วนผสมในการผลิต สินค้าที่มีความเข้มข้นในการใช้ทุนหรือความเข้มข้นในการใช้แรงงาน เทคโนโลยีไฮบริด ลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจระดับโลกและระดับประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนและการแข่งขันที่สูงขึ้น องค์กรธุรกิจและผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมต่อความท้าทายเหล่านั้น การให้ความสำคัญกับการวางแผนและวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เครื่องมือ PESTEL Analysis เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจวิเคราะห์การแข่งขันในสภาพแวดล้อมมหภาคได้รอบด้าน โดยพิจารณา 6 ด้านสำคัญ ได้แก่ การเมือง (Political) เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) เทคโนโลยี (Technology) สิ่งแวดล้อม (Environment) และกฎหมาย (Legal) ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยเครื่องมือ PESTEL Analysis

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

4.4 การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ

การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศทำได้ด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

- ขั้นตอนที่ 1 กำหนดเกณฑ์ดัชนีที่จะใช้วัด เช่น รายได้เฉลี่ยประชากร (เพื่อดูศักยภาพของตลาดเป้าหมาย) จำนวนประชากร (เพื่อดูขนาดตลาด) คู่แข่ง สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางการเมือง กฎเกณฑ์ทางการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

- ขั้นตอนที่ 2 กำหนดน้ำหนักเกณฑ์ดัชนีที่จะใช้วัด ส่วนใหญ่กำหนดค่าที่ 100 เปอร์เซนต์ แล้วแบ่งสัดส่วนน้ำหนักตามเกณฑ์ดัชนีนั้น ๆ ที่ความเหมาะสม

- ขั้นตอนที่ 3 กำหนดค่าในแต่ละเกณฑ์ดัชนีตามความเป็นจริง

- ขั้นตอนที่ 4 ขั้นตอนการคำนวณคะแนน

ตัวอย่าง วิธีการเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ จาก 4 ประเทศด้วยเกณฑ์ดัชนีต่าง ๆ ที่ถ่วงเฉลี่ย น้ำหนักแต่ละประเด็น ด้วยเกณฑ์รายได้เฉลี่ยประชากร (25%) จำนวนประชากร (15%) สถานะการแข่งขัน (20%) สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (20%) ความมั่นคงทางการเมือง (10%) และกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ (10%) จะเห็นได้ว่าประเทศ C มีคะแนนรวมมากที่สุด (3.45 จากคะแนนเต็ม 5) จึงเป็นตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศที่น่าสนใจ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศ

เกณฑ์ดัชนี	ประเทศ A	ประเทศ B	ประเทศ C	ประเทศ D
รายได้เฉลี่ยประชากร (25%)	0.25	0.75	1.25	0.50
จำนวนประชากร (15%)	0.75	0.30	0.60	0.75
สถานะการแข่งขัน (20%)	0.80	0.60	0.20	0.60
สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (20%)	0.20	0.40	0.80	0.60
ความมั่นคงทางการเมือง (10%)	0.20	0.10	0.30	0.20
กฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ (10%)	0.40	0.40	0.30	0.10
รวม	2.60	2.55	3.45	2.75

จาก *Global market entry strategies*, [Lecture slide], Slideshare, by W. Poopanee, 2018, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

4.4.1 กลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

การดำเนินธุรกิจต้องประเมินตลาดและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดในหลายด้าน เช่น ลูกค้ำเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะการซื้อ และคู่แข่ง เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ ประเมินความเสี่ยง ประเมินผลตอบแทนเพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์พัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต สามารถทำได้ทั้งผู้ที่กำลังจะเริ่มทำธุรกิจ และธุรกิจที่กำลังดำเนินการ โดยมี 2 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

- การวิเคราะห์ลูกค้ำ: การวิเคราะห์ลูกค้ำต้องทราบว่าลูกค้ำหลักคือใคร ใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อะไรบ้างที่ใกล้เคียงกับสินค้าของธุรกิจของเรา ใช้แบรนด์อะไร ปัจจัยสำคัญอะไรที่ทำให้ลูกค้ำกลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อ เพื่อค้นหาและรู้จักกลุ่มเป้าหมายได้ดีพอ

- การวิเคราะห์คู่แข่ง: การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด ต้องพิจารณาทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อมว่า มีใครบ้าง เขานำเสนออะไร ราคาเท่าไร แต่ละแบรนด์มีตลาดเป้าหมายที่ไหน เน้นไปที่ลูกค้ำกลุ่มไหน เจ้าของธุรกิจจะตั้งส่วนแบ่งการตลาด จะต้องนำเสนออะไร หรือพัฒนาสินค้าไปในแนวทางไหน เป็นต้น

ดังนั้น กลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด สามารถใช้เครื่องมือวิเคราะห์ลูกค้ำเป้าหมาย (Segmentation – Targeting – Positioning: STP) ตามรายละเอียด ดังนี้

1) การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) อาจแบ่งด้วย 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ เป็นต้น 2) ภูมิศาสตร์ เช่น ภูมิภาค ทวีป เขตเมืองหรือชนบท เป็นต้น 3) หลักจิตวิทยา เช่น บุคลิกภาพ วัฒนธรรม ความชอบ เป็นต้น และ 4) พฤติกรรมศาสตร์ เช่น ความถี่ในการซื้อสินค้า ปริมาณการใช้สินค้า ลักษณะการใช้สินค้า เป็นต้น

2) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Targeting) อาจแบ่งด้วย 1) Mass Market เป็นการเลือกตลาดครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ตอบสนองความต้องการได้ทุกกลุ่มในวงกว้าง 2) Segment Market เป็นการแบ่งกลุ่มเป้าหมายย่อยเป็นหมวดหมู่ แบ่งย่อยกลุ่มเป้าหมายเล็กลงมา 3) Niche Market เป็นการเลือกตลาดเฉพาะกลุ่มเหมาะกับสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความพึงพอใจ และ 4) Micro Market เป็นการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นหน่วยย่อยที่สุดตามรสนิยมของบุคคล สินค้าทำด้วยมือ (Handmade Goods) หรือสินค้าชิ้นเดียว เพื่อให้เห็นภาพการเลือกตลาดเป้าหมายหรือลูกค้าเป้าหมาย ในการกำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย ได้มีการเปรียบเทียบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับพิซซ่า ดังภาพที่ 4.9 จะเห็นว่า เป้าหมายตลาดและลูกค้าแบบกว้าง ได้แก่ Mass Market เป็นการตลาดทั้งหมดด้วยผลิตภัณฑ์เดียว และ Segment Market เป็นการตลาดแบบแตกต่างกัน แนะนำสินค้าแยกเฉพาะกลุ่ม ส่วนเป้าหมายแบบแคบ ได้แก่ Niche Market การตลาดแบบมุ่งเฉพาะส่วน จัดจ้อยกับเป้าหมายกลุ่มเล็ก ๆ ที่เลือกไว้ และ Micro Market การตลาดแบบจุลภาค กลุ่มเป้าหมายตามเฉพาะพื้นที่ และตลาดส่วนบุคคล ทำตลาดแบบตัวต่อตัว



ภาพที่ 4.9 การกำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย

จาก *Segmentation targeting positioning* คือ ทุกเรื่องควรรู้เกี่ยวกับ STP Marketing, โดย Goodmaterial, 2564, <https://www.goodmaterial.co/segmentation-targeting-positioning/>

3) การสร้างจุดยืนของสินค้า (Positioning) อาจจะวางจุดยืนด้วย 1) Emotion เป็นจุดยืนทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก สินค้าแสดงถึงฐานะ หูหระ สินค้าฟุ่มเฟือย เป็นต้น 2) Function เป็นจุดยืนทางด้านรูปแบบการใช้งาน คุณภาพสินค้า ประโยชน์ที่แท้จริง สรรพคุณสินค้า เป็นต้น และ 3) Differentiation เป็นจุดยืนด้านความแตกต่างกับสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด ไม่สามารถหาสินค้าทดแทนกันได้

สำหรับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ สามารถนำเครื่องมือธุรกิจและเครื่องมือทางการตลาดไปประยุกต์โดยพิจารณาความเหมาะสมของแต่ละเครื่องมือประกอบการดำเนินธุรกิจทั้งในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลหรือการสร้างกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจต่าง ๆ ได้ ดังภาพที่ 4.10

เครื่องมือธุรกิจและเครื่องมือทางการตลาด	ความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล	ความเหมาะสมกับการใช้สร้างกลยุทธ์
PESTEL Analysis	👍	
STP Analysis	👍	👍
Marketing 4Ps	👍	👍
Porter's Five Forces		👍
SWOT	👍	
TOWS		👍

ภาพที่ 4.10 เครื่องมือธุรกิจและเครื่องมือทางการตลาด

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

4.5 ตัวอย่างการเลือกตลาดเป้าหมายสำหรับธุรกิจ

ตัวอย่างการเลือกตลาดเป้าหมายสำหรับธุรกิจ Startup ชื่อว่า HOTDOT CURRY ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกง สุนัขัตกรรมเครื่องแกงปรุงรสกึ่งสำเร็จรูปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ จุดเริ่มต้นธุรกิจเกิดจากส่งลูกไปศึกษาต่อต่างประเทศและต้องการส่งอาหารไทยเสมือนปรุงรับประทานเองที่บ้านให้ลูกได้รับประทาน จึงเป็นที่มาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงปรุงรสกึ่งสำเร็จรูปดังกล่าว ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 Startup HOTDOT CURRY เครื่องแกงปรุงรสกึ่งสำเร็จรูป

จาก HOTDOT CURRY จากความรักสุนัขัตกรรมเครื่องแกง, โดย ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจ Startup, 2564, <https://www.smethailandclub.com/startups-3670-id.html>

HOTDOT CURRY มีแนวทางการเลือกตลาดเป้าหมายสำหรับธุรกิจเครื่องแกงปรุงรสสำเร็จรูป ดังนี้

1. มองทางเลือกในการพัฒนาตลาดหรือขยายตลาด โดยพิจารณาประเทศที่สนใจ เช่น การกำหนดคุณสมบัติของประเทศที่สนใจ ได้แก่

- เลือกประเทศที่มีการจำหน่ายสินค้าของครัวไทยอยู่แล้ว
- เลือกประเทศที่มียอดนำเข้าเครื่องแกงสำเร็จรูปจากประเทศไทย และมีปริมาณการนำเข้าสูง
- เลือกประเทศที่มีจำนวนร้านอาหารไทยมาก และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไทย

2. พิจารณาประเทศที่สนใจตามคุณสมบัติที่ธุรกิจกำหนดไว้ (ข้อ 1)

- ประเทศที่จำหน่ายสินค้าของครัวไทยอยู่แล้ว ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ เดนมาร์ก สวีเดน ออสเตรีย นิวซีแลนด์ ฮังการี และไต้หวัน

- ประเทศที่มียอดนำเข้าเครื่องแกงสำเร็จรูปจากประเทศไทย และมีปริมาณการนำเข้าสูง ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น แคนาดา เยอรมนี ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ สวีเดน เนเธอร์แลนด์ และฮังการี

- ประเทศที่มีร้านอาหารไทยจำนวนมาก และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไทย ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ แคนาดา เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย และญี่ปุ่น

3. พิจารณาตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาด ในระดับจุลภาคของประเทศที่คัดเลือกแล้ว (ข้อ 2) โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และข้อมูลเศรษฐกิจ สมมุติฐานว่ากลุ่มที่นำมาสนใจจะเป็นลูกค้าเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนไทยที่อาศัยในประเทศและร้านอาหารไทย โดยปัจจัยระดับจุลภาคที่นำมาพิจารณาการแบ่งส่วนการตลาด ได้แก่ 1) การซื้อตามร้านค้าไปปรุงรับประทานเอง 2) การซื้อไปทำอาหารที่ร้านอาหาร 3) การซื้อไปใช้สอนที่โรงเรียนสอนทำอาหาร 4) ความชอบรับประทานอาหารไทยรสชาติไม่จัด และ 5) ความชอบรับประทานอาหารไทยรสจัด

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาพิจารณาเพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายดังกล่าวแล้วนั้น ในปัจจุบัน HOTDOT CURRY สามารถเปิดตลาดทั้งตลาดแถบอเมริกา ตลาดยุโรปและตลาดอาเซียนและดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น

4.6 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป การตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรและอาหาร ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด กระจายความเสี่ยงด้วยขยายตลาดระหว่างประเทศ หรือรับประโยชน์จากนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นต้น ด้วยทิศทางการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกมีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจมาก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ดังนั้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อสำรวจจุดแข็งและจุดอ่อนในธุรกิจ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค หากองค์กรหรือเจ้าของธุรกิจมีข้อมูลมากพอ จะทำให้มีความพร้อมในการรับมือและปรับเปลี่ยนต่อความท้าทายและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ สำหรับการเลือกตลาดเป้าหมายระหว่างประเทศด้วยการกำหนดเกณฑ์ดัชนีในระดับจุลภาคและมหภาค เมื่อได้ตลาดเป้าหมายแล้วจากนั้นคือการใช้กลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด อาจจะใช้ด้วยเครื่องมือ STP ที่คำนึงการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการสร้างจุดยืนของสินค้า เพื่อให้เจ้าของธุรกิจเกษตรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ ปัจจัยความท้าทายและความไม่แน่นอนของตลาดโลก กับแนวทางกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดระหว่างประเทศ ในยุคที่โลกาภิวัตน์ขับเคลื่อนตลาดให้เชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น

ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศต้องเผชิญกับความท้าทายและความไม่แน่นอนของตลาดโลกอย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายการค้า ภาษีมาตรการทางการเงิน ความผันผวนของค่าเงิน ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคระบาด และแนวโน้มผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อกลยุทธ์การทำตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย แนวทางการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดระหว่างประเทศ ภายใต้บริบทที่ไม่แน่นอนเหล่านี้ ควรมีความยืดหยุ่นและตั้งอยู่บนข้อมูลที่แม่นยำ โดยเน้นที่การวิเคราะห์ตลาดเชิงลึกด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย เช่น การใช้ Big Data และ AI เพื่อประเมินพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคในแต่ละประเทศ รวมถึง การปรับกลยุทธ์ STP ให้สอดคล้องกับความเสี่ยงเฉพาะพื้นที่ เช่น ตลาดที่มีความเสถียรสูง อาจใช้กลยุทธ์ Mass Market ขณะที่ตลาดที่มีความเฉพาะเจาะจงควรใช้ Niche หรือ Micro Market เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ การพัฒนาแบรนด์ให้สอดคล้องกับคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมและความคาดหวังของลูกค้าในแต่ละภูมิภาค ยังเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว ภายใต้สภาพแวดล้อมโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ความสามารถในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างแม่นยำ จึงเป็นทั้งเกราะป้องกันความเสี่ยง และเครื่องมือในการสร้างโอกาสใหม่ให้ธุรกิจระหว่างประเทศเติบโตอย่างยั่งยืน

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมธุรกิจกับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ โดยระบุปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึง (เพิ่มเติม: วิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยจากตลาดต่างประเทศ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. เลือกตัวอย่างธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 1 ธุรกิจ และวิเคราะห์ปัจจัยภายในด้วยแบบจำลองห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) อย่างละเอียด (เพิ่มเติม: ครอบคลุมกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่แห่งคุณค่า)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจเกษตรที่เลือกในข้อ 2 ด้วยเครื่องมือ PESTEL Analysis อย่างละเอียด (เพิ่มเติม: พิจารณาปัจจัยการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมและการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- Michael E. Porter แนวคิด “Competitive Advantage” (วิธีการวิเคราะห์ด้วย Value Chain Model)
- PESTEL Analysis Resources (คู่มือการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมธุรกิจ) เว็บไซต์ตัวอย่าง: PESTLEanalysis.com
- World Bank: Agriculture and Food (ฐานข้อมูลสภาพแวดล้อมการทำธุรกิจภาคเกษตรในประเทศต่าง ๆ) เว็บไซต์: <https://www.worldbank.org/en/topic/agriculture>
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลกฎระเบียบการค้าเกษตรระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.dtn.go.th>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลตลาดเกษตรต่างประเทศและตัวอย่างธุรกิจเกษตรไทยในตลาดโลก) เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>
- องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (ข้อมูลแนวโน้มตลาดสินค้าเกษตรและปัจจัยแวดล้อมในแต่ละประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.fao.org>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระยา

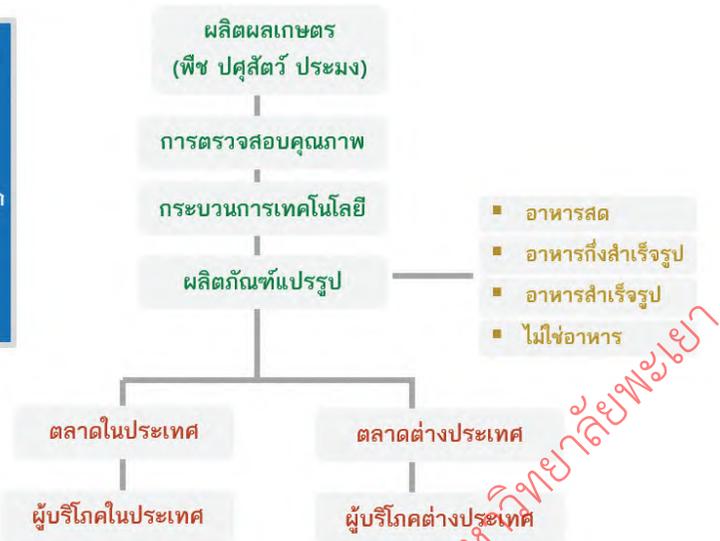
ปัจจุบันตลาดระหว่างประเทศเผชิญกับความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์ การแข่งขันรุนแรง สภาพแวดล้อมธุรกิจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทรัพยากรของหน่วยธุรกิจมีจำกัด ด้วยธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสาขาเกษตรและสาขาอื่น ๆ รวมทั้งการผลิตปัจจัยการผลิต ธุรกิจการรวบรวมสินค้าจากเกษตรกร การแปรรูป การเก็บรักษา การจำหน่าย การขนส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการจัดการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนธุรกิจ บทนี้จะกล่าวถึงองค์ประกอบการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 1) การจัดการด้านการผลิต 2) การจัดการด้านการตลาด 3) การจัดการด้านการเงิน 4) การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ 5) การจัดการด้านสารสนเทศทางธุรกิจ 6) การจัดการด้านโลจิสติกส์ และ 7) สรุปและทักษะเชิงวิชาการ

5.1 การจัดการด้านการผลิต

การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศที่ดีจึงมีส่วนสำคัญต่อการก้าวสู่ตลาดระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ และมีโอกาสประสบความสำเร็จที่ยั่งยืน จากนิยามของระบบธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 6 ระบบย่อย ได้แก่ 1) ปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร 2) การผลิตสินค้าเกษตร 3) การจัดหาสินค้าเกษตร 4) การแปรรูปและการเก็บรักษาสินค้าเกษตร 5) การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร และ 6) การส่งออกตลาดระหว่างประเทศ ดังภาพที่ 5.1 ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นพืช ปศุสัตว์ หรือประมง ต้องมีการตรวจสอบคุณภาพด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิต แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอาหารสด อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารก็ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้วยเช่นกัน เพื่อส่งต่อให้ลูกค้าทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อส่งออกต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ด้วยวัตถุดิบที่ต้องคัดสรรคุณภาพตามปริมาณที่ต้องการผ่านกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานกำกับทุกขั้นตอน

ระบบธุรกิจเกษตร 6 ระบทย่อย

- I. ปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร
- II. การผลิตสินค้าเกษตร
- III. การจัดหาสินค้าเกษตร
- IV. การแปรรูปและการเก็บรักษาสินค้าเกษตร
- V. การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร
- VI. การส่งออก



ภาพที่ 5.1 ระบบธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

5.1.1 การวางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิต เป็นการวางแผนจัดการปัจจัยการผลิตต่าง ๆ อาจใช้แนวคิด 4M ได้แก่ แรงงาน (Man) เครื่องจักร (Machine) วัตถุดิบ (Material) และกระบวนการผลิต (Method) เพื่อให้ผลการผลิตบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยความต้องการของลูกค้า (Customer Demand) การวางแผนกระบวนการผลิตอาจพิจารณาตามการพยากรณ์ยอดขาย โดยมีการควบคุมการผลิตตามมาตรฐานอย่างเข้มงวด การควบคุมต้นทุนการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสม ตลอดจนการวางแผนซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องจักรในการผลิต โดยทั่วไปการวางแผนการผลิต จำแนกเป็น 2 ระยะคือ

- **แผนการผลิตในระยะสั้น** เป็นการวางแผนการผลิตภายใน 12 เดือน เช่น แผนการผลิตประจำวัน แผนการผลิตประจำสัปดาห์ ประจำเดือน ประจำไตรมาส หรือประจำปี เป็นต้น เพื่อกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนซึ่งคำนวณจากกำลังการผลิตที่มีอยู่ ทำควบคู่ไปกับการควบคุมการผลิตให้ได้ตามแผนและระยะเวลา

- **แผนการผลิตในระยะยาว** เป็นลักษณะการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต เช่น การวางแผนการสร้างและขยายโรงงาน การซื้อเครื่องจักร การวางแผนด้านบุคลากร แผนการผลิตในระยะยาวมีระยะเวลาเกิน 1 ปี (ประมาณ 3-5 ปี) โดยเน้นการเพิ่มกำลังการผลิตและการขยายกิจการ

5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายผลิตและฝ่ายอื่น ๆ ในธุรกิจ

ในกระบวนการผลิต เห็นได้ว่าฝ่ายผลิตมีความเชื่อมโยงกับหลายฝ่าย ได้แก่

- **ฝ่ายตลาด** รวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการจากลูกค้าหรือตัวแทน รวมถึงข้อมูลธุรกิจของคู่แข่ง และกฎระเบียบทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

- ฝ่ายจัดซื้อ จัดซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ให้ฝ่ายผลิต โดยต้องควบคุมคุณภาพวัตถุดิบตามชนิด ปริมาณ และการประเมินซัพพลายเออร์ (Suppliers) ที่ส่งมอบวัตถุดิบ
- ฝ่ายการเงิน ดูแลการเงิน การบัญชี รวบรวมต้นทุนการผลิตทั้งธุรกิจ ค่าจ้าง ค่าวัสดุ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ความสูญเสียวัสดุและสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน
- ฝ่ายวิศวกรรม ดูแลกระบวนการผลิตทั้งระบบ โดยต้องมีมาตรฐานกำกับทุกขั้นตอน การควบคุมคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีทันสมัยในการผลิต
- ฝ่ายซ่อมบำรุง ซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ ตลอดจนการดูแลภายในและรอบโรงงานการผลิต
- ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดูแลด้านวิจัยและพัฒนา ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรธุรกิจที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตอบสนองลูกค้าเป้าหมาย

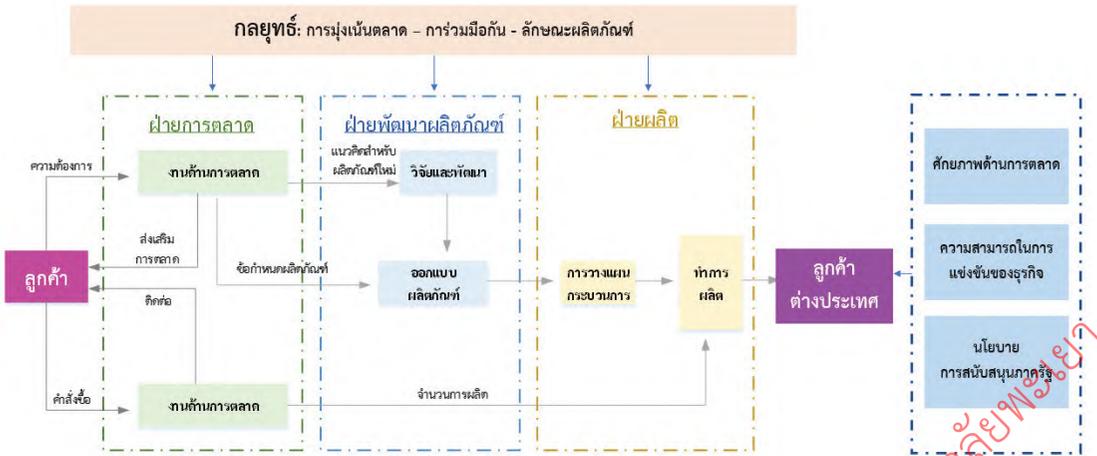
5.1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) เป็น กระบวนการค้นคว้า การคิดออกแบบ การแก้ไข และปรับปรุง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีและอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง สำหรับ ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีความจำเป็นเพื่อเพิ่มคุณภาพสินค้าตอบสนองความต้องการลูกค้า ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น ผลิตภัณฑ์ใหม่แบ่งออกเป็น

- นวัตกรรมอย่างแท้จริง (Really Innovation) หมายถึง ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด
- ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modification) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ โดยปรับเปลี่ยน ดัดแปลง ผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความทันสมัย แปลกใหม่มากขึ้น เพื่อตอบสนองลูกค้าในตลาด
- ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Emulation) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบจากผลิตภัณฑ์ของ คู่แข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทแต่เก่าในที่สุด

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการวางแผนการผลิตเพื่อการส่งออก จะเชื่อมโยงกับฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ลักษณะผลิตภัณฑ์ และความร่วมมือที่ชัดเจน แล้วดำเนินการต่อไปยัง

- 1) ฝ่ายการตลาดศึกษาความต้องการของลูกค้าและนำเสนอความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ไปยัง
- 2) ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อออกแบบจนได้ผลิตภัณฑ์ตามต้องการ และส่งต่อไปยัง
- 3) ฝ่ายผลิตเพื่อทำการผลิต ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดส่งออกเกี่ยวข้องกับศักยภาพด้านการตลาด ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และนโยบายการสนับสนุนภาครัฐ แผนผังกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการวางแผนกระบวนการผลิต สรุปลักษณะที่ 5.2



ภาพที่ 5.2 แผนผังกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการวางแผนกระบวนการผลิต ดัดแปลงจาก ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบรับ AEC, โดย ชลธิศ ดาราวงษ์, 2556, วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 1(8), หน้า 1 - 12; การจัดการความรู้ ในทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์, โดย ชลธิศ ดาราวงษ์, 2558, วารสารมหาวิทยาลัยหอการค้า, 35(2), หน้า 161 - 173.; การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ 1, โดย ศุภวัชร เมฆบุรณ และสุรัส ตั้งไพฑูรย์, 2546, สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์.

กลยุทธ์การขยายธุรกิจด้วยการผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ ซึ่งอาจจะเป็นตลาดใหม่ในประเทศหรือขยายไปสู่ต่างประเทศด้วยเครื่องมือ The ANSOFF'S MATRIX ที่พัฒนาโดย Harry Igor Ansoff นักพัฒนากลยุทธ์ชาวอเมริกัน-รัสเซีย เมื่อปี ค.ศ. 1957 ด้วย 4 แนวทางตามเมทริกซ์ คือ

- เมทริกซ์ 1: กลยุทธ์การเจาะตลาดผลิตภัณฑ์เดิม x ตลาดเดิม (Market Penetration) ใช้เทคนิควิธีทางการตลาดเพื่อสื่อสารให้ลูกค้ารู้จักสินค้าหรือบริการมากขึ้น
- เมทริกซ์ 2: กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ x ตลาดเดิม (Product Development) การพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาด ซึ่งกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นนอกจากจะช่วยกระตุ้นยอดขายแล้วยังสามารถช่วยรักษารฐานลูกค้าเดิม
- เมทริกซ์ 3: กลยุทธ์การขยายตลาดผลิตภัณฑ์เดิม x ตลาดใหม่ (Market Development) การเพิ่มยอดขายจากการนำสินค้าเดิมไปวางขายในตลาดใหม่ที่มีศักยภาพผ่านการนำเสนอถึงรูปแบบและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าในตลาดดังกล่าว โดยไม่ได้พัฒนาหรือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่แต่อย่างใด เช่น การขยายกลุ่มลูกค้าจากการค้าปลีกกับลูกค้ารายย่อย (Business to Customer: B2C) เป็นการส่งสินค้าล็อตใหญ่ให้กับลูกค้าธุรกิจ (Business to Business: B2B) การส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศ เป็นต้น
- เมทริกซ์ 4: กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ x ตลาดใหม่ (Diversification) การพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่เพื่อวางขายในตลาดใหม่ ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งการขายสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ธุรกิจร้านอาหารที่ขยายไปขายวัตถุดิบสำหรับทำอาหารให้กับร้านอาหารประเภทเดียวกันในตลาดต่างประเทศ เป็นต้น หรืออาจจะเป็นการขยายไปสู่ธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพ อาจจะไม่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจเดิมเลย เช่น ธุรกิจร้านอาหารที่ขยายไปสู่ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น

ตัวอย่าง บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กำหนดกลยุทธ์การขยายธุรกิจโดยใช้ ANSOFF'S MATRIX กับสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ชาเขียว ดังภาพที่ 5.3 ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดเดิม ตลาดใหม่ และขยายธุรกิจใหม่สู่ร้านอาหารบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่น โดยเมื่อปี พ.ศ. 2561 อิชิตัน กรุ๊ป ดำเนินแผนการตลาดเชิงรุกใน CLMV ทั้งในประเทศกัมพูชา ลาว สหภาพเมียนมาร์ และเวียดนาม เสริมเป้าหมายสัดส่วนยอดขายจากต่างประเทศ ให้มีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 30 ของยอดขายทั้งหมด (สูงขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ร้อยละ 25) (PeerPower Team, 2563)



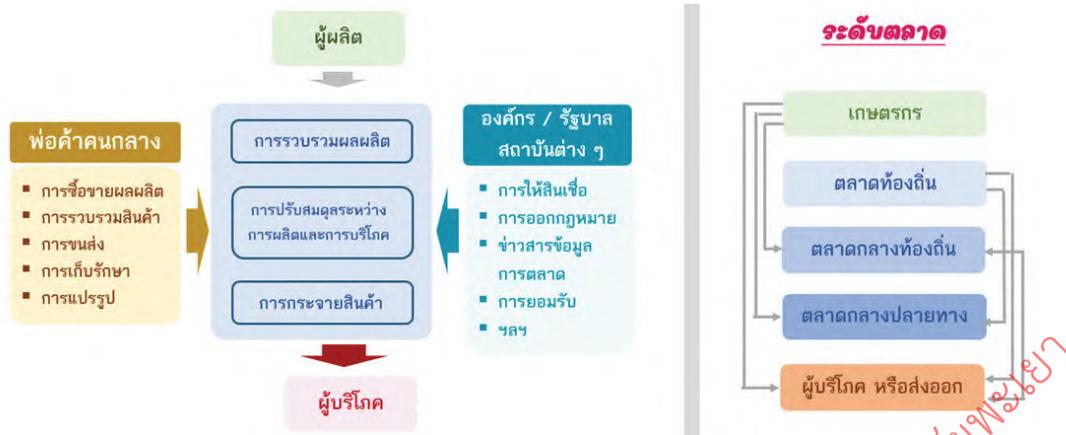
ภาพที่ 5.3 เครื่องมือทางการตลาด แอนซอฟฟ์ แมทริกซ์ (The ANSOFF'S MATRIX)

จาก Ansoff's matrix เครื่องมือช่วยขยายธุรกิจ SME: การขยายธุรกิจด้วยการหาตลาดหรือกลุ่มลูกค้าใหม่, PeerPower Team, 2563, <https://www.peerpower.co.th/blog/smes/ansoffs-matrix/>

5.2 การจัดการด้านการตลาด

การตลาด (Marketing) หมายถึง ระบบการดำเนินงานทางธุรกิจทั้งหมดที่กำหนดขึ้น เพื่อวางแผนเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาดและการจำแนกแจกจ่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า สำหรับกระบวนการการตลาดสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ ดังแสดงภาพที่ 5.4

- **การบริการ** ตั้งแต่การรวบรวม การกระจายสินค้า หรือผลผลิตจากแหล่งผลิตหรือผู้ผลิต ผู้ผู้บริโภคคนสุดท้ายตลอดจนทำหน้าที่ในการสร้างคุณภาพในตลาด
- **ผู้ให้บริการ** ทั้งส่วนของพ่อค้าคนกลางระดับต่าง ๆ ที่มีการซื้อขายปัจจัยการผลิต ผลผลิต รวบรวม ขนส่ง เก็บรักษาและแปรรูป รวมถึงองค์กร รัฐบาล สถาบันที่เกี่ยวข้อง อาทิ การให้สินเชื่อ การออกกฎหมาย ข้อมูลข่าวสาร และอื่น ๆ เป็นต้น
- **ผู้รับบริการ** ครอบคลุมผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยกิจกรรมผ่านระดับตลาดต่าง ๆ จากผู้ผลิต เกษตรกร ตลาดท้องถิ่น ตลาดกลางท้องถิ่น (รวบรวมผลผลิต) ตลาดกลางปลายทางผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

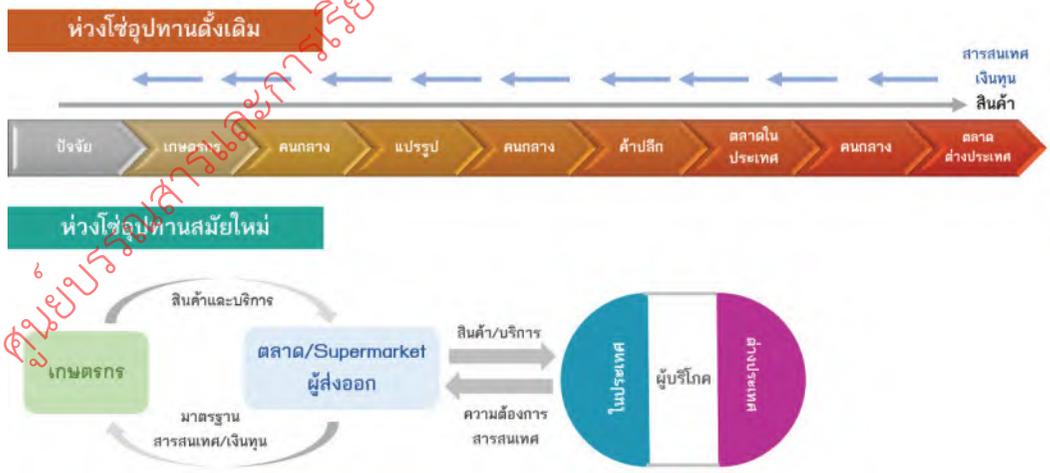


ภาพที่ 5.4 กระบวนการตลาดสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

5.2.1 การจัดการด้านการตลาดตามห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่

ห่วงโซ่อุปทานดั้งเดิม ความสัมพันธ์แบบทางตรงที่ผู้ประกอบการในแต่ละขั้นตอนไม่ได้มีความสัมพันธ์แบบถาวรกับผู้ประกอบการอื่น อาจเป็นความสัมพันธ์ชั่วคราวในตลาดจรหรือตลาดส่งมอบสินค้าทันที (Spot Market) โดยพ่อค้าปลีกขายหนึ่งอาจติดต่อกับพ่อค้าส่งหลายราย ผู้ประกอบการในชั้นปลายน้ำไม่มีความสัมพันธ์กับเกษตรกรต้นน้ำ เป็นต้น แต่ปัจจุบัน ห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่จะมีความสัมพันธ์แบบสองทาง โดยที่เกษตรกรและผู้ประกอบการตลอดจนผู้เกี่ยวข้องทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานต้องติดต่อกัน มีสัญญาเป็นเครื่องผูกพัน ความสัมพันธ์นี้ครอบคลุมทั้งด้านสินค้า เช่น สินค้าต้องปลอดภัยและตรวจสอบย้อนกลับได้ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ด้านข่าวสาร ข้อมูลที่มีการแลกเปลี่ยนสองทางและด้านเงินทุนกับความเสถียร เช่น บริษัทธุรกิจการเกษตรอาจต้องร่วมลงทุนระยะยาวกับกลุ่มเกษตรกร เป็นต้น ดังภาพที่ 5.5



ภาพที่ 5.5 ห่วงโซ่อุปทานดั้งเดิม และห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

5.3 การจัดการด้านการเงิน

การจัดการด้านการเงินสำหรับธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ เกี่ยวข้องกับการจัดแหล่งเงินทุน การกู้ยืม การควบคุมการใช้จ่ายของเงินทุน เพื่อวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อให้มีเงินทุนเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว 2) เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจ ได้รับผลตอบแทนด้านเงินปันผลที่เพียงพอและคุ้มค่ากับการลงทุน 3) เพื่อให้การลงทุนในกิจการต่าง ๆ เป็นไปอย่างเหมาะสมและถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการเบิกจ่ายเงิน 4) เพื่อให้เงินทุนที่มีอยู่ได้ใช้ในธุรกิจอย่างเหมาะสมและถูกต้อง ได้ผลตอบแทนตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า และ 5) เพื่อให้แผนการลงทุนที่ได้วิเคราะห์แล้ว ดำเนินการตามที่วางแผนไว้ และได้รับผลตอบแทนคุ้มกับการวางแผนล่วงหน้า มีความถูกต้องแม่นยำ หรือมีความผิดพลาดในส่วนใด ก็สามารถกลับมาแก้ไขปรับปรุงสำหรับการวางแผนทางการเงินในครั้งต่อไปได้ ภารกิจหลักในการจัดการด้านการเงิน ได้แก่

- **การจัดการแหล่งเงินทุนของธุรกิจ** อาจจะมาจกเงินทุนส่วนตัว หรือแหล่งเงินกู้ (Commercial Loans) ซึ่งต้องมีหลักทรัพย์หลักประกันเงินกู้ (Collateral) เพื่อป้องกันความเสี่ยงกรณีที่ผู้กู้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ และการติดต่อทำธุรกรรมที่สถาบันการเงิน ธนาคาร ฯลฯ
- **การวางแผนและการวิเคราะห์การลงทุนของธุรกิจ** โดยพิจารณาจากเกณฑ์ชี้วัด อาทิ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) หรืออัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) เป็นต้น
- **การบริหารสภาพคล่อง** โดยรายการทางการเงิน ได้แก่ อัตราส่วนสภาพคล่อง เช่น สินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน อัตราส่วนการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง เช่น ต้นทุนขายต่อสินค้าคงเหลือ อัตราหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม เช่น หนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม ตลอดจน ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม เช่น กำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม เป็นต้น

5.4 การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

ในโลกแห่งการแข่งขันรุนแรงทางธุรกิจในทุกวันนี้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศมาก ต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การเพิ่มทักษะความรู้ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานทั้งระดับบุคคลและระดับองค์กรอย่างสม่ำเสมอ โดยต้องเป็นกระบวนการเชิงรุกที่ทันห่วงที่ต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลก ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสำหรับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศที่อยู่ภายใต้การแข่งขันระดับโลกอย่างรุนแรง จึงจำเป็นต้องส่งเสริมด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ก้าวหน้าทันสมัย ในส่วนของผู้นำองค์กรก็ต้องปรับสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ด้วยการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)

สำหรับแนวทางการพัฒนานักธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ เป็นการต่อยอดความรู้และทักษะสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรเชิงธุรกิจ (Agro-Entrepreneurship) และมีการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี การเกษตรแม่นยำสูงที่เน้นการผลิตสินค้าเกษตรด้วยการบริหารจัดการ ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดการใช้แรงงาน ลดต้นทุนการผลิต บริหารจัดการปัจจัยการผลิตและกิจการที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า รวมถึงเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าเกษตร เพื่อให้เข้าสู่มาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐานการรับรองทั้งในประเทศและต่างประเทศ เกษตรกรรุ่นใหม่ต้องเป็นผู้นำด้านเกษตรที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรชั้นนำ เพื่อเป็นกำลังของภาคเกษตรในอนาคต ความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรสู่ตลาดระหว่างประเทศ ครอบคลุมความรู้และทักษะ ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจในการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การตัดสินใจเลือกกระตบการผลิตที่เหมาะสม การตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การบันทึกและการจัดทำบัญชีธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การวิเคราะห์การลงทุนธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ความรู้ความเข้าใจในการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ การชำระเงิน และพิธีการศุลกากร ตลอดจนความรู้ความเข้าใจกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

5.5 การจัดการด้านสารสนเทศทางธุรกิจ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information System) ได้รับการพัฒนาเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปอย่างมีระบบ ต้องได้รับการออกแบบและพัฒนาให้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมให้ทั้งองค์กรสามารถประสานงานและใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับปฏิบัติงานและระดับบริหารสำหรับการจัดการสารสนเทศทางธุรกิจเกษตร ประกอบด้วย

- **ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี** ได้แก่ 1) ระบบบัญชีทางการเงิน คือ การจดบันทึกรายการค้าในรูปแบบเงิน การตีความงบการเงิน (งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด) เป็นต้น และ 2) ระบบบัญชีกิจการ เป็นข้อมูลตัดสินใจทางธุรกิจ บัญชีต้นทุน การประมาณงบ เป็นต้น

- **ระบบสารสนเทศด้านการเงิน** แสดงถึงข้อมูลสภาพคล่อง (Liquidity) ในการดำเนินงาน การบริหารจัดการเงินสดหมุนเวียน การจัดการด้านการเงิน 3 หน้าที่สำคัญ คือ 1) การพยากรณ์ การคาดการณ์ การวางแผนทางธุรกิจเพื่อใช้เงินเกิดประโยชน์สูงสุด 2) การจัดการด้านการเงิน เป็นการบริหารการเงิน เช่น รายรับ รายจ่าย การหาเงินทุน การกู้ยืม ฯลฯ และ 3) การควบคุม เป็นการติดตามผล ตรวจสอบและประเมินความเหมาะสมในการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร

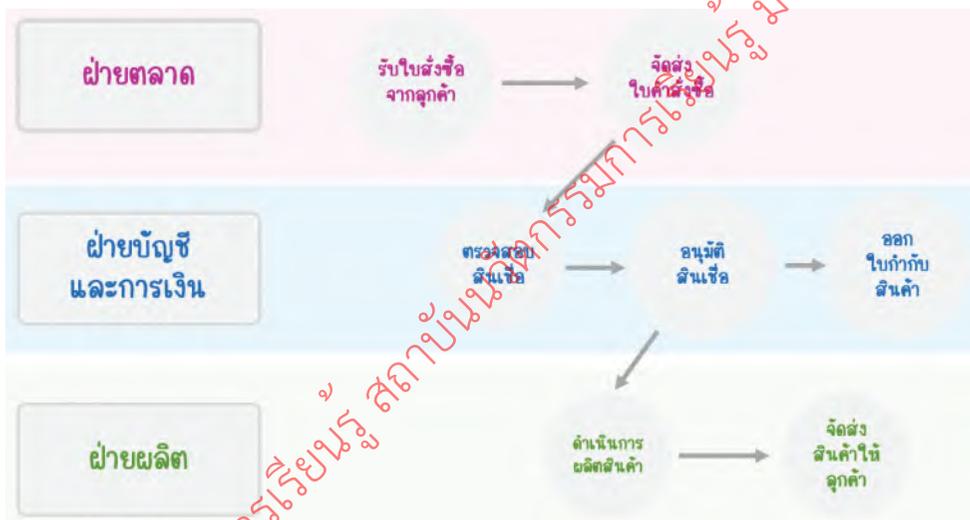
- **ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล** เป็นระบบสารสนเทศสำหรับบริหารงานบุคคล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานวางแผนการจ้างงาน พัฒนาและฝึกอบรม ค่าจ้าง เงินเดือน การดำเนินงาน นอกจากนี้การจัดการระบบสารสนเทศอย่างมีระเบียบวินัยจะช่วยให้การบริหารทรัพยากรบุคคลเกิดประสิทธิภาพ เป็นต้น

- **ระบบสารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงาน** เป็นระบบสารสนเทศสำหรับวางแผนการผลิต เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถพยากรณ์ปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อไม่ให้มีจำนวนมากหรือน้อยจนเกินไป ตลอดจนควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยมีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

- **ระบบสารสนเทศด้านการตลาด** การตลาดเป็นหน้าที่สำคัญของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ทำหน้าที่กระจายสินค้าและบริการสู่ลูกค้าด้วยส่วนประกอบ 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการจัดโปรโมชั่น ระบบสารสนเทศย่อยประกอบด้วย

- 1) ระบบสารสนเทศสำหรับการขาย เพื่อจัดการการสนับสนุนการขายให้ขยายตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์การขาย ดูกำไรหรือขาดทุนของผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ลูกค้าอย่างตรงเป้าหมาย
- 2) ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัยตลาด เพื่อรู้ในด้านสถานะทางการเงิน การดำเนินธุรกิจ ความพอใจ รสนิยม และพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนการวิจัยตลาด เพื่อการหาขนาดตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่จะนำออกจำหน่าย
- 3) ระบบสารสนเทศสำหรับการส่งเสริมการขาย แผนงานด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย เพื่อส่งเสริมการขาย เพิ่มยอดขายสินค้าและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้สูงขึ้น
- 4) ระบบสารสนเทศสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นระบบที่วิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ลักษณะและความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่

- 5) ระบบสารสนเทศสำหรับการพยากรณ์การขาย เป็นระบบที่ใช้ในการวางแผนการขาย แผนการทำกำไร จากสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของบริษัท ซึ่งจะส่งผลไปถึงการวางแผนการผลิต การวางกำลังคน และงบประมาณที่จะใช้เกี่ยวกับการขาย
- 6) ระบบสารสนเทศสำหรับการวางแผนกำไร เป็นระบบที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนกำไรของธุรกิจ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยสารสนเทศที่ต้องการคือ สารสนเทศจากการวิจัยตลาด ยอดขาย ในอดีต สารสนเทศของคู่แข่ง การพยากรณ์การขาย และการโฆษณา
- 7) ระบบสารสนเทศสำหรับการกำหนดราคา การกำหนดราคาทางการตลาด จะต้องคำนึงถึงความต้องการ ของลูกค้า คู่แข่งขัน กำลังซื้อของลูกค้า โดยปกติแล้วราคาสินค้าจะตั้งราคาจากต้นทุนรวมและกำไร ที่ต้องการ
- 8) ระบบสารสนเทศสำหรับการควบคุมค่าใช้จ่าย ที่สามารถควบคุมได้โดยดูจากรายงานผลการทำกำไรกับ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง หรือสาเหตุของการคลาดเคลื่อนของค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น เงินเดือน ค่าโฆษณา ค่าส่วนแบ่งการขาย ฯลฯ



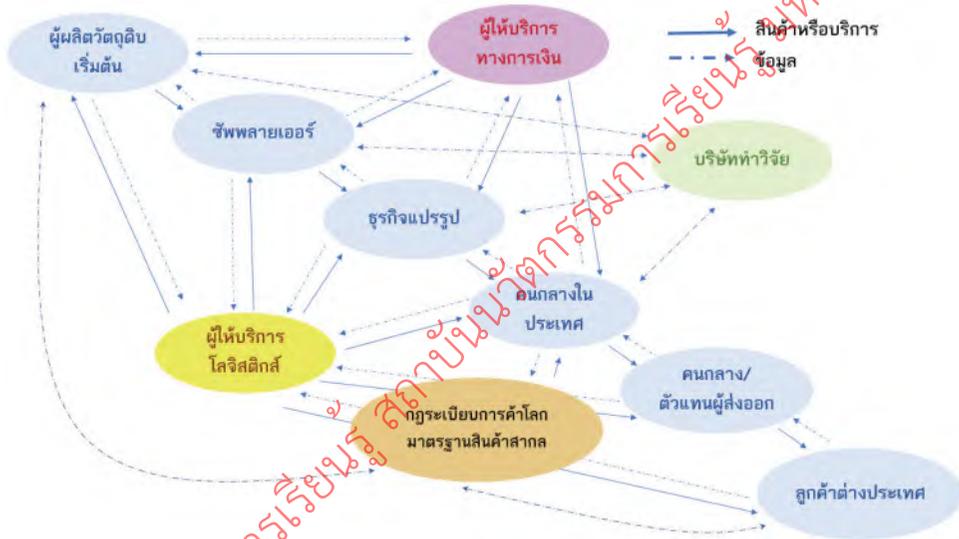
ภาพที่ 5.6 ความเชื่อมโยงของฝ่ายงานต่าง ๆ สำหรับธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

การดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศจะมีความเชื่อมโยงของฝ่ายงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 5.6 จะเห็นว่า ฝ่ายตลาด รับใบคำสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ จึงจัดส่งใบคำสั่งซื้อ โดยฝ่ายบัญชีและการเงิน ทำการตรวจสอบสินค้า เพื่ออนุมัติสินค้าและออกใบกำกับสินค้า โดยฝ่ายผลิต จะผลิตสินค้าเมื่อรับคำสั่งผลิต และจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าต่อไป ดังนั้น การจัดการด้านสารสนเทศทางธุรกิจจึงต้องมีระบบสารสนเทศย่อย ๆ เพื่อให้ การดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5.6 การจัดการด้านโลจิสติกส์

การจัดการด้านโลจิสติกส์ คือ การจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่มีความเกี่ยวพันกันด้วยจุดมุ่งหมายตอบสนองความต้องการของลูกค้า โลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อช่วยในการวางแผนสนับสนุน การควบคุมการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเก็บรักษาสินค้าบริการ ตลอดจนถึงเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลจุดเริ่มต้นไปจุดสุดท้าย (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, วิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม, 2560) การบริหารจัดการโลจิสติกส์ มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ทำให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เป็นการจัดการเกี่ยวข้องกับการจัดการจัดเก็บสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรแต่ละชนิดเพื่อรักษาคุณภาพสินค้า ด้วยมีการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างประเทศ จึงต้องจัดการรูปแบบขนส่งสินค้าตามลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนต่าง ๆ เป็นการบริหารจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานนั่นเอง กิจกรรมหลักสำหรับโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดการคลังสินค้า การจัดการขนส่ง และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่มีความซับซ้อนด้วยมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น ดังภาพที่ 5.7



ภาพที่ 5.7 ระบบห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อน

ดัดแปลงจาก ห่วงโซ่อุปทานมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก

โดย นางคันช บุญกล้า, 2560, *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), หน้า 742–754.;

เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการเกษตรระหว่างประเทศ *International Agribusiness* หน่วยที่ 7 - 15.

โดย เตชะ บุญยชัย, 2551, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศสมัยใหม่ต้องตระหนักถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น การสร้างความสัมพันธ์ของผู้ผลิตวัตถุดิบขั้นแรกจนกระทั่งถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เมื่อได้รับสินค้าและบริการแล้วยังมีการส่งต่อข้อมูลในทุก ๆ กระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อการวางแผนตามความต้องการและการผลิตภายในห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบตามรายละเอียดดังนี้

- **ผู้ผลิตวัตถุดิบเริ่มต้น (Initial Supplier)** ได้แก่ ผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น ปุย อาหารสัตว์ เมล็ดพืช อุปกรณ์การเกษตร ส่งต่อให้ซัพพลายเออร์

- **ซัพพลายเออร์ (Supplier)** ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าเกษตร เช่น ชาวสวนยางพารา ชาวสวนผลไม้ ชาวสวนผัก ทำปศุสัตว์ ที่ผลิตสินค้าเกษตรเพื่อส่งต่อไปยังโรงงานแปรรูปในการผลิตสินค้าต่อไป

- **ธุรกิจแปรรูปในประเทศ (Local Firm)** ได้แก่ ธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตร อาจอยู่ในระดับท้องถิ่นหรือภูมิภาค ทำให้เกิดสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น โรงงานผลิตผลไม้กระป๋อง โรงงานแปรรูปอาหารทะเล

- **ลูกค้า (Customer)** ได้แก่ ผู้ที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตระดับท้องถิ่น (Local Firm) นำสินค้าต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางการค้าอื่น ๆ ต่อไป ครอบคลุมผู้ค้าส่ง พ่อค้าคนกลางสำหรับตลาดในประเทศ และพ่อค้าคนกลางในตลาดระหว่างประเทศ

- **คนกลาง/ตัวแทนผู้ส่งออก (Export Agent)** ได้แก่ บริษัทที่ทำหน้าที่ติดต่อ ประสานงานเดินเรื่องเอกสารต่าง ๆ ผ่านกับกรมศุลกากร เพราะสินค้าที่จะทำการส่งออก ต้องมีการจ่ายภาษีศุลกากรและมาตรฐานสากลรับรอง ทั้งนี้ผู้ที่ส่งออกจะต้องติดต่อหาตัวแทนที่ไว้วางใจได้ ทำงานแบบมีอออาชีพ

- **ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Ultimate Customer)** ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าขั้นสุดท้ายในตลาดระหว่างประเทศ เพื่อการบริโภคหรือใช้ประโยชน์สำหรับตนเอง ครอบคลุมทั้งผู้บริโภคในประเทศและผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

- **ผู้ให้บริการทางการเงิน (Financial Provider)** ได้แก่ ผู้ที่จัดหาด้านการเงินหรือเงินทุนให้แก่หน่วยธุรกิจ ในระดับต่าง ๆ ครอบคลุมธนาคารพาณิชย์และแหล่งเงินทุนต่าง ๆ

- **ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ (Third Party Logistics)** ได้แก่ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่รับหน้าที่ในการขนส่งสินค้าที่ผลิตไปยังลูกค้า

- **บริษัทวิจัยการตลาด (Market Research Firm)** ได้แก่ บริษัทผู้รับหน้าที่สำรวจตลาดผู้บริโภคขั้นสุดท้ายให้แก่ผู้ผลิต เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้านำไปใช้เป็นฐานการตัดสินใจวางแผนการผลิตต่อไป

- **ระเบียบการค้า (Trade Regulation)** และมาตรฐานสินค้าและอาหาร (Food Standard) ได้แก่ มาตรการภาษีศุลกากรและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรที่ส่วนใหญ่สอดคล้องกับมาตรฐานสินค้าและอาหาร อาทิ มาตรการที่ใช้ในการจำกัดการนำเข้าสินค้าเกษตรเพื่อปกป้องคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ พืช สัตว์ หรือมาตรการที่กำหนดมาตรฐาน (Standard) ในผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ซึ่งสินค้าเกษตรและอาหารส่งออกต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและมีการรับรองมาตรฐานก่อนดำเนินการส่งออก

ประโยชน์ของการจัดการโลจิสติกส์

ธุรกิจมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สำหรับธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์มีประโยชน์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

- **การลดความสูญเสียที่เกิดจากการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้า** ด้วยการจัดการโลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการขนส่งและคลังสินค้า ที่ต้องควบคุมคุณภาพอย่างต่อเนื่องต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่าย อาจทำให้ลดคุณภาพและราคา การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานในส่วนการจัดการขนส่ง การมีบรรจุภัณฑ์ที่ดี การเก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้า กระบวนการเหล่านี้ ส่งผลต่อการลดอัตราสูญเสียของสินค้า ทั้งในแง่คุณภาพและปริมาณระหว่างการขนส่งได้

- **การลดเวลาในการขนส่งสินค้าให้สั้นลง** จากการควบคุมกิจกรรมการขนส่งทั้งการเลือกรูปแบบการขนส่งสินค้า เส้นทางการขนส่ง การพัฒนาวิธีการขนส่งสินค้าเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางในระยะเวลาสั้นลง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบขนส่งระหว่างประเทศเพื่อการลำเลียงสินค้าเกษตรไปยังประเทศคู่ค้า การค้าชายแดน หรือการค้าข้ามแดน ล้วนส่งผลต่อการจัดการขนส่งสินค้าเกษตรระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพขึ้น

- การลดต้นทุนการจัดการโลจิสติกส์ จากการพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดการโลจิสติกส์ด้านต่าง ๆ ส่งผลให้ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศเกิดความสูญเสียน้อยลงทั้งในตัวสินค้า ระยะเวลาขนส่ง และทรัพยากรทุกด้าน เช่น การติดต่อสื่อสาร พนักงาน ปัจจัยการผลิต เป็นต้น เมื่อใช้ทรัพยากรได้คุ้มค่ามากขึ้น จะยิ่งทำให้ต้นทุนของการขายสินค้าต่อหน่วยลดลงเช่นกัน

5.7 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป ด้วยธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 6 ระบบย่อย คือ ปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร การผลิตสินค้าเกษตร การจัดหาสินค้าเกษตร การแปรรูปและการเก็บรักษาสินค้าเกษตร การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร และการส่งออกตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งแต่ละระบบย่อยมีกิจกรรมต่อเนื่องตั้งแต่จุดเริ่มต้นผู้ผลิตปัจจัยการผลิตกระทั่งถึงจุดสุดท้ายคือผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพ เจ้าของธุรกิจต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการจัดการองค์ประกอบธุรกิจ โดยจำแนกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการเงิน การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านสารสนเทศ และการจัดการด้านโลจิสติกส์ ดังนั้น การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศให้รอบคอบตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนกระทั่งจุดสุดท้าย จึงเป็นเรื่องสำคัญต่อตัวธุรกิจให้มีโอกาสประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศและประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับระบบธุรกิจเกษตรตามองค์ประกอบสำคัญทั้ง 6 ด้านโดยเน้นความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ การจัดการที่มีประสิทธิภาพต้องเริ่มตั้งแต่การควบคุมคุณภาพของปัจจัยการผลิต การใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบและแปรรูปสินค้าเกษตร ไปจนถึงการบริหารจัดการโลจิสติกส์และการส่งออก การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศที่ดีต้องอาศัยแนวทางแบบองค์รวม (Holistic Approach) ที่บูรณาการทั้งด้านเทคโนโลยี มาตรฐานความปลอดภัย การจัดการข้อมูล และการบริหารความเสี่ยง ซึ่งสามารถสนับสนุนผ่านกลไกความร่วมมือในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจหรือการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านตลาดระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น IoT และ AI มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการผลิต การคาดการณ์ความต้องการของตลาด และการลดต้นทุนในห่วงโซ่อุปทาน การมีระบบติดตามย้อนกลับ (Traceability) และความโปร่งใสในการดำเนินงาน ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความยั่งยืน และจริยธรรม จะเห็นได้ว่าการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศในปัจจุบัน ต้องปรับตัวเข้าสู่ระบบห่วงโซ่อุปทานแบบร่วมมือ (Collaborative Supply Chain) ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการส่งเสริมมาตรฐานสากล เพื่อให้สามารถเติบโตในตลาดโลกอย่างยั่งยืนและมีความยืดหยุ่นต่อความผันผวนของตลาด

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายองค์ประกอบของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศในภาพรวม (เพิ่มเติม: ครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การตลาด โลจิสติกส์ กฎหมายระหว่างประเทศ และการจัดการความเสี่ยง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. อธิบายประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ โดยเลือกนำเสนอ 2 ด้าน พร้อมยกตัวอย่างธุรกิจประกอบการอธิบาย (เพิ่มเติม: ตัวอย่างควรสะท้อนให้เห็นผลลัพธ์เชิงบวกที่ชัดเจน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมและศูนย์ทุนทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- International Trade Centre – Agriculture and Agro-processing (แนวทางการส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://intracen.org>

- Kotler and Keller หลักการ “Marketing Management” (แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและการจัดการธุรกิจในตลาดระหว่างประเทศ)

- World Bank: Agriculture and Food (ฐานข้อมูลสภาพแวดล้อมการทำธุรกิจภาคเกษตรในประเทศต่าง ๆ) เว็บไซต์: <https://www.worldbank.org/en/topic/agriculture>

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลกฎระเบียบการค้าเกษตรระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.dtn.go.th>

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลตลาดเกษตรต่างประเทศและตัวอย่างธุรกิจเกษตรไทยในตลาดโลก) เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>

- องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (ข้อมูลแนวโน้มตลาดสินค้าเกษตรและปัจจัยแวดล้อมในแต่ละประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.fao.org>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การเตรียมความพร้อม ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

บทที่ 6

เมื่อตัดสินใจเข้าสู่การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตรแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศต้องเตรียมความพร้อมหลายด้าน เพื่อเข้าสู่ตลาดให้ประสบความสำเร็จ บทนี้จะกล่าวถึง 1) ความรู้ทักษะสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ การส่งออกสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ 2) ขั้นตอนการส่งออก – นำเข้าระหว่างประเทศ 3) การเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรสู่การค้าระหว่างประเทศ 4) ข้อกำหนดการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ 5) การจัดเตรียมเอกสารการส่งออก 6) การชำระเงินระหว่างประเทศ และ 7) สรุปและทักษะเชิงวิชาการ

6.1 ความรู้ทักษะสำคัญสำหรับผู้ประกอบการส่งออกสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ

สำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรระหว่างประเทศเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและต้องการความรู้ทักษะเฉพาะด้าน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการควรพิจารณาประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1) การจดทะเบียนและการขึ้นทะเบียนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากความตกลงการค้าเสรีต่างๆ (Free Trade Agreement: FTA) ด้วยการเริ่มต้นยื่นคำขอจองชื่อบริษัทผ่านระบบออนไลน์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ภายใน 30 วันหลังจากจองชื่อบริษัท ต้องยื่นหนังสือบริคณห์สนธิ (Memorandum of Association: MOA) ประกอบด้วยชื่อบริษัท ที่ตั้งสำนักงาน วัตถุประสงค์ของบริษัท ทุนจดทะเบียนและจำนวนหุ้น ชื่อและรายละเอียดของผู้ก่อตั้งกิจการอย่างน้อย 3 คน แล้วรับรองข้อบังคับของบริษัท แต่งตั้งกรรมการและผู้สอบบัญชี กำหนดจำนวนหุ้นและการชำระค่าหุ้น ภายใน 90 วันหลังจากประชุมจัดตั้งบริษัท ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พร้อมชำระค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง และขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีและจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Taxation: VAT) โดยหากมีรายได้เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 60 วันหลังจากจดทะเบียนบริษัท หรือภายใน 30 วันหลังจากเริ่มดำเนินธุรกิจต้องยื่นขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี

2) การเตรียมเอกสารสำหรับส่งออกสินค้าเกษตรและพิธีการศุลกากร โดย 2.1) การเตรียมเอกสารสำหรับส่งออกสินค้าเกษตร อาทิ ใบขนสินค้าขาออก (Export Declaration) ใช้แสดงรายละเอียดของสินค้าที่จะส่งออก เช่น ชื่อสินค้า ปริมาณ มูลค่า และประเทศปลายทาง ฯลฯ ใบรายการบรรจุหีบห่อ (Packing List) แสดงรายละเอียดการบรรจุสินค้า เช่น จำนวนหีบห่อ น้ำหนัก และขนาดของแต่ละหีบห่อ ฯลฯ ใบอนุญาตส่งออก (Export License) สำหรับสินค้าที่ต้องได้รับการควบคุมตามกฎหมาย เช่น ยา อาวุธ หรือสินค้านำเข้าจาก จำเป็นต้องมีใบอนุญาตส่งออกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใบรับรองสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Certificate) สำหรับสินค้าเกษตรบางประเภท เช่น ผลไม้สด จำเป็นต้องมีใบรับรองสุขอนามัยพืชจากกรมวิชาการเกษตร เพื่อยืนยันว่าสินค้าไม่มีศัตรูพืชและโรคพืชที่อาจเป็นอันตรายต่อประเทศปลายทาง เป็นต้น สำหรับ 2.2) ขั้นตอนการดำเนินพิธีการศุลกากร เริ่มต้นจากการลงทะเบียนเป็นผู้ส่งออก ผู้ประกอบการต้องลงทะเบียนกับกรมศุลกากรเพื่อขอรหัสผู้ส่งออก (Exporter Code)

ซึ่งใช้ในการดำเนินพิธีการศุลกากรผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ จากนั้นยื่นใบขนสินค้าขาออกผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e - Customs) ของกรมศุลกากร พร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง หากสินค้าที่ส่งออกต้องเสียภาษีหรือค่าธรรมเนียม ผู้ประกอบการต้องชำระให้เรียบร้อยก่อนดำเนินการต่อ และกรมศุลกากรจะตรวจสอบเอกสารและสินค้า หากไม่มีปัญหา จะอนุญาตให้ส่งสินค้าออกจากประเทศได้ การเตรียมเอกสารและดำเนินพิธีการศุลกากรอย่างถูกต้องและครบถ้วน จะช่วยให้การส่งออกสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการเป็นไปอย่างราบรื่น ลดความเสี่ยงในการถูกปฏิเสธการนำเข้าสินค้าในประเทศปลายทาง และเพิ่มความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

3) การเลือกวิธีการขนส่งและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสม พิจารณาจากประเภทของสินค้า ระยะทางและต้นทุน เช่น การขนส่งทางทะเล เหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าปริมาณมากที่ไม่ต้องการความรวดเร็ว เช่น สินค้าเกษตรแห้ง หรือวัตถุดิบ การขนส่งทางอากาศเหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วในการส่งมอบ หรือสินค้าที่มีมูลค่าสูง เช่น ผลไม้สด หรือผลิตภัณฑ์เกษตรที่เน่าเสียง่าย การขนส่งทางถนนเหมาะสำหรับการขนส่งภายในประเทศหรือประเทศเพื่อนบ้าน เช่น การส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน หรือการขนส่งทางรถไฟ เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการขนส่งสินค้าปริมาณมากในระยะทางไกลภายในประเทศ หรือระหว่างประเทศที่มีเครือข่ายรถไฟเชื่อมต่อกัน การเลือกวิธีการขนส่งควรพิจารณาจากลักษณะของสินค้า ความเร่งด่วนในการส่งมอบ ความเสี่ยงและต้นทุนที่เหมาะสม

4) การจัดการด้านการเงินและการชำระเงิน รูปแบบการชำระค่าสินค้าระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับระบบธนาคารของแต่ละประเทศ ประเภทของสินค้า ความสัมพันธ์หรือความเชื่อมั่นไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการและคู่ค้า โดยทั่วไปวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศไม่ว่าจะเป็น การชำระเงินด้วยวิธีการเปิดบัญชี (Open Account) การชำระเงินล่วงหน้า (Advance Payment) ตัวเรียกเก็บเงินค่าสินค้า (Bill For Collection) หรือตราสารเครดิต (Letter of Credit) สำหรับการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการทำประกันภัยสินค้า ครอบคลุมความเสียหายหรือสูญหายของสินค้าในระหว่างการขนส่ง ช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด หรือการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forward Contract) หรือการตั้งราคาขายเป็นสกุลเงินท้องถิ่นของผู้ขาย เพื่อป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ การกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินและการบริหารความเสี่ยงทางการเงินเป็นขั้นตอนสำคัญในการส่งออกสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ เพื่อให้ธุรกรรมเป็นไปอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

5) การปฏิบัติตามข้อกำหนดระหว่างประเทศและกฎหมาย ประเทศไทยได้ลงนามความตกลงการค้าเสรี (FTA) กับหลายประเทศและกลุ่มเศรษฐกิจ ข้อตกลงเหล่านี้ช่วยลดหรือยกเว้นภาษีศุลกากร และอำนวยความสะดวกทางการค้า เช่น การลดอุปสรรคทางเทคนิค และการกำหนดกฎถิ่นกำเนิดสินค้า การปฏิบัติตามกฎถิ่นกำเนิดสินค้า เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์จาก FTA สินค้าต้องมีถิ่นกำเนิดในประเทศไทยตามเกณฑ์ที่กำหนด ผู้ประกอบการต้องเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น ใบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) เพื่อแสดงว่าสินค้านั้นมีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดของข้อตกลง นอกจากนี้ กฎระเบียบของประเทศปลายทาง อาทิ มาตรฐานสินค้าและข้อกำหนดด้านสุขอนามัย ประเทศปลายทางมักมีมาตรฐานที่เข้มงวดเกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร เช่น มาตรฐานสุขอนามัยพืช (Phytosanitary Standards) และมาตรฐานสารตกค้างจากการใช้สารเคมี ผู้ประกอบการควรศึกษาข้อกำหนดเหล่านี้อย่างละเอียด และเตรียมเอกสารรับรองที่จำเป็น เช่น ใบรับรองสุขอนามัยพืช เพื่อยืนยันว่าสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดของประเทศปลายทาง บางประเทศมีข้อห้ามหรือข้อจำกัดในการนำเข้าสินค้าบางประเภท เช่น สินค้าที่มีสารตกค้างเกินค่ามาตรฐาน หรือสินค้าที่ไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ

ควรตรวจสอบรายการสินค้าต้องห้ามและข้อจำกัดการนำเข้าของประเทศปลายทางก่อนดำเนินการส่งออก เป็นต้น การปฏิบัติตามกฎระเบียบของประเทศปลายทางและข้อตกลงทางการค้าไม่เพียงแต่ช่วยให้การส่งออกสินค้าเกษตร เป็นไปอย่างราบรื่น แต่ยังเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการในตลาดต่างประเทศอีกด้วย

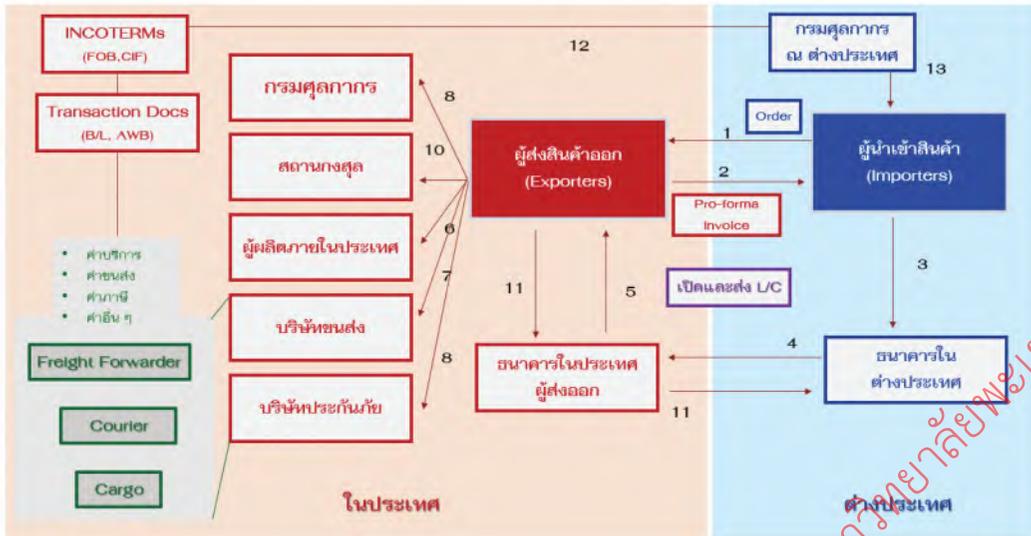
6.2 ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ

การส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ในส่วน การจำหน่ายสินค้าและการสั่งซื้อสินค้าที่จะเป็นวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต ซึ่งการส่งออก - นำเข้าสินค้านี้ระหว่างประเทศ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้ธุรกิจเกษตรเติบโตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ส่งออกสามารถจำหน่ายสินค้าที่ผลิต ได้ไปยังประเทศต่าง ๆ และผู้นำเข้าสามารถหาสินค้าที่มีรูปแบบใหม่ คุณภาพดีหรือราคาถูกกว่าในประเทศของตน นอกจากนี้ การค้าระหว่างประเทศยังเป็นตัวชี้วัดรายได้ของประเทศอีกด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรจึงต้อง มีความเข้าใจในขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ

การส่งออก (Export) คือ การจัดส่งสินค้าหรือการขายสินค้าในประเทศไปสู่ตลาดต่างประเทศ จากต้นทาง สู่ปลายทางในทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ การส่งออกสินค้าจะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ “กรมศุลกากร” การผ่านพิธีการศุลกากรในการส่งออกสินค้าสามารถดำเนินการด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์แบบไร้เอกสาร (Paperless) โดยการส่งข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานที่ศุลกากร กำหนดไว้ และกรมศุลกากรจะทำการดำเนินงานต่อเพื่อให้สินค้าสามารถส่งออกได้ สินค้าส่วนใหญ่ที่ประเทศไทย ส่งออกไปต่างประเทศคือ สินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร อัญมณี เชื้อเพลิง และสินค้าอุตสาหกรรม (สินค้าที่ใช้ประกอบกระบวนการผลิต เช่น อะไหล่รถเก็บเกี่ยวผลผลิต ฯลฯ)

การนำเข้า (Import) คือ การนำสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาภายในประเทศ เพื่อใช้ประโยชน์หรือเพื่อประกอบ ธุรกิจ โดยสินค้าที่นำเข้ามาเป็นสินค้าที่ไม่มีในประเทศหรือผลิตในประเทศไม่ได้ หรือมีต้นทุนต่ำกว่าผลิตเองในประเทศ ซึ่งในการนำเข้าสินค้า ผู้นำเข้าจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กรมศุลกากรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้ อย่างเคร่งครัด ตัวอย่างสินค้าที่ประเทศไทยนำเข้าจากต่างประเทศ คือ สินค้าประเภทวัตถุดิบ (สินค้าที่นำมาเป็น วัตถุดิบในการผลิตสินค้า เช่น Sodium ฯลฯ) สินค้าทุน (เครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ฯลฯ) สินค้าเชื้อเพลิง สินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น

ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้า สรุปดังภาพที่ 6.1 จะมีผู้ส่งสินค้าออก (Exporter) มองในฐานะภายในประเทศ และผู้นำเข้าสินค้า (Importer) มองในฐานะต่างประเทศ ต้องมีการเจรจาตกลงทำสัญญาเอกสารซื้อขาย (Contract Documents) ถัดมาเป็นการเตรียมเอกสารส่งออก (Export Documents) เอกสารทางการค้า (Commercial Documents) เอกสารการเงิน (Financial Documents) และเอกสารอื่น ๆ (Other Documents) เป็นต้น โดยในแต่ละกระบวนการจะมีหน่วยงานเกี่ยวข้อง อาทิ กรมศุลกากร สถานกงสุล ท่าเรือ บริษัทนายหน้าการค้าระหว่างประเทศ บริษัทขนส่ง บริษัทประกันภัย หรือธนาคารในประเทศผู้ส่งออกหรือนำเข้า เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ส่งออกสินค้าต้องจัดเตรียมความพร้อมของสินค้าตามมาตรฐานเพื่อส่งมอบให้ลูกค้า จึงต้องมีการประสานงานกับ ผู้ผลิตภายในประเทศ โดยต้องปฏิบัติตามเทอมการค้าสากลทั่วโลกในการขนส่งระหว่างประเทศ



ภาพที่ 6.1 ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าในตลาดระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ” โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

6.3 การเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรสู่การค้าระหว่างประเทศ

การดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการอาจจะมีบทบาททั้งการเป็นผู้ส่งออกของตนเอง ให้ลูกค้า หรือการเป็นผู้นำเข้าสินค้าหรือปัจจัยการผลิตต่างๆ โดยภาพรวมขั้นตอนการส่งออก - นำเข้า เริ่มตั้งแต่การจดทะเบียนพาณิชย์ การเตรียมเอกสาร การติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังภาพที่ 6.2 โดยรายละเอียดแต่ละขั้นตอนจะกล่าวในหัวข้อย่อต่อไป



ภาพที่ 6.2 ภาพรวมการดำเนินการส่งออก - นำเข้า

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ” โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

การเตรียมความพร้อมเบื้องต้นของธุรกิจเกษตรในการจัดตั้งเป็นบริษัทให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อเตรียมเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร การดำเนินการ ดังภาพที่ 6.3 และภาพที่ 6.4 (ก - ง) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจดทะเบียนพาณิชย์ ในการทำธุรกิจส่งออก ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรต้องจดทะเบียนการค้าก่อน โดยเริ่มต้นด้วยการจดทะเบียนพาณิชย์ ที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Department of Business Development: DBD) กระทรวงพาณิชย์ ต้องจดทะเบียนการค้าหรือจดทะเบียนพาณิชย์ภายใน 30 วัน นับจากวันเริ่มประกอบกิจการ เพื่อความถูกต้องน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และสามารถเข้ารับกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนต่าง ๆ จากภาครัฐ รวมทั้งมีสถานะหน้าที่และความรับผิดชอบภายใต้ขอบเขตกฎหมาย สามารถจดทะเบียนเป็น 1) พาณิชย์บุคคลธรรมดา (เจ้าของกิจการคนเดียว ห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีไม่เกินบุคคล) หรือ 2) จดทะเบียนพาณิชย์นิติบุคคลในรูปแบบ (1) บริษัท จำกัด (2) ห้างหุ้นส่วน จำกัด หรือ (3) บริษัทมหาชน จำกัด

ขั้นตอนที่ 2 การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่กรมสรรพากร (The Revenue Department) กระทรวงการคลัง ผู้ประกอบการที่มีรายรับจากการขายสินค้าหรือให้บริการเกิน 1,800,000 บาทต่อปี ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยผู้ประกอบการที่มีรายได้ไม่ถึงก็ไม่จำเป็นต้องจดทะเบียน แต่หากรายได้ถึงตามกำหนด ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่รายได้เกินกำหนดข้างต้น แล้วจึงขอมีเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร

การจดทะเบียนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้า ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าที่จำหน่าย อาทิ 1) กรณีส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง ต้องจดทะเบียนสวนผลไม้เพื่อการส่งออกที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 2) กรณีส่งออกดอกกล้วยไม้ ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ 3) กรณีส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำหรืออุตสาหกรรมสัตว์น้ำ ต้องจดทะเบียนและขออนุญาตผู้มีอาชีพประมง การค้าสินค้าสัตว์น้ำที่กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น ดังภาพที่ 6.3

 <p>เช่น กรณีส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง ต้องจดทะเบียนสวนผลไม้เพื่อการส่งออกที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> 	 <p>กรณีส่งออกดอกกล้วยไม้ ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ที่กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> 	 <p>กรณีส่งออกผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำหรืออุตสาหกรรมสัตว์น้ำ ต้องจดทะเบียนและขออนุญาตผู้มีอาชีพประมง การค้าสินค้าสัตว์น้ำที่กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์</p> 
---	---	--

ภาพที่ 6.3 การจดทะเบียนตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ขั้นตอนที่ 3 การลงทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและส่งออก ที่กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะปฏิบัติพิธีการศุลกากรหรือดำเนินการในกระบวนการทางศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องลงทะเบียนกับศุลกากรที่เรียกว่า “ลงทะเบียน Paperless” เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการใช้งานระบบต่าง ๆ ของกรมศุลกากรได้ โดยสามารถดำเนินการได้ 3 ช่องทาง (กรมศุลกากร, 2566) คือ

1) ลงทะเบียน ณ หน่วยรับบริการลงทะเบียนของกรมศุลกากร หรือฝ่ายบริหารงานทั่วไป หรือหน่วยงานที่ได้รับอนุมัติให้ลงทะเบียน ณ สำนักงาน หรือด่านศุลกากร

2) ลงทะเบียนผ่านระบบลงทะเบียนผู้มาติดต่อออนไลน์ทาง Customs Trader Portal รองรับเฉพาะบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย และนิติบุคคลที่กรรมการทั้งหมดมีสัญชาติไทย ข้อควรระวังสำหรับนิติบุคคลที่ยังไม่เคยจดทะเบียนภาษาอังกฤษกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าขอให้ดำเนินการจดทะเบียนชื่อภาษาอังกฤษก่อนเข้าใช้ระบบนี้

3) ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์กรมศุลกากร Online Customs Registration ต้องการใบรับรองทางอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Certificate) โดยขอได้จากผู้ให้บริการออกใบรับรองฯ (Certificate Authority)

เอกสารที่ใช้ลงทะเบียนกรณีนิติบุคคล ประกอบด้วย 1) บัตรประจำตัวประชาชน (กรณีคนไทย) 2) สำเนาหนังสือเดินทาง (Passport) หรือใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าวพร้อมสำเนาทะเบียนบ้าน (กรณีบุคคลต่างประเทศ) 3) หนังสือรับรองนิติบุคคล (อายุหนังสือไม่เกิน 3 เดือน) 4) ใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.20) 5) แบบแสดงรายการจัดตั้งบริษัท (บอจ.3) 6) สำเนาบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น (บอจ. 5) 7) แบบคำขอการลงทะเบียนของกรมศุลกากร 8) หนังสือมอบอำนาจ (กรณีผู้มีอำนาจลงนามตามหนังสือรับรองไม่สามารถดำเนินการลงทะเบียนได้ด้วยตนเอง และ 9) บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ (กรณีมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทน)

เอกสารที่ใช้ลงทะเบียนกรณีบุคคลธรรมดา ประกอบด้วย 1) บัตรประจำตัวประชาชน (กรณีคนไทย) 2) สำเนาหนังสือเดินทาง (Passport) หรือใบสำคัญประจำตัวคนต่างด้าวพร้อมสำเนาทะเบียนบ้าน (กรณีบุคคลต่างประเทศ) 3) แบบคำขอการลงทะเบียนของกรมศุลกากร 4) หนังสือมอบอำนาจ (กรณีผู้มีอำนาจลงนามตามหนังสือรับรองไม่สามารถดำเนินการลงทะเบียนได้ด้วยตนเอง และ 5) บัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ (กรณีมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทน)

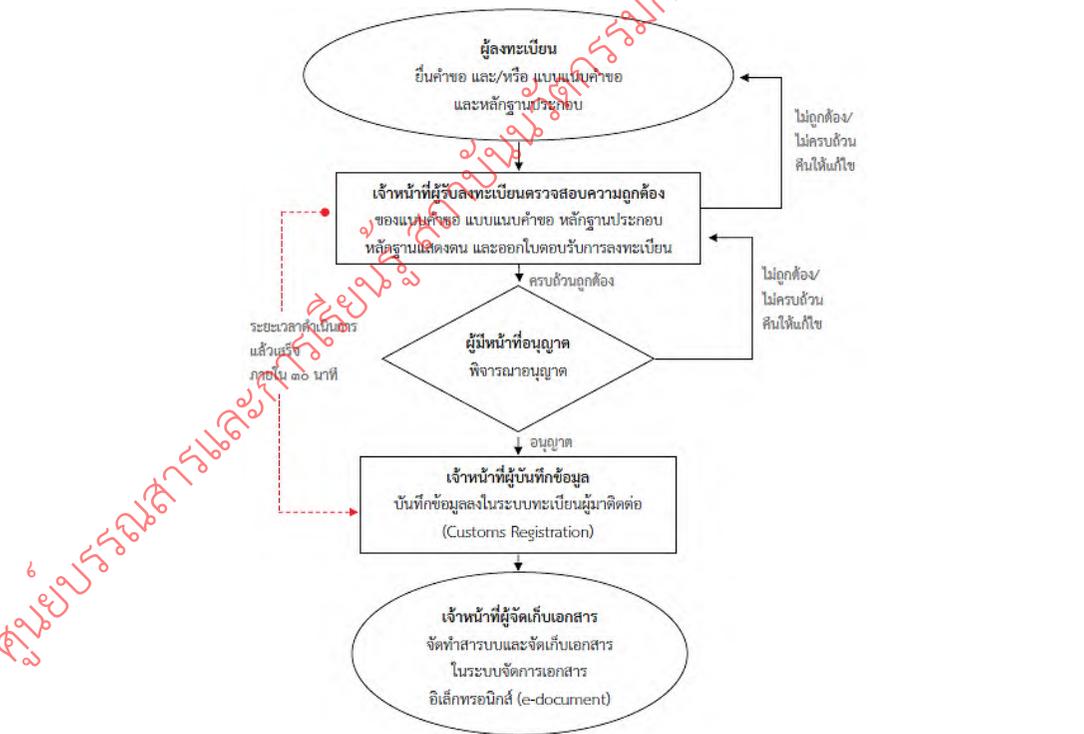
ขั้นตอนการลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการนำเข้า – ส่งออก กับกรมศุลกากร สรุปลักษณะที่ 6.5 คือ

1) เตรียมเอกสารสำหรับใช้ในการลงทะเบียนตามกรณีนิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดา โดยเซ็นชื่อลงนามในเอกสารต่าง ๆ 2) นำแบบคำขอและเอกสารหลักฐานประกอบยื่นลงทะเบียนที่กรมศุลกากร 3) เจ้าหน้าที่ผู้รับลงทะเบียนตรวจสอบความถูกต้องของแบบคำขอ และเอกสารหลักฐานประกอบ 4) เจ้าหน้าที่ศุลกากรออกใบตอบรับการลงทะเบียน 5) หัวหน้าฝ่ายอนุมัติ 6) กรณีไม่ถูกต้อง นำเอกสารกลับมาแก้ไขและนำมายื่นใหม่ในขั้นตอนที่ 2 และ 7) กรณีถูกต้องเจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูล และจัดเก็บในระบบอิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 6.4 ตัวอย่างเอกสารของธุรกิจเกษตรในการจัดตั้งเป็นบริษัทให้ถูกต้องตามกฎหมาย จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

การลงทะเบียนผู้ปฏิบัติพิธีการศุลกากร หรือดำเนินการในกระบวนการทางศุลกากร ตามประกาศกรมศุลกากร ที่ ๙๔/๒๕๖๔ และ ๙๔/๒๕๖๕ สำหรับ ณ หน่วยบริการรับลงทะเบียนของกรมศุลกากรมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 6.5 ขั้นตอนการลงทะเบียนผู้ปฏิบัติพิธีการศุลกากร จาก การลงทะเบียนเป็นผู้นำเข้า-ส่งออกกับกรมศุลกากร, โดย กรมศุลกากร, 2566, https://www.customs.go.th/cont_strc_simple.php?ini_menu=menu_business_160421_01_160421_01&ini_content=business_160426_01_160426_01&lang=th&left_menu=menu_business_160421_01_160421_01

6.4 ข้อกำหนดการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ

ข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ (International Commercial Terms: INCOTERMS) เป็นทอมการค้าสากลทั่วโลกในการขนส่งตามหลักปฏิบัติของแนวทาง WTO เป็นข้อกำหนดในการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศที่ได้รับ การยอมรับจากทั่วโลก โดยถือเป็นข้อกำหนดแห่งกฎหมายที่มีผลบังคับใช้กับใบกำกับสินค้า ช่วยลดความเสี่ยงของการตีความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งสินค้า INCOTERMS ได้ถูกคิดค้นและนำมาใช้ครั้งแรก โดยหอการค้านานาชาติ (International Chamber of Commerce: ICC) ในปี ค.ศ. 1936 และมีการปรับปรุง ต่อเนื่องในปี ค.ศ. 1967, 1976, 1980, 1990, 2010 และแก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2020 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2021 เรียกว่า “INCOTERMS 2020” ปัจจุบันมีสมาชิกและเครือข่ายเป็นองค์กรธุรกิจหลายพันราย จาก 130 ประเทศทั่วโลก มีภารกิจหลักในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

โดยทั่วไป การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศอาจใช้เวลาหลายสัปดาห์ก่อนสินค้าจะถึงจุดหมายปลายทาง แม้ว่าการขนส่งระหว่างประเทศจะทันสมัยและปลอดภัยกว่ายุคก่อน อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสที่สินค้าจำนวนมาก ไปไม่ถึงจุดหมายปลายทางหรือถึงในลักษณะที่สินค้าได้รับความเสียหาย เมื่อเหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้น เป็นสิ่งจำเป็น อย่างยิ่งที่ควรรู้ว่าเป็นความรับผิดชอบของผู้ขาย (Seller) หรือผู้ซื้อ (Buyer) ดังนั้น INCOTERMS จึงถือกำเนิดขึ้น เพื่อเป็นวิธีที่ใช้กำหนดความรับผิดชอบ ภาระหน้าที่ และข้อผูกพันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในการขนส่งสินค้า โดยความรับผิดชอบและภาระผูกพันตามหลัก INCOTERMS ประกอบด้วย 1) จุดส่งมอบ: Point of Delivery 2) ต้นทุนการขนส่ง: Transportation Costs 3) พิธีการด้านการส่งออกและนำเข้า: Export and Import Formalities และ 4) ต้นทุนการประกันภัย: Insurance Costs สำหรับ INCOTERMS 2020 กำหนดทอมการค้าไว้ 11 ทอม แบ่งเป็น 2 กลุ่มตามวิธีการขนส่ง (March Logistics, 2565) มีรายละเอียดดังตารางที่ 6.1

- **กลุ่มที่ 1:** ทอมสำหรับการขนส่งใด ๆ หรือใช้หลายวิธีในการขนส่งสินค้านั้น อาทิ ทางอากาศ ทางบก และ อาจมีการขนส่งทางเรือเป็นส่วนหนึ่ง ได้แก่ EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU และ DDP
 - **กลุ่มที่ 2:** ทอมสำหรับการขนส่งทางทะเลและทางน้ำ ได้แก่ FAS, FOB, CFR และ CIF
- โดยที่

1) EXW – Ex Works (... the named place) (กลุ่ม E)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าไว้พร้อมสำหรับส่งมอบให้ผู้ซื้อ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขนส่งสินค้าจากต้นทางรวมถึงทำพิธีการขาออก

+ ค่าขนส่งสินค้าและค่าระวาง (Freight) จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ (Insurance = Buyer)

2) FCA – Free Carrier (... the named point of departure) (กลุ่ม F)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการพิธีการขาออกเอง

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบตั้งแต่นำรถไปรับสินค้าจากผู้ขาย + ค่า Freight จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (ตั้งแต่การส่งมอบสินค้าให้ผู้ซื้อ), Buyer (จากที่รับสินค้าถึงโรงงานผู้ซื้อ)

3) FAS – Free Alongside Ship (... the named port of origin) (กลุ่ม F)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการพิธีการขาออก จัดส่งไปยังท่าเรือต้นทาง

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบค่าภาระของท่าเรือต้นทาง + ค่า Freight จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทางถึงท่าเรือต้นทาง), Buyer (จากท่าเรือต้นทางถึงโรงงานผู้ซื้อ)

4) FOB – Free On Board (... the named port of origin) (กลุ่ม F)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการขาออก จัดส่งเข้าไปในท่าเรือและโหลดขึ้นเรือ จ่ายค่าภาระของท่าเรือต้นทาง

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบค่า Freight จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทางจนถึงโหลดตู้ขึ้นเรือ), Buyer (หลังจากโหลดตู้ขึ้นบนเรือถึงโรงงานผู้ซื้อ)

5) CFR – Cost and Freight (... the named port of destination) (กลุ่ม C)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการขาออก + ค่า Freight + รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่ท่าเรือต้นทางจนถึงยกตู้ขึ้นเรือ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบตั้งแต่เรือถึงปลายทางและผู้กลาง จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทางจนถึงโหลดตู้ขึ้นเรือ), Buyer (หลังจากโหลดตู้ขึ้นบนเรือถึงโรงงานผู้ซื้อ)

6) CIF – Cost, Insurance & Freight (... the named port of destination) (กลุ่ม C)

(เหมือนกับ CFR ต่างกันตรง Insurance ผู้ขายต้องรับผิดชอบจนถึงโรงงานผู้ซื้อ)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการขาออก + ค่า Freight รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่ท่าเรือต้นทางจนถึงยกตู้ขึ้นเรือ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบตั้งแต่เรือถึงปลายทางและผู้กลาง จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทาง ถึงท่าเรือปลายทาง)

7) CPT – Carriage Paid To (... the named place of destination) (กลุ่ม C)

(เหมือนกับ CFR ที่ใช้สำหรับการขนส่งทางเรือ แต่ CPT ใช้ในการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ ทุกรูปแบบ เช่น ทางอากาศ)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการขาออก + ค่า Freight + รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ณ สถานที่ส่งมอบของ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบตั้งแต่พาหนะถึงปลายทางและสินค้าถูกยกลง จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทางจนถึงโหลดของขึ้นพาหนะ), Buyer (หลังจากโหลดของขึ้นพาหนะถึงโรงงานผู้ซื้อ)

8) CIP – Carriage and Insurance Paid To (... the named place of destination) (กลุ่ม C)

(เหมือนกับ CIF ที่ใช้สำหรับการขนส่งทางเรือ แต่ CIP ใช้ในการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ ทุกรูปแบบ เช่น ทางอากาศ)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการขาออก + ค่า Freight + รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ณ สถานที่ส่งมอบของ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบตั้งแต่พาหนะถึงปลายทางและของถูกยกลง จนถึงคลังสินค้าของผู้ซื้อ

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทาง ถึงท่าปลายทาง)

9) DAT – Delivered at Terminal (...Delivered at Terminal) (กลุ่ม D)

เป็นเทอมใหม่ แทน Delivered Ex Quay: DEQ จากข้อมูลเบื้องต้น เทอม DAT สามารถใช้กับการขนส่งแบบใดก็ได้รวมทั้งใช้ได้กับการขนส่งที่ต้องใช้ทั้งสองโหมด สำหรับการส่งมอบสินค้านั้น ถือว่าผู้ขายได้ส่งมอบสินค้า เมื่อมีการขนถ่ายสินค้าลงจากยานพาหนะที่บรรทุก ไปไว้ยังที่ที่ผู้ซื้อจัดไว้ ณ อาคารขนถ่ายสินค้าในท่าเรือหรือปลายทางตามที่ระบุไว้

10) DAP – Delivered at Place (... Delivered at Place) (กลุ่ม D)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการข่าออก + ค่า Freight รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่ท่าเรือต้นทาง + ปลายทาง และจัดการขนส่งถึงประตูโรงงานผู้ซื้อ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบเรื่องค่าภาษีนำเข้า

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทางจนถึงโรงงานผู้ซื้อ)

11) DDP – Delivered Duty Paid (... the named point of destination) (กลุ่ม D)

(แบบ Door to Door เหมือน DAP ต่างตรงที่ผู้ขายต้องรับผิดชอบค่าภาษีนำเข้าให้ผู้ซื้อด้วย)

ผู้ขาย เตรียมสินค้าและดำเนินการข่าออก + ค่า Freight รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่ท่าเรือต้นทาง + ปลายทาง และจัดการขนส่งถึงประตูโรงงานผู้ซื้อ

ผู้ซื้อ ต้องรับผิดชอบเรื่องค่าภาษีนำเข้า

Insurance = Seller (จากโรงงานต้นทางจนถึงโรงงานผู้ซื้อ)

สรุปในภาพรวม INCOTERMs 2020 สำหรับ 11 เทอมการค้า ตามความรับผิดชอบตั้งแต่การจัดส่งสินค้า ณ โรงงาน กระทั่งถึงจุดหมายปลายทาง จำแนกได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ๆ (ตามตัวอักษรหน้า INCOTERMs) ดังตารางที่ 6.1 คือ

- **กลุ่ม E:** ผู้ขายมีหน้าที่น้อยที่สุด คือการจัดสินค้า ณ โรงงานของผู้ขายเท่านั้น
- **กลุ่ม F:** ผู้ขายมีหน้าที่หลักในการส่งสินค้าให้แก่ผู้ขนส่ง โดยไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสี่ยงภัยและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง
- **กลุ่ม C:** ผู้ขายต้องรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายในการขนส่งด้วย
- **กลุ่ม D:** ผู้ขายต้องรับผิดชอบต่อกระทั่งสินค้าไปถึงจุดหมายปลายทาง (รวมค่าภาษีของประเทศ) ต้องตรวจสอบอัตราภาษี

ตารางที่ 6.1 INCOTERMS 2020 สำหรับ 11 เทอมการค้า

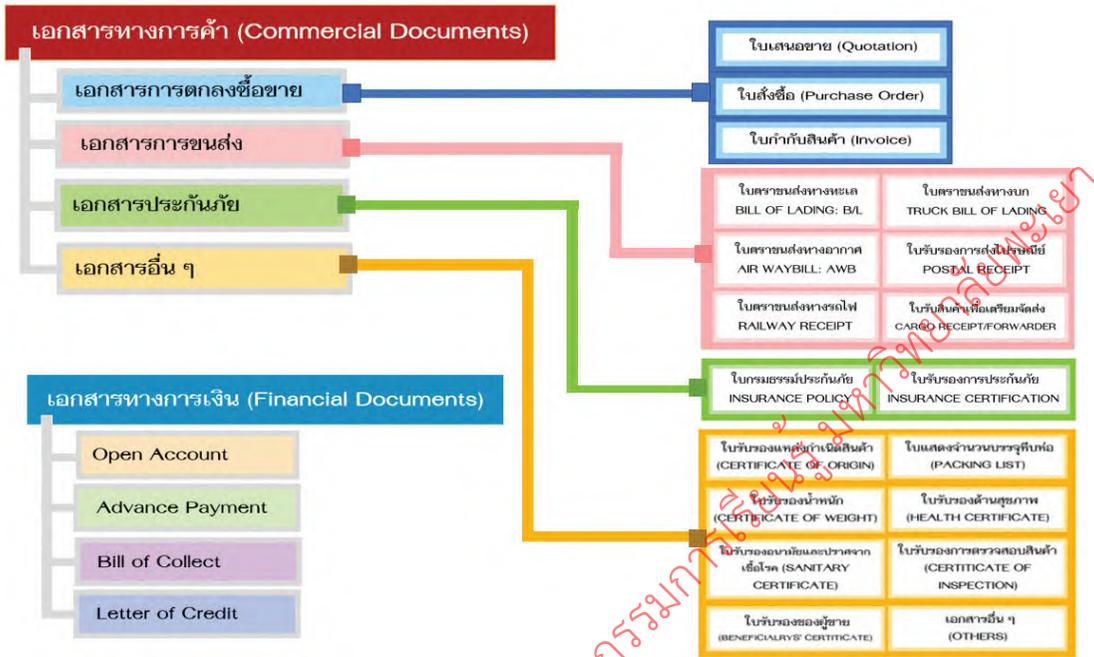
INCOTERMS	Export-Customs Declaration	Carriage to port of export	Unloading of goods in port of export	Unloading of Truck in port of Export	Loading Charges in port of Export	Carriage (Sea Freight/Air Freight) to port of Export	Unloading of goods in port of Import	Loading on Truck in port of Import	Carriage to place of destination	Insurance	Import Customs Clearance	Import Taxes
E	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER
F	SELLER	BUYER or SELLER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER	BUYER
	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER
	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER
C	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER
	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER
	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER
D	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER
	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER	SELLER

จาก INCOTERMS 2020: ข้อกำหนดการค้าส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศแบบแก้ไขง่าย ๆ, โดย March Logistics, 2565, <http://www.march.co.th/ultimate-guide-to-incoterms/>

ศูนย์บริการวิชาการและค้าขาย
สถาบันธุรกิจการบัญชี มหาวิทยาลัยพะเยา

6.5 การจัดเตรียมเอกสารการส่งออก

การจัดเตรียมเอกสารการส่งออก (Export Documents) จะเกี่ยวข้องกับ 2 ขั้นตอนสำคัญ คือ เอกสารทางการค้าและเอกสารทางการเงิน โดยแต่ละขั้นตอนจะมีเอกสารประกอบย่อย สรุปดังภาพที่ 6.6



ภาพที่ 6.6 การจัดเตรียมเอกสารการส่งออก

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

6.5.1 เอกสารทางการค้า

เอกสารทางการค้า (Commercial Documents) จะเกี่ยวข้องกับเอกสาร ได้แก่ 1) เอกสารการตกลงซื้อขาย 2) เอกสารการขนส่ง 3) เอกสารประกันภัย และ 4) เอกสารอื่น ๆ โดยแต่ละเอกสารมีรายละเอียด ดังนี้

6.5.1.1 เอกสารการตกลงซื้อขาย

เอกสารการตกลงซื้อขาย (Sale Contract Documents) เป็นเอกสารที่ตกลงรายละเอียดสินค้า เงื่อนไขการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ตัวอย่างเอกสารตกลงซื้อขายหลัก ๆ ได้แก่

1) **ใบเสนอขาย (Quotation)** ใบเสนอขายเป็นเอกสารที่ผู้ขายออกให้กับลูกค้า เพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ข้อมูลประกอบใบเสนอขาย อาทิ รายการสินค้าและบริการที่ชัดเจน เงื่อนไขค่าใช้จ่ายครบถ้วน เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้านำข้อมูลไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อ

2) **ใบสั่งซื้อ (Purchase Order: PO)** คือเอกสารที่แสดงถึงข้อตกลงของผู้จัดจำหน่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการ ภายในเอกสารระบุรายละเอียดการสั่งซื้อสินค้า จำนวนสินค้า ราคาสินค้า ฯลฯ PO เป็นหนึ่งในเอกสารที่สามารถใช้เป็นหลักฐานยืนยันข้อตกลงระหว่างการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี หากเกิดข้อโต้แย้งในการซื้อขาย ซึ่ง PO จะเป็นเอกสารยืนยันความต้องการของทั้งสองฝ่ายได้เป็นอย่างดี

3) ใบกำกับสินค้า (Invoice / Pro - Forma Invoice) เป็นเอกสารที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อส่งให้แก่ผู้ซื้อและใช้กับพิธีการส่งสินค้าออก รายละเอียดในใบกำกับสินค้า อาทิ ปริมาณ ราคาต่อหน่วย ราคารวม เครื่องหมายการค้า ฯลฯ โดยรายละเอียดใน Pro - forma Invoice ต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขข้อตกลงใน INCOTERMS และ Letter of Credit เช่น CIF NEWYORK, FOB BANGKOK ด้วยเงื่อนไขการชำระเงิน เช่น L/C SIGHT, USANCE 60 DAYS ชื่อและที่อยู่ของผู้ซื้อ ผู้ขาย เป็นต้น

6.5.1.2 เอกสารการขนส่ง

เอกสารการขนส่ง (Transport Documents) โดยทั่วไปรูปแบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ การขนส่งทางทะเล การขนส่งทางอากาศ (ขนส่งเครื่องบินหรือขนส่งไปรษณีย์) และการขนส่งทางบก (ขนส่งทางรถไฟหรือขนส่งทางรถบรรทุก) ดังภาพที่ 6.7



ภาพที่ 6.7 รูปแบบการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เอกสารการขนส่ง จะมีรายละเอียดแตกต่างตามรูปแบบการขนส่ง (คินีย์ สังข์ศรี, 2549) ดังนี้

1) ใบตราส่งสินค้าทางทะเล (Bill of Lading: B/L) เป็นเอกสารสัญญาของบริษัทเรือที่ออกให้แก่ผู้ขาย เพื่อเป็นหลักฐานว่าได้รับสินค้า (Receipt) จากผู้ขายแล้ว เพื่อทำการขนส่งเป็นสัญญา (Contract) ว่าจะส่งสินค้าดังกล่าว จากท่าเรือต้นทางไปยังท่าเรือปลายทางตามที่ผู้ขายกำหนด มีทั้งการขนส่งด้วยเรือเนกประสงค์ระบบเก่า ธรรมดา (Convention) หรือการเช่าเรือ (Chartering) หรือการขนส่งด้วยเรือระบบคอนเทนเนอร์ (Containerized) และการขนส่งโดยใช้พาหนะต่างประเทศ ตั้งแต่ 2 ประเภทขึ้นไป (Multimodal Transport) โดยเอกสารนี้จะต้องมีการลงลายมือชื่อโดยตัวแทนที่ได้รับอนุญาตของผู้ขนส่ง ผู้ส่งสินค้าและผู้รับสินค้ามีหน้าที่หลัก 3 ประการ คือ 1) เป็น “หลักฐาน” (Evidence) ของสัญญาการขนส่งว่าผู้ขนส่งจะทำการขนส่งสินค้าไปยังสถานที่ปลายทางที่ระบุไว้และมอบให้แก่ผู้รับ (Consignee) 2) เป็น “ใบเสร็จ” (Receipt) ที่ออกให้โดยผู้ขนส่งให้แก่ผู้ส่งสินค้า (Shipper) ว่าได้รับสินค้าในสภาพที่ดีเมื่อทำการขนส่งแล้ว และ 3) เป็น “เอกสารแสดงกรรมสิทธิ์” (Document of Title) ในการรับสินค้า หมายความว่าสินค้าจะถูกส่งมอบให้กับผู้ถือ B/L ซึ่งเป็นผู้มีสิทธิ์ในการรับสินค้า หรือสามารถใช้เปลี่ยนกรรมสิทธิ์เป็นของคนอื่นได้

2) ใบตราส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill: AWB) เป็นเอกสารใบรับสินค้า (Receipt) และสัญญาขนส่งสินค้า (Contract) เท่านั้น ไม่สามารถนำมาใช้เป็นเอกสารแสดงสิทธิ (Document of Title) โดย AWB จะใช้เป็นหลักฐานแสดงรายละเอียดของสินค้าและรายละเอียดการบิน นักบินสินค้าที่ขนส่ง บริษัทการบินจะออกต้นฉบับให้ 3 ใบ ได้แก่ ใบที่หนึ่ง (For the Airplane) แนบไปกับเครื่องบิน ใบที่สอง (For the Aircraft) แนบไปกับสายการบิน และใบที่สาม (For Shipper) สำหรับผู้ส่งออกใช้ต้นฉบับใบที่สาม ร่วมกับ เอกสารการส่งออกเพื่อยื่นต่อธนาคาร AWB ต้นฉบับทุกใบจะระบุว่าเป็น “NOT NEGOTIABLE” หมายความว่า “ห้ามเปลี่ยนมือ” เพราะ AWB ไม่ใช่เอกสารแสดงสิทธิและใช้โอนสิทธิ์ไม่ได้

โดยทั่วไปการขนส่งทางอากาศเป็นวิธีการขนส่งที่เร็วที่สุด และค่าระวางในการขนส่งแพงที่สุดด้วย โดยมากจะใช้การขนส่งกับสินค้าประเภทสินค้ามูลค่าสูง ขนาดเล็ก เช่น เครื่องประดับ อัญมณี ฯลฯ สินค้าที่เบาเสียง่าย เช่น พืช ผัก ผลไม้ ฯลฯ สินค้าที่ต้องส่งให้ถึงผู้รับตามเวลา เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน หรือสินค้าที่ต้องการเร่งด่วน เช่น อุปกรณ์ทางการแพทย์ ยา เครื่องจักร เป็นต้น

3) ใบตราส่งสินค้าทางรถไฟ (Railway Receipt) เป็นใบแสดงการรับสินค้าไว้บนระวางรถไฟ ออกโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย จะต้องมีการลงชื่อและเลขประจำตัวของนายสถานี ณ สถานีต้นทาง ระบุวันที่ส่งของ ชื่อผู้รับปลายทาง และวันที่จ่ายของให้ผู้รับ เพื่อจัดส่งต่อไปยังปลายทาง ซึ่งส่วนมากจะเป็นเขตชายแดนภาคใต้ เชื่อมต่อประเทศมาเลเซีย ใบตราส่งสินค้าทางรถไฟไม่ต้องสลักหลัง เพราะไม่ใช่เอกสารแสดงสิทธิ

4) ใบรับรองการส่งสินค้าทางไปรษณีย์ (Postal Receipt) เป็นวิธีการขนส่งที่รวดเร็วและน่าเชื่อถือ มักใช้ส่งสินค้าที่มีขนาดเล็ก ไม่เกินขนาดที่อนุญาตให้ส่งทางไปรษณีย์อากาศได้ ข้อมูลที่ปรากฏในใบรับรองต้องสมบูรณ์ ครบถ้วนถูกต้องตามความเป็นจริง และมีการประทับตราสินค้าหรือลงลายมือชื่อว่าได้รับสินค้าแล้วจริง

5) ใบตราส่งสินค้าทางบก (Truck Bill of Lading) เป็นใบตราส่งสินค้าออกโดยบริษัทเจ้าของรถบรรทุกเอกชน หรือองค์กรของรัฐที่บริการด้านรถบรรทุกสินค้าที่ใช้เส้นทางคมนาคมทางถนน เช่น องค์กรรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ บริษัทขนส่งจำกัด บริษัทเอกชนอื่น ๆ ใบตราส่งสินค้าชนิดนี้ไม่ต้องสลักหลัง เพราะไม่ใช่เอกสารแสดงสิทธิ

6) ใบรับสินค้าเพื่อเตรียมจัดส่ง (Cargo Receipt / Forwarder) เป็นใบรับสินค้าเพื่อแสดงว่าได้รับสินค้าไว้แล้ว และจะนัดการส่งต่อภายหลัง ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในใบรับสินค้าดังกล่าวจะคล้ายกับที่ระบุใน B/L ต่างกันที่ จะมีข้อความ “RECEIVED FOR SHIPMENT” (รับไว้เพื่อเตรียมส่ง) หรืออาจจะระบุว่าเป็น “SHIPPED ON BOARD” ใบรับสินค้าจะมีการลงชื่อหรือไม่ก็ได้ รับรองด้วยวิธีอื่น ๆ โดยนายหน้าผู้รับขน ซึ่งมีฐานะเป็นตัวแทนลูกค้าแต่งตั้งให้กระทำการแทน หรือมีฐานะเสมือน Carrier หรือ Multimodal Transport Operator

6.5.1.3 เอกสารการประกันภัย

เอกสารการประกันภัย (Insurance Documents) ใบกรมธรรม์ประกันภัยเป็นสัญญาระหว่างผู้รับประกันฝ่ายหนึ่ง โดยตกลงจะชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกัน ซึ่งเป็นผู้ต้องเสียเบี้ยประกันในกรณีที่ภัยตามระบุในกรมธรรม์ เกิดขึ้นแก่สินค้าเอาประกัน (เอกลักษณะ คนอื่น, 2562) เอกสารประกันภัยแบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่

1) ใบกรมธรรม์ประกันภัย (Insurance Policy) ข้อความสำคัญในกรมธรรม์ประกอบด้วย ชื่อผู้เอาประกัน ชื่อเรือ วันที่ส่งสินค้า วันที่ออกกรมธรรม์ จำนวนเงินที่เอาประกัน (ปกติให้บวกเพิ่มได้ร้อยละ 10 จากราคา CIF หรือ CIP ของ Invoice) สินค้าที่เอาประกัน เงื่อนไขในการคุ้มครองภัย ชื่อผู้รับประกันโยชน์ปลายทาง หรืออาจใช้สลักหลัง และสถานที่ติดต่อเพื่อจ่ายเงินชดเชยกรณีเกิดความเสียหาย

2) ใบรับรองการทำประกันภัย (Insurance Certificate) อาจใช้แทน Insurance Policy ได้ ถ้า Letter of Credit (L/C) ไม่ได้ห้าม แต่ใบบันทึกประกันภัยที่นายหน้าประกันภัยออกให้ หรือ Broker's Cover Note ใช้ไม่ได้ เว้นแต่ L/C จะอนุญาต ข้อความสำคัญในใบรับรองการทำประกันภัยจะเหมือนกับใบกรมธรรม์ประกันภัย

6.5.1.4 เอกสารอื่น ๆ

เอกสารอื่น ๆ (Other Documents) ที่สำคัญ ได้แก่

1) **ใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin)** ใช้เพื่อขอลดหย่อนตามสิทธิพิเศษทางภาษีอากรในประเทศของผู้ซื้อ และใช้เป็นเอกสารรับรองว่าสินค้านี้ไม่ได้ผลิตต่อจากเกณฑ์การนำเข้าของประเทศผู้ซื้อ ผู้ออกเอกสารใบรับรองแหล่งกำเนิดออกโดยหน่วยงานรับผิดชอบตามที่ L/C กำหนด อาทิ ออกโดยผู้ส่งออก สภาหอการค้าไทย กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สภาอุตสาหกรรมไทย บริษัทคนกลาง เป็นต้น

2) **ใบแสดงจำนวนบรรจุหีบห่อ (Packing List)** เป็นใบแสดงการบรรจุของสินค้าในหีบห่อ จำนวนสินค้า น้ำหนักขั้นต้น (Gross Weight) น้ำหนักสุทธิ (Net Weight) ขนาดปริมาตรของหีบห่อ (Measurement) รายละเอียดของสินค้าและเครื่องหมายการค้า โดยไม่ต้องมีราคาสินค้าเกี่ยวข้อง

3) **ใบรับรองน้ำหนัก (Certificate of Weight)** เป็นใบแสดงน้ำหนักของสินค้าตามที่ปรากฏใน Invoice โดยจะมีรายการน้ำหนักขั้นต้น (Gross Weight) และน้ำหนักสุทธิ (Net Weight) ของสินค้าและหีบห่อ แต่ละชิ้นจะต้องสอดคล้องกับเอกสารอื่น ๆ L/C บางฉบับอาจจะขอ Weight List แทน ซึ่งสาระสำคัญเหมือนกับ Certificate of Weight เพียงแต่จะแสดงรายละเอียดมากขึ้นของน้ำหนักแต่ละหน่วย (Unit Weight)

4) **ใบรับรองด้านสุขภาพ (Health Certificate)** ออกโดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อรับรองว่าสินค้าปราศจากเชื้อโรค มีความเหมาะสมต่อการบริโภค

5) **ใบรับรองอนามัยและปราศจากเชื้อโรค (Sanitary Certificate)** ออกโดยกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อรับรองสินค้าปราศจากสารเคมี มีความสดเพราะเก็บไว้ในตู้รักษาอุณหภูมิ -18° C ปราศจากเชื้อโรค เหมาะสมต่อการบริโภค

6) **ใบรับรองการตรวจสอบสินค้า (Certificate of Inspection)** ออกโดยองค์กรของรัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชน หรือตาม L/C กำหนดมา ทั้งนี้เพื่อผู้ซื้อจะได้มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อขายมีคุณภาพดี ถูกต้องตามข้อตกลงที่ทำไว้

7) **ใบรับรองของผู้ขาย (Beneficiary's Certificate)** เป็นใบรับรองที่ผู้ขายออกเอง เพื่อรับรองว่าได้กระทำตามข้อตกลงและเงื่อนไขตามที่กำหนด

6.5.2 เอกสารการชำระเงิน

เอกสารการชำระเงิน (Financial Documents) จะเกี่ยวข้องกับเอกสารการชำระเงินใน 4 รูปแบบ ได้แก่

1) การจ่ายเงินด้วยวิธีการเปิดบัญชี 2) การจ่ายเงินล่วงหน้า 3) ตัวเรียกเก็บเงินค่าสินค้า และ 4) ตราสารเครดิต โดยจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อ 6.6

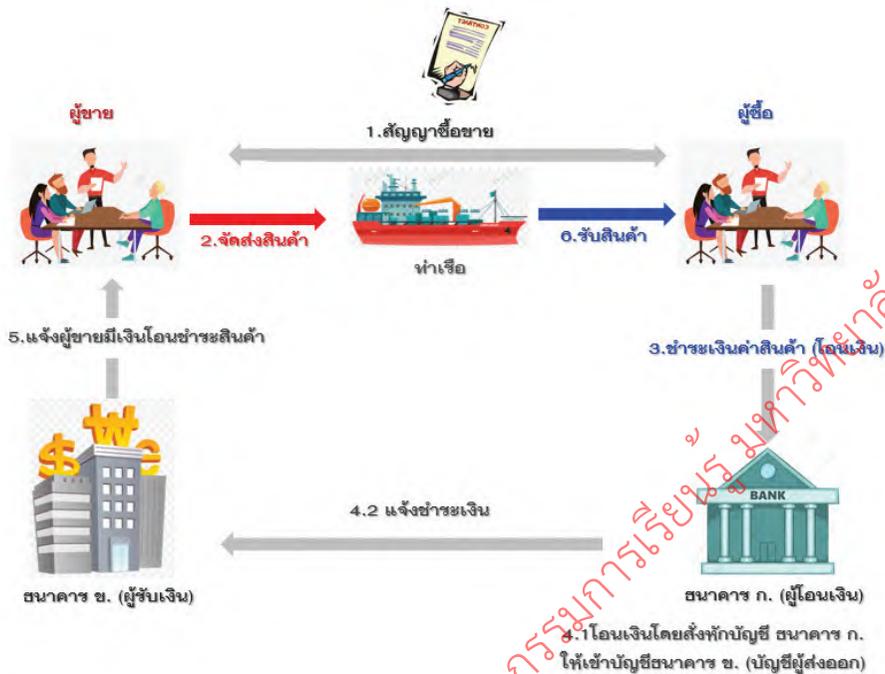
6.6 การชำระเงินระหว่างประเทศ

รูปแบบการชำระค่าสินค้านี้ระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับระบบธนาคารของแต่ละประเทศ ประเภทของสินค้า ความสัมพันธ์หรือความเชื่อมั่นไว้นั่นเองเพื่อเจาะจงระหว่างผู้ประกอบการและคู่ค้า โดยทั่วไปวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศ มี 4 รูปแบบ (จารุพัฒน์ พานิชย์, 2562) ได้แก่

6.6.1 การจ่ายเงินด้วยวิธีการเปิดบัญชี

การจ่ายเงินด้วยวิธีการเปิดบัญชี (Open Account: O/A) เป็นการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายต่อการชำระเงินหลังจากได้รับสินค้าไปแล้วตามระยะเวลาที่ตกลงหลังจากการมอบสินค้า ผู้ขายจัดส่งสินค้าให้ผู้ซื้อก่อน แล้วผู้ซื้อชำระเงินให้แก่ผู้ขายในภายหลัง กำหนดเป็นเทอมการชำระเงินที่ 30 วัน 60 วัน หรือ 90 วัน

แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ขายจัดทำเอกสารการส่งออกส่งให้แก่ผู้ซื้อโดยตรง ผู้ซื้อชำระเงินค่าสินค้าให้ผู้ขายตามเทอมข้อตกลง ผู้ซื้อดำเนินการออกสินค้าหรือรับสินค้า ดังภาพที่ 6.8

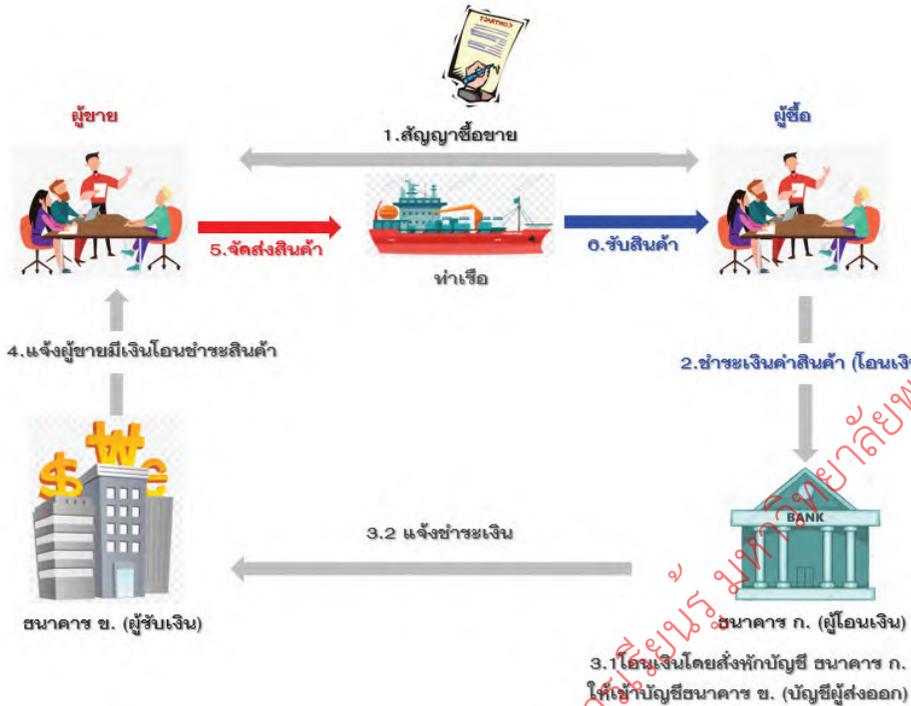


ภาพที่ 6.8 การชำระเงินด้วยวิธีการเปิดบัญชี (O/A)

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

6.6.2 การจ่ายเงินล่วงหน้า

การจ่ายเงินล่วงหน้า (Advance Payment: A/P) เป็นการขายสินค้าที่ผู้ซื้อต้องโอนเงินเพื่อชำระสินค้าล่วงหน้าโดยตรงแก่ผู้ขายก่อนที่ผู้ขายจะส่งมอบสินค้า การชำระแบบนี้เป็นลักษณะที่เป็น E - Commerce หรือการค้า Online อีกทั้งยังเกิดความได้เปรียบของผู้ขาย และเป็นวิธีที่ผู้ขายปลอดภัยมากที่สุด เพราะได้รับการชำระเงินก่อนส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อ หลังจากนั้นเมื่อผู้ขายได้รับชำระค่าสินค้าแล้ว จะส่งสินค้าให้ผู้ซื้อ ดังภาพที่ 6.9



ภาพที่ 6.9 การจ่ายเงินล่วงหน้า (Advance Payment)

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

6.6.3 ตัวเรียกเก็บเงินค่าสินค้า

ตัวเรียกเก็บเงินค่าสินค้า (Bill For Collection: B/C) ผู้ขายจัดส่งสินค้าให้ผู้ซื้อ ผู้ขายจัดทำเอกสารการส่งออกผ่านธนาคารตัวแทนของตน ธนาคารตัวแทนผู้ขายส่งเอกสารการส่งออกผ่านธนาคารตัวแทนผู้ซื้อเพื่อเรียกเก็บเงิน ผู้ซื้อชำระค่าสินค้ากับธนาคารของตน ธนาคารตัวแทนผู้ซื้อโอนเงินค่าสินค้าให้แก่ธนาคารตัวแทนผู้ขาย ธนาคารตัวแทนผู้ขายนำเงินเข้าบัญชีให้แก่ผู้ขาย กรณีผู้ซื้อไม่จ่ายตัวเรียกเก็บเงิน ธนาคารมีหน้าที่ทวงหนี้ให้แต่ไม่ได้ชดเชยให้ ดังภาพที่ 6.10 โดย B/C มีเงื่อนไขการชำระเงิน 2 แบบได้แก่

1) **Document against Payment (D/P)** คือ ผู้นำเข้าจะได้เอกสาร Shipping Documents เมื่อจ่ายเงินแล้วเท่านั้น ถ้าไม่จ่ายก็จะมีเอกสารไปรับสินค้า โดย D/P แบ่งเป็น 2 ประเภท

(1) **D/P at Sight** ผู้นำเข้าจะต้องจ่ายเงินเพื่อแลกเอกสาร Shipping Documents ทันทีที่ เอกสารถูกส่งมาถึง Collecting Bank

(2) **D/P at Term** ผู้นำเข้าสามารถยืดเวลาที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกเอกสาร Shipping Documents ออกไปได้ตาม ช่วงเวลาที่ตกลงกันไว้

2) **Document against Acceptance (D/A)** คือ จะได้เอกสาร Shipping Documents เมื่อผู้นำเข้าได้เซ็นรับเอกสาร แล้วชำระเงินทันทีตามที่ตกลงกันไว้ใน D/A ซึ่งวิธีนี้ผู้นำเข้าจะได้รับเอกสารออกสินค้าก่อนแล้วจึงจ่ายเงินค่าสินค้าภายหลัง

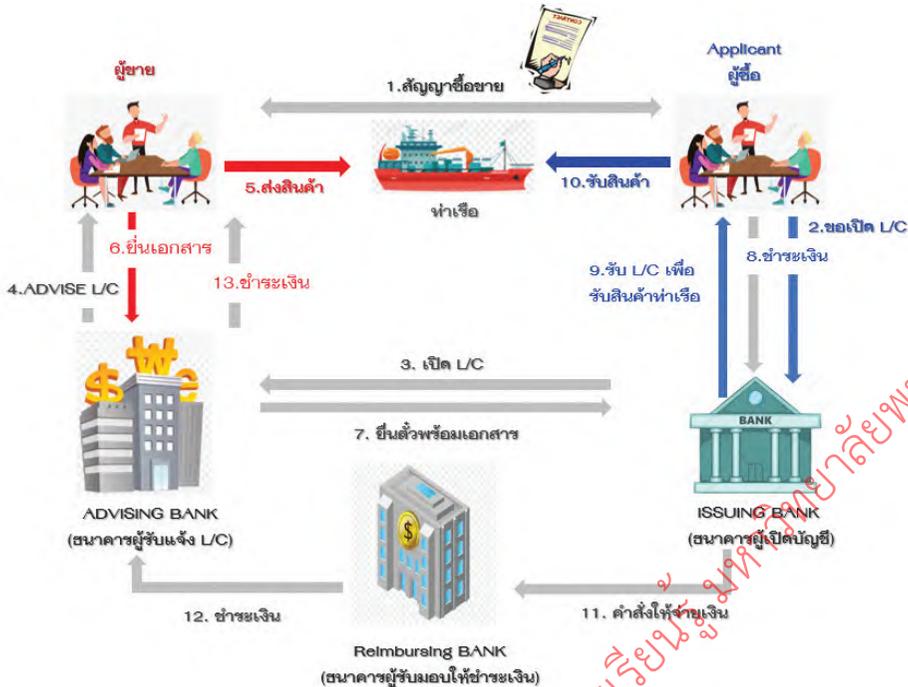


ภาพที่ 6.10 ตัวเรียกเก็บเงินค่าสินค้า (B/C)

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

6.6.4 ตราสารเครดิต

ตราสารเครดิต (Letter of Credit - L/C) ผู้ซื้อขอเปิด L/C กับธนาคารตัวแทนผู้ซื้อไปยังผู้ขายโดยผ่านธนาคารตัวแทนผู้ขาย ผู้ขายจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อ ผู้ขายจัดทำเอกสารการส่งออก ขอรับเงินผ่านธนาคารตัวแทนผู้ขาย ธนาคารตัวแทนผู้ขายส่งเอกสารการส่งออกของผู้ขายไปยังธนาคารผู้เปิด L/C (ธนาคารตัวแทนผู้ซื้อ) ผู้ซื้อชำระค่าสินค้าผ่านธนาคารตัวแทนของตน ผู้ซื้อดำเนินการออกสินค้า โดยธนาคารเป็นเสมือนผู้ค้าประกัน เหมือนธนาคารจ่ายเงินให้ล่วงหน้าให้ลูกค้าก่อน แล้วผู้ขายคืนเงินพร้อมดอกเบี้ยให้ธนาคารภายหลัง ดังภาพที่ 6.11



ภาพที่ 6.11 ตราสารเครดิต (L/C)

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ปัจจุบัน การชำระแบบ L/C วิธีนี้เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ด้วยการทำธุรกรรมระหว่างประเทศผ่านธนาคารคนกลางที่ทำหน้าที่ประสานและค้ำประกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย จึงเป็นวิธีที่ผู้นำเข้า และส่งออกใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเจ้าของบริษัทขนาดใหญ่ หรือเจ้าของกิจการที่ประสบการณ์ส่งออกไม่มากนักจะมีธนาคารคนกลางทำหน้าที่จัดการการชำระเงินให้ แต่ก็จะมีค่าธรรมเนียมสูงกว่าวิธีการอื่น ๆ เช่นกัน

6.7 สรุปและทักษะเชิงวิชาการ

โดยสรุป การเตรียมความพร้อมสู่การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศต้องศึกษาตั้งแต่ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ และอาจจะมีบทบาททั้งการเป็นผู้ส่งออกและผู้นำเข้า จึงต้องเตรียมความพร้อมเบื้องต้นของธุรกิจในการจัดตั้งเป็นบริษัทให้ถูกต้องตามกฎหมาย การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม การลงทะเบียนผู้นำเข้าและส่งออก ตามลักษณะเฉพาะของสินค้าเกษตรที่จะทำธุรกรรม และต้องศึกษา ข้อกำหนดการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศ ตาม INCOTERMS 2020 เพื่อเลือกรูปแบบการส่งมอบสินค้าที่เหมาะสม เมื่อทำการตกลงซื้อขายกันแล้วจึงจัดเตรียมเอกสารทางการค้า เอกสารการตกลงซื้อขาย เอกสารการขนส่ง เอกสารการประกันภัย เอกสารอื่น ๆ ตลอดจนเอกสารทางการเงิน และทำการชำระค่าสินค้าระหว่างประเทศในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับทักษะเชิงวิชาการ การเข้าสู่ตลาดการค้าระหว่างประเทศในยุคศตวรรษที่ 21 สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรจำเป็นต้องอาศัยการเตรียมความพร้อมที่ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะเทคโนโลยี และการบริหารจัดการ โดยควรเริ่มจากการทำความเข้าใจขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ

อย่างละเอียด ตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์ทางการค้า การศึกษา INCOTERMS 2020 เพื่อเลือกรูปแบบการส่งมอบสินค้าที่เหมาะสมกับแต่ละประเทศคู่ค้า รวมถึงความสามารถในการจัดเตรียมเอกสารทางการค้าอย่างครบถ้วน เช่น สัญญาซื้อขาย ใบตราส่ง เอกสารประกันภัย และเอกสารการเงิน นอกจากนี้ ควรมีการเสริมสร้างทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการส่งเอกสารการชำระเงิน และการติดตามสถานะสินค้า รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลตลาดจาก Big Data เพื่อเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายอย่างแม่นยำ ผู้ประกอบการควรได้รับการอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรฐานสินค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมด้านภาษี การประเมินความเสี่ยง และการวางแผนบริหารจัดการอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราอย่างรัดกุม หน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศในด้านการเสริมสร้างทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลและการเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ เช่น กรมศุลกากร (Customs Department) สนับสนุนให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการศุลกากร การนำเข้า - ส่งออก รวมถึงการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการยื่นเอกสารศุลกากร (e-Customs) เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งออกและนำเข้าสินค้า การฝึกอบรมจัดหลักสูตรและเวิร์กช็อปเกี่ยวกับการใช้ระบบออนไลน์ในการดำเนินการด้านศุลกากรและการขออนุญาตส่งออก สำนักงานการค้าและการพาณิชย์ในต่างประเทศ สนับสนุนให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานและข้อกำหนดของสินค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ พร้อมทั้งแนะนำผู้ประกอบการในการเข้าถึงข้อมูลตลาด การฝึกอบรมจัดอบรมเกี่ยวกับกฎระเบียบระหว่างประเทศ มาตรฐานสินค้า และการพัฒนาแบรนด์สินค้า นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจต่างประเทศ และการเข้าร่วมเครือข่ายหรือสมาคมการค้าระหว่างประเทศก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการขยายโอกาสทางตลาดได้

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายแนวทางการเตรียมความพร้อมเบื้องต้นที่ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรควรดำเนินการก่อนเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ (เพิ่มเติม: ครอบคลุมเรื่องมาตรฐานสินค้า กฎระเบียบทางการค้า การหาคู่ค้า และการขนส่ง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. เลือกและอธิบายรูปแบบ INCOTERMS ที่เหมาะสมสำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดระหว่างประเทศ พร้อมยกตัวอย่างสินค้าเกษตร 1 ชนิด และการเลือกตลาดเป้าหมายที่สอดคล้องกับเงื่อนไขดังกล่าว (เพิ่มเติม: พิจารณาประเภทสินค้า เงื่อนไขการขนส่ง และลักษณะตลาดปลายทาง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. อธิบายวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศทั้ง 4 รูปแบบโดยสรุป (เพิ่มเติม: กล่าวถึง O/A, A/P, D/P - D/A และ L/C)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารสนเทศและคลังความรู้ สถาบันนวัตกรรมและปฏิบัติการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- Food and Agriculture Organization (FAO) – Trade and Markets (ข้อมูลการค้าเกษตรระหว่างประเทศ แนวโน้มและโอกาสในตลาดโลก) เว็บไซต์: <https://www.fao.org/trade>

- International Chamber of Commerce – INCOTERMS 2020 (ข้อมูลมาตรฐานข้อตกลงการขนส่งระหว่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://iccwbo.org>

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลและคู่มือการส่งออกสินค้าเกษตรไทยไปต่างประเทศ) เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>

- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Thailand) (ข้อมูลวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศ และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง) เว็บไซต์: <https://www.exim.go.th>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ สำหรับสินค้าเกษตร

บทที่ 7

การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าเกษตร จะมีปัจจัยส่งเสริมการขยายสู่ตลาดระหว่างประเทศ โดยทั่วไปวิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร มีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการค้า การลงทุนทางอ้อม หรือการลงทุนทางตรง ซึ่งจะมีเงื่อนไขแตกต่างกันไป เจ้าของธุรกิจต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร เพื่อเลือกรูปแบบการเข้าสู่ตลาดได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจของตนเองได้ บทนี้จะกล่าวถึง 1) ปัจจัยส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร 2) วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ 3) กลยุทธ์การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับธุรกิจเกษตร และ 4) สรุปและทัศนคติเชิงวิชาการ

7.1 ปัจจัยส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร

แนวคิดทั่วไปในการเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ มีจุดประสงค์ในการขยายขอบเขตการดำเนินงานของบริษัท และการแสวงหากำไรที่มากขึ้นในตลาดต่างประเทศ ซึ่งบริษัทยังไม่เคยเข้าไปดำเนินธุรกิจ การนำเข้าและส่งออกเป็นแนวทางหนึ่งในการเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศของสินค้าเกษตร ปัจจัยส่งเสริมการขยายสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

1) **ปัจจัยด้านศักยภาพของกิจการ** การแข่งขันของธุรกิจเกษตรจากปัจจัยเฉพาะของกิจการ เช่น เอกสิทธิ์ของสินค้า คุณภาพ การปลอดสารพิษ การควบคุมต้นทุนต่อหน่วยในการผลิต การรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด หรือความเข้มแข็งของการดำเนินงานภายในกิจการ เป็นต้น ปัจจัยศักยภาพของกิจการเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก

2) **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมประเทศคู่ค้า** สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ความสามารถในการใช้จ่ายของประชาชน รสนิยม ความมั่นคงทางการเมือง การเข้าใจถึงวัฒนธรรม ประเพณี เป็นข้อมูลสภาพแวดล้อมธุรกิจ ทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ประกอบการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดโลก

3) **ปัจจัยด้านกลยุทธ์** การจัดการกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ เช่น กลยุทธ์ด้านตลาดระหว่างประเทศ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ หรือกลยุทธ์ด้านคู่แข่ง ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศมาก

4) **ปัจจัยด้านเทคโนโลยี** การใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ต้นทุนการผลิตต่ำกว่า จะช่วยสร้างความได้เปรียบจากนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้กับกิจการในการก้าวเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศได้

5) **ปัจจัยด้านนโยบายการค้าจากภาครัฐ** นโยบายการค้าเสรีที่ภาครัฐสนับสนุน เช่น ผลประโยชน์ทางด้านภาษี การลดภาระด้านกำแพงภาษีของธุรกิจ การรับสิทธิประโยชน์ทางการค้าทั้งภาษีและไม่ใช่ภาษี

7.2 วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ

วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ จำแนกเป็น 3 วิธีหลัก คือ 1) โหมดการค้าเป็นฐาน 2) โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน และ 3) โหมดการลงทุน (กองบรรณาธิการสำนักพิมพ์ปัญญาชน, 2560; นันทสารี สุขโต, 2555; ศณีย์ สังข์ศรีคม, 2548) แต่ละวิธีการจะมีแนวทางย่อย ๆ ดังภาพที่ 7.1 ดังนี้

วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ	โหมดการค้าเป็นฐาน (Trade – based Entry Mode)	1. การส่งออก (Exporting)	1.1 การส่งออกโดยตรง (Direct Exporting) 1.2 การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting)
	โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน (Contract – based Entry Mode)	2. การลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment)	2.1 สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ (Licensing) 2.2 แฟรนไชส์ (Franchise) 2.3 สัญญาจ้างผลิต (Contract Manufacturing)
	โหมดการลงทุน (Investment Entry Mode)	3. การลงทุนทางตรง (Direct Investment)	3.1 สร้างสาขายการผลิตเอง (Wholly owned subsidiaries) 3.2 บริษัทร่วมทุน (Joint Venture) 3.3 พันธมิตรทางยุทธศาสตร์ (Business Strategic Alliance) 3.4 การเข้าซื้อธุรกิจ (Business Acquisition) 3.5 ก่อตั้งเริ่มต้นธุรกิจใหม่ทั้งระบบ (Greenfield Operation)

ภาพที่ 7.1 วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

7.2.1 โหมดการค้าเป็นฐาน

โหมดการค้าเป็นฐาน (Trade - based Entry Mode) เป็นวิธีเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศโดยใช้การค้าซึ่งอยู่ในรูปแบบ “การส่งออก (Exporting)” แบ่งเป็นการส่งออกโดยตรง และการส่งออกทางอ้อม มีรายละเอียดดังนี้

7.2.1.1 การส่งออกโดยตรง

การส่งออกโดยตรง (Direct Exporting) เป็นรูปแบบที่ผู้ส่งออกติดต่อค้าขายโดยตรงกับผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ โดยไม่ต้องอาศัยคนกลางในประเทศประสานงาน การส่งออกโดยตรงของผู้ประกอบการจะทำให้มีผลตอบแทนมากกว่าการส่งออกทางอ้อม ด้วยไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายให้คนกลาง แต่จะต้องรับภาระความเสี่ยงและมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง อาทิ

- บริษัทผู้ผลิตจัดตั้งฝ่ายส่งออกในประเทศ (Domestic based Export Division) มีหน่วยงานขายติดต่อกับผู้สั่งเข้าในต่างประเทศโดยตรง ตลอดจนมีหน่วยงานดำเนินการตลอดการส่งออก แผนกส่งออกมีความครบครันขึ้นอยู่กับขนาดธุรกิจ
- การใช้พนักงานขายเพื่อการส่งออก (Traveling Export Salesman) มีพนักงานออกไปติดต่อซื้อขายลูกค้าต่างประเทศเอง

1) พ่อค้าคนกลางในประเทศ (Domestic Merchant Middlemen) ได้แก่ พ่อค้าส่งออก และบริษัทการค้าระหว่างประเทศ ตามรายละเอียดดังนี้

- พ่อค้าส่งออก (Export Merchants) ทำหน้าที่รับผิดชอบทุกอย่าง และรับความเสี่ยงจากการส่งออกเอง ทำหน้าที่เป็นพ่อค้าส่งออก เริ่มตั้งแต่การเลือกตลาด กำหนดช่องทางการจำหน่าย กำหนดราคาขาย เงื่อนไขการขาย การส่งเสริมการขาย การให้เครดิตแก่ลูกค้าในต่างประเทศ ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่ผู้ผลิตสินค้าส่งออก ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับรูปแบบสินค้า หีบห่อบรรจุภัณฑ์ และช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการส่งออก การใช้บริการพ่อค้าส่งออกเหมาะสมสำหรับผู้ผลิตสินค้าส่งออกขนาดเล็กและขนาดกลางที่ขาดประสบการณ์ด้านการส่งออก ตัวอย่างบริษัท รอยัล ฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด จำหน่ายทุเรียนไปยังประเทศจีน ดังภาพที่ 7.3

บริษัท รอยัล ฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด

ROYAL FARM GROUP COMPANY LIMITED

เลขทะเบียน 0115562010576

ประกอบธุรกิจ ส่งออกผลไม้
หมวดธุรกิจ : การขายส่งผักและผลไม้

ค้นหาผู้ประกอบการธุรกิจเดียวกัน

สถานะ ยังดำเนินกิจการอยู่

วันจดทะเบียน 9 เมษายน 2562

ทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท

ที่ตั้ง 305/181 หมู่ที่ 11 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จ.สมุทรปราการ



นายเจิวหลิง ฟ่าน กรรมการผู้จัดการบริษัท รอยัล ฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด เปิดเผยว่า การสั่งซื้อทุเรียนของไทยผ่านระบบ Pre-Order ได้รับกระแสการตอบรับที่ดีมาก และทางบริษัทและสหกรณ์เมืองชลุง ได้มีการรับของคุณภาพด้วย หากว่าทุเรียนที่ส่งถึงมือลูกค้าไม่เป็นไปตามที่ตกลงไว้ ทางบริษัทยินดีรับกลับและจัดส่งทุเรียนใหม่จนลูกค้าพอใจ

ภาพที่ 7.3 บริษัท รอยัล ฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด พ่อค้าคนกลางในประเทศจำหน่ายทุเรียนไปยังประเทศจีน

จาก ข้อมูลผู้ประกอบการ: บริษัท รอยัล ฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด, DataforThai, 2565,
<https://www.dataforthai.com/company/0115562010576/>

- บริษัทการค้าระหว่างประเทศ (Trading Company) หมายถึง บริษัทการค้าขนาดใหญ่ที่มุ่งดำเนินกิจการการค้าระหว่างประเทศทั้งด้านการส่งออก - การนำเข้าสินค้าหลายชนิด มีขอบเขตดำเนินงานกว้างขวาง ครอบคลุมในประเทศสำคัญทั่วโลก บริษัทการค้าระหว่างประเทศมีความรอบรู้เป็นพิเศษเกี่ยวกับงานด้านต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์อุปสงค์ - อุปทานของตลาด การเงิน การตลาด การติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่การควบคุมคุณภาพ ราคา การส่งเสริมการขาย และการวิจัยพัฒนาสินค้า เป็นต้น

2) คนกลางในประเทศ (Domestic Middlemen) ได้แก่ บริษัทจัดการการส่งออก ตัวแทนส่งออก และองค์กรการส่งออก ตามรายละเอียดดังนี้

- บริษัทจัดการการส่งออก (Export Management Company: EMC) เป็นคนกลางทำหน้าที่ให้บริการหลายอย่าง ปัจจุบัน EMC ให้บริการมากขึ้นเกี่ยวกับการซื้อ - ขาย การเตรียมการทางการเงินในการส่งออกสินค้า หน้าที่เบื้องต้นคือ รับคำสั่งซื้อ (Order) จากลูกค้า เลือกช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการขาย วิเคราะห์สินเชื่อและเรียกเก็บหนี้ ให้คำปรึกษาหนี้ต่างประเทศและเงื่อนไขในการชำระหนี้และบริการอื่น ๆ เช่น การเตรียมเอกสารการขนส่ง จัดการดูแลให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรและเครื่องหมายทางการค้า ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดตั้งธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบต่าง ๆ ข้อดี EMC เป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ด้วยการจัดการ

โดยบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้านตลาดต่างประเทศ และข้อเสีย EMC มีความเชี่ยวชาญเชิงลึกสำหรับการแข่งขันในตลาดเฉพาะค่อนข้างน้อย เพราะมีผลิตภัณฑ์/สินค้าต้องจัดการหลากหลาย โดยส่วนใหญ่ EMC จะทำตลาดสินค้าที่ขายง่ายได้กำไรสูง ตัวอย่าง บริษัท KINGCROSS Logistics Co., Ltd. ดำเนินธุรกิจจัดการส่งออกที่การขนส่งครอบคลุมกลุ่มประเทศอาเซียนในภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง CLMVT ด้วยบริการหลากหลายทั้งขนส่งทางรถ ทางเรือ ทางอากาศ ตลอดจนคลังเก็บสินค้าและกระจายสินค้า ดังภาพที่ 7.4

KINGCROSS
Logistics Co., Ltd.

CLMVT TRANSPORT LINKAGES

- บริการขนส่งสินค้าทางรถ**
มีบริการขนส่งสินค้าทางรถ ตั้งแต่ 4 ล้อ, 6 ล้อ, 10 ล้อ, 12 ล้อ, 18 ล้อ, รถหัวลาก, รถพ่วงแบบพิเศษ
- บริการขนส่งสินค้าทางเรือ**
มีบริการขนส่งสินค้าทางทะเล เป็นบริการที่คุ้มค่า เหมาะสมกับขนส่งสินค้าปริมาณมาก แต่ใช้เวลานานที่สุด
- บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ**
มีบริการขนส่งสินค้าทางอากาศ เป็นบริการที่ราคาสูง เหมาะกับการขนส่งที่ใช้เวลารวดเร็วน้ำหนักไม่มาก ให้บริการทั้งขาเข้าและขาออกระหว่างประเทศ
- คลังจัดเก็บสินค้าและกระจายสินค้า**
มีบริการคลังจัดเก็บสินค้าและกระจายสินค้า คลังสินค้าทันสมัยและบริการเชตปลอดอาคารทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

Door to Door Cross-Border

Thailand to Food & Beverage Factory in Myanmar, Cambodia, Laos

Lashing • Transport • Customs Clearance • Border Activity • Destination Unloading • Insurance

ภาพที่ 7.4 บริษัท KINGCROSS Logistics Co., Ltd. ดำเนินธุรกิจจัดการส่งออกแบบ EMC จาก ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านทางบก CLMVT Transport linkages, โดย KINGCROSS Logistics, 2566, <https://kingcrosslogistics.com/>

- **ตัวแทนส่งออก (Export Agent)** ตัวแทนส่งออกมีสำนักงานตั้งอยู่ในประเทศผู้ส่งออกและเดินทางเป็นประจำเพื่อสำรวจตลาดส่งออก ผู้ผลิตสินค้าส่งออกสามารถแนะนำและควบคุมการทำงานของตัวแทนส่งออกได้ ตัวแทนส่งออกไม่มีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า

- **องค์กรการส่งออก (Export Organization)** เป็นองค์กร หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่ร่วมดำเนินกิจกรรมธุรกิจส่งออกร่วมกันสำหรับสินค้าหลายประเภท มีการควบคุมและบริหารงานร่วมกัน นิยมใช้สำหรับสินค้าเกษตรและอาหารแปรรูป เช่น สมาคมผู้ส่งออกข้าวต่างประเทศ สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งแห่งประเทศไทย ตัวอย่าง ดังภาพที่ 7.5 ความร่วมมือระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร สหกรณ์ผลไม้ และ Shenzhen Pagoda Industry (Group) จำกัด (บริษัทพาโกดา) จัดหาผลไม้ไทยคุณภาพสู่ตลาดจีน ผ่านรูปแบบ คือ 1) บันทึกความร่วมมือการขยายตลาดส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคระหว่างบริษัทพาโกดากับองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร 2) หนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือในการจัดหาผลไม้คุณภาพของไทยสู่ตลาดจีนระหว่างบริษัทพาโกดากับ Richfield Fresh Fruit Co., Ltd. 3) หนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือในการจัดหาผลไม้คุณภาพของไทยสู่ตลาดจีนระหว่างบริษัทพาโกดา กับ Sangthai Produce Co., Ltd และ 4) หนังสือแสดงเจตจำนงความร่วมมือในการจัดหาผลไม้คุณภาพของไทยสู่ตลาดจีนระหว่างบริษัทพาโกดา กับ Fuzin Siam Inter Fruit Co., Ltd.



ภาพที่ 7.5 ความร่วมมือกระทรวงเกษตร บริษัทยูเนี่ยน ไพรด์กอล์ฟ
 กระทรวงพาณิชย์ บริษัทเอกชน และสหกรณ์ผลไม้ ส่งผลไม้ไปประเทศจีน
 จาก กระทรวงเกษตรฯ ต้นส่งออก ทูเรียน-มังคุด ผลไม้ไทยสู่ตลาดจีน ยกระดับสินค้าเกษตร,
 โดย กรุงเทพฯธุรกิจ, 2567, <https://www.bangkokbiznews.com/news/news-update/1123273>

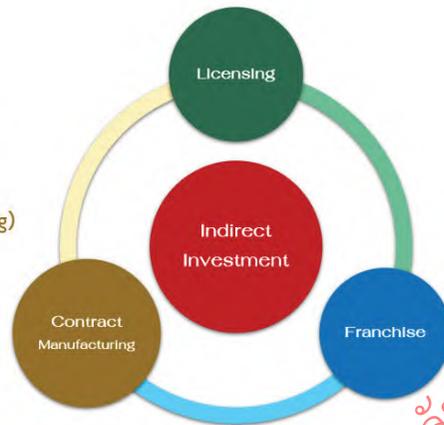
ข้อดีการส่งออกทางอ้อม: การส่งออกทางอ้อมมีความเสี่ยงต่ำ ด้วยการจัดการของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นรูปแบบการส่งออกที่ใช้ทรัพยากรของธุรกิจน้อย ทำให้ไม่สิ้นเปลือง เหมาะสมสำหรับธุรกิจใหม่ที่ยังขาดความพร้อมและประสบการณ์ในตลาดระหว่างประเทศ

ข้อจำกัดการส่งออกทางอ้อม: อย่างไรก็ตาม การส่งออกทางอ้อมมีข้อจำกัดที่พึงระมัดระวัง เจ้าของสินค้ามีอำนาจในการควบคุมค่า การขาดเครือข่ายทางธุรกิจกับลูกค้าจากต่างประเทศ เพราะมีการติดต่อสัมพันธ์ทางธุรกิจน้อย เจ้าของธุรกิจไม่เกิดการเรียนรู้วิธีการดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศอย่างจริงจังและลึกซึ้ง อาจจะทำให้เสียโอกาสที่จะต่อยอดธุรกิจอื่น ๆ ในตลาดต่างประเทศ

7.2.2 โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน

โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน (Contract - based Entry Mode) เป็นวิธีเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศโดยใช้พันธสัญญา หรือเป็นการทำสัญญาทางการค้า - การลงทุน ซึ่งถือเป็นการลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment) แบ่งเป็น 3 วิธีการ คือ สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ แฟรนไชส์ และสัญญาจ้างผลิต (Poopanee, 2018) ดังภาพที่ 7.6 มีรายละเอียดดังนี้

- สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ (Licensing)
- แฟรนไชส์ (Franchise)
- สัญญาจ้างผลิต (Contract Manufacturing)



ภาพที่ 7.6 โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

7.2.2.1 สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ

สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ (Licensing) เป็นการขายธุรกิจลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝ่ายผู้สัญญาได้รับสิทธิ์ เจ้าของธุรกิจทำหน้าที่ออกใบอนุญาตให้โรงงานอื่นในต่างประเทศ ผลิตสินค้าภายใต้ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า (Brand) สิทธิบัตร หรือกระบวนการผลิตที่เป็นลักษณะเฉพาะของเจ้าของธุรกิจ ผู้ให้ใบอนุญาต โดยได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของสัญญาสัมปทาน ทั้งแบบที่เป็นเงินก้อน หรือผูกพันกับยอดผลิต และจัดจำหน่ายสินค้า ข้อดีคือ จำกัดความเสี่ยงของธุรกิจได้ เพิ่มยอดขายโดยไม่ต้องสร้างชื่อใหม่ มีความชำนาญของ แผนธุรกิจเดิม ข้อจำกัดคือ ข้อมูลบริษัทถูกเปิดเผย หากควบคุมคุณภาพไม่ดีจะเสียมาตรฐาน และไม่สามารถควบคุม นโยบายทางธุรกิจของผู้รับสัมปทานได้

ตัวอย่าง ในปี พ.ศ. 2562 Starbucks Coffee Company ได้ประกาศขายสิทธิ์ (License) การบริหาร Starbucks ในประเทศไทยทั้งหมดด้วยมูลค่าหุ้นกว่า 16,000 ล้านบาท ให้กลุ่มไทยเบฟ ในนามบริษัท Coffee Concepts Thailand ร่วมทุนกับ Maxim’s Caterers Limited ผู้รับสิทธิ์ดูแล Starbucks ในประเทศกัมพูชา ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเวียดนาม ฮองกง และมาเก๊า กว่า 400 สาขา บริษัท F&N Retail Connection Co. เป็นบริษัทในเครือไทยเบฟ เป็นบริษัทแม่เน้นบุกตลาดจีนเต็มตัว และถือเป็นการกระจายพอร์ตการลงทุน (Investment Portfolio) ของหุ้นกลุ่ม Non - Alcohol Goods ให้กลุ่มบริษัทเครือไทยเบฟ



- Coffee Concepts Thailand**
- ร่วมทุนกับ Maxim's Caterers Limited ผู้รับสิทธิ์ดูแล Starbucks ในกรุงเทพฯ สิงคโปร์ เวียดนาม ฮองกงและมาเก๊า กว่า 400 สาขา
 - F&N Retail Connection Co. เป็นบริษัทในเครือไทยเบฟ
 - บริษัทแม่เงินบุกตลาดจีนเต็มตัว
 - ถือเป็นการกระจาย portfolio ของกลุ่ม non alcohol goods ให้กลุ่มไทยเบฟ

ภาพที่ 7.7 การขายสิทธิ์ (License) ของ Starbucks Coffee Company จาก Starbucks ไทยเปลี่ยนมือให้บริษัทที่ Thaibev ถือหุ้นดูแล, โดย TECHSAUCE, 2564, <https://www.techsauce.co/news/starbucks-licenses-thai-operations-to-charoen-backed-venture>

7.2.2.2 แฟรนไชส์

แฟรนไชส์ (Franchise) เป็นสิทธิประกอบกิจการแบบยกชุด (Package Right) ในระบบแฟรนไชส์ กำหนดครอบคลุมแบรนด์สินค้า ระบบงาน ความช่วยเหลือทางการตลาด การสนับสนุนช่วยเหลือด้านบุคลากร (แตกต่างจาก Licensing ที่ให้อย่างใดอย่างหนึ่ง) เจ้าของธุรกิจจะคงอำนาจกำหนดบังคับนโยบายการตลาด ในขณะที่ผู้รับแฟรนไชส์เกือบจะไม่มีอำนาจในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข มีภาระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมประจำงวด ข้อดีคือ จำกัดความเสี่ยงของธุรกิจได้ เพิ่มยอดขายโดยไม่ต้องสร้างชื่อใหม่ ความชำนาญของแผนธุรกิจเดิม ข้อจำกัดคือ หากควบคุมคุณภาพไม่ดีจะเสียมาตรฐาน ไม่สามารถควบคุมนโยบายทางธุรกิจของผู้รับสัมปทานได้

ตัวอย่าง บริษัท KFC มีสาขาในไทยประมาณกว่า 600 สาขา ในปี พ.ศ. 2560 กลุ่มไทยเบฟได้ประกาศซื้อสาขาลือที่สุดท้ายของ KFC ในประเทศไทยจำนวนกว่า 240 แห่ง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของจำนวนสาขาทั้งหมดจากบริษัท Yum Restaurants International (ประเทศไทย) โดยมีมูลค่าสูงกว่า 11,300 ล้านบาท และสาขาที่เหลือประมาณ 224 เป็นของกลุ่ม CRG ในเครือเซ็นทรัล อีก 128 แห่งที่เหลือเป็นของ Restaurant Development Co., Ltd. ดังภาพที่ 7.8



- ปี พ.ศ. 2560 กลุ่มไทยเบฟ ประกาศขายถือสุดท้ายของ KFC ในประเทศไทยจำนวนกว่า 240 แห่ง คิดเป็น 40% ของจำนวนสาขาทั้งหมดจากบริษัท Yum Restaurants International (ประเทศไทย) มูลค่าสูงกว่า 11,300 ล้านบาท

Mameteer รู้จัก 11 แบรนด์ CRG รวม 953 สาขา	Mister Donut 350 สาขา	KFC 257 สาขา	Auntie Anne's 182 สาขา
โรตีสายดำ 38 สาขา	เดอะมอลล์ 17 สาขา	COBSTONE 18 สาขา	The Terrace Restaurant 15 สาขา
YOSHINOYA 20 สาขา	โกลเด้น 43 สาขา	7-Eleven 8 สาขา	คิงโกลเด้น 24 สาขา

- KFC มีสาขาในไทยประมาณกว่า 600 สาขา โดยสาขาที่เหลือประมาณ 224 เป็นของกลุ่ม CRG ในเครือเซ็นทรัล
- อีก 128 แห่ง ของบริษัทเรสเทอรองตส์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (RD)

ภาพที่ 7.8 การขายแฟรนไชส์ (Franchise) ของ KFC

จาก เรสเทอรองตส์ ดีเวลลอปเม้นท์ ขาดทุนบักโกรก! เล็งขายสิทธิแฟรนไชส์ KFC โดย ThaiSMEsCenter, 2564, <http://www.thaismescenter.com/เรสเทอรองตส์-ดีเวลลอปเม้นท์-ขาดทุนบักโกรก-เล็งขายสิทธิแฟรนไชส์-kfc>

7.2.2.3 สัญญาจ้างผลิต

สัญญาจ้างผลิต (Contract Manufacturing) เป็นรูปแบบการที่กิจการแห่งหนึ่งทำสัญญาจ้างบริษัทในต่างประเทศให้ทำการผลิต (Production Outsourcing) ให้บริการ (Services Outsourcing) และดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ ที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าของกิจการนั้น ๆ รูปแบบของการขยายธุรกิจนี้ มีข้อดีอยู่ตรงที่เป็นการลดต้นทุนการนำเข้าของสินค้า รวมถึงลดความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน และลดข้อกีดกันทางการค้า ในด้านการนำเข้าได้เป็นอย่างดี ในขณะที่เดียวกัน ธุรกิจใช้เงินลงทุนไม่มาก อย่างไรก็ตาม การจ้างผลิตมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมคุณภาพการผลิต และกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ระบุไว้ในสัญญาเป็นอย่างดี รวมถึงมีความเสี่ยงต่อการลักลอบนำสินค้าที่ผลิตเกินจำนวนหรือสินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานไปจำหน่ายสำหรับธุรกิจเกษตรหรือภาคเกษตร รูปแบบการจ้างผลิต เป็นลักษณะ “การเกษตรแบบมีพันธะสัญญา (Contract Farming)”

ตัวอย่าง บริษัทมาลี สวนสามพราน จำกัด (มหาชน) มีธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing: CMG) ให้ลูกค้า โดยจะผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังภาพที่ 7.9

Contract Manufacturing

บริษัทมาลี สวนสามพราน จำกัด (มหาชน)

Malee
Fruit with care.

Regional Brand



1. ธุรกิจตราสินค้าของบริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการผลิต และจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า “Malee” โดยจัดจำหน่ายทั้งภายในประเทศไทย และต่างประเทศ
2. ธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing: CMG) ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

Brand and Contract Manufacturing

สัดส่วนของขายแบรนด์มาลี

60%

World Recognized Standards



แบ่งออกเป็นแบรนด์ เครื่องดื่มระดับภูมิภาค

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ปี 2020-2021 บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ได้มีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “Market Expansion”

ภาพที่ 7.9 บริษัทมาลี สวนสามพราน จำกัด (มหาชน) กับธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและ CMG จาก กลุ่มธุรกิจผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ยูเอชทีและพาสเจอร์ไรส์ภายใต้ตราสินค้า “มาลี”, โดย มาลีกรุ๊ป, 2566, <https://www.malee.co.th/th/about-us>

7.2.3 โหมดการลงทุน

โหมดการลงทุน (Investment Entry Mode) เป็นวิธีเข้าตลาดระหว่างประเทศโดย “การลงทุนทางตรง (Direct Investment)” เป็นฐาน แบ่งเป็น 5 วิธีการ คือ การสร้างสายการผลิตเอง บริษัทร่วมทุน พันธมิตรทางธุรกิจ การถือครองธุรกิจ และการเริ่มต้นทำธุรกิจทั้งระบบ มีรายละเอียดดังนี้

7.2.3.1 การสร้างสายการผลิตเอง

การสร้างสายการผลิตเอง (Wholly Owned Subsidiaries) เป็นลักษณะการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ด้วยทุนของกิจการทั้งหมด เป็นรูปแบบการขยายธุรกิจที่ธุรกิจจะมีอำนาจควบคุมนโยบายทางธุรกิจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกัน FDI ต้องใช้เงินลงทุนสูงสุด และแบกรับความเสี่ยงในทุก ๆ เรื่อง ธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในประเทศที่จะเข้าไปลงทุนเป็นอย่างดี ทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศิลปวัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพการแข่งขันของธุรกิจ จึงจะประสบความสำเร็จ

ตัวอย่าง บริษัท ซี.พี.เวียดนามคอร์ปอเรชั่น หรือ ซี.พี.เวียดนาม เปิดโครงการคอมเพล็กซ์โรงงาน CPV Food-Binh Phuoc โดยเป็นโครงการเลี้ยงไก่แปรรูปแบบครบวงจร ผลิตไก่ครบวงจร ทั้งอาหารสัตว์ ฟาร์ม และอาหารแปรรูปอย่างเป็นทางการ ที่จังหวัดบิ่นห์เฟือก ทางตอนใต้ของเวียดนาม ดังภาพที่ 7.10



ภาพที่ 7.10 บริษัท ซี.พี.เวียดนามคอร์ปอเรชั่น สร้างสายการผลิตเองในประเทศเวียดนาม จาก ซี. พี. เวียดนาม เปิดคอมเพล็กซ์ผลิตไก่ครบวงจร ใหญ่และทันสมัยที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้, โดย Brand Buffet, 2564, <https://www.brandbuffet.in.th/2021/01/cpv-food-binh-huoc/>

7.2.3.2 บริษัทร่วมทุน

บริษัทร่วมทุน (Joint Venture) คือการร่วมทุนตั้งแต่ 2 บริษัทขึ้นไป เพื่อก่อตั้งบริษัทใหม่ (กลายเป็นบริษัทที่ 3) การลงทุนชนิดนี้เป็นรูปแบบของการไปร่วมลงทุนธุรกิจกับคู่ค้าเจ้าถิ่นในต่างประเทศ ในลักษณะของการถือหุ้นบริษัท ซึ่งธุรกิจจะนำความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์เข้าทำตลาดกับผู้ร่วมลงทุนในท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจในตลาดท้องถิ่น ทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภค วัฒนธรรมท้องถิ่น นโยบายทางธุรกิจ มีข้อดี คือ ธุรกิจสามารถควบคุมดูแลนโยบายทางการตลาดได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากทั้งธุรกิจและผู้ร่วมลงทุนต่างมีจุดมุ่งหมายสูงสุดเป็นจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การสร้างกำไรสูงสุดให้แก่ธุรกิจ อย่างไรก็ตาม นโยบายการตลาดอาจจะไม่เป็นไปตามแผนที่ธุรกิจคาดหวังไว้ ถ้าหากผู้ร่วมลงทุนไม่มีนโยบายทางธุรกิจที่สอดคล้อง หรือไม่มีความที่เท่าเทียมกัน

ตัวอย่าง บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท. สผ. (PTTEP) โดยบริษัทย่อย AI and Robotics Ventures Co. Ltd. บริษัท Thai Advance Innovation Co, Ltd. เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน) หรือ THCOM ร่วมจัดตั้งบริษัท ATI Technologies Co, Ltd. เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการอากาศยานไร้คนขับ หรือ Drone เพื่อการเกษตร และนำเทคโนโลยีการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) มาใช้เสริมศักยภาพภาคเกษตรกรรม รวมถึงให้บริการแพลตฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเกษตรและให้บริการด้านการเกษตรแบบครบวงจร ดังภาพที่ 7.11

7.2.3.4 การเข้าถือครองธุรกิจ

การเข้าถือครองธุรกิจ (Business Acquisition) เป็นรูปแบบการขยายตลาดชนิดควบคุมนโยบายทางธุรกิจได้รวดเร็วที่สุด ข้อดี คือ ธุรกิจเข้าควบคุมกิจการที่ถูกซื้อและทรัพยากรทั้งหมด ทั้งในด้านโรงงาน โครงสร้าง การจัดทำหน่วย ตราสินค้า และบุคลากร อีกทั้งการเข้าตลาดวิธีนี้เป็น การลดจำนวนคู่แข่งไปด้วยในตัว ข้อเสีย คือ มีค่าใช้จ่ายสูงควบคู่กับความเสี่ง โดยเฉพาะความเสี่งในเรื่องของการเข้ากันได้ของวัฒนธรรมองค์กรจากบุคลากร 2 ประเทศ

ตัวอย่าง บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เข้าถือหุ้นและครองบริษัท เทสโก้ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ที่ร้อยละ 86.9 วิธีการซื้อหุ้นให้มีเสี่งเพียงพที่จะไหวทหรือบริหารจัดการได้ แต่ไม่ได้เข้าไปเปลี่ยนความเป็นนิติบุคคลของบริษัทเทสโก้ เพราะข้อเสี่งและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อห้างค้าปลีกสมัยใหม่ที่อยู่แล้ว ดังภาพที่ 7.13



ภาพที่ 7.13 บริษัท ซี.พี. รีเทล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ถือหุ้นและครองบริษัท เทสโก้ สโตร์ส (ประเทศไทย) จำกัด จาก จบตีลควบรวม “CP-เทสโก้” 7-11/เฟรชมาร์ท/โลตัส แบรินด์เดิม, โดย ประชาชาติธุรกิจ, 2565, <https://www.prachachat.net/economy/news-601935>

7.2.3.5 การเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ทั้งระบบ

การเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ทั้งระบบ (Greenfield Operation) เป็นการลงทุนใหม่ การเริ่มธุรกิจใหม่ทั้งระบบ เป็นการลงทุนที่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่แรก โดยผู้ลงทุนต่างประเทศเป็นเจ้าของกิจการเองทั้งหมด อาจเป็นไปได้ทั้งกิจการสาขาหรือบริษัทย่อย เจ้าของกิจการต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญค่อนข้างสูง ทั้งระบบการดำเนินธุรกิจ การขอใบอนุญาตตั้งกิจการ การจดทะเบียนภาษี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ระบบการดำเนินการภายในบริษัท ภาษี บัญชี ตลอดจนกฎระเบียบในประเทศเปิดรับการลงทุนทั้งหมด กิจการต้องมีเงินลงทุนสูงมากในการจัดการทุกเรื่อง

ตัวอย่าง บริษัท คาร์กิลล์ จำกัด (Cargill Co., Ltd.) ได้เริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ทั้งระบบ ในประเทศไทย ดังภาพที่ 7.14 ตั้งแต่ พ.ศ. 2511 ภายใต้บริษัทแม่จากประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยบทบาทเป็นผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการด้านอาหาร เกษตรกรรม และอุตสาหกรรมเกษตร โดยจัดตั้งสำนักงานซื้อขายในกรุงเทพมหานคร

ตลอดระยะเวลากว่า 50 ปีที่ผ่านมา มีสำนักงานมากกว่า 14 สาขาทั่วประเทศ และมีพนักงานกว่า 15,000 คน บริษัท คาร์กิลล์ ดำเนินงานและลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่องเพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตไปพร้อม ๆ กับชุมชนและเศรษฐกิจของไทยด้วยทิศทางเน้นการตลาดผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรรมที่ยั่งยืน



ภาพที่ 7.14 บริษัท คาร์กิลล์ จำกัด (Cargill Co., Ltd.) ธุรกิจใหม่ทั้งระบบในประเทศไทย จาก คาร์กิลล์มุ่งมั่นที่จะช่วยให้โลกเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน, โดย CARGILL, 2021, <https://www.cargill.co.th/>

ตัวอย่าง บริษัท กัลฟ์ เอ็นเนอร์จี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ GULF ลงทุนใน ปี พ.ศ. 2564 ด้วยวงเงินสามหมื่นล้านบาท เพื่อขยายธุรกิจใหม่โดยเน้นธุรกิจพลังงานหมุนเวียนในยุโรป ประเทศอังกฤษ และ ประเทศเวียดนาม ดังภาพที่ 7.15 นอกจากนี้ GULF ยังมีแผนการลงทุนร่วมกับ บริษัท คาร์กิลล์ (Cargill) ยักษ์ใหญ่ ในอุตสาหกรรมอาหารเกษตรของประเทศสหรัฐอเมริกา ในการทำข้อตกลงควบรวมกิจการกับบริษัทโลคัล บาวตี กรุ๊ป (Local Bounti Group) ดำเนินธุรกิจปลูกผักสด Organic ที่มีความสด และใช้ระบบเทคโนโลยี Stack & Flow และการปรับแต่งพันธุกรรม (Genetics) กับฟาร์มในระบบการปลูกแบบ Greenhouse ที่เพิ่มประสิทธิภาพการปลูกผัก ได้สูงกว่าฟาร์มทั่วไปถึงร้อยละ 150-200 และสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วกว่าฟาร์มทั่วไปโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 40 (ฐานเศรษฐกิจ, 2564)



ภาพที่ 7.15 บริษัท กัลฟ์ จำกัด (มหาชน) ขยายธุรกิจพลังงานหมุนเวียนในต่างประเทศ จาก “กัลฟ์” ตั้ง GULF1 เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจโซลาร์ตอบโจทยพลังงานสะอาดและลดต้นทุนด้านพลังงานของลูกค้า, โดย มูลนิธิสถาบันพลังงานทางเลือกแห่งประเทศไทย, 2563, <https://aeitfthai.org/featured-news/13024.html>

7.3 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับธุรกิจเกษตร

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations: ASEAN) มีความร่วมมือ 3 เสาหลักได้แก่ 1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political and Security Community: APSC) 2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และ 3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC) ปัจจุบันอาเซียนมีจำนวนประเทศ 10 ประเทศ ประชากรเกือบ 500 ล้านคน จึงถือว่าเป็นเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่ เป้าหมายสำคัญ 4 ด้านของ AEC คือ 1) เป็นตลาดและฐานการผลิตรวมกัน (Single Market and Production Base) เคลื่อนย้ายสินค้า บริการ ลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุนอย่างเสรี เช่น AFTA หรือ กรอบความตกลงว่าด้วยการค้าบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) เป็นต้น 2) การสร้างขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ (High Competitive Economic Region) ให้มีความสำคัญกับประเด็นด้านนโยบายที่ช่วยการรวมกลุ่ม เช่น นโยบายการแข่งขัน นโยบายภาษี ทรัพย์สินทางปัญญา พัฒนาโครงการสร้างพื้นฐาน เป็นต้น 3) การสร้างความเท่าเทียมในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Equitable Economic Development) สนับสนุนการพัฒนา SMES และ 4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (Fully Integrated into Global Economy) เน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจอาเซียนกับนอกภูมิภาค เช่น ทางการ FTA กับประเทศอื่น ๆ (ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2566)

รายงานมูลค่าการค้าสินค้าเกษตรของไทยกับตลาด AEC ในปี พ.ศ. 2564 ภาพรวมมูลค่าการค้ารวม 402,912 ล้านบาท (อัตราเติบโตร้อยละ 3.71) โดยการส่งออกสินค้าเกษตรไทย มีมูลค่า 279,737 ล้านบาท (อัตราเติบโตร้อยละ 2.01) ทั้งนี้ ประเทศไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้า ด้วยมูลค่า 156,563 ล้านบาท โดยที่ไทยส่งออกไปยังมาเลเซียเป็นอันดับหนึ่ง และรองลงมา ได้แก่ เวียดนาม และ กัมพูชา ตามลำดับ สินค้าเกษตรส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ นมถั่วเหลือง (นมยูเอชที) น้ำตาล/ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล ยางพารา (ธรรมชาติ) ของปรุงแต่ง

เบ็ดเตล็ดที่บริโภคได้ ของปรุงแต่งจากธัญพืช แป้ง และนม จึงเห็นได้ว่า ตลาด AEC กลายเป็นหนึ่งตลาดขนาดใหญ่ที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดนักลงทุนทั่วโลก เพราะเศรษฐกิจค่อนข้างใหญ่ แข็งแรง และเติบโตโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ (ธนาคารกรุงเทพ, 2564) ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพควรแสวงหาโอกาสทางการค้า - การลงทุนในตลาดนี้

แนวทางการเข้าสู่ตลาด AEC ทำได้โดยการวิเคราะห์วิธีดำเนินการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ภายใต้กรอบแนวคิด Eclectic Paradigm หรือกรอบ OLI – Model ของ Dunning (2001) ด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ประเด็น (ฤทัยชนก จริงจิตร, 2559) ดังตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.1 การวิเคราะห์วิธีการเข้าสู่ตลาดตามกรอบ OLI – Model

วิธีการเข้าสู่ตลาด	ความได้เปรียบ		
	การเป็นเจ้าของ (O)	การดำเนินการภายในองค์กร (I)	ที่ตั้งธุรกิจของประเทศคู่ค้า (L)
การส่งออก	ใช่	ใช่	ไม่ใช่
การขายลิขสิทธิ์ (Licensing/Franchising)	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่
การลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (FDI)	ใช่	ใช่	ใช่
	ที่ตั้งธุรกิจของประเทศคู่ค้า		
	จุดแข็ง	จุดอ่อน	
การเป็นเจ้าของ	จุดแข็ง	การส่งออก	การออกไป FDI (Home Country)
	จุดอ่อน	การรับ FDI (Host Country)	นำเข้า

ดัดแปลงจาก กลยุทธ์การเลือกวิธีเข้าสู่ตลาด (Entry Modes) ของสินค้าเกษตรไทยสู่ AEC, โดย ฤทัยชนก จริงจิตร, 2559, <http://www.tpsoc.moc.go.th/node/403>; The Eclectic (OLI) paradigm of international production: Past, present and future by J.H. Dunning, 2001, *International Journal of the Economics of Business*, 8(2), p. 173–190.

1) **ความได้เปรียบในด้านการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage: O)** คือ ความสามารถในการแข่งขันธุรกิจจากปัจจัยเฉพาะตัว อาทิ ความสามารถสร้างสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มได้ อำนาจผูกขาด เป็นต้น หากเจ้าของธุรกิจมีความได้เปรียบด้านเดียว ควรเลือกการขายลิขสิทธิ์หรือการทำแฟรนไชส์เป็นหลัก โดยไม่ต้องออกไปลงทุนผลิตหรือดำเนินการเอง ดังตัวอย่าง การขยายตลาดของธุรกิจค้าปลีกอาหารในตลาดประเทศสมาชิก AEC ของแฟรนไชส์ 'ไถ่อย่างห้าตัว' ซีพีเฟรชมาร์ท (CP FreshMart) แบล็คแคนยอน (Black Canyon) เชสเตอร์กริลล์ (Chester Grill) หรือบริษัท เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

2) **ความได้เปรียบด้านการดำเนินการภายในองค์กร (Internalization Advantage: I)** ในประเด็นความพร้อมและความเข้มแข็งของการดำเนินการภายในธุรกิจ เช่น การควบคุมการผลิต ต้นทุนหรือราคา เป็นต้น หากเจ้าของธุรกิจมีความได้เปรียบเฉพาะประเด็นที่ 1) และประเด็นที่ 2) ควรเลือกวิธีการผลิตเองและส่งออกสินค้าไปจำหน่ายตลาด AEC ดังตัวอย่าง บริษัทไทยยูเนียน โพรเซ่น โปรดักส์ จำกัด (Thai Union Frozen Products: TUF) ที่ประเมินว่าไม่จำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศคู่ค้าใน AEC อาทิ ประเทศพม่า เขมร หรือลาว ซึ่งแม้จะมีค่าแรงต่ำ แต่ระบบสาธารณสุขปลอดภัยและอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่รองรับยังมีจำกัด ดังนั้น เมื่อคิดต้นทุนรวมแล้วอาจจะ

สูงกว่าการผลิตในประเทศไทย แต่บริษัท TUF ประเมินว่าตลาด AEC จะทำให้ขยายตลาดได้มาก จึงเข้าไปลงทุนในบริษัทพีที จูยฟา อินเตอร์เนชั่นแนล ฟู้ดส์ จำกัด (PT Jui Fa International Food Co., Ltd) ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าชั้นนำของประเทศอินโดนีเซีย

3) ความได้เปรียบด้านที่ตั้งธุรกิจของประเทศคู่ค้า (Location Advantage: L) อาทิ การเป็นแหล่งวัตถุดิบทำให้ประหยัดต้นทุนโลจิสติกส์ อัตราค่าแรงต่ำ มีการลดหย่อนภาษี เป็นต้น หากเจ้าของธุรกิจมีความได้เปรียบทั้ง 3 ประเด็น โดยเฉพาะเล็งเห็นถึงความได้เปรียบด้านที่ตั้งธุรกิจ เช่น การใช้ประโยชน์จากสิทธิประโยชน์ FDI การเข้าถึงทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่อุดมสมบูรณ์ การใช้แรงงานค่าแรงถูกกว่า เป็นต้น ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา FDI สำหรับธุรกิจเกษตรของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังตัวอย่าง บริษัท CP กัมพูชา จำกัด เป็นการถือหุ้นร้อยละ 75 มีทั้งโรงงานอาหารสัตว์ ธุรกิจสัตว์บก และธุรกิจแปรรูปอาหาร ส่วนในประเทศลาวและประเทศฟิลิปปินส์ CPF ถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจที่จัดตั้ง นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจสัตว์น้ำที่ประเทศมาเลเซีย ถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ ส่วนในประเทศเวียดนาม จัดตั้งบริษัท ซีพี เวียดนาม คอร์ปอเรชั่น จำกัด (CPV Food Binh Phuoc) เป็นธุรกิจอาหารสัตว์บกและอาหารกึ่ง รวมทั้งฟาร์มสัตว์ปีกและสุกรที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 ของประเทศเวียดนาม หรือบริษัทเบทาโกร (กัมพูชา) จำกัด (Betagro (Cambodia) Company Limited) กับโรงงานผลิตอาหารสัตว์ที่ผลิตอาหารสุกรและอาหารสัตว์ปีกคุณภาพ ซึ่งเป็นโรงงานผลิตอาหารสัตว์แห่งแรกของเครือเบทาโกรในประเทศกัมพูชา เป็นต้น

จากวิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ (การส่งออก/การขายลิขสิทธิ์/FDI) การประเมินธุรกิจจะพิจารณาใน 2 มิติ คือ 1) การพิจารณาจุดแข็ง/จุดอ่อน ด้านการเป็นเจ้าของ เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรภายในองค์กรธุรกิจเอง และ 2) การพิจารณาจุดแข็ง/จุดอ่อน ในที่ตั้งของธุรกิจในปัจจุบัน เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศที่ธุรกิจตั้งอยู่ จากปัจจัยทั้ง 2 สามารถแบ่งตัวเลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศได้เป็น 4 แบบหลัก ได้แก่

- 1) การส่งออก เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีจุดแข็งด้านการเป็นเจ้าของ อาทิ เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพ ฯลฯ และมีจุดแข็งด้านที่ตั้งธุรกิจของประเทศคู่ค้า อาทิ ตั้งอยู่ในแหล่งวัตถุดิบ มีปัจจัยการผลิตมากและราคาต่ำ ฯลฯ
- 2) การรับ FDI (Host Country) เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีจุดอ่อนด้านการเป็นเจ้าของ แต่มีจุดแข็งด้านที่ตั้งของธุรกิจในปัจจุบัน (เป็น Host Country ที่มีฐานปัจจัยการผลิตมาก)
- 3) การออกไป FDI (Home Country) เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีจุดแข็งด้านการเป็นเจ้าของ (ฐานะเป็นบริษัทแม่) แต่มีจุดอ่อนในด้านที่ตั้งของธุรกิจในปัจจุบัน ควรออกไป FDI ในประเทศที่มีแหล่งปัจจัยการผลิต มีวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำกว่า
- 4) การนำเข้า เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีจุดอ่อนด้านการเป็นเจ้าของ และมีจุดอ่อนด้านที่ตั้งของธุรกิจในปัจจุบัน อาจเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ขาดความเข้มแข็ง จะใช้การนำเข้าสินค้าและกระจายสินค้าแทนที่การมุ่งเน้นเป็นผู้ผลิต

7.4 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร มีปัจจัยสำคัญได้แก่ ด้านศักยภาพของกิจการ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมประเทศคู่ค้า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านนโยบายการค้า จากภาครัฐ วิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ จำแนกเป็น 3 วิธีหลัก คือ 1) โหมการค้าเป็นฐาน (การส่งออกโดยตรง และการส่งออกทางอ้อม) 2) โหมการค้าสัญญาเป็นฐาน เป็นการลงทุนทางอ้อม (สิทธิบัตรในการดำเนินธุรกิจ แฟรนไชส์ และสัญญาจ้างผลิต) และ 3) โหมการค้าลงทุน (สร้างสายการผลิตเอง บริษัทร่วมทุน พันธมิตรทางธุรกิจ การเข้าถือครองธุรกิจ และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ทั้งระบบ) โดยเจ้าของธุรกิจต้องศึกษาข้อมูลความพร้อมของธุรกิจ

ซึ่งอาจจะใช้กรอบ OLI – Model ประกอบด้วย ความได้เปรียบในด้านการเป็นเจ้าของ ความได้เปรียบด้านการดำเนินการภายในองค์กร และความได้เปรียบด้านที่ตั้งธุรกิจของประเทศคู่ค้า เพื่อหากลยุทธ์การเข้าสู่ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสม

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตรนั้นจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับความสามารถและทรัพยากรของธุรกิจ โดยการเลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดที่ถูกต้องจะช่วยให้ธุรกิจสามารถขยายตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงในการลงทุน ในมุมมองทางวิชาการใน 3 โหมด คือ 1) โหมดการค้า เป็นฐาน การส่งออกเป็นวิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศที่มีต้นทุนต่ำและสามารถขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่ต้องการลงทุนในต่างประเทศ โดยสามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้ทั้งผ่านการส่งออกโดยตรงและผ่านตัวแทนหรือบริษัทตัวกลาง โดยไม่ต้องสร้างการลงทุนใหม่ในต่างประเทศ การส่งออกช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุนสูง แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านความเสี่ยงจากการผันผวนของตลาดและอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงขาดการควบคุมในกระบวนการผลิตและคุณภาพสินค้า 2) โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน การทำสัญญาผ่านสิทธิบัตรหรือแฟรนไชส์เป็นวิธีที่ช่วยลดต้นทุนในการลงทุนโดยตรง สามารถขยายตลาดได้รวดเร็วโดยใช้พันธมิตรท้องถิ่นในการดำเนินการ การใช้แฟรนไชส์หรือสิทธิบัตรยังช่วยควบคุมคุณภาพสินค้าและกระบวนการผลิตได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การมอบสิทธิ์ให้ผู้รับสิทธิ์ในต่างประเทศอาจทำให้ขาดการควบคุมและเกิดข้อพิพาททางกฎหมายเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ์ อีกทั้งการหาพันธมิตรที่มีความสามารถและเหมาะสมในการบริหารธุรกิจอาจเป็นเรื่องยาก และ 3) โหมดการลงทุน การลงทุนในต่างประเทศโดยการสร้างโรงงานหรือร่วมทุนกับพันธมิตรท้องถิ่นเป็นวิธีที่ให้การควบคุมการผลิตและการดำเนินงานได้เต็มที่ การร่วมลงทุนยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและเป็นโอกาสในการขยายตลาดไปยังประเทศใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้มีข้อจำกัดในด้านความเสี่ยงสูงและต้นทุนที่สูงกว่าการส่งออกหรือการทำสัญญา การลงทุนในต่างประเทศยังอาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศนั้น ๆ ดังนั้นการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่ควรพิจารณาหลายปัจจัย เช่น ความแข็งแกร่งของธุรกิจในด้านทรัพยากร ที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ตลอดจนความต้องการของตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศแต่ละโหมดจึงมีข้อดีและข้อจำกัดที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. วิเคราะห์และเลือกกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศที่เหมาะสมสำหรับเจ้าของกิจการที่เริ่มต้นธุรกิจส่งออกผลไม้สดไปยังตลาด AEC พร้อมอธิบายรายละเอียดของกลยุทธ์ที่เลือก (เพิ่มเติม: พิจารณาความพร้อมของธุรกิจ ความต้องการตลาด เงื่อนไขการค้าใน AEC และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. วิเคราะห์และเลือกกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศที่เหมาะสมสำหรับบริษัทยูนิเวน โพรเซน โพรดักส์ ในการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปเข้าสู่ตลาดภูมิภาคยุโรป พร้อมอธิบายรายละเอียดของกลยุทธ์ที่เลือก (เพิ่มเติม: คำนึงถึงโอกาสทางการตลาด ภาวะเปรียบเทียบการนำเข้า มาตรฐานสุขอนามัยอาหาร และความต้องการของผู้บริโภคในยุโรป)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- ASEAN Official Portal – AEC Section (ข้อมูลตลาด AEC ข้อตกลงทางการค้า และแนวโน้มสินค้าเกษตรในภูมิภาค) เว็บไซต์: <https://asean.org>

- European Commission – Food Safety and Import Requirements (ข้อกำหนดการนำเข้าอาหารแปรรูป สินค้าประมง และข้อกำหนดสุขอนามัยในตลาดยุโรป) เว็บไซต์: <https://food.ec.europa.eu>

- World Trade Organization (WTO) – Trade Policy Reviews (ข้อมูลนโยบายการค้าและข้อกีดกันทางการค้าในระดับนานาชาติ) เว็บไซต์: <https://www.wto.org>

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลการส่งออกผลไม้สด การวิเคราะห์ตลาด AEC และกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด) เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ในระบบเศรษฐกิจโลก

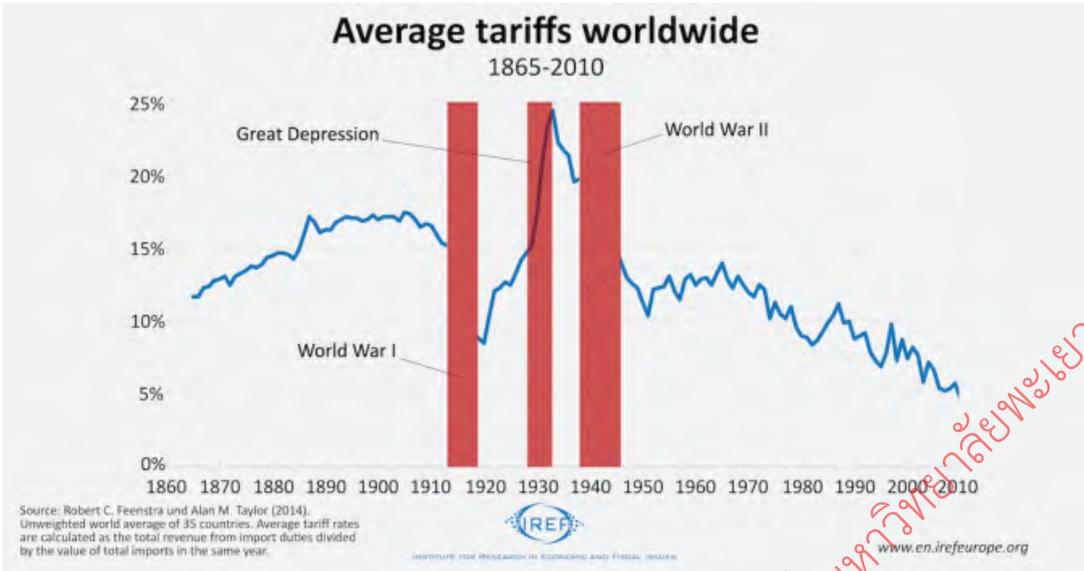
บทที่ 8

การเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) จะกำหนดแนวปฏิบัติภายใต้ข้อบัญญัติต่าง ๆ ในการทำการค้า การลงทุนในตลาดโลก ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจโลกหมายถึงกระบวนการที่ประเทศต่าง ๆ ร่วมกันดำเนินนโยบาย กิจกรรม หรือข้อตกลงเพื่อส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับโลก บทนี้จะกล่าวถึง 1) องค์การการค้าระหว่างประเทศกับนโยบายทางการค้า 2) การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ 3) นโยบายการค้าระหว่างประเทศ 4) งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับการค้าระหว่างประเทศ และ 5) สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

8.1 องค์การการค้าระหว่างประเทศกับนโยบายทางการค้า

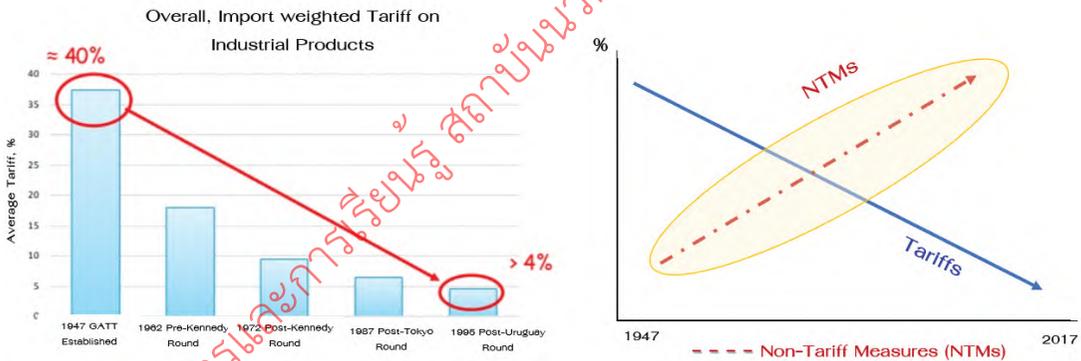
ประเทศไทยได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม ค.ศ. 1994 เป็นสมาชิกลำดับที่ 59 ด้วยสถานะสมาชิกก่อตั้ง โดย WTO ดำเนินงานภายใต้ข้อบัญญัติ ความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า (General Agreement on Tariffs and Trade: GATT) เพื่อเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Progressive Liberalization) ตามความพร้อมของประเทศสมาชิกและระดับการพัฒนาของประเทศสมาชิก นอกจากนี้ มีความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ที่มีอำนาจในการออกนโยบายทางการค้าที่จำเป็นเพื่อปกป้องสุขภาพและสุขอนามัยของประชาชนตามกฎหมายระเบียบของ WTO ซึ่งได้เปิดกว้างดำเนินนโยบายหลายประการ เช่น การห้ามการนำเข้า/ส่งออก (Import and Export Bans) การจำกัดปริมาณการนำเข้า/ส่งออก (Quantitative Restrictions on Import and Export) การไม่ออกใบอนุญาตนำเข้าโดยอัตโนมัติ (Non - Automatic Import Licensing) เป็นต้น

ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1860 อัตราภาษีศุลกากรสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง บางช่วงลดลงบ้างแต่ปรับขึ้นสูงสุดก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 กระทั่งเกิดมีพันธะข้อตกลงที่สำคัญในสินค้าเกษตรตาม WTO โดยเฉพาะการเปิดตลาดสินค้าเกษตร นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1947 GATT ให้ยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าสำหรับสินค้าเกษตรโดยปรับเป็นมาตรการภาษีศุลกากร (Tariff Measures: TMs) การปรับลดอัตราภาษีลงตามระยะเวลาที่กำหนด รวมทั้งการลดการอุดหนุนสินค้าเกษตร ทั้งการอุดหนุนภายในและการอุดหนุนส่งออก โดยเฉลี่ยอัตราภาษีนำเข้าในสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไปจากเดิมที่สูงถึงร้อยละ 40 ลดลงเหลือร้อยละ 4 หลังการเจรจาอบูรูกัยเมื่อปี ค.ศ.1995 และหันมาใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) ปัจจุบัน NTMs มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตรงกันข้ามกับ TMs โดยสิ้นเชิง นอกจากนี้ ยังมีความตกลงอื่น ๆ ที่ถูกนำมาใช้ได้แก่ 1) ความตกลงว่าด้วยการตอบโต้การทุ่มตลาดและการอุดหนุน 2) ความตกลงว่าด้วยการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trade Related Investment Measures: TRIMs) และ 3) ความตกลงว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Trade Related Intellectual Property rights: TRIPS) ดังภาพที่ 8.1 และ 8.2



ภาพที่ 8.1 อัตราภาษีทั่วไปโดยเฉลี่ยของโลก ระหว่างปี ค.ศ. 1865- 2010

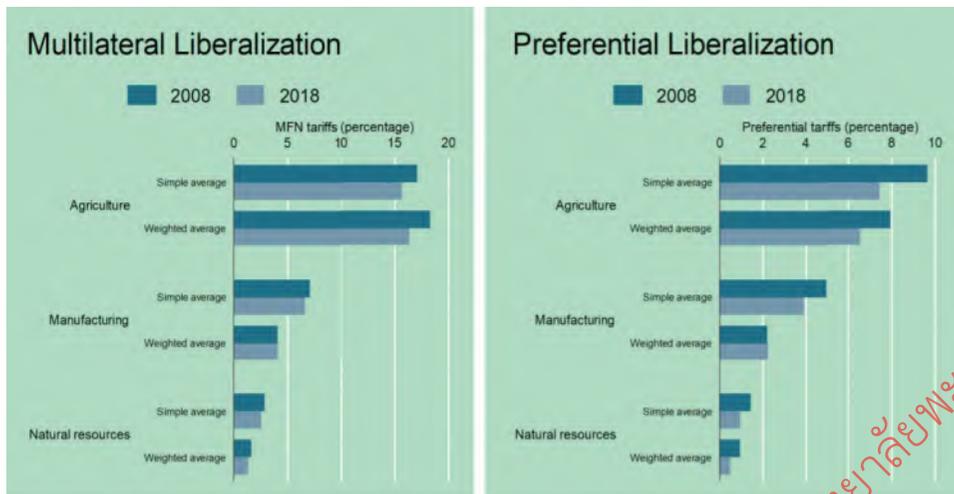
จาก *Fiscal competition and economic freedom: Activist trade policies: More risks than benefits*, by The Institute for Research in Economic and Fiscal Issues, 2014, <https://en.irefeurope.org/publications/online-articles/article/activist-trade-policies-more-risks-than-benefits/>



ภาพที่ 8.2 แนวโน้มมาตรการภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีหลังการเจรจาอบูรุกวัย ในปี ค.ศ. 1995

จาก *The agreement on technical barriers to trade: the TBT agreement*, by Slidetodoc, 2020, <https://slidetodoc.com/the-agreement-on-technical-barriers-to-trade-the-2>

ในตลาดระหว่างประเทศ อัตราภาษีการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศ (Multilateral Liberalization) และสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศ (Preferential Liberalization) สำหรับสินค้าเกษตรอยู่ที่ประมาณร้อยละ 15-18 แม้จะปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2008 และ ปี ค.ศ. 2018 แต่ก็ยังเป็นอัตราที่สูงกว่ามากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอุตสาหกรรม ที่ประมาณร้อยละ 5-6 และสินค้าทรัพยากร ที่ประมาณร้อยละ 2-4 ดังภาพที่ 8.3



ภาพที่ 8.3 อัตราภาษีการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศและสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างประเทศ จาก *Key statistics and trends in trade policy 2019*, by United Nations Conference on Trade and Development, 2021, United Nations Publications.

8.2 การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ (Economic Integration) ของประเทศสมาชิกในภูมิภาคต่าง ๆ จัดทำข้อตกลงเพื่อประโยชน์ทางการค้า การลงทุน ทั้งระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ ระดับการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจแบ่งได้ตามความเข้มข้นในความร่วมมือ ได้แก่ 1) เขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) เพื่อลดภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างประเทศสมาชิก รวมถึงข้อตกลงยกเลิกมาตรการที่เป็นอุปสรรคทางการค้า 2) สหภาพศุลกากร (Customs Union) เป็นเขตการค้าเสรีที่เก็บภาษีศุลกากรกับประเทศนอกกลุ่มในอัตราเดียวกัน 3) ตลาดร่วม (Common Market) เป็นเขตการค้าเสรีและสหภาพศุลกากรที่เคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ทั้งด้านทุน แรงงานและเทคโนโลยี รวมทั้งผู้ประกอบการได้โดยเสรี 4) สหภาพเศรษฐกิจ (Economic Union) เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจโดยสมบูรณ์ มีความร่วมมือในนโยบายทางเศรษฐกิจ การเงิน และการคลัง และ 5) สหภาพเหนือชาติ (Supranational Union) เป็นการรวมกลุ่มในทุก ๆ ด้าน อาทิ การทหาร การเงิน ฯลฯ ของประเทศสมาชิกภายใต้รัฐบาลร่วม

การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ โดยทั่วไปจำแนกเป็น 4 รูปแบบ ดังภาพที่ 8.4

Trade Linearization

Multilateral Cooperation
Regional Cooperation
Bilateral Cooperation
Unilateral Cooperation

ANDEAN

(Bolivia, Columbia,
Ecuador, Peru)

BRICS

(Brazil,
Russia, India, China,
South Africa)

CP-TPP: Comprehensive

and Progressive of Trans-

Pacific Partnership (Canada,

Mexico, Peru, Chili, Japan,
New Zealand, Singapore,
Malaysia, Brunei, Vietnam)

GCC: Gulf Cooperation Council

(Saudi Arabia, Kuwait, Bahrain,
Qatar, United Arab Emirates, Oman)

BIMSTEC: Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral

Technical and Economic Cooperation (Thailand,
Myanmar, India, Sri Lanka, Bangladesh, Nepal, Bhutan)

ภาพที่ 8.4 รูปแบบความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา รมเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

1) **ความร่วมมือระดับพหุภาคี (Multilateral Cooperation)** ความร่วมมือระหว่างประเทศที่มีสมาชิกหลายฝ่ายทำข้อตกลงร่วมกันตามกรอบความร่วมมือพหุภาคีและองค์การระหว่างประเทศ อาจเป็นความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ ด้านการค้า ด้านการเงิน ความร่วมมือหลายฝ่ายมีส่วนดีที่เป็นสากลและกว้างขวางจากกรอบความร่วมมือพหุภาคี แต่ขณะเดียวกันอาจจะเกิดอุปสรรคการเจรจาข้อตกลงร่วมกันด้วยความขัดแย้งของประเทศสมาชิกเช่นกัน รูปแบบความร่วมมือระดับพหุภาคี เช่น

- ความร่วมมือระดับพหุภาคีด้านเศรษฐกิจ อาทิ ความตกลง GATT ความร่วมมือ WTO การทำความตกลงทางการค้าเสรีของกลุ่มประเทศคู่ค้า เช่น ASEAN Free Trade Area (AFTA), The European Free Trade Association (EFTA), North American Free Trade Agreement (NAFTA) ข้อตกลงความครอบคลุมและความก้าวหน้าเพื่อหุ้นส่วนทางการค้าภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive of Trans-Pacific Partnership: CP-TPP) เป็นต้น
- ความร่วมมือระดับพหุภาคีด้านต่าง ๆ ได้แก่ องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) หรือองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) เป็นต้น

2) **ความร่วมมือระดับภูมิภาค (Regional Cooperation)** ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคของประเทศสมาชิกเพื่อสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาค การส่งเสริมการค้าและการลงทุนอย่างเสรีเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและจัดอุปสรรคทางการค้า กรอบความร่วมมือใหญ่จะครอบคลุมข้อตกลงย่อย เช่น ด้านการค้า การเงิน การลงทุน สิ่งแวดล้อม การเมือง อุตุสาหกรรม เป็นต้น รูปแบบความร่วมมือระดับภูมิภาค ได้แก่

- การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ อาทิ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กลุ่มประเทศทางเศรษฐกิจ (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) หรือ สหภาพยุโรป (European Union: EU) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย - แปซิฟิก (Asia - Pacific Economic Cooperation: APEC)
- การรวมกลุ่มทางการเงิน เช่น ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) ให้กู้ยืมจากภาคเอกชนหรือรัฐบาลแก่รัฐบาลในประเทศกำลังพัฒนาของภูมิภาคเอเชีย
- กลุ่มประเทศด้านเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีการพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว 4 ประเทศ “BRIC” คือ บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก 8 ประเทศ “G8” คือ สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมนี รัสเซีย และญี่ปุ่น หรือ “G20” คือ ระบบเศรษฐกิจขนาดใหญ่ โดยสหภาพยุโรป รวมกับ 19 ประเทศ (G8+ กลุ่มเศรษฐกิจเกิดใหม่ 11 ประเทศ: อาร์เจนตินา ออสเตรเลีย บราซิล จีน อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก ซาอุดีอาระเบีย แอฟริกาใต้ เกาหลีใต้ และตุรกี) เป็นต้น

3) ความร่วมมือระดับทวิภาคี (Bilateral Cooperation) อาจจะเป็นข้อตกลงของสองประเทศหรือทวิภาคีในรูปแบบประเทศหนึ่ง ๆ ต่อกลุ่มเศรษฐกิจ หรือกลุ่มเศรษฐกิจต่อกลุ่มเศรษฐกิจที่มีข้อตกลงร่วมกันเพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ร่วมกัน โดยที่ประเทศหรือกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ จะไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ดังกล่าว เป้าหมายการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้า การเงิน อาทิ ความตกลง FTA ของสองประเทศคู่ค้า (แบบทวิภาคี) เช่น ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นไทย-นิวซีแลนด์ (Thailand-New Zealand Closer Economic Partnership: TNZCEP) หรือความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China Free Trade Agreement: ACFTA) เป็นต้น

4) ความร่วมมือในลักษณะฝ่ายเดียว (Unilateral Cooperation) เป็นการดำเนินการตามมาตรการรัฐของประเทศหนึ่งโดยไม่มีเงื่อนไขผูกพันที่ให้กับประเทศอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ดีสำหรับทั้งประเทศผู้ให้และประเทศผู้รับ โดยส่วนใหญ่จะเป็นประเทศพัฒนาแล้วอาจเปิดเสรีกับสินค้าประเภทต่าง ๆ ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ หรือเพิ่มความช่วยเหลือสนับสนุนประโยชน์ทางการค้าต่อประเทศคู่ค้าในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทำให้ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและเพื่อประโยชน์ทางการค้าระหว่างกัน เช่น ประเทศพัฒนาแล้วให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (Generalized System of Preferences: GSP) เช่น สหภาพยุโรปเคยให้ GSP หมดสินค้าเกษตร น้ำมันปาล์ม ข้าวโพด ฯลฯ กับสินค้าไทย ประเทศสหรัฐอเมริกาให้ GSP หมดสินค้าเกษตรและอาหาร เช่น ผักแปรรูป ชาเขียว ชิงแปง ฯลฯ หรือประเทศญี่ปุ่นให้ GSP หมดสินค้าอาหาร เช่น หอยเป่าฮื้อ ไม้อัด กาแฟคั่วที่แยกคาเฟอีนออกแล้ว เป็นต้น ดังภาพที่ 8.5

เพื่อโยกย้ายสวัสดิการจากกลุ่มที่รับผลประโยชน์มากที่สุดกลุ่มที่ด้อยโอกาสกว่า แต่ในสภาพความเป็นจริง ประเทศที่เปิดเสรีทางการค้าตามแนวคิดของทฤษฎีมีน้อยมาก ส่วนใหญ่ภาครัฐใช้มาตรการแทรกแซงมายาวนาน

นโยบายการค้าเสรี (Liberalization Trade Policy) ที่ไม่มีการแทรกแซงหรือกำหนดอุปสรรคใด ๆ ในการค้าระหว่างประเทศ ยกเว้นกรณีสินค้าที่เป็นอันตรายต่อประชาชน การผลิตดำเนินไปตามหลักการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและหลักการแบ่งงานกันทำ การจัดเก็บภาษีเพื่อเป็นรายได้เข้าประเทศเท่านั้น จะเป็นระบบภาษีศุลกากรอัตราเดียว (Single Tariff System) และเป็นการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันสำหรับสินค้าของทุกประเทศ ไม่มีข้อกีดกันทางการค้าใด ๆ (Trade Restriction) คือไม่ควบคุมการนำเข้า – ส่งออก ที่เป็นอุปสรรคต่อการค้า จึงเป็นที่มาของการทำความตกลงเขตการค้าเสรีกับต่างประเทศ เช่น FTA, AFTA, NAFTA หรือ EU ที่มีเป้าหมายลดภาษีศุลกากรให้เหลือน้อยที่สุดหรือเป็นร้อยละ 0 ตลอดจนการยกเลิกมาตรการที่มีโทษภาษีที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ

สำหรับประเทศไทยได้ทำ FTA กับประเทศคู่ค้าหรือภาคีกลุ่มเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี ค.ศ.1992 – 2024 ประเทศไทยมี FTA ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี จำนวน 14 ฉบับ 18 ประเทศคู่ค้า ดังภาพที่ 8.6 – 8.7 รายละเอียดดังนี้



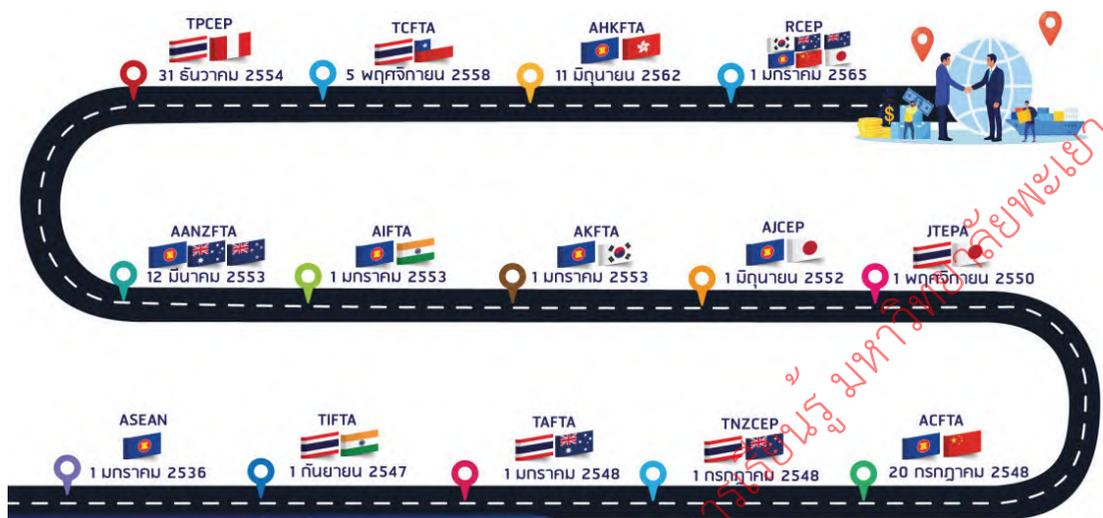
ภาพที่ 8.6 แผนที่ FTA กับประเทศคู่ค้าหรือภาคีกลุ่มเศรษฐกิจของประเทศไทย

จาก แผนการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTAFTA) ในปี 2567-2568,

โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2567, <https://km.fti.or.th/wp-content/uploads/2024/03/20%B9%81%E0%B8-2567-2568.pdf>

ก) ความตกลงที่มีผลบังคับใช้แล้ว จำแนกเป็น (1) ระดับพหุภาคี ได้แก่ (1.1) เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area–AFTA) มีผลปี ค.ศ.1992 ลดภาษีสินค้าภายในอาเซียน (1.2) อาเซียน–จีน (ASEAN–China Free Trade Area–ACFTA): มีผลปี ค.ศ. 2003 ครอบคลุมสินค้า การลงทุน และบริการ (1.3) อาเซียน–ญี่ปุ่น (ASEAN–Japan Comprehensive Economic Partnership–AJCEP) มีผลปี ค.ศ. 2008 (1.4) อาเซียน–เกาหลีใต้ (ASEAN–Korea Free Trade Agreement - AKFTA): มีผลปี ค.ศ.2007 (1.5) อาเซียน–อินเดีย (ASEAN–India Free Trade Agreement–AIFTA): มีผลปี ค.ศ. 2010 (1.6) อาเซียน–ออสเตรเลีย–นิวซีแลนด์ (AANZFTA):

มีผลปี ค.ศ. 2010 และ (1.7) ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership–RCEP) มีผลปี ค.ศ. 2022 และ (2) ระดับทวีปเอเชีย ได้แก่ (2.1) ไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) มีผลปี ค.ศ. 2005 (2.2) ไทย-นิวซีแลนด์ (TNZCEP) มีผลปี ค.ศ. 2005 (2.3) ไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) มีผลปี ค.ศ. 2007 และ (2.4) ไทย-เปรู (Thailand-Peru FTA): มีผลปี ค.ศ. 2011



ภาพที่ 8.7 การทำ FTA กับประเทศคู่ค้าหรือภาคีกลุ่มเศรษฐกิจ

จาก แผนการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTAFTA) ในปี 2567-2568,

โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2567, <https://km.fti.or.th/wp-content/uploads/2024/03/20%B9%81%E0%B8-2567-2568.pdf>

ข) ความตกลงที่อยู่ระหว่างการเจรจา ได้แก่ (1) ไทย-สหภาพยุโรป (Thailand-EU FTA) เสร็จตั้งแต่ปี ค.ศ. 2013-2023 มีความคืบหน้าอย่างมากในปี ค.ศ. 2024 (2) ไทย-สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) อยู่ระหว่างการเจรจา (3) ไทย-แคนาดา (Thailand-Canada FTA) เริ่มการเจรจาในปี ค.ศ. 2021 และ (4) ไทย-สหราชอาณาจักร (Thailand-UK FTA) เริ่มเจรจาลงหลัง Brexit และตารางที่ 8.1

ตารางที่ 8.1 แผนการเจรจาเปิดเขตการค้าเสรี (FTA/FTA) ของประเทศไทย

ที่	FTA	เหตุผลประกอบการจัดทำ FTA	เป้าหมายการเจรจา
(1) สรุปผลการเจรจา FTA แล้ว อยู่ระหว่างลงนาม			
1	ไทย-ศรีลังกา 	<ul style="list-style-type: none"> ตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญของมหาสมุทรอินเดีย มีท่าเรือสำคัญ คือ ท่าเรือโคลัมโบ ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อเส้นทางทางการค้าทางทะเลไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียใต้ ตะวันออกกลาง แอฟริกา และยุโรป 	<ul style="list-style-type: none"> สรุปผลการเจรจาแล้วเมื่อเดือนธันวาคม 2566 และลงนาม ต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2567
(2) เป้าหมายระยะสั้น - กลาง (ไตรมาส 1 - ไตรมาส 2 ของปี 2567)			
2	ไทย - EFTA 	<ul style="list-style-type: none"> เป็นกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปซึ่งไทยยังไม่มี FTA ด้วย หากสรุปการเจรจาได้จะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการเจรจา FTA ไทย-EU เนื่องจาก EFTA มีแนวทางการเจรจาที่มีมาตรฐานสูง (สมาคมการค้าเสรีแห่งยุโรป (EFTA) มีสมาชิก 4 ประเทศ ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ นอร์เวย์ โอร์แลนด์ และลิกเตนสไตน์) 	<ul style="list-style-type: none"> เบื้องต้นตั้งเป้าสรุปผลภายในเดือนเมษายน 2567
3	ไทย-เกาหลีใต้ 	<ul style="list-style-type: none"> ไทยและเกาหลีใต้อาศัยไม่ยอมมีการจัดทำ FTA ในระดับสองฝ่ายกับสมาชิกอาเซียน 6 ประเทศแล้ว 	<ul style="list-style-type: none"> เปิดการเจรจาภายในช่วงต้นปี 2567
4	ไทย - ญี่ปุ่น 	<ul style="list-style-type: none"> สองฝ่ายมีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับรัฐซึ่งมีประชาชน ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ไทยการนำเข้าเป็นหลักและนิยมสินค้าไทย พยายามลดการพึ่งพาสหรัฐอเมริกา มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจดีขึ้นเป็นลำดับ และพ้นจากสถานะ LDC แล้วเมื่อเดือนธันวาคม 2566 	<ul style="list-style-type: none"> เปิดการเจรจาภายในช่วงต้นปี 2567
(3) เป้าหมายระยะกลาง - ยาว (ไตรมาส 2 ของปี 2567 - ปี 2568)			
5	ไทย - EU 	<ul style="list-style-type: none"> สหภาพยุโรป (EU) มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก และเป็นตลาดการค้าที่สำคัญอันดับ 4 ของไทย ปัจจุบันหลายประเทศมี FTA กับ EU (ในอาเซียน EU มี FTA กับเวียดนามและสิงคโปร์แล้ว) ภาคเอกชนให้ความสำคัญยิ่งยวดเร่งรัดการเจรจาตกลงฉบับนี้ 	<ul style="list-style-type: none"> ผลักดันการเจรจาอย่างต่อเนื่อง เบื้องต้นตั้งเป้าสรุปผลภายในปี 2568
6	อาเซียน - แคนาดา 	<ul style="list-style-type: none"> เป็นตลาดขนาดใหญ่ลำดับที่ 10 ของโลก ประชากรมีกำลังซื้อสูง มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมที่ทันสมัย แรงงานมีทักษะ และโดดเด่นเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ อาทิ ป่าไม้ ก็ชธรรมชาติ น้ำมันดิบ ทองคำ ทองแดง ยานยนต์ และเคมีภัณฑ์ยานยนต์รวมทั้งภาคอุตสาหกรรม โดยเน้นการใช้นโยบายการเจรจาจัดทำ FTA กับประเทศต่าง ๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า และเป็นกรณีศึกษาให้กับประเทศในอเมริกาเหนือเป็นอันดับแรก 	<ul style="list-style-type: none"> เบื้องต้นตั้งเป้าสรุปผลภายในปี 2568
(4) จัดทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ==> FTA			
7	ไทย - UK 	<ul style="list-style-type: none"> สหราชอาณาจักรเป็นคู่ค้าอันดับที่ 22 ของไทย และเป็นตลาดส่งออกลำดับที่ 19 ของไทยเป็นโลก โดยภาคเอกชนไทยเรียกร้องและสนับสนุนการเจรจาจัดทำ FTA กับสหราชอาณาจักรอย่างต่อเนื่อง หลังจากสหราชอาณาจักรออกกฎหมายสหภาพยุโรป 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจถือเป็นโอกาสในการส่งเสริมการยกระดับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ซึ่งจะเป็นการวางรากฐานต่ออนาคต
8	ไทย - EAEU 	<ul style="list-style-type: none"> เป็นนิตินิตตลาดใหม่ที่ไทยให้ความสำคัญ โดยเฉพาะตลาดเศรษฐกิจของรัสเซียซึ่งมีขนาดใหญ่ และเป็นคู่ค้าที่สำคัญของรัสเซียอีกครั้ง อีกทั้งยังเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ (สหภาพเศรษฐกิจยูเรเชีย (Eurasian Economic Union: EAEU) มีสมาชิก 5 ประเทศ ได้แก่ รัสเซีย คาซัคสถาน เบลารุส อาร์มีเนีย และคีร์กีซสถาน) 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพื่อนำไปสู่การจัดทำ FTA ในอนาคต

จาก แผนการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA/FTA) ในปี 2567 -568, โดย กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2567,

<https://km.fti.or.th/wp-content/uploads/2024/03/20%b89%b81%b0%b8-2%b7-2%b8.pdf>

8.3.2 นโยบายการค้าแบบคุ้มกัน

นโยบายการค้าแบบคุ้มกัน (Protectionist Trade Policy) ใช้เพื่อควบคุมสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ให้ทำได้ยากลำบากขึ้น เช่น มีส่วนลดปริมาณการนำเข้าหรือจัดคู่แข่งทางอุตสาหกรรมภายในประเทศ นโยบายการค้าแบบคุ้มกันมีเป้าหมายเพื่อ 1) ความมั่นคงของชาติ ในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการผลิตยาหรือสินค้าอาวุธยุทธภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับกองทัพ 2) คุ้มครองอุตสาหกรรมแบบทารก (Infant Industry) ที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งในประเทศ มีความสามารถในการแข่งขันต่ำ ยังมีต้นทุนสูงในระยะแรกของการผลิต ส่วนแบ่งตลาดยังน้อย ยังขาดความสามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าประเภทเดียวกัน เมื่ออุตสาหกรรมเติบโตจนสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ รัฐจึงหยุดการปกป้องอุตสาหกรรมเกิดใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามกลไกตลาด (Market Mechanism) 3) ส่งเสริมการลงทุนและแก้ไขปัญหาการว่างงานในประเทศ โดยรัฐใช้มาตรการกีดกันสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อให้ประชาชนใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ เป็นการเพิ่มการจ้างงานในประเทศได้ด้วย 4) ป้องกันการฟุ่มเฟือยของผู้ผลิตต่างประเทศที่เข้ามาขายสินค้าภายในประเทศด้วยราคาต่ำกว่าต้นทุนการผลิตจริง ผู้ผลิตภายในประเทศไม่สามารถแข่งขันได้ จนล้มเลิกกิจการไปในที่สุด และ 5) แก้ไขปัญหาขาดดุลการชำระเงินจากการกีดกันสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ

• เครื่องมือในมาตรการการค้าแบบคุ้มกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินมาตรการการค้าแบบคุ้มกัน จำแนกเป็น 1) มาตรการภาษีศุลกากร 2) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร 3) วิธีการปฏิบัติจำกัดทางธุรกิจ และ 4) การกีดกันทางการค้า ในบทนี้จะเน้นเนื้อหาใน 2 เรื่อง คือ 1) มาตรการภาษีศุลกากร และ 2) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร รายละเอียดดังนี้

1) มาตรการภาษีศุลกากร

ภาษีศุลกากร หมายถึง อัตราภาษีที่จัดเก็บจากสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เรียกว่า “ภาษีขาเข้าหรืออากรขาเข้า (Import Tariff)” การจัดเก็บภาษีเป็นมาตรการทางการคลังประเภทหนึ่ง รัฐบาลเข้าแทรกแซงโดยการจัดเก็บภาษีศุลกากรในอัตราต่าง ๆ ซึ่งจะสามารถควบคุมปริมาณและมูลค่าการซื้อขายสินค้า ตลอดจนควบคุมการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ โดยระดับการคุ้มครองขึ้นอยู่กับอัตราการจัดเก็บภาษี นั่นคือ อัตราภาษีสูง ความคุ้มครองสูง

การจัดเก็บภาษีศุลกากรสามารถจำแนกได้ 3 ลักษณะ (ไพฑูริย์ วิบูลชุตติกุล, 2555) ได้แก่

(1) การเก็บตามราคา (Ad Valorem Tariff) คือการคำนวณภาษีด้วยฐานมูลค่าสินค้านำเข้าตามอัตราภาษีที่กำหนด สูตรคำนวณ คือ

$$\text{มูลค่าสินค้าที่ผู้นำเข้าต้องจ่าย} = (1 + ta) * P_m$$

โดยที่ ta คือ อัตราภาษี (ร้อยละ) และ P_m คือ ราคาสินค้านำเข้าต่อหน่วย

ตัวอย่าง รัฐบาลกำหนดอัตราภาษีการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้อยละ 20 ของมูลค่านำเข้า ไม่รวมค่าขนส่ง และราคาสินค้า เท่ากับ 1,000 บาทต่อหน่วย

$$\begin{aligned} \text{วิธีคำนวณ} \quad \text{มูลค่าสินค้านำเข้า} &= (1+0.2) * 1,000 \\ &= 1,200 \text{ บาท (คิดภาษีศุลกากรเป็น 200 บาท)} \end{aligned}$$

ส่วนใหญ่สินค้านำเข้ามักจะคิดตามราคา CIF (Cost, Insurance and Freight) และสินค้าส่งออก นิยมคิดตามราคา FOB (Free on Board) ตามหลักการเรียกเก็บภาษีส่งออก (Export Tariff) เพื่อเป็นแหล่งรายได้ให้กับประเทศ เช่น ประเทศไทยเคยเก็บภาษีส่งออกข้าว ภายใต้ชื่อว่า “พรีเมียมข้าว” แต่สำหรับประเทศพัฒนาแล้วไม่นิยมใช้ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา การเก็บภาษีส่งออกเป็นการขัดรัฐธรรมนูญประเทศ

(2) **การเก็บตามสภาพ (Specific Tariff)** คือการคำนวณภาษีด้วยฐานหน่วยสินค้านำเข้า โดยไม่คำนึงถึงราคาสินค้าว่าเป็นเท่าไร สูตรคำนวณ คือ

$$\text{มูลค่าสินค้าที่ผู้นำเข้าต้องจ่าย} = P_m + (X * t_b)$$

โดยที่ P_m คือ ราคาสินค้านำเข้า t_b คือ อัตราภาษีต่อหน่วย และ X คือ หน่วยสินค้า ตัวอย่าง รัฐบาลกำหนดอัตราภาษีนำเข้าสินค้าปุ๋ย 10 บาทต่อหน่วย และผู้นำเข้าได้นำเข้าปุ๋ย ชนิดนี้ 20 หน่วย ราคาปุ๋ยหน่วยละ 500 บาท

$$\begin{aligned} \text{วิธีคำนวณ มูลค่าสินค้านำเข้า} &= 500 + (20 * 10) \\ &= 700 \text{ บาท (คิดภาษีศุลกากรเป็น 200 บาท)} \end{aligned}$$

(3) **การเก็บแบบผสม (Compound Duty)** คือการคำนวณภาษีผสมกันทั้งการเก็บตามราคา และการเก็บตามสภาพ สูตรคำนวณ คือ

$$\text{มูลค่าสินค้าที่ผู้นำเข้าต้องจ่าย} = [(1 + t_a) * P_m] + (X * t_b)$$

โดยที่ t_a คือ อัตราภาษี (ร้อยละ) P_m คือ ราคาสินค้านำเข้า t_b คือ อัตราภาษี ต่อหน่วย และ X คือ หน่วยสินค้า

ตัวอย่าง ไวน์นำเข้าจากต่างประเทศ รัฐบาลใช้การจัดเก็บภาษีแบบผสม โดยเก็บภาษีตามราคา ร้อยละ 20 และเก็บภาษีตามสภาพ ขวดละ 10 บาท หากซื้อไวน์ขวดละ 1,000 บาท จำนวน 1 ขวด

$$\begin{aligned} \text{วิธีคำนวณ มูลค่าสินค้านำเข้า} &= [(1 + 0.2) * 1,000] + (1 * 10) \\ &= 1,210 \text{ บาท (คิดภาษีศุลกากรเป็น 210 บาท)} \end{aligned}$$

การกำหนดอัตราภาษีใน 3 วิธีนี้ เป็นการคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เรียกว่า “อัตราการคุ้มครองตามราคา (Nominal Rate of Protection: NRP)” เช่น รัฐบาลเก็บภาษีนำเข้า ร้อยละ 10 แต่ในกรณี “ผู้ผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า (Import - Competing Industry)” และผู้ผลิตเพื่อการส่งออกซึ่งต้องใช้วัตถุดิบนำเข้าบางชนิดจากต่างประเทศ การคำนวณหาระดับการคุ้มครอง (Degree of Protection) ต้องวัดระดับการคุ้มครองด้วย “**อัตราคุ้มครองที่แท้จริง (Effective Rate of Protection: ERP)**”

ERP เป็นการวัดเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ภายในประเทศ หลังมีการเก็บภาษีสินค้าชั้นกลางและขั้นสุดท้าย (ผลกำไรของผู้ผลิต) สูตรในการคำนวณ คือ

$$ERP = \frac{VA^* - VA}{VA}$$

ERP คือ อัตราการคุ้มครองที่แท้จริงให้แก่ผู้ผลิตในประเทศ

VA^* คือ มูลค่าเพิ่มต่อหน่วยของสินค้าในกรณีที่มีการเก็บภาษีศุลกากร

VA คือ มูลค่าเพิ่มต่อหน่วยของสินค้าในกรณียังไม่มี การเก็บภาษีศุลกากร

ตัวอย่าง เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ มีมูลค่าในตลาดเสรี ที่ 200,000 บาทต่อเครื่อง ผู้ผลิตในประเทศไทย ต้องใช้ชิ้นส่วนอุปกรณ์ (วัตถุดิบนำเข้า) เพื่อผลิตเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ ราคา 120,000 บาทต่อเครื่อง

กรณี 1: รัฐเก็บภาษีนำเข้าเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ร้อยละ 15 โดยไม่เก็บภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบ (วัตถุดิบ)

$$\begin{aligned}\text{วิธีคำนวณ } VA &= 200,000 - 120,000 = 80,000 \text{ (ก่อนเก็บภาษี)} \\ VA^* &= 230,000 - 120,000 = 110,000 \text{ (หลังเก็บภาษี)} \\ ERP &= \frac{110,000 - 80,000}{80,000} = 0.375 \text{ หรือ ร้อยละ } 37.50\end{aligned}$$

กรณี 2: รัฐเก็บภาษีนำเข้าเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ร้อยละ 15 และเก็บภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบ (วัตถุดิบ) ร้อยละ 10

$$\begin{aligned}\text{วิธีคำนวณ } VA &= 200,000 - 120,000 = 80,000 \text{ (ก่อนเก็บภาษี)} \\ VA^* &= 230,000 - 132,000 = 98,000 \text{ (หลังเก็บภาษี)} \\ ERP &= \frac{98,000 - 80,000}{80,000} = 0.225 \text{ หรือ ร้อยละ } 22.50\end{aligned}$$

จะเห็นได้ว่า เมื่อมีการเก็บภาษีนำเข้าชิ้นส่วนประกอบ ทำให้ค่า ERP ลดลง ซึ่งให้เห็นถึงอัตราคุ้มครองที่แท้จริงสำหรับอุตสาหกรรมเกษตรดังกล่าวลดลง เพราะด้วยมูลค่าเพิ่มที่ลดลงจากภาวะภาษีศุลกากรที่ต้องจ่ายให้ภาครัฐ

ดังนั้น หากค่า ERP ตีตก จะบ่งบอกว่ารัฐบาลคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศสูงมาก ขณะเดียวกันจะกลับเป็นอุปสรรคต่อผู้ผลิตเพื่อการส่งออกเพราะแบกรับวัตถุดิบนำเข้าด้วยต้นทุนที่สูงขึ้น

2) มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร

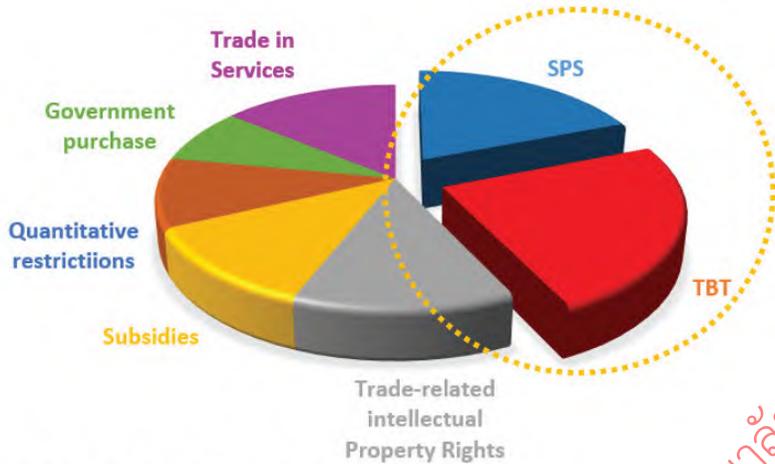
มาตรการ NTBs ตามนิยามของ WTO หมายถึงการดำเนินการใด ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบิดเบือนการค้าระหว่างประเทศ จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

(1) **NTBs ต่อการนำเข้า** ครอบคลุมโควตาการนำเข้า การจำกัดการนำเข้า (Quantitative Restrictions) กระบวนการออกใบอนุญาตการนำเข้า และขั้นตอนด้านพิธีการศุลกากร รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการนำเข้า

(2) **NTBs ต่อการส่งออก** ครอบคลุมภาษีส่งออก การอุดหนุนการส่งออก โควตาการส่งออก การจำกัดการส่งออก และการจำกัดปริมาณการส่งออกโดยสมัครใจ (Voluntary Export Restraints) โดยทั่วไป รายการที่ 1) และ 2) ส่วนใหญ่บังคับใช้ ณ พรมแดนของประเทศทั้งขาเข้า - ขาออก

(3) **NTBs ภายในระบบเศรษฐกิจ** (Internally - Imposed NTBs) อาทิ กฎหมาย กฎระเบียบ ด้านสาธารณสุข มาตรฐานทางเทคนิค คุณภาพสินค้า แรงงาน สิ่งแวดล้อม ภาษีหรือค่าธรรมเนียมที่จัดเก็บภายในประเทศและการอุดหนุนภายในประเทศ (Domestic Subsidies) เพื่อเป็นมาตรการควบคุมสินค้าที่เกี่ยวข้องในตลาดระหว่างประเทศเป็นจำนวนมาก

เครื่องมือ NTBs ได้นำมาปรับใช้ในตลาดระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) และความตกลงว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Agreement on Technical Barriers to Trade Agreement: TBT) ได้ประกาศใช้กับประเทศต่าง ๆ ในสัดส่วนเกือบครึ่งของมาตรการทั้งหมด ดังภาพที่ 8.8



ที่มา: Trade and Food Security, FAO (2017)

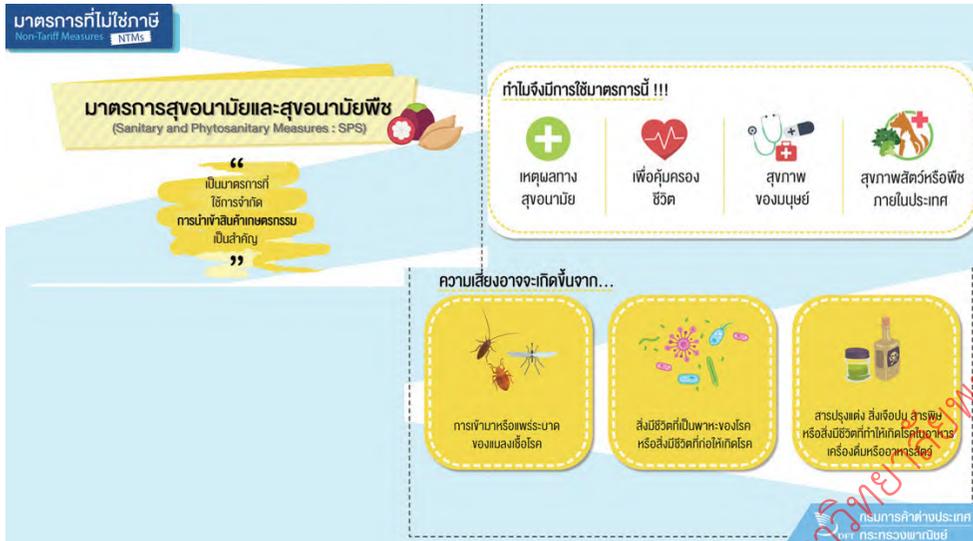
ภาพที่ 8.8 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในรูปแบบต่าง ๆ

จาก The state of agricultural commodity markets: Agricultural markets and sustainable development, global value chains, smallholder farmers and digital innovations, by Food and Agriculture Organization, 2023b, <https://www.fao.org/3/i8002e/i8002e.pdf>

มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีที่สำคัญ ๆ ได้แก่

2.1) มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช

มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นมาตรการที่ใช้ในการจำกัดการนำเข้าสินค้าเกษตรเพื่อปกป้องคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ พืช สัตว์ ภายในประเทศของตนเองจะเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในการบริโภค หรือเสี่ยงต่อโรคที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตที่ติดมากับพืช สัตว์และผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสารปนเปื้อนในอาหาร สารพิษหรือจุลินทรีย์ที่เป็นพาหะของโรค (ภาพที่ 8.9) เช่น การกำหนดระดับยาศัตรูพืชตกค้างในแก้วมังกรที่ส่งออกจากประเทศไทยไปสหภาพยุโรป หรือการกำหนดให้ผลไม้สดทุกชนิดต้องผ่านการฉายรังสีก่อนที่ส่งออกจากประเทศไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 8.9 ลักษณะของ SPS

จาก ลักษณะของมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) กระทรวงพาณิชย์, โดย กรมการค้าต่างประเทศ, 2565, <https://www.dft.go.th/th-th/บริการจากกรม/บริการข้อมูล-Information/คู่มือประจำ/แสดงรายละเอียด-คู่มือประจำ/ArticleId/13748/13748>.

2.2) มาตรการเทคนิคทางการค้า

มาตรการเทคนิคทางการค้า (Technical Barriers to Trade: TBT) อนุญาตให้ประเทศสมาชิกกำหนดระดับความปลอดภัยและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้านำเข้าที่ต้องสอดคล้องกับหลักการคือ มาตรฐาน (Standard) ในผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ต้องได้รับความเห็นชอบโดยองค์กรที่เป็นที่ยอมรับ เป็นแนวทางที่ใช้กันอยู่ทั่วไปหรือใช้เป็นประจำ และกระบวนการประเมินความสอดคล้อง (Conformity Assessment Procedures) ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎระเบียบทางเทคนิคหรือมาตรฐาน (ภาพที่ 8.10) เช่น การส่งสินค้าประมงหรือประมงแปรรูปจากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จะต้องปฏิบัติตามมาตรการการติดฉลากไขมันไม่อิ่มตัว หรือมาตรการการติดฉลากอาหารก่อให้เกิดภูมิแพ้ และมาตรการติดฉลากแหล่งกำเนิดสินค้า เป็นต้น



ภาพที่ 8.10 ลักษณะของ TBT

จาก ลักษณะของมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) กระทรวงพาณิชย์, โดย กรมการค้าต่างประเทศ, 2565, <https://www.dft.go.th/th-th/บริการจากกรม/บริการข้อมูล-Information/คู่มือประจำสาขา/แสดงรายละเอียด-คู่มือประจำสาขา/ArticleId/13748/13748>.

8.4 กรณีศึกษาสินค้าเกษตรและอาหารจากประเทศไทยกับมาตรการที่มิใช่ภาษี

กรณีศึกษาสินค้าเกษตรและอาหารจากประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าในตลาดระหว่างประเทศเกิดขึ้นหลายกรณีจากมาตรการที่มิใช่ภาษี (NTBs) ในตลาดระหว่างประเทศ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2567ก; ธนาคารกรุงเทพ, 2567) โดยสามารถยกตัวอย่าง ดังนี้

- **กรณีมะม่วงไทย – การกักกันศัตรูพืช (SPS)** ไปยังตลาดญี่ปุ่น เมื่อปี ค.ศ. 2015 โดยญี่ปุ่นมีข้อกำหนดเข้มงวดด้านการกักกันศัตรูพืช (Quarantine Pest) โดยเฉพาะแมลงวันผลไม้ มะม่วงไทยต้องผ่านกระบวนการ Vapor Heat Treatment (VHT) ก่อนส่งออกที่ทุกล็อตต้องตรวจสอบคุณภาพโดยหน่วยงานรับรองจากไทยและญี่ปุ่น ผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทยทำให้ค่าบริการ VHT สูง ทำให้ต้นทุนผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น และมะม่วงที่ไม่ผ่านกระบวนการ VHT จะไม่สามารถเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นได้ ปริมาณการส่งออกถูกจำกัดในบางช่วงที่ระบบไม่สามารถรองรับ รัฐบาลไทยต้องแก้ปัญหาโดยขยายสถานี VHT และปรับปรุงอุปกรณ์ให้ทันสมัย หน่วยงานรัฐมีการฝึกอบรมเกษตรกรตามมาตรฐาน (Good Agricultural Practices: GAP) และใช้กับดักแมลงวันผลไม้ สนับสนุนเกษตรกรรวมกลุ่มเพื่อประหยัดต้นทุนการตรวจสอบ

- **กรณีสับปะรดกระป๋องไทย – มาตรฐานสารตกค้างและการใช้แรงงาน (SPS + NTBs)** ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 2016 โดยสหรัฐอเมริกาเข้มงวดเรื่องสารตกค้างในผลิตภัณฑ์สับปะรดกระป๋องการตรวจสอบโรงงานแปรรูปตามมาตรฐาน Food and Drug Administration (FDA) ต่อมาเมื่อประเด็นเรื่องการใช้แรงงานในภาคการเกษตร ทำให้สินค้าโดนสอบสวนจากองค์การสิทธิแรงงาน ผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทย ทำให้บางล็อตสินค้าโดนกัก ณ ด่านศุลกากรของสหรัฐฯ ผู้ส่งออกไทยต้องแบกรับต้นทุนตรวจสอบและปรับกระบวนการ กระทบต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมสับปะรดไทย รัฐบาลไทยต้องแก้ปัญหาโดยประสานงานกับ FDA และปรับกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามข้อกำหนด มีการปรับปรุงระบบรับรอง GMP/HACCP และบังคับใช้ ISO 22000 ส่งเสริมการตรวจสอบย้อนกลับ และปรับปรุงสภาพแรงงานให้ได้มาตรฐาน

• **กรณีพริกสดไทย – สารตกค้างเกินค่ามาตรฐาน EU (SPS) ไปยังตลาด EU** เมื่อปี ค.ศ. 2017 โดยตลาด EU ตรวจพบพริกจากไทยมีสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างเกินค่า Maximum Residue Limits (MRLs) ออกประกาศให้ไทยอยู่ในกลุ่มความเสี่ยงสูง ต้องตรวจร้อยละ 50-100 ของล็อต หากพบซ้ำจะมีคำสั่งระงับนำเข้าชั่วคราว ผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทยทำให้ต้นทุนตรวจสอบเพิ่มสูงขึ้นมาก ผู้ส่งออกขนาดเล็กต้องหยุดกิจการ การส่งออกพริกบางชนิดไม่สามารถเข้าสหภาพยุโรปได้แม้เป็นพริกแห้ง รัฐบาลไทยต้องแก้ปัญหาโดยความร่วมมือจากกรมวิชาการเกษตรกับเกษตรกรเรื่องการใช้สารเคมีอย่างถูกต้อง สร้างระบบ “One Lab One Standard” ตรวจวิเคราะห์ก่อนส่งออก และส่งเสริมเกษตรกรลดใช้สารเคมีและหันมาใช้ชีวภัณฑ์

• **กรณีทุเรียนไทย – มาตรการตรวจสอบศัตรูพืชจากจีน (SPS) ไปยังตลาดจีน** เมื่อปี ค.ศ. 2022 โดยตลาดจีน เข้มงวดการตรวจสอบคุณภาพทุเรียนส่งออกจากไทย ทั้งเรื่องศัตรูพืช สารตกค้างและมาตรฐาน GAP/GMP หากพบการปนเปื้อนหรือไม่ได้มาตรฐาน จะสั่งระงับการนำเข้าเป็นระยะ ต้องผ่านการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร ประเทศไทย และต้องมี QR Code ตรวจสอบย้อนกลับ ผลกระทบต่อผู้ส่งออกไทยทำให้ทุเรียนล๊อตที่ถูกระงับส่งออก สูญเสียรายได้มหาศาล เกษตรกรหรือผู้ส่งออกบางรายขาดตลาดตรงรับต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายขนส่งกลับหรือทำลายสินค้า ทำให้จีนมีอำนาจต่อรองสูงขึ้น รัฐบาลไทยต้องแก้ปัญหาโดยร่วมมือกับจีนเพื่อสร้างระบบ e-phyto certificate ส่งเสริมเกษตรกรทำ GAP และใช้สารเคมีตามกำหนดใช้ระบบ Traceability และพัฒนาแอป “DuriTrace” เพื่อติดตามแหล่งที่มา จัดตั้งทีมเฉพาะกิจตรวจสอบก่อนส่งออก

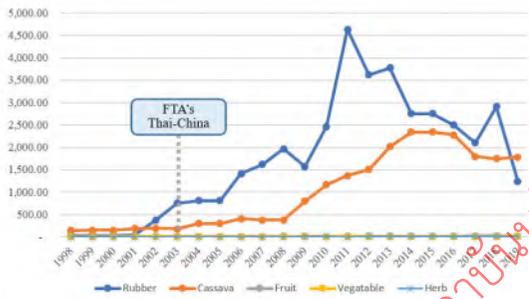
• **กรณี IUU Fishing – ตลาด EU** เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 ประเทศไทยได้รับใบเหลืองเมื่อเมษายน ปี ค.ศ. 2015 ต่อมา มกราคม ปี ค.ศ. 2019 EU ถอนใบเหลือง ปัจจุบันอยู่ในสถานะเฝ้าระวังติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง ด้วยที่ผ่านมา การทำประมงไทยไม่มีมาตรการควบคุมและตรวจสอบเรือประมงอย่างเป็นระบบปล่อยให้มีการทำประมงผิดกฎหมายในต่างน่านน้ำ (Illegal, unreported and unregulated: IUU) ขาดการจดทะเบียนเรือ และไม่มีระบบติดตาม Vessel Monitoring System (VMS) ขาดความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านและระบบตรวจสอบย้อนกลับห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ตลาด EU จัดประเทศไทยว่ามีความเสี่ยง จึงถูก EU ให้ “ใบแดง” ซึ่งหมายถึงการห้ามนำเข้าสินค้าประมงไทยไป EU โดยสิ้นเชิง ภาพลักษณ์ประเทศเสื่อมเสียในเวทีสากล ผู้นำเข้าในตลาด EU และลูกค้ารายใหญ่ถูกกดดันให้ปรับมาตรฐาน ต้องเพิ่มต้นทุนการตรวจสอบและรับรองความโปร่งใส รัฐบาลไทยต้องแก้ปัญหาโดยออก พ.ร.ก. การประมง พ.ศ. 2558 และปรับปรุง พ.ศ. 2560 จัดตั้ง ศูนย์ PIPO (Port-in Port-out) ตรวจเรือเข้าออก ติดตั้งระบบ VMS บนเรือทุกลำที่ออกทะเล ปรับปรุงระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้า (Traceability) ยกเครื่องระบบจัดการประมงตามข้อกำหนดและความร่วมมือกับ EU และ FAO (องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ, 2560)

• **กรณี Human Trafficking – ตลาดสหรัฐอเมริกา** จากปัญหาการค้ามนุษย์และแรงงานบังคับในอุตสาหกรรมอาหารทะเลและแรงงานข้ามชาติ ประเด็นการใช้แรงงานผิดกฎหมายบนเรือประมงและโรงงานแปรรูปอาหารทะเลสหรัฐฯ จับตามองประเทศไทยว่าขาดกลไกตรวจสอบแรงงานข้ามชาติ การดำเนินคดีผู้กระทำผิดยังไม่เข้มงวด และไม่มีกรมคุ้มครองแรงงาน โดยเริ่มแรกไทยถูกจัดอันดับอยู่ใน Tier 3 ในปี ค.ศ. 2014–2016 ขยับขึ้นเป็น Tier 2 Watchlist ปี ค.ศ. 2018 และ Tier 2 ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2021–2023 ผลกระทบการถูกจัดอยู่ใน Tier 3 ตามรายงาน TIP Report (Trafficking in Persons) ส่งผลต่อภาพลักษณ์ประเทศและสถานะทางการทูต ผู้นำเข้าสหรัฐฯ ตรวจสอบห่วงโซ่อุปทานของสินค้าไทยอย่างเข้มงวด บริษัทหรือผู้ส่งออกไทยถูกกดดันจากห้างค้าปลีกและองค์กรสิทธิมนุษยชนในสหรัฐฯ เช่น Walmart, Costco, Whole Foods รัฐบาลไทยต้องแก้ปัญหาโดยตั้งหน่วยงานต่อต้านการค้ามนุษย์ จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือแรงงานข้ามชาติ ออกกฎหมายแรงงานประมงและคุ้มครองแรงงานข้ามชาติ ดำเนินคดีนายจ้างที่ใช้แรงงานบังคับพัฒนา ระบบตรวจสอบย้อนกลับแรงงาน (Labor Traceability) ร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ

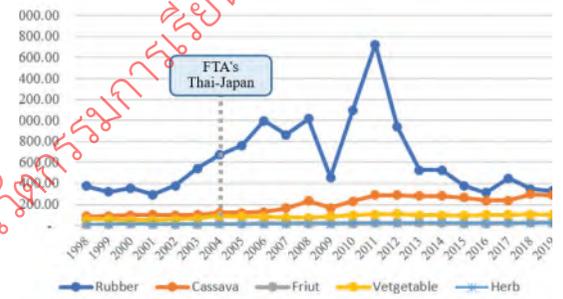
เช่น องค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International labor Organization: ILO) หรือองค์การระหว่างประเทศเพื่อการโยกย้ายถิ่นฐาน (International Organization for Migration: IOM) และภาคเอกชนอื่น ๆ (กระทรวงการต่างประเทศ, 2567)

8.5 งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับการค้าระหว่างประเทศ

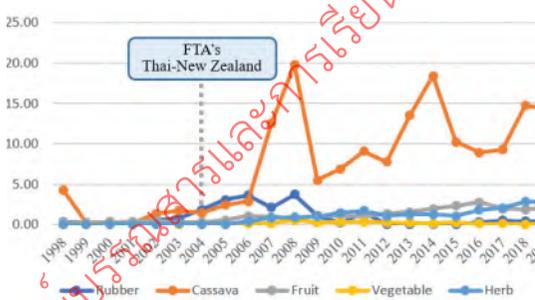
Romyen, et al., (2023) ศึกษาประเด็นประสิทธิภาพทางการค้าระหว่างประเทศภายใต้ความตกลงการค้าเสรี (Trade efficiency under FTA) สำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทย ตามโครงสร้างทางเศรษฐกิจประเทศไทยขับเคลื่อนด้วยนโยบายเศรษฐกิจที่เน้นการส่งออก (an export-oriented economy) โดยการส่งออกคิดเป็นประมาณร้อยละ 65 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) สินค้าอุตสาหกรรมมีส่วนสนับสนุนร้อยละ 86 ของการส่งออกทั้งหมด และที่เหลือเป็นสินค้าเกษตรร้อยละ 14 จาก 5 ประเทศคู่ค้าสำคัญที่เปิด FTA ในปีต่าง ๆ คือ China (CHN), Japan (JPN), New Zealand (NZL), Australia (AUS), และ India (IND) พิจารณาสินค้าเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา มันสำปะหลัง ผลไม้ ผัก และสมุนไพร ในปี ค.ศ. 1998–2019 ดังภาพที่ 8.11 ทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางเศรษฐมิติ Copula-based Gravity Stochastic Frontier Model



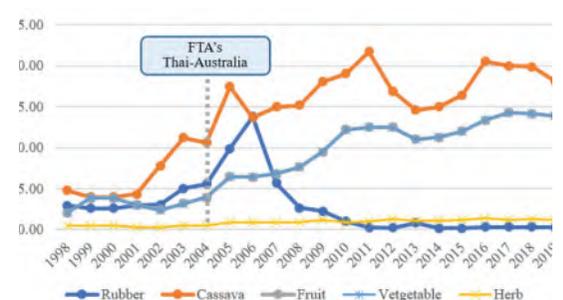
1(a) China



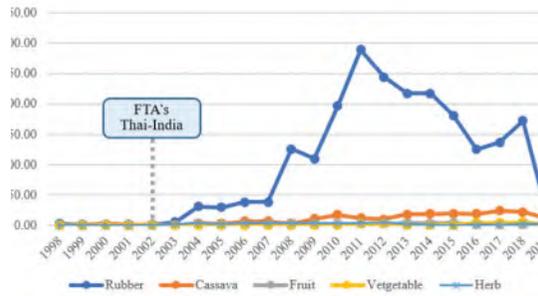
1(b) Japan



1(c) New Zealand



1(d) Australia

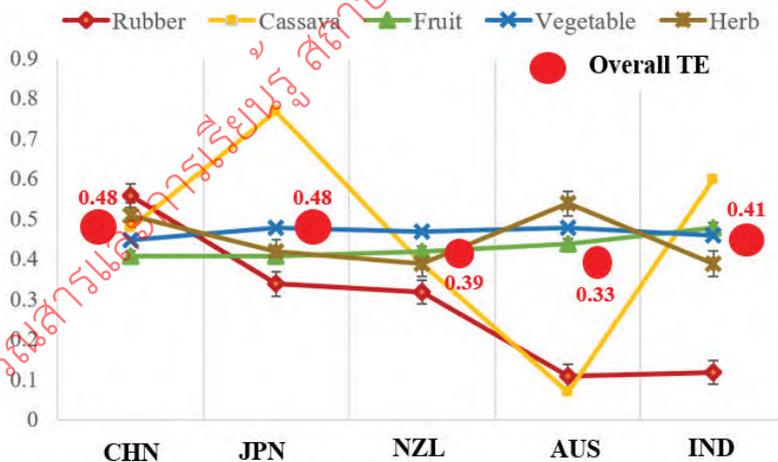


1(e) India

ภาพที่ 8.11 ประเทศคู่ค้าสำคัญที่เปิด FTA กับประเทศไทย Romyen

จาก *Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model* by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, and P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

ผลการศึกษาพบว่า จีนและญี่ปุ่นมีประสิทธิภาพในการส่งออกสูงสุดสำหรับประเทศไทย โดยมีค่า TE เฉลี่ยเท่ากันที่ 0.48 รองลงมาคืออินเดียและนิวซีแลนด์ที่ 0.41 และ 0.39 ส่วนออสเตรเลียมีค่า TE ต่ำสุดที่ 0.33 (ภาพที่ 8.12) โดยยางพาราและมันสำปะหลังอาจต้องเผชิญภาวะบางประการ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าไทยควรเจรจา FTA กับคู่ค้าให้มากขึ้น และสนับสนุนกฎแหล่งกำเนิดสินค้าที่ผ่อนปรนเพื่อประสิทธิภาพในการส่งออก นอกจากนี้ไทยควรส่งเสริมอุปสรรคต่าง ๆ นอกพรมแดนเพื่อกระตุ้นการไหลเวียนของสินค้า ซึ่งจะช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการค้าระหว่างประเทศของไทยได้อย่างมาก



ภาพที่ 8.12 ประสิทธิภาพในการส่งออกของไทยกับ 5 ประเทศคู่ค้าที่ทำ FTA

จาก *Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model* by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, and P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

Romyen, et al. (2019) ได้ประเมินผลการดำเนินขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Economic Performance) ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) ของประเทศไทยโดยใช้แบบจำลอง CD - Vine COPAR ที่มีคุณสมบัติที่โดดเด่นในเศรษฐมิติที่จัดการความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างตัวแปรหลายมิติ (Multivariate Variables) รองรับการกระจายตัวแปรที่ไม่ปกติและการพึ่งพาเชิงไม่เชิงเส้น (Non-normal distributions and Nonlinear dependencies) และสามารถปรับปรุงความแม่นยำในการพยากรณ์และการตัดสินใจเชิงนโยบายในบริบททางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่ซับซ้อนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ชุดข้อมูลรายปีของการดำเนินเศรษฐกิจจังหวัดสงขลา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2559 โดยจำแนกข้อมูลเป็นภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ สำหรับการประเมินความแม่นยำของแบบจำลองได้วัดค่า Root Mean Square Error และ Mean Absolute Error ดังตารางที่ 8.2

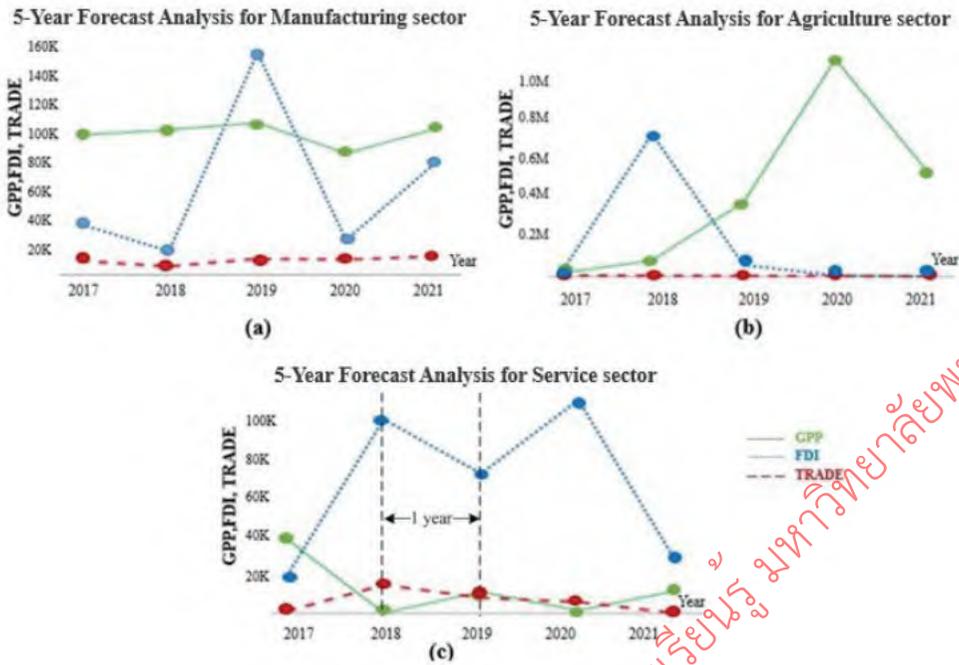
ตารางที่ 8.2 เปรียบเทียบความแม่นยำของแบบจำลอง CD-Vine COPAR, Classic VAR และ Vine COPAR

	Manufacturing		Agriculture		Service	
Accuracy	D-Vine COPAR	Classical VAR	C-Vine COPAR	Classical VAR	C-Vine COPAR	Classical VAR
RMSE	0.679	0.685	0.998	1.024	1.140	1.145
MAE	0.480	0.482	1.106	1.219	0.808	0.829
	BOOTSTRAP with D-Vine COPAR ¹		BOOTSTRAP with C-Vine COPAR ¹		BOOTSTRAP with C-Vine COPAR ¹	
RMSE	0.674		0.992		1.134	

Note: ¹ A positive integer giving the number of bootstrap replicates requires R = 25 and the type of simulation is the fixed block length used in generating the replicate time series at l = 20.

จาก *Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model* by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, and P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

ผลการศึกษาพบว่าแบบจำลอง D-Vine COPAR เหมาะสมกับชุดข้อมูลของภาคอุตสาหกรรม ส่วนภาคเกษตรกรรมและภาคบริการ แบบจำลอง C-Vine COPAR มีคุณสมบัติเหมาะสมที่ให้ความแม่นยำ จากนั้นจึงคาดการณ์ทิศทางผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) และการค้าและพาณิชย์ (TRADE) ในพื้นที่เศรษฐกิจสงขลาภายใต้ SEZ ในอีก 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2564 หรือ ค.ศ. 2017-2021) ดังภาพที่ 8.13 ผลคาดการณ์ที่น่าสนใจคือ ในภาพรวมทั้ง GPP, FDI และ TRADE มีความผันผวนในระดับสูงตลอดระยะเวลาคาดการณ์ สำหรับทิศทาง GPP, FDI และ TRADE จากการดำเนิน SEZ ในพื้นที่ศึกษาจะไม่เกิดผลกระทบด้านลบอย่างเป็นนัยยะโดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมและภาคบริการ แต่ภาคอุตสาหกรรมขยายตัวในทิศทางบวก

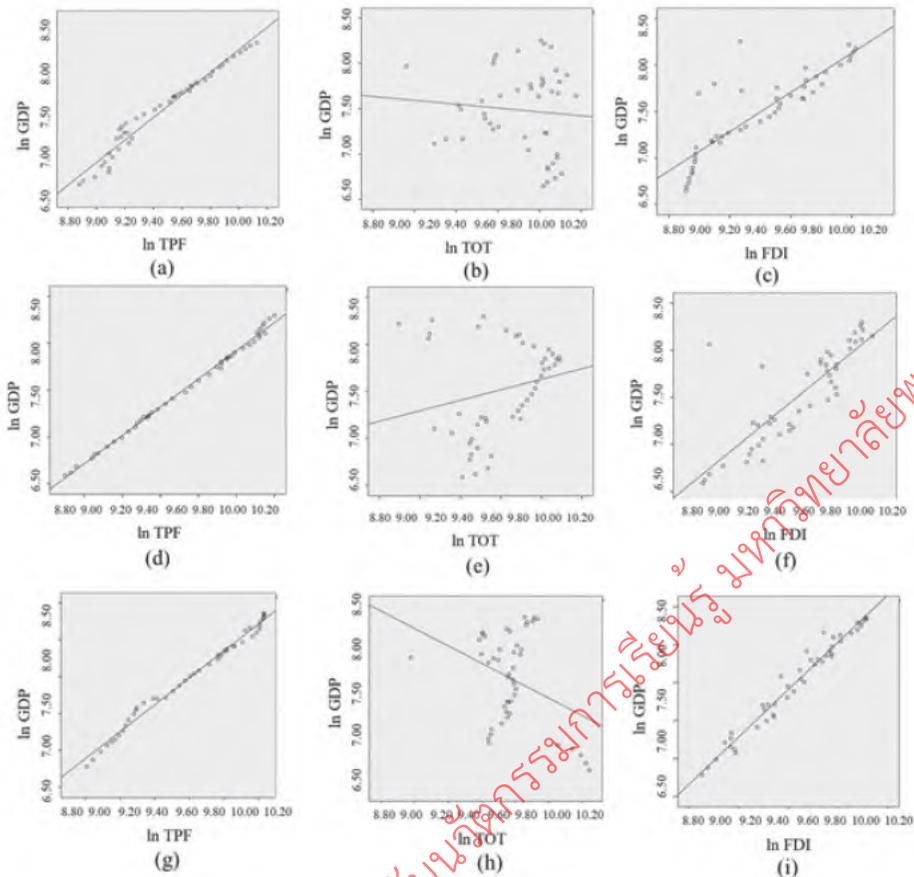


ภาพที่ 8.13 ประสิทธิภาพในการส่งออกของไทยกับ 5 ประเทศคู่ค้าที่ทำ FTA

จาก *Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model* by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, and P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

เห็นได้ว่างานวิจัยและบทความวิชาการนี้สะท้อนทิศทางการขับเคลื่อน SEZ ภาคใต้ได้อย่างแม่นยำ มีทิศทางสอดคล้องกับผลการดำเนินเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจริงตั้งแต่ พ.ศ. 2560-กระทั่งปัจจุบัน เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเศรษฐกิจโลกในยุคปัจจุบันมีความผันผวนสูงมากจากหลากหลายปัจจัย ทำให้การพัฒนาทางเศรษฐกิจในระดับจังหวัดและประเทศมีความท้าทายมากขึ้น ต้องการมาตรการเชิงรุกจากภาครัฐเพื่อจัดการความเสี่ยงและสร้างเสถียรภาพในระยะยาว

Romyen, et al. (2018) ได้ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในอาเซียน (ASEAN) ด้วยแบบจำลอง Copula-based Seemingly Unrelated Regression (SUR) model ด้วยข้อมูลห้าประเทศผู้นำในอาเซียน (ASEAN - 5 Countries) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับฟังก์ชันการผลิต (ทรัพยากรมนุษย์ทุน และตัวแปรตัวแทนการค้า) ในช่วงปี ค.ศ. 1980-2015 ภาพที่ 8.14 แสดงตัวอย่างของกราฟแบบกระจายของผลลัพธ์และตัวแปรอธิบายบางตัว ได้แก่ Total Factor Productivity (TFP), Terms of Trade (TOT) และ (Foreign Direct Investment (FDI) สำหรับอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ TFP และ FDI สอดคล้องกับความสัมพันธ์เชิงบวกกับ GDP ต่อหัว ในขณะที่ TOT มีความสัมพันธ์เชิงลบ (รูปที่ a-c และ g-i) สำหรับมาเลเซีย ตัวแปรที่กล่าวถึงทั้งหมดมีแนวโน้มเชิงบวก (รูปที่ d-f)



ภาพที่ 8.14 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (GDP) และตัวแปรอิสระ (TFP, TOT, FDI) สำหรับประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์

จาก *Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine-COPAR Model* by A. Romyen, J. Liu, S. Sriboonchitta, P. Cherdchom, and P. Prommee, 2019, *Economics*, 7(2), 30, p. 1 – 10

ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลอง SUR แบบหลายตัวแปรที่อิงตาม Copula ซึ่งเป็นแบบจำลองทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Dependence Structure) ระหว่างตัวแปรแบบหลายมิติ (Multivariate Variables) โดยแยกโครงสร้างการกระจายตัวของข้อมูล (Marginal Distributions) ออกจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อให้การวิเคราะห์ยืดหยุ่นและแม่นยำมากขึ้น ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลอง Copula-based SUR ประสิทธิภาพดีกว่าแบบจำลอง SUR ทั่วไป โดยพิจารณาจากค่า AIC และ BIC นอกจากนี้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยฟิลิปปินส์และไทยได้รับผลบวกอย่างมีนัยสำคัญจากเงื่อนไขการค้า (TOT) และการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่อินโดนีเซียได้รับผลกระทบในเชิงลบ ทั้งนี้ ปัจจัยการผลิตรวม (TFP) ยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคอาเซียน

8.6 สรุปและทัศนะเชิงวิชาการ

โดยสรุป การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ประเทศไทยเป็นสมาชิก WTO และมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ จึงต้องปฏิบัติตามกติกา ข้อกำหนด หรือนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้า การลงทุน ตลอดจนธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ด้วยนโยบายการค้าระหว่างประเทศทั้งนโยบายด้านภาษี และนโยบายที่ไม่ใช่ภาษี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SPS และ TBT ถูกนำมาปรับใช้ในปัจจุบันอย่างเข้มข้น ได้แก่ NTBs ต่อการนำเข้า NTBs ต่อการส่งออก และ NTBs ภายในระบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ตลอดจนมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออก มาตรฐานสากลภายใต้ความตกลง WTO - SPS Agreement ที่มีเป้าหมายการควบคุมสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิต สุขภาพของมนุษย์ พืช และสัตว์ภายในประเทศ ภายใต้การกำกับดูแลของ 3 องค์การระหว่างประเทศ สำหรับมาตรฐานสินค้าเกษตรในประเทศไทย ถูกกำหนดขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ โดยผู้ส่งออก - นำเข้าสินค้าเกษตร ต้องศึกษาและปฏิบัติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ มาตรฐานบังคับและมาตรฐานทั่วไป ที่กำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ไว้ให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

สำหรับทัศนะเชิงวิชาการ ในยุคที่เกิดสงครามการค้าระหว่างประเทศที่มีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้า ภายใต้กรอบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทิศทางการตัดสินใจจากประเทศมหาอำนาจที่มีบทบาทสำคัญในตลาดโลก การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจขนาดใหญ่และกำลังพัฒนาเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อร่วมกันหาทางออกที่ยั่งยืน ผ่านการเจรจาและปรับโครงสร้างนโยบายทางการค้าระหว่างประเทศ อาทิ การพัฒนากฎเกณฑ์การค้าสมัยใหม่ที่คำนึงถึงการเข้าถึงตลาด และการลดการกีดกันที่ไม่เป็นธรรม การมีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าประเทศอื่น ๆ ทำให้สามารถใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การขึ้นภาษีการค้าโลกหรือนโยบายการเงินในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขของการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลให้สามารถยกระดับการเจรจาและบังคับให้ประเทศต่าง ๆ ต้องปรับตัวตามทิศทางที่กำหนด ในขณะเดียวกัน ความปั่นป่วนจากสงครามการค้าโลกก็เป็นโอกาสในการทบทวนและปรับปรุงกฎเกณฑ์การค้าโลก โดยการเน้นย้ำถึงความสำคัญของการร่วมมือในระยะยาวและการปรับให้เหมาะสมกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาการสร้าง ความยืดหยุ่นในธุรกิจและระบบเศรษฐกิจเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง การปรับตัวในสภาวะที่โลกกำลังเผชิญกับสงครามการค้าและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจระดับโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าโลกโดยประเทศมหาอำนาจสามารถทำให้ธุรกิจในประเทศต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินงานและการค้าระหว่างประเทศให้ยืดหยุ่นมากขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยลดต้นทุนการผลิตและขยายตลาดไปยังประเทศอื่น ๆ โดยไม่พึ่งพิงการค้าระหว่างประเทศเดียว จึงเป็นวิธีที่สำคัญในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระดับโลก

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายแนวทางของ WTO ที่เกี่ยวข้องกับการค้าสินค้าเกษตร ซึ่งประเทศไทยในฐานะประเทศสมาชิกจำเป็นต้องปฏิบัติเมื่อต้องการส่งออกสินค้าเกษตรสู่ตลาดระหว่างประเทศ (เพิ่มเติม: ครอบคลุมเรื่องข้อตกลงหลัก เช่น ข้อตกลงการเกษตร (AoA) มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS Agreement) และมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT Agreement))

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. อธิบายประเภทของนโยบายการค้าระหว่างประเทศ พร้อมสรุปรายละเอียดของแต่ละนโยบายอย่างกระชับ (เพิ่มเติม: อาจกล่าวถึงนโยบายเสรีทางการค้า นโยบายกีดกันทางการค้า นโยบายส่งเสริมการส่งออก นโยบายปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ ฯลฯ)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ยกตัวอย่างสินค้าเกษตร 1 ประเภทที่อยู่ภายใต้มาตรฐานสินค้าเกษตร ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2561 พร้อมอธิบายว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้มีผลอย่างไรต่อการส่งออก (เพิ่มเติม: ตัวอย่างเช่น ทุเรียนสด มังคุด หรือข้าวหอมมะลิ เป็นต้น)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- World Trade Organization – Agriculture and Trade (ข้อมูลเกี่ยวกับข้อตกลงการเกษตร (AoA) และพันธกรณีของประเทศสมาชิก) เว็บไซต์: https://www.wto.org/english/tratop_e/agric_e/agric_e.htm

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (DTN), กระทรวงพาณิชย์ (ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทย และบทบาทใน WTO) เว็บไซต์: <https://www.dtn.go.th>

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (แนวทางและข้อมูลสนับสนุนการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย) เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>

- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (ข้อมูลมาตรฐานสินค้าเกษตรตาม พ.ร.บ.มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2561 และรายชื่อสินค้าเกษตรที่มีการกำหนดมาตรฐาน) เว็บไซต์: <https://www.acfs.go.th>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารเพื่อการส่งออก

บทที่ 9

การเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) จะกำหนดแนวปฏิบัติภายใต้ข้อบัญญัติต่าง ๆ ในการทำการค้า การลงทุนในตลาดโลก ปัจจุบันการค้าสินค้าเกษตรและอาหาร โดยเฉพาะการค้าระหว่างประเทศ ได้นำมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร มาเป็นเครื่องมือในการลดการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ การมีมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารยังเป็นกรเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศ บทนี้จะกล่าวถึง 1) นโยบายการค้าสินค้าเกษตรในตลาดระหว่างประเทศ 2) มาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออกและนำเข้า 3) ตัวอย่างมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออกและนำเข้า 4) โอกาสทางธุรกิจเกษตรไทยภายใต้กระแสนิยมบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยและยั่งยืนในตลาดโลก และ 5) สรุปและทักษะเชิงวิชาการ

9.1 นโยบายการค้าสินค้าเกษตรในตลาดระหว่างประเทศ

ตามแนวเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก (Main Stream) อาทิ Adam Smith (ค.ศ. 1723–1790) ผลงานสำคัญคือ The Wealth of Nations (1776) เป็นบิดาแห่งเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่ เน้นแนวคิดเกี่ยวกับตลาดเสรีและการแบ่งงานกันทำ David Ricardo (ค.ศ. 1772–1823) ผลงานสำคัญ คือ Principles of Political Economy and Taxation (1817) ได้พัฒนาแนวคิด “ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ” (Comparative Advantage) John Maynard Keynes (ค.ศ. 1883–1946) ผลงานสำคัญ คือ The General Theory of Employment, Interest and Money (1936) ริเริ่มแนวคิด Keynesian Economics เน้นบทบาทของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจ Robert Solow (ค.ศ. 1924–2023) ผลงานสำคัญ แบบจำลองการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Solow Growth Model) เป็นต้น

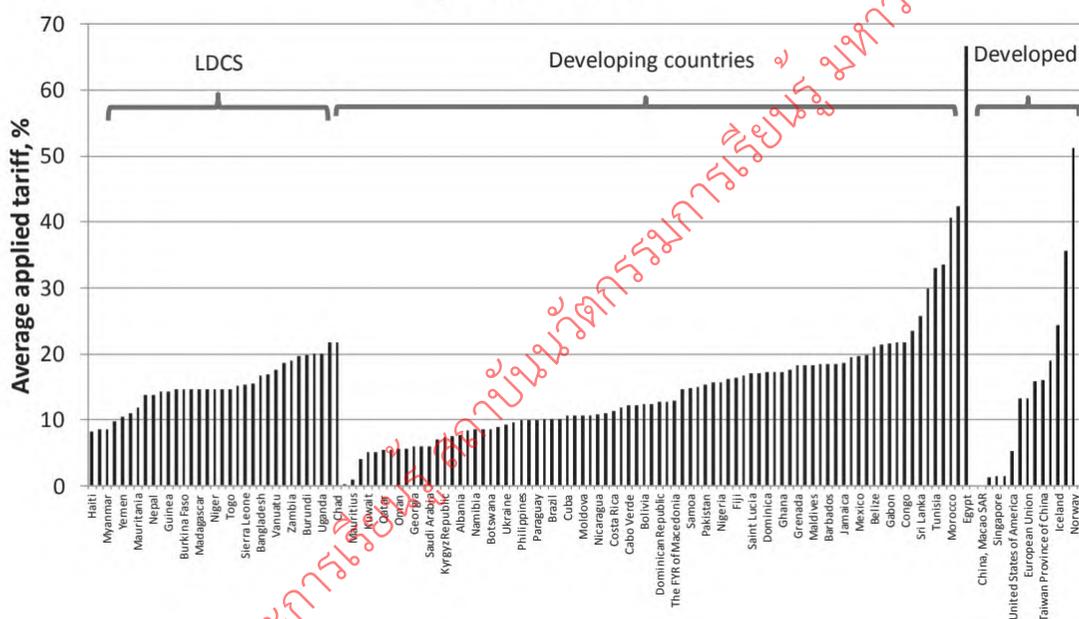
แนวคิดเศรษฐศาสตร์กระแสหลักเน้นสนับสนุนการใช้กลไกตลาด (Market Mechanism) เป็นเครื่องมือจัดการทรัพยากร มีการวิจัยทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ สรุปในภาพรวมได้ว่า การเปิดเสรีทางการค้า (Trade Liberalization) ส่วนใหญ่จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ร่วมกันของประเทศภาคีในองค์รวมทำให้ผู้ผลิตเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เกิดการพัฒนาความหลากหลายของสินค้าและราคาลดต่ำลง อีกทั้งสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเสริมสร้างศักยภาพการทำธุรกิจ ที่ผ่านมา การเปิดเสรีทางการค้าและผลกระทบต่อเกษตรกรไทยเป็นประเด็นที่มีการถกเถียงกันมานาน เพราะในความเป็นจริงแล้วไม่มีข้อตกลงการค้าเสรีใดในโลกที่จะมีเพียงผู้ได้รับประโยชน์ โดยไม่มีผู้เสียประโยชน์เลยแม้แต่กลุ่มเดียว

สินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่มีการปกป้องสูงมากจากประเทศผู้ผลิต ทำให้การเปิดเสรีทางการค้าสินค้าเกษตรเป็นไปอย่างเชื่องช้า การทำข้อตกลงต่าง ๆ เกิดอุปสรรคนำมาซึ่งความขัดแย้งที่ส่งผลต่อการเจรจาเปิดเสรีทางการค้าในภาพรวมในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม ประเทศสมาชิกยังคงแสดงความต้องการให้มีการเปิดเสรีการค้าสินค้าเกษตรต่อไป เมื่อมีกรณีข้อพิพาทในการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศคู่ค้า การเจรจาแก้ไขปัญหาแบบทวิภาคีเกิดยากในหลายกรณี ด้วยแต่ละฝ่ายตั้งอยู่บนพื้นฐานการรักษาสภาพประโยชน์ส่วนตัวแตกต่างกันไป โดยเฉพาะกรณีพิพาท

ที่ประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศเล็กที่มีอำนาจต่อรองน้อย มักจะเสียเปรียบประเทศพัฒนาแล้วหรือประเทศใหญ่ WTO จึงเป็นองค์กรกลางทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยและตัดสินกรณีพิพาทภายใต้บทบัญญัติที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่ายและเป็นที่ยอมรับของประเทศสมาชิกอื่น ๆ

เมื่อปี ค.ศ. 2013 ภาพรวมอัตราภาษีสินค้าเกษตรเฉลี่ยยังคงสูง เมื่อพิจารณาโดยจำแนกเป็นกลุ่มประเทศด้อยพัฒนา (Least Developed Countries: LDCs) โดยประเทศเฮติ กำหนดอัตราภาษีต่ำสุดที่ร้อยละ 8 และประเทศอูกันดา อัตราภาษีสูงสุดที่ร้อยละ 22 กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries: DCs) โดยประเทศมอริเชียส กำหนดอัตราภาษีต่ำสุดที่ร้อยละ 2 และประเทศอียิปต์ อัตราภาษีสูงสุดที่ร้อยละ 68 ขณะที่ประเทศพัฒนาแล้ว (Developed Countries) โดยประเทศสิงคโปร์ กำหนดอัตราภาษีต่ำสุดที่ร้อยละ 9 และประเทศนอร์เวย์ อัตราภาษีสูงสุดที่ร้อยละ 52 ดังภาพที่ 9.1

Average agricultural applied tariffs, by country group, per cent 2013

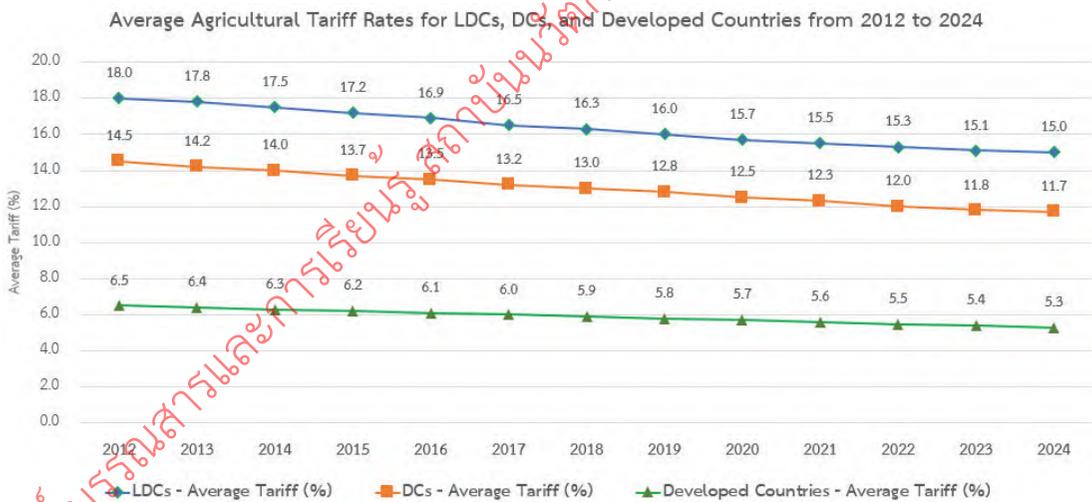


ภาพที่ 9.1 อัตราภาษีสินค้าเกษตรเฉลี่ย สำหรับกลุ่มประเทศต่าง ๆ ในปี ค.ศ. 2013

จาก *Food security, developing countries and multilateral trade rules: The state of agricultural commodity markets 2015 – 2016*, by Food and Agriculture Organization, 2016.

ในภาพรวม อัตราภาษีศุลกากรโดยเฉลี่ยของตลาดโลกสำหรับสินค้าเกษตรและอาหารโลกอยู่ที่ร้อยละ 11.8 (ภาพที่ 9.2) จำแนกเป็นกลุ่มประเทศมีทิศทางการดังนี้

- **กลุ่มประเทศ LDCs** มีอัตราภาษีศุลกากรเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 16.4 มีอัตราภาษีศุลกากรเฉลี่ยสูงเพื่อปกป้องภาคการเกษตรในท้องถิ่นของประเทศ ทิศทางภาษีลดลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปสะท้อนถึงข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ (เช่น ภายใต้ WTO และกลุ่มระดับภูมิภาค) และส่งเสริมความมั่นคงด้านอาหารด้วยมีระดับรายได้ต่ำ ทรัพยากรมนุษย์ไม่เพียงพอ และมีความเสี่ยงทางเศรษฐกิจสูง ตัวอย่างเช่น แอฟริกาใต้ สาธารา และประเทศในเอเชียบางประเทศ (เช่น ประเทศเมียนมาร์) เป็นต้น แนวโน้มของกลุ่มประเทศ LDCs เติบโตกับการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ช้า ยังคงต้องการพึ่งพาภาคการเกษตรขั้นพื้นฐานสูง และแรงกระแทกจากภายนอกจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความผันผวนของการค้าโลก
- **กลุ่มประเทศ DCs** มีอัตราภาษีศุลกากรเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 13.2 อยู่ระดับกลาง ๆ โดยอัตราภาษีศุลกากรมีความแตกต่างในแต่ละประเทศ ทิศทางอัตราภาษีลดลงตามการขับเคลื่อนด้วย FTA และการบูรณาการทางเศรษฐกิจในภูมิภาค มีระดับรายได้ปานกลาง การพัฒนาอุตสาหกรรมกำลังดำเนินไป ทรัพยากรมนุษย์กำลังได้รับการพัฒนา ตัวอย่างเช่น ประเทศอินเดีย อินโดนีเซีย ไทย เป็นต้น
- **กลุ่มประเทศ Developed** มีอัตราภาษีศุลกากรเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5.8 ทิศทางลดลงอย่างต่อเนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าและเศรษฐกิจขั้นสูงจึงพึ่งพาการคุ้มครองภาษีศุลกากรน้อยลง มีความแตกต่างเล็กน้อยของภาษีศุลกากรที่ใช้กับสินค้าเกษตรและสินค้าแปรรูป



ภาพที่ 9.2 อัตราภาษีสินค้าเกษตรเฉลี่ย สำหรับกลุ่มประเทศต่าง ๆ ระหว่างปี ค.ศ. 2012-2024

จาก *Key statistics and trends in trade policy 2019*, by United Nations Conference on Trade and Development, 2024, United Nations Publications.

อัตราภาษีสินค้าเกษตรและอาหารโดยภาพรวมยังคงมีค่าเฉลี่ยที่สูงเมื่อเทียบกับการผลักดันให้มีภาษีศุลกากรเป็นศูนย์ (Zero Tariff) สำหรับสินค้าทั่วไปภายใต้กรอบ WTO สามารถอธิบายได้จากปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมหลายประการ คือ

• การปฏิบัติพิเศษสำหรับเกษตรกรรมในข้อตกลง WTO ด้วยภาคเกษตรกรรมเป็นภาคส่วนที่อ่อนไหว มุมมองสำหรับสินค้าเกษตรที่มีความจำเป็นต่อความมั่นคงทางอาหาร การดำรงชีพในชนบท และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม หลายประเทศต่อต้านการเปิดเสรีอย่างเต็มที่เพื่อปกป้องผลประโยชน์เหล่านี้ โดยการประชุมรอบอุรุกวัย (1986–1994) ในขณะที่ WTO ผลักดันให้มีการลดภาษีศุลกากร ในทางกลับกันภาคเกษตรกรรมกลับได้รับ “การปฏิบัติพิเศษและแตกต่างกัน” (Special and Differential Treatment) โดยอนุญาตให้มีภาษีศุลกากรที่สูงขึ้นและยังคงใช้เงินอุดหนุนบางประเภทต่อไป

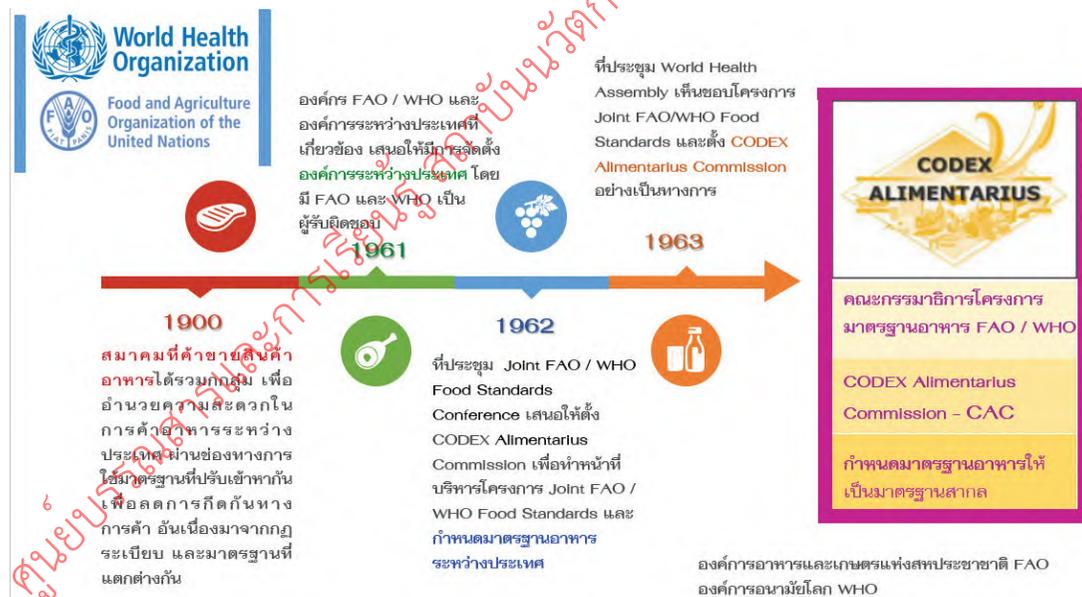
- การคุ้มครองเกษตรกรรมในประเทศและเศรษฐกิจในชนบท สำหรับกลุ่มประเทศ LDCs และ DCs อัตราภาษีศุลกากรที่สูงจะคุ้มครองเกษตรกรรายย่อยจากการแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศพัฒนาแล้วที่ได้รับเงินอุดหนุนอย่างมาก ส่วนกลุ่มประเทศ Developed รัฐบาลมักจะปกป้องภาคเกษตรกรรมที่มีอิทธิพลทางการเมือง เช่น ผลิตภัณท์นมในตลาดสหภาพยุโรป ผลิตภัณท์น้ำตาลในตลาดสหรัฐอเมริกาผ่านภาษีศุลกากรและการอุดหนุน
- การปรับเปลี่ยนอัตราภาษีศุลกากรสำหรับสินค้าแปรรูป (Processed Goods) หลายประเทศกำหนดอัตราภาษีศุลกากรที่ต่ำกว่าสำหรับการนำเข้าสินค้าเกษตรวัตถุดิบ และกำหนดอัตราภาษีศุลกากรที่สูงขึ้นสำหรับสินค้าแปรรูป เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมมูลค่าเพิ่มในประเทศ และรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- ความท้าทายในการเจรจากับ WTO สำหรับการเจรจาอุบายเดฮา (2001–ปัจจุบัน) ภาคเกษตรกรรมเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันในการเจรจากับ WTO โดยประเทศต่าง ๆ พยายามหาข้อตกลงในการลดภาษีศุลกากร ในขณะที่ต้องรักษาสสมดุลระหว่างการอุดหนุนและการเข้าถึงตลาด กลุ่มประเทศ Developed เรียกร้องให้เข้าถึงตลาดมากขึ้นในกลุ่มประเทศ LDCs และ DCs ขณะเดียวกันกลุ่มประเทศ LDCs และ DCs ก็เรียกร้องให้กลุ่มประเทศ Developed ลดการอุดหนุนด้านเกษตรกรรม
- ความขัดแย้งกับแนวทางภาษีศุลกากรเป็นศูนย์ (Contradiction with Zero-Tariff) สำหรับสินค้าที่ไม่ใช่เกษตรกรรม (Non-Agricultural Goods) สินค้าอุตสาหกรรมมักเผชิญกับภาษีศุลกากรที่ต่ำกว่าเนื่องจากห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก (Global Value Chains) ข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และความอ่อนไหวทางการเมืองที่น้อยกว่า ส่วนสินค้าเกษตรกรรม (Agricultural Goods) มีลักษณะเฉพาะ เช่น ลักษณะของสินค้าที่เน่าเสียง่าย ความอ่อนไหวต่อสภาพอากาศ และเงื่อนไขการค้าที่ไม่เท่าเทียมกัน เช่น เงินอุดหนุนในประเทศพัฒนาแล้ว เป็นเหตุผลที่ต้องใช้ระดับการคุ้มครองที่สูงกว่า

แม้ว่า WTO จะส่งเสริมการเปิดเสรีทางการค้า แต่บริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่ซับซ้อนของภาคเกษตรกรรม และความละเอียดอ่อนของระบบเกษตรและอาหาร ทำให้การเปิดเสรีสำหรับสินค้าเกษตรมีความล่าช้า และมีการโต้แย้งมากกว่าสินค้าที่ไม่ใช่เกษตรกรรม การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ต้องอาศัยการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของประเทศกับพันธกรณีทางการค้าพหุภาคีเป็นสำคัญ

9.2 มาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออกและนำเข้า

9.2.1 มาตรฐานสากลภายใต้ความตกลง WTO - SPS Agreement

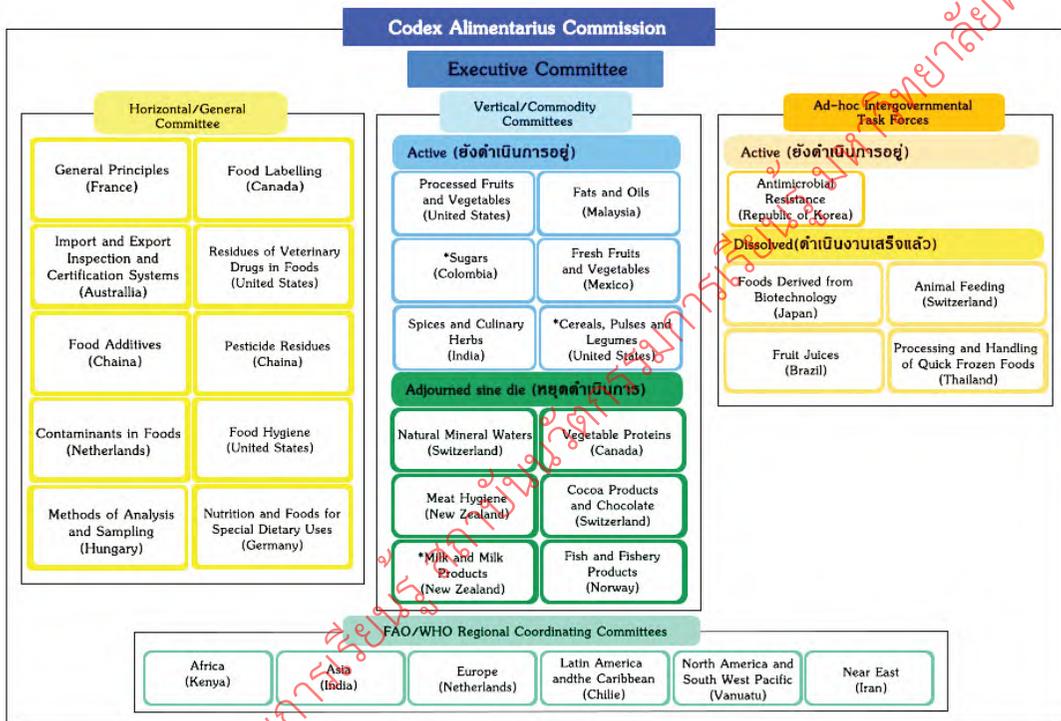
มาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร ซึ่งเป็นมาตรฐานสากล ภายใต้ความตกลง WTO - SPS Agreement (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) เป็นกรอบความตกลงที่กำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองสุขภาพและความปลอดภัยของมนุษย์ สัตว์ และพืชจากความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าเกษตร อาหาร และสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นให้มาตรการเหล่านี้โปร่งใสและไม่เป็นอุปสรรคต่อการค้าอย่างไม่จำเป็น ซึ่งเป็นข้อตกลงในประเด็นที่มีความสำคัญในระดับสากลอย่างยาวนาน ในปี ค.ศ. 1900 สมาคมที่ค้าขายสินค้าอาหารได้รวมกลุ่มเพื่ออำนวยความสะดวกในการค้าอาหารระหว่างประเทศ ผ่านช่องทางการใช้มาตรฐานที่ปรับเข้าหากันเพื่อลดการกีดกันทางการค้าด้วยกฎระเบียบและมาตรฐานที่แตกต่างกัน ต่อมาปี ค.ศ.1961 องค์การอนามัยโลก (WHO) ร่วมกับองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง เสนอให้มีการจัดตั้งองค์การระหว่างประเทศเพื่อรับผิดชอบมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารสากล โดยมี FAO และ WHO ผู้รับผิดชอบหลัก ต่อมาปี ค.ศ. 1962 ที่ประชุม Joint FAO / WHO Food Standards Conference เสนอให้ตั้งคณะกรรมการวิชาการโครงการมาตรฐานอาหาร (CODEX Alimentarius Commission) ทำหน้าที่บริหารโครงการ Joint FAO/WHO Food Standards และกำหนดมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ และในปี ค.ศ. 1963 ที่ประชุม World Health Assembly เห็นชอบโครงการ Joint FAO/WHO Food Standards และตั้ง CODEX Alimentarius Commission อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างนานาประเทศสมาชิกที่มีความเห็นและความรับผิดชอบร่วมกันในแต่ละชุดกรรมการ ดังภาพที่ 9.3



ภาพที่ 9.3 การจัดตั้ง CODEX Alimentarius Commission

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

คณะกรรมการอาหารโคdex (CODEX Alimentarius Commission) มีหน้าที่กำกับดูแลข้อกำหนดมาตรฐานอาหารโลกตามข้อปฏิบัติด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ในระดับสากล เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยผู้บริโภค แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) มาตรฐานเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป (General Subjects) เช่น Pesticide Residual, Food Labelling, General Principal, Food Hygiene, Food Additive and Contaminant เป็นต้น 2) มาตรฐานเกี่ยวเนื่องกับอาหารที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ (Vertical Commodity) เช่น ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ผลิตภัณฑ์เนื้อและสัตว์ปีก นมและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ฯลฯ และ 3) กลุ่ม Ad Hoc Intergovernmental Task Force เช่น Food Derived from Modern Biotechnology, Animal Feeding, Fruit and Vegetable Juices เป็นต้น โดยประเทศไทยดูแล Processing and Handling of Quick Frozen Foods ดังภาพที่ 9.4



ภาพที่ 9.4 หน้าที่ของคณะกรรมการโคdexอาหาร

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

มาตรฐานสากลภายใต้ความตกลง WTO - SPS Agreement มีเป้าหมายควบคุมสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิต สุขภาพของมนุษย์ พืชและสัตว์ภายในประเทศ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ 3 องค์การระหว่างประเทศ หรือเรียกว่า “The 3 Sisters” ดังภาพที่ 9.5 ได้แก่

1) CODEX ว่าด้วยมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ก่อตั้งเมื่อ ปี ค.ศ. 1963 มี 189 สมาชิก ประกอบด้วย 188 ประเทศ และสหภาพยุโรป สมาชิกใหม่ล่าสุดคือ ประเทศซูดานใต้ (South Sudan) เข้าเป็นสมาชิกในปี ค.ศ. 2023 (ปี ค.ศ. 2024) มีการจัดทำมาตรฐานอาหาร อาทิ วัตถุเจือปนอาหาร สารพิษตกค้าง สารปนเปื้อน

ยาสัตว์ วิธีตรวจสอบวิเคราะห์ มีข้อเสนอแนะ อาทิ การปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) หรือการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point: HACPP) เป็นต้น

2) Office International des Epizooties (OIE) องค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ ดูแลมาตรฐานการควบคุมโรคของสัตว์ ก่อตั้งเมื่อ ปี ค.ศ. 1924 มีสมาชิก 183 ประเทศ สมาชิกใหม่ล่าสุดคือ ประเทศลิกเตนสไตน์ (Liechtenstein) ซึ่งเข้าร่วมในปี ค.ศ. 2023 (ปี ค.ศ. 2024) เพื่อควบคุมโรคระบาดสัตว์ที่ร้ายแรง มาตรการจัดการกับปัญหาด้านสุขอนามัย มาตรฐานสุขภาพสัตว์ โรคสัตว์และสวัสดิภาพ มาตรฐานฟาร์มโรงงานผลิต เป็นต้น

3) International Plant Protection Convention (IPPC) อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ ก่อตั้งเมื่อ ปี ค.ศ. 1955 มีสมาชิกมากกว่า 185 ประเทศ สมาชิกใหม่ล่าสุดคือ ประเทศ São Tomé and Príncipe เข้าร่วมในปี ค.ศ. 2023 (ปี ค.ศ. 2024) ทำหน้าที่ป้องกันการแพร่ระบาดของศัตรูพืชและผลิตภัณฑ์ที่มีการเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ สนับสนุนการใช้มาตรการที่เหมาะสมในการควบคุม ป้องกันศัตรูพืชในสถานที่ศัตรูพืชอาศัยได้ เช่น สถานที่เก็บรักษา บรรจุภัณฑ์ ยานพาหนะ เป็นต้น

 <p>Office International des Epizooties WORLD ORGANISATION FOR ANIMAL HEALTH Protecting animals, preserving our future</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ย่อมาจาก Office International des Epizooties ▪ องค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ (World Organization for Animal Health) ▪ ก่อตั้งเมื่อ 1924 มีสมาชิก 182 ประเทศ (ปี 2021) ▪ เพื่อควบคุมโรคระบาดสัตว์ที่ร้ายแรง ▪ มาตรการจัดการกับปัญหาด้านสุขอนามัย มาตรฐานสุขภาพสัตว์ โรคสัตว์ และ สวัสดิภาพ ▪ มาตรฐานฟาร์ม โรงงานผลิต GMP/HACCP 	 <p>International Plant Protection Convention</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ (International Plant Protection Convention: IPPC) ▪ ก่อตั้งเมื่อ 1955 มีสมาชิกกว่า 180 ประเทศ (ปี 2021) ▪ เป็นองค์การด้านอารักขาพืช เพื่อป้องกันการเข้ามาและการแพร่ระบาดของศัตรูพืชและผลิตภัณฑ์ที่มีการเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ ▪ สนับสนุนการใช้มาตรการที่เหมาะสมในการควบคุม ป้องกันศัตรูพืชในสถานที่ที่ศัตรูพืชอาศัยได้ อาทิ สถานที่เก็บรักษา บรรจุภัณฑ์ ยานพาหนะ ฯลฯ 	 <p>CODEX ALIMENTARIUS International Food Standards</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศขององค์การอาหารและยาแห่งสหประชาชาติ (FAO) และ องค์การอนามัยโลก (WHO) ▪ ก่อตั้งเมื่อ 1963 มีสมาชิก 189 ประเทศ (ปี 2021) ▪ จัดทำมาตรฐานอาหาร อาทิ วัตถุเจือปนอาหาร สารพิษตกค้าง สารปนเปื้อน ยาสัตว์ วิธีตรวจสอบวิเคราะห์ ▪ ข้อเสนอแนะ GMP/HACPP
---	---	---

WTO – SPS Agreement: The “3 Sisters”

ภาพที่ 9.5 WTO – SPS Agreement ภายใต้ The “3 Sisters”
จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สาระสำคัญของ SPS เป็นมาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ควบคุมสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ พืช และสัตว์ภายในประเทศ ในด้านที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในการบริโภคหรือเสี่ยงต่อโรคที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตที่ติดมากับพืช สัตว์ และผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสารเจือปนในอาหาร สารพิษ หรือจุลินทรีย์ที่เป็นพาหะของโรค ทั้งนี้การกำหนดระดับความปลอดภัยและการตรวจสอบมาตรฐานสินค้านำเข้าต้องไม่ก่อให้เกิดอุปสรรคทางการค้าหรือข้อกีดกันทางการค้า ประกอบด้วยหลักการสำคัญ คือ หลักมาตรฐานสากล (Priority of

International Standards) ตามมาตรฐาน SPS หรือกำหนดขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งนี้ ต้องสะดวกต่อการนำมาใช้และเป็นที่ยอมรับได้ อาจกำหนดค่าให้สูงกว่ามาตรฐานสากลได้หากมีข้อพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุน และกรณีมาตรฐานระหว่างประเทศไม่ครอบคลุม ประเทศสมาชิกสามารถกำหนดมาตรฐานขึ้นเองได้ แต่จะต้องมีเหตุผลทางวิทยาศาสตร์มารองรับ นอกจากนี้ ตามมาตรา 5.7 ของความตกลงนี้ กำหนดข้อยกเว้นกรณีที่ไม่ใช่ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เพียงพอสามารถใช้มาตรการชั่วคราว (Provisional Measures) ดังภาพที่ 9.6



ภาพที่ 9.6 สาระสำคัญของ SPS

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

9.2.2 มาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับประเทศไทย

การส่งเสริมมาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับประเทศไทย ตามนิยาม มาตรฐาน หมายถึง ข้อกำหนดทางวิชาการในรูปของเอกสารวัตถุที่แพร่หลายแก่บุคคลทั่วไป กำหนดขึ้นโดยความร่วมมือ การยอมรับร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียและผู้มีประโยชน์เกี่ยวข้องที่เป็นผลจากการพิจารณาร่วมกัน **สินค้าเกษตร** หมายถึง ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์อันเกิดจากการกสิกรรม การประมง การปศุสัตว์ หรือการป่าไม้ และผลพลอยได้ของผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สำหรับมาตรฐานสินค้าเกษตรในประเทศไทยถูกกำหนดขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร (พ.ร.บ.) ฉบับที่ ๑ ปี พ.ศ. ๒๕๕๑ ปัจจุบันเป็น พ.ร.บ. ฉบับที่ ๓ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ดังภาพที่ 9.7 ด้วยสาระสำคัญ การกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน การควบคุมผู้ผลิต ผู้ส่งออก - ผู้นำเข้าสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการตรวจสอบมาตรฐาน โดยมาตรฐานสินค้าเกษตร แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) **มาตรฐานบังคับ** คือ มาตรฐานที่มีกฎกระทรวงกำหนดให้สินค้าเกษตรต้องเป็นไปตามมาตรฐาน และ 2) **มาตรฐานทั่วไป** คือ มาตรฐานที่มีประกาศกำหนดเพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน

ภายใต้ พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กำหนดให้แสดงเครื่องหมายรับรองสินค้าเกษตรที่ผ่านมาตรฐาน และได้ออกกฎกระทรวงกำหนดเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร เรียกว่า “**เครื่องหมาย Q Mark**” มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร ฉบับที่ ๓ พ.ศ.๒๕๖๑

- ✓ การกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร
- ✓ การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน
- ✓ การควบคุมผู้ผลิต ผู้ส่งออก/ผู้นำเข้าสินค้าเกษตร
ผู้ประกอบการตรวจสอบมาตรฐาน

มาตรฐานสินค้าเกษตรที่กำหนดขึ้นภายใต้
พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.

๒๕๕๑

แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- มาตรฐานบังคับ คือ มาตรฐานที่มี
กฎกระทรวงกำหนดให้สินค้าเกษตรต้อง
เป็นไปตามมาตรฐาน
- มาตรฐานทั่วไป คือ มาตรฐานที่มี
ประกาศกำหนดเพื่อส่งเสริมสินค้า
เกษตรให้ได้มาตรฐาน



พระราชบัญญัติ
มาตรฐานสินค้าเกษตร (ฉบับที่ ๓)
พ.ศ. ๒๕๖๑

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๑

เป็นปีที่ ๓ ในรัชกาลปัจจุบัน

สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร มีพระราชโองการโปรดเกล้าฯ
ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานสินค้าเกษตร

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล
ซึ่งมาตรา ๒๖ ประกอบกับมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้

โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

เหตุผลและความจำเป็นในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้

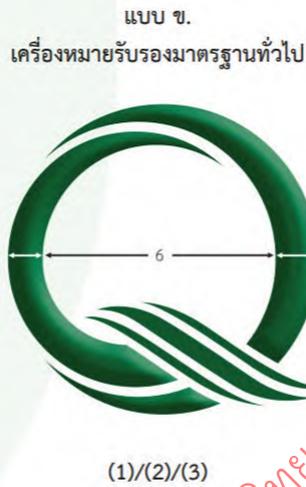
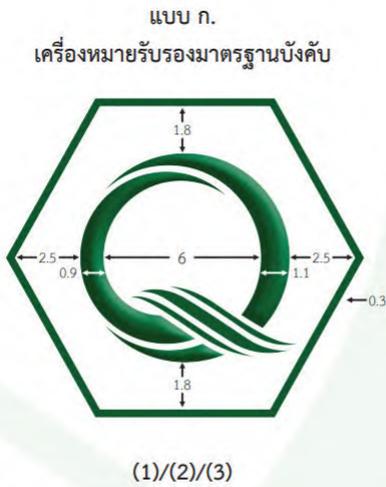
เพื่อให้การกำกับดูแลมาตรฐานสินค้าเกษตรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าเกษตรและเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งการตราพระราชบัญญัตินี้

ภาพที่ 9.7 พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๖๑

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566,
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สำหรับเครื่องหมายมาตรฐานบังคับและมาตรฐานทั่วไป ดังภาพที่ 9.8 แบบ ก. และแบบ ข. ตามลำดับ
ระบุรายละเอียด 3 ส่วน คือ 1) ชื่อผู้ประกอบการตรวจสอบมาตรฐาน ระบุเป็นอักษร กข ตามด้วยหมายเลขที่
มกอกข. กำหนด ทั้งนี้หากเป็นรหัสเพื่อการส่งออกจะระบุรหัสเป็นอักษร AC แทนอักษร กข 2) มาตรฐานสินค้าเกษตร
ที่ให้การรับรอง ให้ระบุตามหมายเลขมาตรฐานสินค้าเกษตรที่ให้การรับรองโดยมีต้องระบุปีที่กำหนดมาตรฐาน และ
3) ชื่อผู้ได้รับใบรับรอง ให้ระบุรหัสเป็นหมายเลขตามที่เลขวิธีการกำหนด



- (1) หมายถึง ชื่อผู้ประกอบการตรวจสอบมาตรฐาน
- (2) หมายถึง มาตรฐานสินค้าเกษตรที่ให้การรับรอง
- (3) หมายถึง ชื่อผู้ได้รับใบรับรอง

ภาพที่ 9.8 เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร โดย มกอช.

จาก คู่มือการแสดงเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร ภายใต้พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.2551, โดย สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2567ข, <https://warning.acfs.go.th/th/articles-and-research/view/?page=94>

9.2.3 หน่วยงานกำกับดูแลมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารสำหรับประเทศไทย

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการผลิตภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม เพื่อการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ทุกระดับการผลิตต้องดำเนินการให้ถูกต้องครบถ้วน นอกเหนือจาก พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ ยังมีมาตรฐานสินค้าอาหารและเกษตรอื่น ๆ โดยมีหน่วยงานในประเทศ กำกับดูแลมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารที่ทำหน้าแตกต่างกันไปในการให้คำแนะนำและคำรับรอง ตัวอย่างเกณฑ์ มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร อาทิ 1) มาตรฐานด้านคุณภาพ เป็นการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะ เช่น รูปแบบ ขนาด โดยเกณฑ์กำหนดจากการตกลงร่วมกันของผู้ผลิต ผู้บริโภคและนักวิชาการ ส่วนใหญ่เป็นข้อกำหนดสมัครใจ 2) มาตรฐานด้านความปลอดภัย ถูกกำหนดบนพื้นฐานข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และการประเมินความเสี่ยง มาตรฐานที่กำหนดขึ้นถือเป็นขั้นต่ำของมาตรฐานคุณภาพ ส่วนใหญ่เป็นข้อบังคับตามกฎหมาย และ 3) มาตรฐานระบบ การจัดการ กระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่อิงกับมาตรฐาน International Organization for Standardization (ISO) ดังภาพที่ 9.9

เกณฑ์มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร

มาตรฐานด้านคุณภาพ

การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะต่าง ๆ เช่น รูปแบบ ขนาด โดยเกณฑ์กำหนดจากการตกลงร่วมกันของผู้ผลิต ผู้บริโภคและนักวิชาการ ส่วนใหญ่เป็นข้อกำหนดสมัครใจ



มาตรฐานด้านความปลอดภัย

ถูกกำหนดบนพื้นฐานข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และการประเมินความเสี่ยง มาตรฐานที่กำหนดขึ้นถือเป็นขั้นต่ำของมาตรฐานคุณภาพ ส่วนใหญ่เป็นข้อบังคับตามกฎหมาย



มาตรฐานระบบการจัดการ

กระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งอิงกับมาตรฐาน ISO เช่น มาตรฐาน ISO22000 (ระบบจัดการด้านความปลอดภัยของอาหาร) ISO14001 - 2015 (ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม)



ภาพที่ 9.9 เกณฑ์มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

หน่วยงานในประเทศที่กำกับดูแลมาตรฐานสินค้าอาหารและเกษตร ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข สถาบันรับรองมาตรฐาน ISO กระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเพื่อการรับรองฮาลาล สำนักมาตรฐานสินค้านำเข้าส่งออก กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ดังภาพที่ 9.10



หน่วยงานในประเทศที่กำกับดูแลมาตรฐานสินค้าอาหารและเกษตร



สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
กระทรวงสาธารณสุข



สถาบันรับรองมาตรฐาน ISO
กระทรวงอุตสาหกรรม



คณะกรรมการกลางอิสลาม
แห่งประเทศไทย



สำนักมาตรฐานสินค้านำเข้าส่งออก
กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ภาพที่ 9.10 หน่วยงานในประเทศที่กำกับดูแลมาตรฐานสินค้าอาหารและเกษตร

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

9.2.4 มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารระหว่างประเทศ

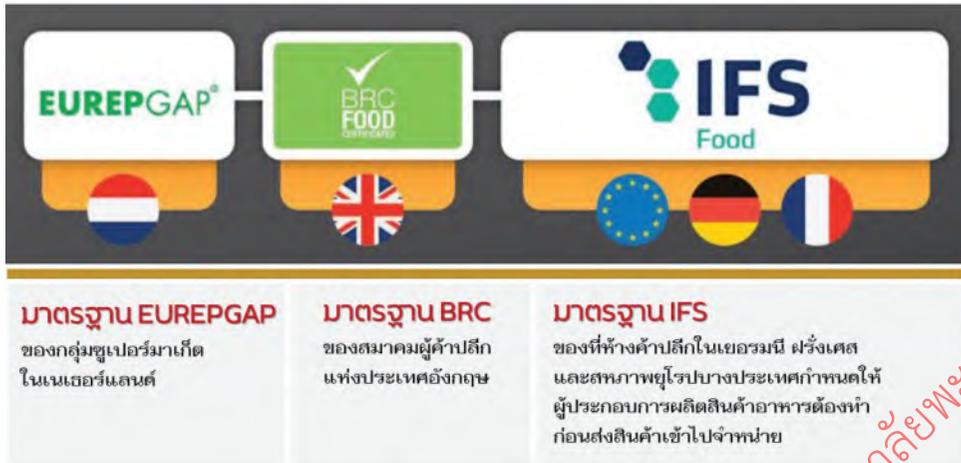
มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารระหว่างประเทศที่สำคัญสำหรับผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยต้องศึกษาและยึดปฏิบัติ ได้แก่ มาตรฐาน CODEX ของ WTO ครอบคลุม SPS และ TBT มาตรฐานทางด้านสุขอนามัยเกี่ยวข้องกับสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ของ OIE มาตรฐานทางด้านสุขอนามัยที่เกี่ยวข้องกับพืชที่เน้นการควบคุมการแพร่ระบาดของแมลงศัตรูพืช ของ IPPC ระบบการจัดการเพื่อความปลอดภัยของอาหาร เช่น ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (HACCP) การปฏิบัติที่ดีในกระบวนการผลิตที่ดีของโรงงาน (GMP) หรือการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 9.11



ภาพที่ 9.11 ตัวอย่างมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารระหว่างประเทศ

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877-317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นอกจากนี้ ยังมีมาตรฐานกลุ่มผู้ค้าเอกชนที่สำคัญในต่างประเทศ เช่น มาตรฐาน EUREPGAP ของกลุ่มซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศเนเธอร์แลนด์ มาตรฐาน BRC Food Certification ของสมาคมผู้ค้าปลีกแห่งประเทศไทย หรือมาตรฐาน International Food Standard (IFS) ของห้างค้าปลีกในประเทศเยอรมนี ประเทศฝรั่งเศสและสหภาพยุโรปบางประเทศ กำหนดให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าอาหารดำเนินการก่อนส่งสินค้าจำหน่าย ดังภาพที่ 9.12



ภาพที่ 9.12 มาตรฐานกลุ่มผู้ค้าเอกชนที่สำคัญในต่างประเทศ จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

9.2.5 ความเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าอาหารและเกษตรจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับสากล

ความเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับสากล เริ่มจากมาตรฐานกลุ่มผู้ผลิตระดับท้องถิ่น เช่น OTOP สู่มาตรฐานระดับประเทศ เช่น เครื่องหมาย Q Mark รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร เครื่องหมายอาหารและยา (อย.) หรือ สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ Organic Thailand สู่มาตรฐานระดับภูมิภาค เช่น ASEAN GAP Produce Quality Module, IFS สำหรับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกอาหารในแถบยุโรป ที่เชื่อมโยงถึงมาตรฐานระดับสากล เช่น CODEX, ISO, HACCP, GAP, GMP เป็นต้น ดังภาพที่ 9.13



ภาพที่ 9.13 ความเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารจากระดับท้องถิ่นสู่ระดับสากล จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

9.3 ตัวอย่างมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร

ด้วยมาตรการ SPS และ TBT ที่ประเทศต่าง ๆ ประกาศข้อปฏิบัติในมาตรฐานระดับสากลสำหรับสินค้าเกษตรและอาหาร ประเทศไทยโดย มกอช. ได้ผลักดันมาตรฐานสากลสำหรับสินค้าเกษตรและอาหารที่มุ่งให้ CODEX, OIE และ IPPC ยอมรับในมาตรฐานต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยให้แก่ประเทศผู้นำเข้าทั่วโลก จะส่งผลดีต่อการผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทยในระยะยาว ตลอดจนเพื่อให้สินค้าไทยได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นในตลาดโลก

กองควบคุมมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (2566) สรุปรายการภายใต้มาตรฐานสินค้าเกษตร ประกอบด้วย **1) มาตรฐานสมัครใจ** (400 รายการ) ได้แก่ พืช (147 รายการ) เช่น ข้าว ทุเรียน ปาล์มน้ำมัน ข้าวโพด มันสำปะหลัง อ้อย ขมิ้น ชিং กาแฟ ชา ฯลฯ ปศุสัตว์ (81 รายการ) เช่น ไก่ไข่ สุกร โคเนื้อ โคนม แพรว รังนก จิ้งหรีด การควบคุมโรคสัตว์ ฯลฯ ประมง (63 รายการ) เช่น กุ้ง หมึก สัตว์ทะเลสวยงาม สัตว์น้ำจืดสวยงาม ปลานิล จระเข้ สะพานปลา ฯลฯ เกษตรอินทรีย์ (9 รายการ) เช่น ข้าว ปศุสัตว์ ผัก ไข่ ไก่ทะเล ปลาสด และอาหารสัตว์น้ำ ฯลฯ และอื่น ๆ (87 รายการ) เช่น หม่อนไหม ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด อภิธานศัพท์ ด้านสุขอนามัยพืช การตามสอบสินค้าเกษตรและอาหาร ฯลฯ และ **2) มาตรฐานบังคับ** ที่มีผลบังคับใช้แล้ว 8 รายการ และ ดังรายละเอียดตารางที่ 9.1

ตารางที่ 9.1 มาตรฐานสินค้าเกษตรที่เป็นมาตรฐานบังคับที่มีผลบังคับใช้แล้ว 8 รายการ

มาตรฐาน	สินค้าเกษตร (สาระสำคัญ)	ภาพประกอบ	วันที่บังคับใช้
(1) หลักปฏิบัติสำหรับกระบวนการรมผลไม้สดด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (มกษ. 2558-1004)	ผลไม้สดที่รมด้วยก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ เช่น ลำไย ลิ้นจี่ (เพื่อช่วยรักษาความสดและสี รวมถึงยืดอายุการเก็บรักษา ป้องกันการเกิดเชื้อรา และลดการเปลี่ยนแปลงของเนื้อเยื่อผลไม้)	  https://www.naewna.com/sport/727655	4 พ.ย. พ.ศ. 2559
(2) ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซินในเมล็ดถั่วลิสง (มกษ. 4702-2557)	เมล็ดถั่วลิสง (อะฟลาทอกซิน: Aflatoxin เป็นสารพิษที่เกิดจากเชื้อรา หากบริโภคในปริมาณมากหรือสะสมในร่างกายส่งผลเสียต่อสุขภาพ)	 https://touchzy-sci.blogspot.com/2016/12/aflatoxin.html	6 ม.ค. พ.ศ. 2560

มาตรฐาน	สินค้าเกษตร (สาระสำคัญ)	ภาพประกอบ	วันที่ บังคับใช้
(3) การปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดีสำหรับฟาร์มผลิตลูกกุ้งขาวแวนนาไม่ปลอดโรค (มกษ. 2558-7432)	ลูกกุ้งขาวแวนนาไม่ระยะขอมเพเลียส (Good Aquaculture Practices: GAP เน้นการป้องกันโรคและการจัดการฟาร์มอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้ลูกกุ้งที่มีคุณภาพดี ปลอดภัย และปลอดโรค)	 <p>https://www.infoquest.co.th/2023/301668</p>	18 มิ.ย. พ.ศ. 2560
(4) การปฏิบัติที่ดีสำหรับการผลิตทุเรียนแช่เยือกแข็ง (มกษ. 2560-9046)	ทุเรียนแช่เยือกแข็ง (ใช้อุณหภูมิ °18-C เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ต่อการบริโภค และเป็นไปตามมาตรฐานสากล สามารถทำได้ทั้งแบบ ทั้งลูกและแบบเป็นชิ้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด)	 <p>https://www.mbizgrand.com/images/3958_DD33356D-B52C-9038-B952-BB74E3F09F8D.jpg</p>	30 ก.ค. พ.ศ. 2560
(5) การปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์รวบรวมนํ้านมดิบ (มกษ. 2558-6401)	นํ้านมโคดิบ (เพื่อรักษาคุณภาพ และความปลอดภัยของนํ้านมดิบในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การรับนํ้านม การจัดเก็บ การขนส่ง จนถึงการส่งมอบ)	 <p>https://hellokhunmor.com</p>	17 ต.ค. พ.ศ. 2560
(6) หลักปฏิบัติสำหรับการผลิตเชื้อเห็ด (มกษ. 2559-2507)	เชื้อเห็ด (ช่วยให้การผลิตเชื้อเห็ดมีคุณภาพ ปลอดภัย ครอบคลุมตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การเพาะเชื้อ การจัดการโรงเรือน ไปจนถึงการเก็บรักษาและขนส่ง)	 <p>https://www.nanagarden.com/shop/14729/18013</p>	12 เม.ย. พ.ศ. 2561

มาตรฐาน	สินค้าเกษตร (สาระสำคัญ)	ภาพประกอบ	วันที่ บังคับใช้
(7) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับฟาร์มไก่ไข่ (มกษ. 2562-6909)	ไข่ไก่ (เพื่อผลิตไข่ไก่ที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค รวมถึงการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมสุขภาพสัตว์และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม)	 https://www.lannapost.net/2023/05/blog-post_16.html	21 ก.พ. พ.ศ. 2564
(8) หลักปฏิบัติในการตรวจและรับผลทุเรียนสำหรับโรงรวบรวมและโรงคัดแยก (มกษ. 9070-2566)	ผลทุเรียน (ครอบคลุมสถานที่ อุปกรณ์ การตรวจสอบคุณภาพ เช่น การวัดปริมาณสารแป้ง (Brix) วัดความสุก การจัดการของเสีย สุขอนามัย การจัดการเอกสาร)	 https://www.thairath.co.th/news/local/south/2808517	10 ก.ค. พ.ศ. 2568

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ตัวอย่างมาตรการ SPS และ TBT ในประเทศคู่ค้าต่าง ๆ ได้แก่

• มาตรฐานการกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซินในเมล็ดถั่วลิสงแห้ง

องค์การอนามัยโลกกำหนดให้สารอะฟลาทอกซิน (Aflatoxins) เป็นสารก่อมะเร็งที่ร้ายแรงมากชนิดหนึ่ง ปริมาณเพียง 1 ไมโครกรัม สามารถเกิดการกลายพันธุ์ในแบคทีเรียและทำให้เกิดมะเร็งในสัตว์ทดลองได้ หากได้รับอย่างต่อเนื่อง การปนเปื้อนของเชื้อราจะสร้างสารอะฟลาทอกซิน ทำให้เกิดการอักเสบของตับแบบเรื้อรัง เกิดภาวะตับแข็ง ก่อเกิดมะเร็งตับ และอาจมีผลเสียต่ออวัยวะภายใน เช่น ระบบไต หัวใจ ตามประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เรื่องแนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร เมล็ดถั่วเหลือง ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซิน มีผลบังคับในการผลิต การค้า การควบคุมตรวจสอบเมล็ดถั่วลิสงแห้งดิบที่ผลิต นำเข้าหรือส่งออก ต้องขอใบอนุญาตจาก มกอช.หรือหน่วยงานที่รับมอบหมาย ดังภาพที่ 9.14

หน้า ๖

เล่ม ๑๓๑ ตอนพิเศษ ๒๔๓ ง ราชกิจจานุเบกษา ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๗

ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร : แนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร
เมล็ดถั่วเหลือง : ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซิน
ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑

ด้วยคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตร เห็นสมควรกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง แนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร เมล็ดถั่วเหลือง : ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซิน เป็นมาตรฐานทั่วไป ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ เพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตร ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และปลอดภัย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ มาตรา ๑๕ และมาตรา ๑๖ แห่งพระราชบัญญัติ มาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ ประกอบมติคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตร ในการประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๕๗ เมื่อวันที่ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๗ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงออกประกาศกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร : แนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตรเมล็ดถั่วเหลือง : ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซิน มาตรฐานเลขที่ มกษ. 4702(G) - 2557 ไว้เป็นมาตรฐานทั่วไป ดังมีรายละเอียดแนบท้ายประกาศนี้

ทั้งนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๗ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๗
ปิณฑุภักดิ์ พึ่งบุญ ณ อยุธยา
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

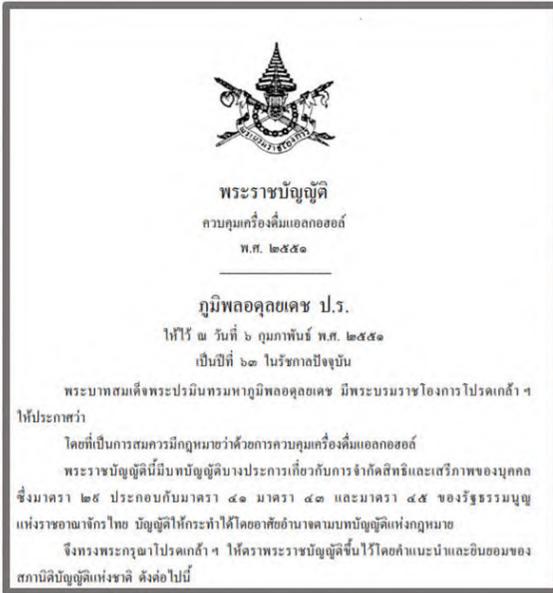


ภาพที่ 9.14 แนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร เมล็ดถั่วเหลือง: ข้อกำหนดปริมาณอะฟลาทอกซิน จาก *เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”*, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- **ฉลากค่าเตือนอันตรายจากเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลือง**

องค์การอนามัยโลกวางแผนยุทธศาสตร์และกรอบอนุสัญญาควบคุมเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลือง เพื่อการปกป้องสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชนให้เป็นพันธกิจสำคัญของงานสาธารณสุข แต่นโยบายการค้าเสรีที่ครอบคลุมเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลือง ทำให้กลุ่มธุรกิจได้รับประโยชน์มหาศาลจากยอดขาย แต่ละประเทศมีมาตรการต่อการอนุญาตเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลืองแตกต่างกันไป สหราชอาณาจักรส่งออกต่างประเทศ ต้องยื่นคำขอและปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมายว่าด้วยศุลกากรกำหนดให้ผู้ส่งออกไปอกราชอาณาจักร และพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีเมล็ดถั่วเหลือง พ.ศ. ๒๕๕๑ ในการโฆษณา ดังภาพที่ 9.15

ศูนย์บูรณาการและการค้าข้าวของเกษตรกรรม



ภาพที่ 9.15 ฉลากค่าเตือนอันตรายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• ร่างมาตรฐานฉลากสินค้า Bioengineered สหรัฐอเมริกา

ผลิตภัณฑ์อาหารมีส่วนประกอบของพืชที่ถูกดัดแปลงพันธุกรรม หรือ GMOs ต้องมีรายละเอียดในฉลากอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเปิดข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค มีหน่วยงานรับผิดชอบ คือ Agricultural Marketing Service (AMS) และ United States Department of Agriculture (USDA) ร่างมาตรฐานนี้จำกัดขอบเขตเฉพาะอาหารมนุษย์ (Human Food) ภายใต้กฎหมาย 3 ฉบับ คือ กฎหมายว่าด้วยอาหาร ยา และเครื่องสำอาง (Federal Food, Drug and Cosmetic Act: FFCA) กฎหมายว่าด้วยการตรวจสอบผลิตภัณฑ์จากไข่ (Egg Products Inspection Act) และกฎหมายว่าด้วยการตรวจสอบผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ (Federal Meat Inspection Act) (ภาพที่ 9.16)

ร่างมาตรฐานฉลากสินค้า Bioengineered
สำหรับสหรัฐอเมริกา

ร่างมาตรฐานการแสดงฉลากสินค้า Bioengineered นั้นคือ ผลิตภัณฑ์อาหารมีส่วนประกอบของพืชที่ถูกดัดแปลงพันธุกรรม แหวนคำว่า (Genetically Modified Organisms, GMOs) เพื่อเป็นการเปิดเผยข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

✓ หน่วยงานรับผิดชอบ...



- United States Department of Agriculture: USDA
- Agricultural Marketing Service: AMA

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561



..ร่างมาตรฐานนี้จำกัดขอบเขตเฉพาะอาหารมนุษย์ (Human Food) ภายใต้กฎหมาย 3 ฉบับ...



ภาพที่ 9.16 ร่างมาตรฐานฉลากสินค้า Bioengineered สหรัฐอเมริกา

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• กฎระเบียบการติดฉลากของแคนาดา

แคนาดาได้ประกาศปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงผลโภชนาการบนฉลากสินค้าอาหาร จะประกาศใช้อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2565 ข้อมูลโภชนาการ (Nutrition Facts Table) และรายการส่วนประกอบอาหาร (Ingredients Listing) โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักคือ Canadian Food Inspection Agency ดังภาพที่ 9.16

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

กฎระเบียบการติดฉลากของ
แคนาดา



✓ หน่วยงานรับผิดชอบ...



Canadian Food
Inspection Agency

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561

แคนาดาได้ประกาศปรับเปลี่ยนรูปแบบการแสดงผลโภชนาการบนฉลากสินค้าอาหาร ประกาศใช้อย่างเป็นทางการในปี 2565

- ข้อมูลโภชนาการ (Nutrition Facts Table): (1) ปริมาณตัวอักษรหน่วยบริโภคใน 1 มื้อ (Serving Size) (2) ปริมาณตัวอักษรและขีดเส้นใต้ปริมาณแคลอรี (Calories) (3) ปริมาณร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน (Daily Value) (4) ระบุร้อยละของปริมาณน้ำตาล (Sugar) ทั้งหมดที่ร่างกายได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น (5) ข้อมูลปริมาณโพแทสเซียมแทนข้อมูลปริมาณวิตามิน A, C (6) ข้อมูลเชิงอรรถปริมาณร้อยละของสารอาหารที่ควรได้รับต่อวัน (Daily Value Footnote) ในการแนะนำผู้บริโภค
- รายการส่วนประกอบอาหาร (Ingredients Listing): (1) ข้อมูลวัตถุดิบและส่วนผสมที่เป็นน้ำตาล (Sugars) ในวงเล็บให้แสดงรวมกัน เนื่องจากน้ำตาลบางชนิดมีชื่อเฉพาะที่ไม่บ่งบอกสถานะว่าเป็นน้ำตาล (2) ระบุชื่อเฉพาะของส่วนผสมอาหารแทนคำวิเศษณ์อาหาร (Color) เท่านั้น และ (3) ระบุข้อมูลส่วนประกอบที่อยู่ในอาหาร (Contains) ที่อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดอาการแพ้ ดังเช่น กลูเตน (Gluten) และซัลไฟต์ (Sulphites) เป็นต้น

ภาพที่ 9.17 กฎระเบียบการติดฉลากของแคนาดา

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• กฎระเบียบการติดฉลากของสหภาพยุโรป

สภายุโรปและคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป ประกาศระเบียบ Regulation (EU) 1169/2011 เรื่องการให้ข้อมูลอาหารแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน อันจะทำให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการและปลอดภัย ในขณะที่ยังอำนวยความสะดวกในการค้าและการวางจำหน่ายสินค้าในตลาดของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทั้ง 28 ประเทศ ต้องระบุรายละเอียดต่าง ๆ ดังภาพที่ 9.17

กฎระเบียบการติดฉลากของ สหภาพยุโรป



ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561

สหภาพยุโรปและคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป ประกาศระเบียบ Regulation (EU) 1169/2011 เรื่องการให้ข้อมูลอาหารแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน อันจะทำให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการและปลอดภัย ในขณะที่ยังอำนวยความสะดวกในการค้าและการวางจำหน่ายสินค้าในตลาดของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปทั้ง 28 ประเทศ

- ชื่ออาหารต้องระบุกรรมวิธีการผลิต
- รายการส่วนประกอบ/วัตถุติด
- รายการอาหารก่อภูมิแพ้
- ปริมาณส่วนประกอบ/วัตถุติดบางประเภท
- ปริมาณสุทธิอาหาร
- วันหมดอายุ
- วิธีเก็บรักษาแบบเฉพาะ และ/หรือวิธีการใช้
- ชื่อและที่อยู่บริษัท
- ประเทศแหล่งกำเนิด
- วิธีการใช้
- สำหรับเครื่องดื่มปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 1.2% ต้องระบุความเข้มข้นแอลกอฮอล์โดยปริมาตร
- ข้อความแสดงโภชนาการ

ภาพที่ 9.18 กฎระเบียบการติดฉลากของสหภาพยุโรป

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• กฎระเบียบการติดฉลากของญี่ปุ่น

กฎระเบียบการติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร Food Labeling System ต้องแสดงฉลากที่มีชื่อผลิตภัณฑ์ รายละเอียดส่วนประกอบ น้ำหนัก วันหมดอายุ ชื่อตัวแทนจำหน่าย วิธีเก็บรักษา และข้อมูลโภชนาการ ภายใต้กฎหมายและระเบียบ 3 ฉบับ ได้แก่ Food Sanitation Act Japanese Agriculture Food Standards Laws และ Health Promotion Act ภายใต้การกำกับของหน่วยงาน Consumer Affairs Agency (CAA) ดังภาพที่ 9.19

กฎระเบียบการติดฉลากของ

ญี่ปุ่น

ระบบการติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร Food Labeling System ต้องแสดงฉลากที่มีชื่อผลิตภัณฑ์ รายละเอียดส่วนประกอบ น้ำหนัก วันหมดอายุ ชื่อแทนจำหน่าย วิธีเก็บรักษา และข้อมูลโภชนาการ

ภายใต้กฎหมายและระเบียบ 3 ฉบับ

- Food Sanitation Act
- Japanese Agriculture Food Standards Laws
- Health Promotion Act



Consumer Affairs Agency

ภายใต้การกำกับของหน่วยงาน...

Consumer Affairs
Agency: CAA



ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561

ภาพที่ 9.19 กฎระเบียบการติดฉลากของญี่ปุ่น

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• กฎระเบียบการติดฉลากของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผลิตภัณฑ์อาหารที่จะนำเข้าจีนได้ต้องติดฉลากโดยใช้ตัวอักษรภาษาจีน เพื่อผ่านพิธีการศุลกากรตามข้อกำหนดพื้นฐานที่ระบุไว้ในระเบียบปฏิบัติทั่วไปสำหรับการติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุหีบห่อ (General Rules of the Labelling of Pre-packaged Food: GB 7718-2011) ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงาน Chinese Inspection and Quarantine Service (CIQS) ดังภาพที่ 9.20

กฎระเบียบการติดฉลากของ
สาธารณรัฐประชาชนจีน

ผลิตภัณฑ์อาหารที่จะนำเข้าจีนได้ต้องติดฉลาก
โดยใช้ตัวอักษรภาษาจีน เพื่อผ่านพิธีการศุลกากร
ตามข้อกำหนดพื้นฐานที่ระบุไว้ใน “ระเบียบปฏิบัติ
ทั่วไปสำหรับการติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุ
หีบห่อ” (General Rules of the Labelling of
Pre-packaged Food: GB7718-2011) ภายใต้
การกำกับดูแลของหน่วยงาน...



Chinese Inspection and
Quarantine Service
CIQS



Nutrition Information 營養資料			
Servings Per Package/每包裝所含食用分量數目	3		
Serving Size/食用分量	5 grams (10g) / 5 塊 (50 克)		
	Per Serving 每食用分量	Per 100g 每 100 克	% Chinese 100g Per 每 100 克的 中國營養標 考慮
Energy/熱量	220 kcal/千卡 924 kJ/千焦	440 kcal/千卡 1848 kJ/千焦	22%
Protein/蛋白質	5.5 g/克	11 g/克	18%
Fat, total/脂肪總量	0 g/克	0 g/克	27%
- Saturated fat/饱和脂肪	3.5 g/克	7 g/克	35%
- Trans fat/反式脂肪	0 g/克	0 g/克	
Carbohydrates/碳水化合物	31 g/克	62 g/克	20%
- Sugar/糖	1 g/克	2 g/克	
Sodium/鈉	36.5 mg/毫克	730 mg/毫克	14%



ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561

ภาพที่ 9.20 กฎระเบียบการติดฉลากของจีน

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา รมเย็น, 2566,
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• กฎระเบียบการติดฉลากของอินเดีย

มาตรฐานอาหารของประเทศอินเดียอยู่ภายใต้กฎระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยอาหารและมาตรฐาน
(การบรรจุภัณฑ์และการติดฉลาก) ที่บังคับใช้กับอาหารบรรจุเสร็จทุกชนิด ด้วยภาษาอังกฤษ และภาษา Hindi in
Devanagari ที่แสดงข้อมูลจริง ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงาน Food Safety and Standard Authority of
India (FSSAI) ดังภาพที่ 9.21

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการค้าระหว่างประเทศ

กฎระเบียบการติดฉลากของ
อินเดีย

มาตรฐานอาหารของประเทศอินเดียอยู่ภายใต้กฎระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยอาหารและมาตรฐานการบรรจุภัณฑ์และการติดฉลาก ที่บังคับใช้กับอาหารบรรจุเสร็จทุกชนิด ด้วยภาษาอังกฤษ และภาษา Hindi in Devanagari

ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงาน...



Food Safety and
Standard Authority
of India: FSSAI



ภาพที่ 9.21 กฎระเบียบการติดฉลากของอินเดีย

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

• กฎระเบียบการติดฉลากของมาเลเซีย

ผลิตภัณฑ์อาหารต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ Food Regulations 1985 Part IV Labelling Requirements ด้านอาหารและการติดฉลากสินค้าอาหารภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงาน Food Safety and Quality Division (FSQD) และ Ministry of Health (MOH) ดังภาพที่ 9.22

กฎระเบียบการติดฉลากของ มาเลเซีย

ผลิตภัณฑ์อาหารต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ
"Food Regulations 1985" Part IV Labelling
Requirements ด้านอาหารและการติดฉลาก
สินค้าอาหาร
ภายใต้ การกำกับดูแลของหน่วยงาน...

- Food Safety and Quality
Division: FSQD
- Ministry of Health: MOH



FOOD SAFETY & QUALITY DIVISION
MINISTRY OF HEALTH MALAYSIA



ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561

ภาพที่ 9.22 กฎระเบียบการติดฉลากของมาเลเซีย

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

9.4 โอกาสทางธุรกิจเกษตรไทยภายใต้กระแสขบวนการโลกสินค้าเกษตรปลอดภัยและยั่งยืนในตลาดโลก

ด้วยเทรนด์การบริโภคที่เปลี่ยนไปของโลกในช่วงที่ผ่านมา พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกเปลี่ยนไปอย่างชัดเจน เน้นการเลือกบริโภคสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ ไม่ใช่สารเคมีตกค้าง และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้าที่มีฉลากรับรองด้านสิ่งแวดล้อมหรือเกษตรอินทรีย์มากขึ้น นอกจากนี้ แนวโน้มด้านความยั่งยืน (Sustainability) เช่น การลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลายเป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจบริโภคที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นนโยบายระดับโลกอย่าง European Green Deal หรือ US Inflation Reduction Act มีส่วนช่วยผลักดันมาตรฐานและพฤติกรรมนี้ วิกฤต Covid-19 และภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ยังทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความเปราะบางของระบบอาหาร ส่งผลให้ “ความมั่นคงทางอาหาร” กลายเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในระดับโลก

แนวโน้มสินค้าเกษตรปลอดภัยและยั่งยืนในตลาดโลกเชื่อมโยงโดยตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในตลาดสำคัญอย่าง EU, US และญี่ปุ่น ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตมากพอ ๆ กับตัวสินค้าเอง การเติบโตของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์เฉลี่ยร้อยละ 8-10 ต่อปี สะท้อนถึงความต้องการสินค้าที่ไม่ใช้สารเคมีและมีความโปร่งใสในการผลิต การมีฉลากรับรอง (Certified Products) เช่น United States Department of Agriculture Organic (USDA Organic) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสหรัฐอเมริกา กำหนดโดย National Organic Program (NOP), European Union Organic Certification (EU Organic) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป อยู่ภายใต้ระเบียบ (EU) 2018/848 ว่าด้วยการผลิตเกษตรอินทรีย์และการติดฉลากผลิตภัณฑ์อินทรีย์, Japanese Agricultural Standards Organic Certification (JAS Organic) จึงเป็นเสมือน “ใบเบิกทาง” ที่ทำให้สินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

เพราะช่วยสร้างความเชื่อมั่นเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย สินค้าอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม เช่น Non-GMO สะท้อนความกังวลต่อผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สินค้าที่ยั่งยืน (Sustainable agriculture products) มุ่งลดการใช้ทรัพยากรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สินค้า Fair Trade แสดงถึงความเป็นธรรมในห่วงโซ่อุปทาน สินค้า Carbon Label ช่วยให้ผู้บริโภคเลือกสินค้าที่มีรอยเท้าคาร์บอนต่ำ สินค้า Animal Welfare ตอบสนองจริยธรรมในการเลี้ยงสัตว์ เทรนด์เหล่านี้เกี่ยวข้องกับมาตรฐาน “ความยั่งยืน” ซึ่งกลายเป็นเงื่อนไขสำคัญในการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทยไปยังตลาดพรีเมียมทั่วโลก และถือเป็นโอกาส หากผู้ประกอบการไทยสามารถยกระดับการผลิตให้สอดคล้องกับแนวโน้มนี้ได้สำเร็จ

โอกาสของธุรกิจเกษตรและเกษตรกรไทยในการเข้าสู่ตลาดโลกที่ให้ความสำคัญกับสินค้าเกษตรปลอดภัยยั่งยืน มีความโดดเด่นในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากข้อได้เปรียบของประเทศไทยที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง สามารถผลิตพืชผลหมุนเวียนได้ตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาเสถียรภาพด้านปริมาณและคุณภาพในตลาดส่งออก สินค้าเกษตรที่มีศักยภาพสูง เช่น ข้าวอินทรีย์เป็นสินค้าหลักของไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ผัก-ผลไม้อินทรีย์ เช่น มะม่วงอินทรีย์ มังคุด ลำไย รวมถึง สมุนไพรไทย อย่างขิง ข่า ตะไคร้ ซึ่งเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้บริโภคเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์แปรรูปอินทรีย์ เช่น น้ำผลไม้สกัดเย็น ข้าวกล้องอบกรอบ ชาออร์แกนิก ซึ่งเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตรดิบ และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ การต่อยอดโอกาสของสินค้าเกษตรไทยในตลาดโลกต้องอาศัย การยกระดับคุณภาพ การสร้างมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยี และการสร้างแบรนด์ร่วมกันเพื่อให้สามารถแข่งขันและยืนระยะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างยั่งยืน ยกเว้นจากโอกาสทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Amazon Alibaba Shopee Global และการตลาดรูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B Marketplace) ระหว่างประเทศ เช่น ThaiTrade.com หรือ Global Sources ช่วยให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรไทยเข้าถึงตลาดโลกได้โดยตรง ลดต้นทุนผ่านพ่อค้าคนกลาง ตลาดพรีเมียมและเฉพาะกลุ่ม (Niche Markets) ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความยั่งยืน เช่น ตลาดอินทรีย์ในสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น

แนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาเพื่อส่งเสริมสินค้าเกษตรปลอดภัยและยั่งยืนของประเทศไทยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก โดยการบูรณาการความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ เอกชน และชุมชนเกษตรกร พร้อมทั้งการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตรไทยในเวทีสากล ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีเพื่อควบคุมปัจจัยการผลิตอย่างแม่นยำ (Precision Agriculture) เช่น การให้น้ำ ปุ๋ยตามข้อมูลเซนเซอร์ เกษตรอัจฉริยะ (Internet of Things: IoT) ใช้ติดตามสภาพอากาศ ความชื้นดินและการเจริญเติบโตของพืชแบบเรียลไทม์ หรือเทคโนโลยี Blockchain สำหรับระบบ Traceability หรือการติดตามย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในตลาดโลก นอกจากนี้ การสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรไทย Thai Organic Brand เป็นเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย หรือ Thai Select สำหรับอาหารแปรรูปไทยที่มีคุณภาพได้รับความนิยมนในตลาดต่างประเทศ และผ่านการรับรองจากกระทรวงพาณิชย์ แนวทางทั้งหมดนี้มุ่งให้ภาคเกษตรไทยเติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถยกระดับสินค้าเกษตรจาก “สินค้าโภคภัณฑ์” ไปสู่ “สินค้าแบรนด์” ที่มีมูลค่าสูงในตลาดโลกได้ต่อไป

กรณีศึกษา “ข้าวอินทรีย์หอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้” ในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ ซึ่งครอบคลุม 5 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด สุรินทร์ ยโสธร ศรีสะเกษ และมหาสารคาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นพื้นที่สำคัญที่มีการรวมกลุ่มเกษตรกร และโรงสีข้าว “ศรีแสงดาว” ซึ่งเป็นผู้นำในการพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อส่งออกไปยังตลาด EU และญี่ปุ่น โดยข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ยังได้รับ

การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ทำธุรกิจในรูปแบบ Fair Trade เป็นระบบการค้าที่มุ่งเน้นความเป็นธรรมต่อผู้ผลิตรายย่อย ให้ราคายุติธรรม (Fair Price) แก่เกษตรกร มีเบี้ยพิเศษ (Fair Trade Premium) เพื่อพัฒนาชุมชน สนับสนุนการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน แรงงานที่เป็นธรรม การไม่ใช้แรงงานเด็ก ส่งเสริมความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เช่น ห้ามใช้สารเคมีอันตราย ต้องผ่านการรับรอง เช่น Fairtrade International (FLO) หรือ World Fair Trade Organization (WFTO) โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาใช้ระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) กับสหกรณ์ล่วงหน้า เพื่อผลิตสินค้าตามที่กำหนด และการรับรอง Organic Europe (ประชาชาติธุรกิจ, 2566)

บริษัท เซาท์เทอร์น ซีฟู้ด โปรดักส์ จำกัด ที่ตั้งจังหวัดสงขลา ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม หรือ Bio-Circular-Green Economy (BCG) Model ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีผลิตภัณฑ์หลักอาหารทะเลแช่แข็งพร้อมทาน (Frozen) และอาหารทานเล่นจากทะเลแท้ ๆ (Sea Snack) ด้วยแบรนด์สินค้าปลาฉวี (Planeat) ได้นำวัตถุดิบหลักจากปลาและสัตว์น้ำทะเลในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย โดยเฉพาะจากจังหวัดสงขลา และปัตตานี ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นจากชาวประมงพื้นบ้านในสงขลา-ปัตตานี ที่สนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและวิถีชีวิตชุมชนชายฝั่ง มาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปอย่างพิถีพิถัน (Fine Processing) ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การแปรรูป ไปจนถึงการบรรจุ เน้นการสร้างเพิ่มมูลค่า (Value Addition) จากปลาแช่แข็งหรือสด แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมทาน อาหารทานเล่น เช่น ปลาอบกรอบ ลูกชิ้นปลา ซุปปลา ข้าวหน้าปลา ฯลฯ ดำเนินการภายใต้มาตรฐานสากลที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน HACCP, GMP, HALAL เพื่อการส่งออกตลาดระหว่างประเทศ (ปลาฉวีฟาร์ม, 2567)

9.5 สรุปและทักษะเชิงวิชาการ

โดยสรุป การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ประเทศไทยเป็นสมาชิก WTO และมีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ จึงต้องปฏิบัติตามกติกา ข้อกำหนด หรือนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่มีผลต่อการค้า การลงทุน ตลอดจนธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ด้วยนโยบายการค้าระหว่างประเทศทั้งนโยบายด้านภาษี และนโยบายที่ไม่ใช่ภาษี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SPS และ TBT ถูกนำมาปรับใช้ในปัจจุบันอย่างเข้มข้น ได้แก่ NTBs ต่อการนำเข้า NTBs ต่อการส่งออก และ NTBs ภายในระบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ตลอดจนมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อการส่งออก มาตรฐานสากลภายใต้ความตกลง WTO - SPS Agreement ที่มีเป้าหมายการควบคุมสินค้าเกษตรและอาหารเพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิต สุขภาพของมนุษย์ พืช และสัตว์ภายในประเทศ ภายใต้การกำกับดูแลของ 3 องค์การระหว่างประเทศ สำหรับมาตรฐานสินค้าเกษตรในประเทศไทยถูกกำหนดขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. ๒๕๕๑ โดยผู้ส่งออก - นำเข้าสินค้าเกษตร ต้องศึกษาและปฏิบัติตามเป็น 2 ประเภท คือ มาตรฐานทั่วไปและมาตรฐานบังคับ ที่กำหนดรายละเอียด ต่าง ๆ ไว้ให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

สำหรับทักษะเชิงวิชาการ การค้าในตลาดระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรและอาหารมักจะถูกควบคุมด้วยมาตรการต่าง ๆ ที่มีทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะ NTBs เช่น มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร การควบคุมการใช้สารเคมี และมาตรการการบรรจุหีบห่อที่มีข้อกำหนดเฉพาะ การปรับตัวในด้านนี้จำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับอุปสรรคที่อาจทำให้การส่งออกสินค้าล่าช้าหรือถูกปฏิเสธจากประเทศผู้นำเข้า การพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารเป็นเครื่องมือสำคัญในการเปิดโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศและการลด NTBs ที่รุนแรง

จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกจากประเทศกำลังพัฒนา รวมถึงลดปัญหาความขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศ ประเทศไทยสามารถรับมือกับ NTBs ที่รุนแรงในตลาดโลกได้ในระดับหนึ่ง อาทิ การยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมประมงหลังวิกฤต IUU กับตลาดสหภาพยุโรป การควบคุมคุณภาพและการแปรรูปสินค้าผลไม้ ใช้มาตรฐาน GMP และ HACCP ในโรงงานแปรรูปเพื่อให้ผ่านเกณฑ์ด้านความปลอดภัยของอาหารในประเทศผู้นำเข้า ซึ่งใช้ NTBs ด้านสุขอนามัยและคุณภาพในการคัดกรองสำหรับตลาดสหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ หรือการสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) สำหรับโรงงานแปรรูปในไทยปรับระบบให้สามารถติดตามข้อมูลย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่แหล่งฟาร์มจนถึงผลิตภัณฑ์สุดท้ายเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนด NTBs สำหรับตลาดญี่ปุ่นและตลาด EU ดังนั้น การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในด้านมาตรฐานคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีในการผลิตและตรวจสอบคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการศึกษาและการฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการ รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการเจรจาระหว่างประเทศเพื่อหาทางลดอุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายแนวทางของ WTO เกี่ยวกับการค้าสินค้าเกษตรที่ประเทศไทยในฐานะประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติเมื่อส่งออกสินค้าเกษตรสู่ตลาดระหว่างประเทศ (เพิ่มเติม: พิจารณาข้อตกลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อตกลงการเกษตร (AoA) การจัดการเกี่ยวกับมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS) และมาตรการอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (TBT))

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. อธิบายประเภทของนโยบายการค้าระหว่างประเทศ พร้อมสรุปรายละเอียดของแต่ละนโยบายอย่างกระชับ (เพิ่มเติม: ครอบคลุมประเภทต่าง ๆ เช่น นโยบายเสรีทางการค้า นโยบายกีดกันทางการค้า นโยบายส่งเสริมการส่งออก และนโยบายการปกป้องอุตสาหกรรมภายใน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ยกตัวอย่างสินค้าเกษตร 1 ประเภทที่อยู่ภายใต้มาตรฐานสินค้าเกษตรตามพระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2561 พร้อมอธิบายว่ามาตรฐานที่กำหนดมีผลต่อการส่งออกอย่างไร (เพิ่มเติม: ตัวอย่างเช่น ทุเรียนสด, มังคุด, ข้าวหอมมะลิ เป็นต้น)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- World Trade Organization (WTO) – Agriculture and Trade (ข้อมูลเกี่ยวกับข้อตกลงการเกษตร และ พันธกรณีของประเทศสมาชิก) เว็บไซต์: https://www.wto.org/english/tratop_e/agric_e/agric_e.htm

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (DTN), กระทรวงพาณิชย์ (ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ของไทย และบทบาทใน WTO) เว็บไซต์: <https://www.dtn.go.th>

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ข้อมูลสนับสนุนการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย) เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>

- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (ข้อมูลมาตรฐานสินค้าเกษตรตาม พ.ร.บ.มาตรฐาน สินค้าเกษตร พ.ศ. 2561 และรายชื่อสินค้าเกษตรที่มีการกำหนดมาตรฐาน) เว็บไซต์: <https://www.acfs.go.th>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

กฎหมายและจริยธรรม ในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

บทที่ 10

เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ มีความรู้ความเข้าใจในหลักการการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิ ทฤษฎีและแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมสู่การค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตรแล้ว ประเด็นสำคัญอีกประการที่จะกล่าวถึงในบทนี้ซึ่งเป็นบทสุดท้าย คือ 1) กฎหมายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร 2) จริยธรรมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 3) กรณีศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ และ 4) สรุปและทักษะเชิงวิชาการ

10.1 กฎหมายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร

กฎหมายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตรที่สำคัญมี 6 ด้าน คือ 1) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร 2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า 3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน 4) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหาร 5) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร และ 6) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากร โดยมีรายละเอียดดังนี้

10.1.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรที่สำคัญส่งผลต่อการประกอบธุรกิจหรือการค้าทั้งภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็นพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) กักพืช ฉบับ 3 พ.ศ. 2551 บทบัญญัติเกี่ยวกับมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของศัตรูพืชจากการนำเข้าและส่งออก ซึ่งเชื้อพันธุ์ พืช สิ่งต้องห้ามหรือสิ่งจำกัด การกำหนดให้มีการจดทะเบียนสถานที่ที่เพาะพืชเพื่อส่งออก และการออกใบรับรองปลอดศัตรูพืช ตลอดจนการมีบทกำหนดโทษและการเปรียบเทียบปรับ ข้อกำหนดหลัก (กรมวิชาการเกษตร, 2563ก) ได้แก่

- 1) ใบอนุญาตนำเข้า (Import Permit) สำหรับสิ่งต้องห้ามหรือเชื้อพันธุ์พืช ยกเว้นอาหารสำเร็จรูป
- 2) ใบรับรองปลอดศัตรูพืช (Phytosanitary Certificate) ใน 2 ประเด็น คือ 1) การนำเข้าต้องการใบปลอดศัตรูพืช ได้แก่ ต้นพืช ราก หัว เมล็ดพันธุ์ (Seed) เมล็ดพืช (Grain) ผลไม้ ถั่วต่าง ๆ และ 2) การกักกันพืชหลังนำเข้า (Post Entry Quarantine) เพื่อป้องกันการระบาดของศัตรูพืชเข้ามาในประเทศ

(2) พระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2518 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็น พ.ร.บ. พันธุ์พืช ฉบับ 3 พ.ศ. 2550 บทบัญญัติเพื่อคุ้มครองให้เกษตรกรได้ใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพ สงวนพืชพันธุ์ดีไว้เพาะปลูกภายในประเทศ ส่งเสริมให้มีการคิดค้นพันธุ์ใหม่ และอนุรักษ์พืชป่าที่ใกล้

หรือกำลังจะสูญพันธุ์ บทบัญญัติไม่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการค้า ไม่มีผลบังคับต่อส่วนราชการและหน่วยงานที่รัฐจัดตั้ง ข้อกำหนดหลักความคุ้มครอง (กรมวิชาการเกษตร, สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร, 2562) ได้แก่

- 1) เมล็ดพันธุ์ควบคุม ได้แก่ การขออนุญาตเมล็ดพันธุ์ควบคุมที่เกี่ยวข้อง: ใบอนุญาตรวบรวมเพื่อการค้า ใบอนุญาตขาย ใบอนุญาตนำเข้าเพื่อการค้า ใบอนุญาตส่งออกเพื่อการค้า หน้าที่ผู้รับใบอนุญาตขายเมล็ดพันธุ์ควบคุม จัดทำป้ายสถานที่ขายเมล็ดพันธุ์ควบคุม ทำฉลากที่ภาชนะบรรจุเมล็ดพันธุ์ควบคุม ระบุรายละเอียดพันธุ์ ชนิด
- 2) พืชสงวน การห้ามส่งออกพืชสงวน เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากรัฐมนตรี และเพื่อการวิจัยเท่านั้น ประกอบด้วย 11 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ส้มโอ องุ่น ลำไย ลิ้นจี่ มะขาม มะพร้าว กวาวเครือทองเครือ สละ และสับปะรด
- 3) พืชต้องห้าม ตาม พ.ร.บ. พันธุ์พืช ที่ห้ามนำเข้ามาในราชอาณาจักร โดยรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศพืชต้องห้ามได้ แต่ปัจจุบันยังไม่เคยมีการประกาศกำหนดพืชต้องห้าม

(3) พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527

พ.ร.บ. อ้อยและน้ำตาลทราย ตราขึ้นเพื่อกำกับดูแลระบบอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย ตั้งแต่การบริหารจัดการในไร่อ้อย การผลิตในโรงงานน้ำตาลและการส่งออก ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างชาวไร่อ้อยและโรงงานน้ำตาล การส่งออกและนำเข้าน้ำตาล ต้องเป็นผู้ได้รับอนุญาตเท่านั้น มีผลต่อ 1) ชาวไร่อ้อย - จดทะเบียน ปลุกตามปริมาณกำหนด และรายงานปริมาณอ้อย 2) โรงงาน - เตรียมโรงงานเพื่อการผลิตที่ได้มาตรฐานตามชนิด ปริมาณ คุณภาพที่กำหนด รายงานการเคลื่อนไหวของน้ำตาลทุกเดือน ส่งเงินเข้ากองทุนอ้อยและน้ำตาล (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2562)

(4) พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542

พ.ร.บ. คุ้มครองพันธุ์พืช ตราขึ้นเพื่อคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ พันธุ์พืชเฉพาะถิ่น พันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไปและพันธุ์พืชป่า การคุ้มครองสิทธิ์ของผู้ทรงสิทธิ์ในพันธุ์พืช การคุ้มครองพันธุ์พืชใหม่ การคุ้มครองพันธุ์พืชพื้นเมืองเฉพาะถิ่น และการคุ้มครองพันธุ์พืชพื้นเมืองทั่วไปและพันธุ์พืชป่า (กรมวิชาการเกษตร, 2563ข)

10.1.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า ที่สำคัญและส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจการค้าทั้งภายในประเทศ และการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติกำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ พ.ศ. 2499 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็น พ.ร.บ. กำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคมและมูลนิธิ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2551 ครอบคลุมความผิดของห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด กรณีใช้ดวงตรา ป้ายชื่อ จดหมาย ใบแจ้งความหรือเอกสารอื่น ๆ ความผิดอื่น ๆ กรณีการจัดการหุ้น การรักษาทะเบียนผู้ถือหุ้น การไม่จดทะเบียน การเรียกประชุม การจัดทำบัญชี งบดุล การไม่มีผู้สอบบัญชีตรวจสอบงบดุล การจ่ายเงินปันผล การยอมรับผลประโยชน์เป็นพิเศษของผู้ถือหุ้น และความผิดต่าง ๆ จากการแสวงผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรมของผู้บริหาร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564ก)

(2) พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็น พ.ร.บ. ทะเบียนพาณิชย์ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2549 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์มีหน้าที่กำกับดูแลการรับจดทะเบียนพาณิชย์ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นสำนักงานทะเบียนพาณิชย์ เพื่อรับจดทะเบียนพาณิชย์ในท้องที่ของตน ดำเนินกิจการด้านต่าง ๆ คือ 1) การซื้อ

การขาย การขายทอดตลาด การแลกเปลี่ยน 2) การให้เช่า การเช่าซื้อ 3) การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการค้าต่าง ๆ 4) การขนส่ง 5) การหัตถกรรม การอุตสาหกรรม 6) การรับจ้างทำของ 7) การให้กู้ยืมเงิน 8) การคลังสินค้า 9) การรับแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายเงินตราต่างประเทศ การรับประกัน และ 10) กิจการอื่น ๆ ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาต่อเงื่อนไขจดทะเบียนพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564ข)

(3) พระราชบัญญัติการส่งออกป้อนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็น พ.ร.บ. การส่งออกป้อนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2558 เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สาธารณประโยชน์ การสาธารณสุข ความมั่นคงของประเทศกำหนดห้ามส่งออกหรือนำเข้าสินค้าใด ต้องขออนุญาตส่งออกหรือนำเข้าสินค้าใด ระบุประเภท ชนิด คุณภาพ มาตรฐาน จำนวน ปริมาณ ขนาด น้ำหนัก ราคา ชื่อที่ใช้ในทางการค้า ตรา เครื่องหมายการค้า ถิ่นกำเนิด ตลอดจนประเทศที่ส่งไปหรือส่งมาซึ่งสินค้านี้ (กรมศุลกากร, 2563) จำแนกเป็น

- 1) มาตรการนำเข้าสินค้าเกษตร โดย (1) สินค้าชำระค่าธรรมเนียมพิเศษนำเข้า อาทิ ปลาป่นโปรตีนมากกว่าร้อยละ 60 ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กากถั่วเหลือง (2) สินค้าขออนุญาตนำเข้า อาทิ ปลาพู่หน้า ครีบเลี้ยงและผลิตภัณฑ์ ปลาป่นโปรตีนต่ำกว่าร้อยละ 60 ปอแก้ว ปอกระเจา และกระสอบป่าน และ (3) สินค้าเกษตร 13 รายการตามข้อตกลง WTO พิษสงวน: ห้ามส่งออกพิษสงวน เว้นแต่ได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากรัฐมนตรี และเพื่อการวิจัยเท่านั้น ประกอบด้วย 11 ชนิดที่ระบุข้างต้น
- 2) มาตรการส่งออกสินค้าเกษตร โดย (1) สินค้าขออนุญาตส่งออก เช่น ข้าว เมล็ดปอ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กาแฟและผลิตภัณฑ์ กากถั่ว น้ำตาลทราย ไม้และไม้แปรรูป สัตว์ป่าและซากสัตว์ กุ้งกุลาดำมีชีวิต สัตว์น้ำใกล้สูญพันธุ์ เป็นต้น และ (2) สินค้าที่มีหนังสือรับรองหรือการขึ้นทะเบียน อาทิ ผักผลไม้ 12 ชนิด ผลิตภัณฑ์พืชน้ำบรรจุภาชนะอัดลม สับปะรดบรรจุกระป๋อง เป็นต้น

(4) พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543

พ.ร.บ. นี้เกี่ยวข้องกับผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี (ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชน นิติบุคคล) และผู้ทำบัญชี มีหน้าที่และความรับผิดชอบที่ช่วยทำให้การจัดทำบัญชีของธุรกิจถูกต้อง ส่งผลให้ข้อมูลในงบการเงินเชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ การยื่นแสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน หรือการเปลี่ยนแปลงสถานะทางการเงิน ตามมาตรฐานการบัญชี และสามารถตรวจสอบจากสารวัตรใหญ่บัญชี โดยอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

(5) พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560

พ.ร.บ. นี้เกี่ยวข้องกับมาตรการป้องกันการผูกขาด การกีดกันการแข่งขันทางการค้า รวมถึงส่วนการกำหนดราคาสินค้าและบริการ การควบคุมพฤติกรรมผูกขาดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีอำนาจตลาดสูงที่มักจะมีเครือข่ายสัมพันธ์ทางการเมืองเพื่อผลประโยชน์ การจำกัดการแข่งขันการผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการ ครอบคลุมการนำเข้าที่จำกัดปริมาณต่ำกว่าเหตุอันควร เพื่อคุ้มครองประโยชน์ผู้บริโภคและคุ้มครองผู้ประกอบการอิสระรายย่อยที่เป็นการป้องกันอิทธิพลเหนือตลาดของกิจการรายใหญ่ โดยมีกรมการบัญชีต้องคุ้มครองบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะคือ สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้าที่เป็นองค์กรอิสระ (สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า, 2563)

10.1.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจการค้าทั้งภายในประเทศ และการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็น พ.ร.บ. แรงงานสัมพันธ์ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2544 มีหลักเกณฑ์ให้สถานประกอบกิจการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ยี่สิบคนขึ้นไป ต้องจัดทำข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้างงานเป็นลายลักษณ์อักษรระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ครอบคลุม 1) เงื่อนไขการจ้าง 2) กำหนดวันและเวลาทำงาน 3) ค่าจ้าง 4) สวัสดิการ 5) การเลิกจ้าง และ 6) การยื่นเรื่องราวร้องทุกข์ของลูกจ้าง โดยเปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายเรียกร้องแก้ไขเพิ่มเติมข้อตกลงได้ด้วยการยื่นข้อเรียกร้อง และการระงับข้อพิพาทแรงงาน (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562)

(2) พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบัน เป็น พ.ร.บ. คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 เพื่อให้การใช้แรงงานเป็นธรรม ให้ความคุ้มครองแก่แรงงานบางประเภทเป็นพิเศษ การให้สิทธิลูกจ้างที่เป็นเยาวชนมีสิทธิลาเพื่อการศึกษาและฝึกอบรม การคุ้มครองแรงงานผู้หญิงตั้งครรภ์ การจ่ายเงินทดแทนการขาดรายได้ของลูกจ้าง กรณีนายจ้างหยุดกิจการ การตั้งกองทุนเพื่อสงเคราะห์ลูกจ้าง เพื่อบุคคลที่ระบุไว้จะได้รับผลประโยชน์จากกองทุนกรณีลูกจ้างเสียชีวิต ตลอดจนการปรับอัตราโทษให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ มีการเน้นสิทธิและเสรีภาพของบุคคลเพื่อยกระดับการคุ้มครองลูกจ้างให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ มีความมั่นคงในการทำงานและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จะเป็นประโยชน์แก่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562, 2562)

10.1.4 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหาร

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหาร ตามนิยามขององค์การมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (CODEX) และความปลอดภัยของอาหาร หมายถึงอาหารนั้นต้องปลอดจากสารพิษและไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค อาหารเป็นอันตราย (Hazards) ส่งผลต่อความปลอดภัยของผู้บริโภค 3 ประเภท คือ 1) อันตรายทางกายภาพ จากวัตถุปนเปื้อน เช่น เศษโลหะ เศษแก้ว เป็นต้น 2) อันตรายทางเคมี จากสารเคมีที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น สารพิษตกค้างจากสารกำจัดศัตรูพืชในผักและผลไม้ ยาปฏิชีวนะตกค้างในเนื้อสัตว์ การใช้สารเคมีเจือปนในอาหารที่ไม่ถูกต้อง รวมทั้งสารในอาหารที่ทำให้เกิดอาการแพ้ เช่น แพ้อาหารทะเล ถั่วลิสง เป็นต้น และ 3) อันตรายทางชีวภาพ ที่เป็นอันตรายจากสิ่งมีชีวิต ได้แก่ เชื้อจุลินทรีย์ ปรสิตร และไวรัส เช่น จุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคอาหารเป็นพิษ ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยต่อระบบทางเดินอาหารและระบบต่าง ๆ ในร่างกาย โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหารสำคัญ ๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจการค้าทั้งภายในประเทศ และการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

ปัจจุบันมี พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายหลัก โดยจะมีกฎกระทรวงออกตามความใน พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (update ถึง 425) โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2564 ได้มีประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับล่าสุดที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เป็นฉบับที่ 425 พ.ศ. 2564 เรื่อง เมล็ด กัญชง น้ำมันจากเมล็ดกัญชง โปรตีนจากเมล็ดกัญชง และผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนประกอบของเมล็ดกัญชง น้ำมันจากเมล็ดกัญชงหรือโปรตีนจากเมล็ดกัญชง

พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522 เกี่ยวข้องกับอาหารทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ อาหารกำหนดคุณภาพมาตรฐาน อาหารต้องมีฉลาก อาหารทั่วไปที่จำหน่ายต่อผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการผลิตในประเทศหรือการนำเข้าจากต่างประเทศ จะต้องเป็นอาหารที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ปลอดจากอันตรายทางกายภาพ อันตรายทางเคมีและอันตรายทางชีวภาพ ต้องไม่มีการลวงหรือพยายามลวงผู้ซื้อให้เข้าใจผิดเรื่องคุณภาพ ปริมาณ หรือประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงฉลาก หรือการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2564) จำแนกเป็น

- กลุ่ม 1 อาหารควบคุมเฉพาะ (อาหารทารกและอาหารสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก/อาหารเครื่องดื่มในภาชนะบรรจุปิดสนิท ฯลฯ)
- กลุ่ม 2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน (เครื่องดื่มเกลือแร่/น้ำมันถั่วลิสง/เนย/กาแฟ ฯลฯ)
- กลุ่ม 3 อาหารที่ต้องมีฉลาก (อาหารมีวัตถุประสงคพิเศษ/แป้งข้าวกล้อง/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อ/อาหารสำเร็จรูป)
- กลุ่ม 4 อาหารทั่วไป

สำหรับการขออนุญาตผลิตอาหาร ต้องดำเนินการใน 3 ส่วนหลัก คือ 1) การขออนุญาตสถานที่ผลิตอาหาร ดำเนินการได้ที่หน่วยงานท้องถิ่น กรมโรงงานอุตสาหกรรมหรือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 2) การขออนุญาตผลิตภัณฑ์อาหาร ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และ 3) การขออนุญาตโฆษณาอาหาร ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ดังรายละเอียดในภาพที่ 10.1



ภาพที่ 10.1 การขออนุญาตผลิตอาหาร

จาก เอกสารประกอบบรรยายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

10.1.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำหน้าที่กำกับดูแลมาตรฐานสินค้าเกษตรไปใช้ในการผลิต การส่งออกและการนำเข้าสินค้าเกษตร การขอรับใบอนุญาตสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อรัฐสามารถควบคุมคุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ประสานงานและเจรจาแก้ปัญหา ด้านเทคนิคสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช โดย มกอช. เป็นศูนย์ประสานงานกับองค์กรกำหนดมาตรฐาน

ระหว่างประเทศ (CODEX/IPPC/OIE) และร่วมกำหนดมาตรฐานระหว่างประเทศและมาตรฐานภูมิภาค และเป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศด้านมาตรฐาน โดยกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจการค้าทั้งภายในประเทศและการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบันเป็น พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าเกษตร ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2561 กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรทั้งหมดทั่วไปและบังคับ การออกใบอนุญาตผู้ผลิต ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า สินค้าเกษตรตามมาตรฐานบังคับ กรรมวิธีหรือกระบวนการจัดการผลิตหรือคุณลักษณะของสินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและความปลอดภัยทางเคมี ชีวภาพ กายภาพ ความปลอดภัยด้านสุขอนามัยพืชหรือสุขอนามัย กำหนดเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสำหรับสินค้าเกษตร การรับรองและออกใบอนุญาตหน่วยรับรอง (Conformity Assessment Bodies: CB) เอกชนที่ให้การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร โดยสินค้าเกษตรและผู้ที่เกี่ยวข้องตาม พ.ร.บ.มาตรฐานสินค้าเกษตรในธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศตั้งแต่ผู้ผลิตต้นน้ำ ผู้ผลิตกลางน้ำ ผู้ผลิตท้ายน้ำ ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2564) ดังภาพที่ 10.2



ภาพที่ 10.2 ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศต่อ พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าเกษตร

จาก เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”, โดย อริศรา ร่มเย็น, 2566, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

10.1.6 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากร

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากรสำคัญ ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการค้าทั้งภายในประเทศ และการค้าระหว่างประเทศสำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่

(1) พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ปัจจุบันเป็น พ.ร.บ. ศุลกากร ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 ตามประมวลระเบียบปฏิบัติศุลกากร พ.ศ. 2560 มี 9 หมวด เกี่ยวข้องกับ (1) บททั่วไปตามกฎหมายศุลกากร (2) การเก็บอากร (3) การนำของเข้าและการส่งของออก (4) การผ่านแดน การถ่ายลำและของตกค้าง (5) คลังสินค้าทัณฑ์บน โรงพักสินค้าที่มั่นคง และท่าเรือรับอนุญาต (6) เขตปลอดอากร เขตประกอบการเสรี การส่งเสริมการลงทุน และการชดเชยค่าภาษีอากร สินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร (7) พนักงานศุลกากร (8) อำนาจทางศุลกากรในพื้นที่เฉพาะ และ (9) ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการศุลกากรตามกฎหมายว่าด้วยพิกัดอัตราศุลกากร และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวกับการศุลกากรอื่น ๆ (กรมศุลกากร, 2560)

(2) พระราชบัญญัติชดเชยค่าภาษีอากรส่งออกสินค้าที่ผลิตในราชอาณาจักร พ.ศ. 2524

บทบัญญัติเกี่ยวกับเงินที่จะจ่ายชดเชยค่าภาษีอากรซึ่งมีอยู่ในต้นทุนการผลิตสินค้าส่งออกให้แก่ผู้มีสิทธิ์ได้รับเงินชดเชยในรูปของบัตรภาษี ประกาศคณะกรรมการพิจารณาชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักรที่ 1/2535 ประกาศสินค้าส่งออกที่ไม่ได้รับเงินชดเชย การยื่นชดเชยค่าขอรับเงินชดเชยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2561)

(3) กฎกระทรวงฉบับที่ 144 (2547) เกี่ยวกับอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

ตาม พ.ร.บ. ศุลกากรมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการนำเข้า การส่งออก และการเก็บของในคลังสินค้า ได้ออกกฎกระทรวงกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามรายละเอียดคือ

- ใบแนบ ศ.1 อัตราค่าธรรมเนียมการเก็บรักษาของในที่เก็บรักษาหรือในคลังสินค้าของศุลกากร
- ใบแนบ ศ.2 อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับพนักงานไปประจำการในเรือ ซึ่งทำการขนถ่ายสินค้าขึ้นหรือบรรทุกสินค้าลงเกินกว่าสี่สัปดาห์
- ใบแนบ ศ.3 อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับพนักงานไปประจำการก่อนหรือหลังเวลาราชการหรือในวันหยุดราชการ
- ใบแนบ ศ.4 อัตราค่าเดินทางและค่าธรรมเนียมประจำวันสำหรับพนักงานประจำการนอกเขตที่ทำการศุลกากรหรือที่ทำการพิเศษ
- ใบแนบ ศ.5 อัตราค่าธรรมเนียมเอกสาร
- ใบแนบ ศ.7 อัตราค่าธรรมเนียมใบปล่อย

10.2 จริยธรรมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

การใช้หลักจริยธรรม (Ethics) ในการบริหารและการประกอบดำเนินธุรกิจ การทำการค้าระหว่างประเทศมีความหมายต่อไปนี้

จริยธรรมทางธุรกิจ หมายถึง กฎเกณฑ์ที่เป็นข้อปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ องค์ประกอบของจริยธรรมที่สำคัญที่กำกับพฤติกรรมของผู้ที่อยู่ในแวดวงธุรกิจที่นิยมอ้างถึงเป็นประจำ อาทิ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเป็นธรรม ความเชื่อถือได้ ความไว้วางใจได้ การรักษาคำพูด เป็นต้น ค่านิยมเชิงจริยธรรมเหล่านี้เกี่ยวพันกับกิจกรรมและกระบวนการในทุกวงการธุรกิจ (จินตนา บุญบังการ, 2555) เป้าหมายในการทำธุรกิจไม่ใช่เพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่ต้องเป็นการแสวงหากำไรอย่างยั่งยืน ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีจริยธรรมทางธุรกิจ องค์การธุรกิจในยุคใหม่ต้องบริหารงานโดยคำนึงถึงจริยธรรม รับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รับผิดชอบต่อพนักงานด้วยการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม และรับผิดชอบต่อสังคมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังต้องดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใสพร้อมตรวจสอบได้ (हरररररर ररररर, 2559) จริยธรรมเข้าไปเกี่ยวข้องกับ

กับการดำเนินงานทุกด้านขององค์กร การทำงานภายใต้ระบบทุนนิยมและกระแสเศรษฐกิจใหม่ถ้าไม่คำนึงถึงเรื่องจริยธรรม จะสร้างผลกระทบในทางลบได้อย่างรุนแรงและกว้างขวาง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางสังคมของธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ได้แก่ ผู้จัดหาวัตถุดิบ คู่ค้า ลูกค้า พนักงาน ชุมชน สิ่งแวดล้อม ผู้ลงทุน รัฐบาล เป็นต้น

10.2.1 ประเด็นจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

ประเด็นจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ (เค.ดับบลิว. เมท์ทล เวิร์ค, 2561) ได้แก่

- **ความรับผิดชอบต่อลูกค้า** โดยส่งมอบสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการ ในราคาที่เป็นธรรม การให้คำแนะนำที่เกี่ยวกับวิธีใช้สินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์สูงสุดให้แก่ลูกค้า การติดต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ มีประสิทธิภาพ และเป็นที่วางใจของลูกค้า การจัดให้มีระบบและกระบวนการที่ลูกค้าร้องเรียน รวมทั้งความรวดเร็วในการตอบสนอง หรือส่งมอบสินค้าและบริการ

- **ความรับผิดชอบต่อคู่ค้า** โดยไม่รับหรือจ่ายผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับคู่ค้า กรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขต้องแจ้งล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไข การปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัด การไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริต รวมทั้งให้ความร่วมมือในการแข่งขันปฏิบัติตามกรอบกติกาของการแข่งขันที่ดี

- **ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม** ดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม การให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งกระบวนการผลิต ไม่ให้เกิดมลภาวะ การจัดให้มีระบบการจัดการกับของเสียหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ การให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายในชุมชนเพื่อการสร้างสรรค์สังคม รวมทั้งกระจายความรู้ รายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยเปิดโอกาสในการร่วมงานกับบริษัท

- **ความขัดแย้งทางผลประโยชน์** การหลีกเลี่ยงการทำรายการที่เกี่ยวข้องส่วนตัวที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับธุรกิจ การไม่ใช้โอกาสข้อมูลที่ได้จากการเป็นกรรมการหรือพนักงานในการหาประโยชน์ส่วนตัว รวมทั้งการไม่ใช้ข้อมูลภายในเพื่อประโยชน์ของตน หรือให้ข้อมูลภายในแก่บุคคลอื่นเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

- **ข้อปฏิบัติในการจ้างงาน** การให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม การคุ้มครองแรงงาน เวลาทำงานปกติ งานที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้าง ได้แก่ งานที่ต้องทำใต้ดิน ในอุโมงค์ หรือในที่อับอากาศ มาตรฐานความปลอดภัยที่กำหนดและต้องจัดให้มีการป้องกันที่ตัวบุคคล รวมทั้งสิทธิลาป่วย การฝึกอบรมหรือพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อประโยชน์ต่อแรงงานและสวัสดิการสังคม

- **สิทธิมนุษยชน** มนุษย์ทุกคนเกิดมามีอิสระเสรี ทั้งศักดิ์ศรีและสิทธิ์เท่าเทียมกัน ทุกคนควรได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน บุคคลมีสิทธิ์เลือกทำงานได้ ได้รับความคุ้มครองทั้งภาวะมีงานทำและว่างงาน รวมทั้งผู้ทำงานมีสิทธิ์ในรายได้ที่ยุติธรรมและเอื้อประโยชน์สำหรับตนเองและครอบครัวให้การดำรงชีวิตมีค่าควรแก่ศักดิ์ศรีของมนุษย์ มีสิทธิ์เข้าร่วมสหภาพแรงงาน เพื่อคุ้มครองประโยชน์ตนเอง

10.2.2 บรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการ

การส่งเสริมให้องค์กรมีบรรษัทภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตนเองและสังคมได้อย่างยั่งยืน โดยต้องมีการวางโครงสร้างและระบบการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการกำกับดูแล การติดตาม และการประเมินผล เพื่อให้ทุกฝ่ายมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันด้วยความยุติธรรม คือ การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกันตามหลักพื้นฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี 5 ประการ (ซิลปะพร ศรีจันเพชร, 2555) ได้แก่

- ความยุติธรรม คือ การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมกัน

- ความโปร่งใส คือ ความชัดเจนไม่คลุมเครือที่ธุรกิจเปิดเผยได้ ไม่ว่าจะป็นข้อมูลทางบวกหรือทางลบ
- ความซื่อสัตย์ คือ การแสดงถึงคุณธรรมที่สอดคล้องกับจริยธรรมที่ธุรกิจกำหนดไว้และปฏิบัติจริง
- ความรับผิดชอบ คือ หน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามบทบาทที่ถูกกำหนดไว้
- ภาระรับผิดชอบ คือ ความรับผิดชอบต่อการกระทำและการตัดสินใจใด ๆ ที่อธิบายและชี้แจงได้

10.3 กรณีศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ

กรณีศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ หลายธุรกิจที่ดำเนินกิจการที่ถูกกฎหมาย แต่ผิดจรรยาบรรณ (ยูทอ วรฉัตรชวา, 2559)

- **กรณีที่ 1:** บริษัทผลิตอาหารสำเร็จรูปจำหน่ายทั้งภายในประเทศและส่งออก ต่อมาทางหน่วยงานราชการตรวจสอบมาตรฐานการผลิต พบว่าวัตถุดิบชนิดหนึ่งที่ใช้ผลิตอาหารสำเร็จรูปมีสารที่เสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งเมื่อบริโภคเข้าไป แต่สารประเภทนี้เมื่อถูกความร้อนจะตรวจพบไม่ได้ และยังส่งผลเสียเมื่อบริโภคทางการจึงสั่งห้ามใช้วัตถุดิบประเภทนี้ผลิตอาหาร บริษัทผู้ผลิตต้องใช้วัตถุดิบอื่นแทน ทำให้ต้นทุนสูง กำไรลด บริษัทจึงใช้กลยุทธ์เปลี่ยนสัดส่วนการขายโดยส่งออกมากขึ้น เพราะประเทศที่นำเข้ายังไม่มีความหมายห้ามใช้วัตถุดิบประเภทนี้นอกจากนี้ กระบวนการผลิตอาหารต้องใช้ความร้อนทำให้ตรวจพบสารประเภทนี้ในอาหารทำได้ยาก ผู้บริโภคในประเทศที่นำเข้าเมื่อบริโภคแล้ว จะเกิดผลอย่างไรนั้นทางบริษัทผลิตอาหารไม่สนใจ มุ่งเน้นการทำกำไรเท่านั้น กรณีนี้ไม่ผิดกฎหมายแต่ผิดศีลธรรมจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ

- **กรณีที่ 2:** เป็นกรณีที่เกิดขึ้นบ่อยทั้งในบริษัทจดทะเบียนและไม่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ คือ กรณีที่ผู้ถือหุ้นใหญ่แต่งตั้งตนเองและญาติพี่น้องเป็นทั้งกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัท เวลาที่บริษัทมีกำไรดี ก็ใช้อำนาจอนุมัติโบนัสสัดส่วนสูงเพื่อแบ่งปันในคณะผู้บริหารระดับสูงไม่กี่คน เช่น อาจมากถึง ร้อยละ 30 ของกำไรก่อนภาษี ทั้ง ๆ ที่บริษัทอื่นในระดับที่ใกล้เคียงกันใช้งบประมาณสำหรับโบนัสเพียง ร้อยละ 10 - 15 กำไรที่เหลือนำไปจัดสรรปันผลแก่ผู้ถือหุ้น กรณีนี้ ผู้ถือหุ้นอื่น ๆ จะได้รับส่วนแบ่งน้อยกว่าที่ควรจะได้ ถือว่าเป็นการเอาเปรียบผู้ถือหุ้นอื่น สิ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นใหญ่ทำได้เช่นนี้ก็เพราะใช้เสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติงบประมาณโบนัสในขั้นแรกๆ และใช้เสียงส่วนใหญ่ในคณะกรรมการอนุมัติโบนัสให้ตนเองและญาติพี่น้องในขั้นต่อไป โดยบุคคลอื่นไม่มีสิทธิมีเสียงมากพอจะไปขัดทานได้ กรณีนี้จึงเป็นการดำเนินธุรกิจแบบถูกกฎหมายแต่ขาดความเป็นธรรมกับผู้ถือหุ้นอื่น ๆ

- **สารคดี The True Cost (2015)** กล่าวถึงภาพสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของธุรกิจ Fast Fashion เป็นสารคดีที่บอกเล่าเรื่องเกี่ยวกับผลกระทบของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าที่มีต่อผู้บริโภค ผู้ผลิต และผลกระทบต่อโลกหลายทศวรรษที่ผ่านมาราคาสีเสื้อในในตลาดลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ต้นทุนทางมนุษย์และสิ่งแวดล้อมกลับเพิ่มขึ้นตลอดเช่นกัน สารคดีสะท้อนให้เห็นถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า อาทิ แรงงานในโรงงานที่ประเทศบังกลาเทศได้รับค่าแรงขั้นต่ำ ขาดการจัดสวัสดิภาพในการทำงาน สำหรับพื้นที่เกษตรในการปลูกฝ้ายเพื่อเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า จึงต้องปลูกฝ้ายเชิงอุตสาหกรรม มีการใช้เคมีภัณฑ์เร่งผลผลิต ก่อให้เกิดการปนเปื้อนเคมีทางเกษตรมากมาย และฝ้ายยังเป็นพืชที่ต้องการปริมาณน้ำจืดเพื่อใช้ในการเพาะปลูกและการฟอกสีอย่างมหาศาลเมื่อเทียบกับเส้นใยพืชชนิดอื่น โรงงานอุตสาหกรรมสร้างมลภาวะ สร้างก๊าซเรือนกระจกเข้าสู่ชั้นบรรยากาศคิดเป็นสัดส่วนมากถึง 10% จากสัดส่วนก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดที่ถูกปล่อยในแต่ละปี อีกหนึ่งปัญหาสำคัญที่ยิ่งใหญ่กว่าวัสดุที่ใช้ในการผลิตก็คือ ปริมาณสินค้าเสื้อผ้า แฟชั่นต่าง ๆ ที่ถูกผลิตจำนวนมากสาจนกลายเป็นปัญหาขยะของโลก ทั้งนี้ขยะแฟชั่นที่มีมากมายในปัจจุบันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่น

รูปแบบใหม่นั้น คือฟาสต์แฟชั่น (Fast Fashion) นั่นเอง (POP KAMPOL, 2561) เมื่อศึกษาให้ครอบคลุมทุกมิติ ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าที่เป็นฟาสต์แฟชั่น จะสะท้อนถึงการขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทั้งการค้า ความเป็นธรรมของแรงงาน ปัญหาสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อันจะนำมาซึ่งการสะสมปัญหาใหญ่ร่วมกันของ มนุษยชาติต่อไปในอนาคต

10.4 สรุปและทัศนเชิงวิชาการ

โดยสรุป กฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างมากที่ผู้ประกอบการเกษตรระหว่างประเทศต้องตระหนักและพึงปฏิบัติอย่างจริงจัง ซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืน สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ ได้แก่ กฎหมายเกี่ยวกับการเกษตร กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจการค้า กฎหมายเกี่ยวกับแรงงาน กฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร กฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร และกฎหมายเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร สำหรับจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจให้ครบทุกมิติ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการเกษตรระหว่างประเทศต้องศึกษากฎหมายและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเพิ่มเติมตามสถานการณ์ปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับทัศนเชิงวิชาการ การปรับปรุงกฎหมายให้รองรับมาตรฐานสากลอย่างรอบด้านเป็นประเด็นสำคัญ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยอาหาร มาตรฐานสินค้า และพิธีการศุลกากร ควรมีการปรับปรุงให้ทันต่อข้อกำหนดระหว่างประเทศ และรองรับการใช้ระบบดิจิทัล เช่น e - Customs, Blockchain, Traceability หรือ การส่งเสริมการบังคับใช้กฎหมายแรงงานและสิ่งแวดล้อมให้ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้สินค้าเกษตรไทย ผ่านด่าน NTBs จากต่างประเทศ การส่งเสริมจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเป็นระบบสำหรับหน่วยงานรัฐฯ ที่เกี่ยวข้อง โดยอาจจะพัฒนา “จรรยาบรรณธุรกิจการเกษตรระหว่างประเทศ” (International Agricultural Business Code of Conduct) เพื่อใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการทุกระดับ สนับสนุนการฝึกอบรมเชิงจริยธรรมเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน แรงงาน การปกป้องข้อมูลลูกค้า การไม่ให้สินบน และการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศมีความสำคัญอย่างยิ่งในโลกการค้าทุกวันนี้ เนื่องจากระบบเศรษฐกิจโลก เปลี่ยนแปลงไปสู่การค้าเสรีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและสิทธิมนุษยชนมากขึ้น โลกกำลังให้ความสำคัญกับการค้าอย่างมีจริยธรรม (Ethical Trade) มากขึ้น เช่น กฎหมาย Due Diligence ของ สหภาพยุโรป ที่จะตรวจสอบห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร หากธุรกิจไทยไม่ปรับตัวตั้งแต่วันนี้อาจเผชิญกับข้อจำกัดในการส่งออกในอนาคต จริยธรรมไม่ใช่เพียงแนวคิดด้านคุณธรรม แต่กลายเป็น ข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่จำเป็นต่อการอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจเกษตรในระดับนานาชาติอย่างเข้มข้น

แบบฝึกหัดท้ายบท

1. อธิบายกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ พร้อมทั้งสรุปพอสังเขปเกี่ยวกับกฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้อง (เพิ่มเติม: พิจารณากฎหมายทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศที่ส่งผลต่อการค้าสินค้าเกษตร เช่น กฎหมายส่งเสริมการลงทุน กฎหมายสุขอนามัยพืช กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ และข้อตกลงต่าง ๆ ภายใต้ WTO)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. อธิบายจริยธรรมทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศควรปฏิบัติ พร้อมยกตัวอย่างธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ 1 ธุรกิจเพื่อประกอบการอธิบาย (เพิ่มเติม: พิจารณาประเด็น เช่น การเคารพสิทธิของแรงงาน การปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อม และการคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

แหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

- United Nations Global Compact (ข้อมูลเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจที่ส่งเสริมความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อในระดับโลก) เว็บไซต์: <https://www.unglobalcompact.org>

- World Trade Organization - International Trade Law (ข้อมูลเกี่ยวกับข้อตกลงการเกษตรและกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการค้าเกษตร) เว็บไซต์: <https://www.wto.org>

- กรมวิชาการเกษตร (Department of Agriculture) (ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกสินค้าเกษตรและมาตรฐานต่าง ๆ) เว็บไซต์: <https://www.doa.go.th>

- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง) เว็บไซต์: <https://www.acfs.go.th>

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา

- กรมการค้าต่างประเทศ. (2565). ลักษณะของมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (SPS). กระทรวงพาณิชย์. <https://www.dft.go.th/th-th/บริการจากกรม/บริการข้อมูล-Information/คู่มือประชาชน/แสดงรายละเอียด-คู่มือประชาชน/ArticleId/13748/13748>.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2567). แผนการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTAFTA) ในปี 2567-2568. <https://km.fti.or.th/wp-content/uploads/2024/03/20%B9%81%E0%B8-2567-2568.pdf>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543. https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=1078
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564ก). พระราชบัญญัติกำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ พ.ศ. 2499 (รวมล่าสุด). https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=970
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564ข). พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 (รวมล่าสุด). https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=125
- กรมวิชาการเกษตร, สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร. (2562). พระราชบัญญัติพันธุ์พืช พ.ศ. 2507 และที่แก้ไขเพิ่มเติม. <https://www.doa.go.th/ard/wp-content/uploads/2020/05/PP01Th2550.pdf>
- กรมวิชาการเกษตร. (2563ก). พระราชบัญญัติกักพืช พ.ศ. 2507 และที่แก้ไขเพิ่มเติม. https://www.doa.go.th/?page_id=24342
- กรมวิชาการเกษตร. (2563ข). พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542. <https://www.doa.go.th/th/wp-content/uploads/2020/11/%พระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ. 2542.pdf>
- กรมศุลกากร. (2560). พระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2560. https://www.customs.go.th/data_files/ceb80cc6dd718c73b5a44daf60a1efe3.PDF
- กรมศุลกากร. (2563). พระราชบัญญัติการส่งออกภายนอกและการนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2558. https://www.customs.go.th/data_files/fdb642b0182258e770beb0f4d2d9bb37.PDF
- กรมศุลกากร. (2566). การลงทะเบียนเป็นผู้นำเข้า-ส่งออกกับกรมศุลกากร. https://www.customs.go.th/content_strc_simple.php?ini_menu=menu_business_160421_01_160421_01&ini_content=business_160426_01_160426_01&lang=th&left_menu=menu_business_160421_01_160421_01
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2567). รายงานสถานการณ์การค้ามนุษย์ TIP Report 2024. <https://www.mfa.go.th/th/content/5d5bd26715e39c306002967d?cate=5d5bcb4e15e39c306000683d&utm>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2564). พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551. https://www.moac.go.th/law_agri-preview-422791791821

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2562). พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ. 2527. <http://www.law.industry.go.th/laws/detail/32684>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). กระทรวงเกษตรฯ ดันส่งออก ทูเรียน-มังคุด ผลไม้ไทยสู่ตลาดจีน ยกกระดับสินค้าเกษตร. <https://www.bangkokbiznews.com/news/news-update/1123273>
- กองควบคุมมาตรฐาน, สำนักงานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2564). คู่มือสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรตามมาตรฐานบังคับ. <http://e-book.acfs.go.th/backend/uploads/Download/cb153a4ef05d660e771c7848c9a43ed0.pdf>
- กองควบคุมมาตรฐาน, สำนักงานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2567). คู่มือสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรตามมาตรฐานบังคับ. <http://e-book.acfs.go.th/backend/uploads/Download/cb153a4ef05d660e771c7848c9a43ed0.pdf>
- กองบรรณาธิการสำนักพิมพ์ปัญญาชน. (2560). คู่มือการทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออก แบบมืออาชีพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). เอ็ดดูเคชั่น.
- ข่าวหุ้นธุรกิจ. (2563). *PTTEP and THCOM join hands to establish "ATI Technologies" and Advance to Tech Biz*. <https://www.kaohoon.com/news/international/376546>
- เค.ดับบลิว. เมทัลเวิร์ค. (2561). จรรยาบรรณทางธุรกิจ. <http://www.kw-metalwork.com/codeofconduct/>
- จารุพัฒน์ พานิชยิง. (2562). วิธีการชำระเงินในการค้าระหว่างประเทศ. ฝ่ายรับประกันการส่งออก ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. <https://www.exim.go.th/getattachment/358aa8a6-c827-4a89-b8a7-d8f1da119bc3>
- จินตนา บุญบังการ. (2555). จริยธรรมทางธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 15 ฉบับปรับปรุง). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2556). ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบรับ AEC *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 1(8), 1 - 12.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2558). การจัดการความรู้ในทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์. *วารสารมหาวิทยาลัยหอการค้า*, 35(2), 161 - 173.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2564). GULF ร่วมลงทุนกับบริษัท Cargill Inc ในธุรกิจเกษตร. https://www.thansettakij.com/money_market/486589
- เตชะ บุญชัย. (2551). เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการเกษตรระหว่างประเทศ หน่วยที่ 7 - 15. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2562). 20 อันดับสินค้าส่งออกไทยในตลาด AEC. <https://www.bangkokbanksme.com/en/export-thai-aec>
- ธนาคารกรุงเทพ. (2567). ความคืบหน้าในการเจรจามาตรการ SPS ระหว่างประเทศคู่ค้า. <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1158332%E2%80%8B>
- นงคินุช บุญกล้า. (2560). ห่วงโซ่อุปทานมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 742-754.
- นันทสารี สุขโต. (2555). *การตลาดระดับโลก*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2566). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC คืออะไร?* <http://www.kalasin-pao.go.th/aec/index.html>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). *จับตาคิวบรวม “CP-เทสโก้” 7-11/เฟรชมาร์ท/โลตัส แบรินด์เดิม.* <https://www.prachachat.net/economy/news-601935>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2566). *ข้าวหอมทุ่งกุลาฯ สินค้า GI รุกตลาดยุโรปรายแรกของไทย.* <https://www.prachachat.net/economy/news-1334353>
- ปลาณีฟาร์ม. (2567). *บริษัท ปลาณีฟาร์ม จำกัด บริษัทในเครือของบริษัท เซาท์เทอร์น ซีฟูด โปรดักส์ จำกัด.* <https://planeatseafood.com/planeatfarm>
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562, ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 136 ตอนที่ 43ก (2562) http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/A/043/T_0021.PDF
- ไพฑูรย์ วิบูลชุตติกุล. (2555). *การค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎี นโยบาย และการวิจัยเชิงประจักษ์.* สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, วิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม. (2560). *การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน.* เอ-พรีนท์ แอนด์ แท็ค.
- มาลีกรุ๊ป. (2566). *กลุ่มธุรกิจผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้แช่แข็งที่และพาสเจอร์ไรส์ภายใต้ตราสินค้า “มาลี”.* <https://www.malee.co.th/th/about-us>
- มูลนิธิสถาบันพลังงานทางเลือกแห่งประเทศไทย. (2563). *“กอล์ฟ” ตั้ง GULF1 เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจโซลาร์ตอบโจทย์พลังงานสะอาดและลดต้นทุนด้านพลังงานของลูกค้า.* <https://aeitfthai.org/featured-news/13024.html>
- ยุท วรรณธราขาว. (2559). *ถูกกฎหมาย แต่ผิดจรรยาบรรณ. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.* <https://www.dir.co.th/en/news/general-news/item/111>
- เยาวเรศ ทับพันธุ์. (2557). *เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ: ทฤษฎีและนโยบาย.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฤทัยชนก จริงจิตร. (2559). *กลยุทธ์การเลือกวิธีเข้าสู่ตลาด (Entry Modes) ของสินค้าเกษตรไทยสู่ AEC.* <http://www.tpsoc.moc.go.th/th/node/403>
- ศินีย์ สังข์ศรี. (2548). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศินีย์ สังข์ศรี. (2549). *ธุรกิจระหว่างประเทศและเอกสารการค้า.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิลปะพร ศรีจันเพียร. (2555). *หลักสำคัญของการกำกับดูแลกิจการ วารสารบริหารธุรกิจ.* 35(133), 1-4.
- ศุภวัชร เมฆบุรณ์ และสุรัส ตั้งไพฑูรย์. (2546). *การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ 1. สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์.*
- ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจ Startup. (2564). *HOTDOT CURRY จากความรักสู่นวัตกรรมเครื่องแกง.* <https://www.smethailandclub.com/startups-3670-id.html>
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2553). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร. สถาบัน.*
- สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า. (2563). *พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560* https://otcc.or.th/view/1/Trade_Competition_Act_BE_2560_2017/TH-TH

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2564). พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ปรับปรุงถึง 425). https://www.fda.moph.go.th/sites/food/law1/food_law.pdf
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2567). สินค้าส่งออกรายการสำคัญของประเทศไทย. <https://tradereport.moc.go.th/th/stat/reportcomcode>
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร. (2564). เกษตรยุคใหม่ ผันตัวสู่ธุรกิจเต็มรูปแบบ. https://www.arda.or.th/knowledge_detail.php?id=24
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2558). คู่มือการแสดงเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร ภายใต้พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.2558. <http://certify.dld.go.th/certify/images/service/6101/6.pdf>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2564). กฎระเบียบ/ข้อบังคับ พ.ร.บ. มาตรฐานสินค้าเกษตร. <https://www.acfs.go.th/#/attachfile-multi2/standard-act>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2567ก). คู่มือการแสดงเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร ภายใต้พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ.2551. <https://warning.acfs.go.th/th/articles-and-research/view/?page=94>
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2567ข). สรุปมาตรการ SPS/TBT. <https://spsthailand.acfs.go.th/th/main>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). พระราชบัญญัติจัดหางานและคุ้มครองคนหางาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2544. <https://dl.parliament.go.th/handle/lirt/16331>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2567). สถิติการเกษตรไทย ปี 2566. สำนักงาน.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2561). พระราชบัญญัติขีดเขยค่าภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร พ.ศ. ๒๕๒๔. <http://103.6.165.76/accept/assets/law/1%20%e0%0>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). รายงานฉบับสมบูรณ์ ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตร. https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20191022060242.pdf
- เสริมสุข. (2565). ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มคุณภาพสูง. <http://www.sermsukplc.com/th/about/page/our-product>
- หรรษมน เพ็งหมาน. (2559). จริยธรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), 815 – 828.
- องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ. (2560). แผนปฏิบัติการสากลในการจัดการทำการประมงที่ผิดกฎหมาย ขาดการรายงาน และไร้การควบคุม. https://www.moac.go.th/law_agri-files-401091791792?utm_source=chatgpt.com
- อภิรดี ชิมประทีป. (2563). เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศและการประยุกต์ใช้: โลกทศวรรษ 2020. สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อริศรา รัมเย็น. (2566). เอกสารประกอบรายวิชา “877 - 317 การจัดการธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ”. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและธุรกิจเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เอกลักษณ์ คนยืน. (2562). เอกสารการส่งออก. <https://slideplayer.in.th /slide/15346002/>

- BrandBuffet. (2564). ซี. พี. เวียดนาม เปิดคอมเพล็กซ์ผลิตไก่ครบวงจร ใหญ่และทันสมัยที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. <https://www.brandbuffet.in.th/2021/01/cpv-food-binh-huoc/>
- Bureau of Economic Analysis. (2024). *New foreign direct investment in the United States, 2024*. <https://www.bea.gov/news/2021/new-foreign-direct-investment>.
- CARGILL. (2021). *คาร์กิลล์มุ่งมั่นที่จะช่วยให้โลกเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน*. <https://www.cargill.co.th/>
- DataforThai. (2565). *ข้อมูลผู้ประกอบการ: บริษัท รอยัล ฟาร์ม กรู๊ป จำกัด*. <https://www.dataforthai.com/company/0115562010576/>
- Dunning, J.H. (2001). The eclectic (OLI) paradigm of international production: Past, present and future. *International Journal of the Economics of Business*, 8(2), 173–190.
- Feenstra, R. & Taylor, A.M. (2021). *International trade*. (5th ed.). Macmillan Learning.
- FINNOMENA. (2564). *FinTech คืออะไร? ความเปลี่ยนแปลงกับระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการเงินโลก*. <https://www.finnomena.com/fundtalk/what-is-fintech/>
- Food and Agriculture Organization. (2016). *Food security, developing countries and multilateral trade rules: The state of agricultural commodity markets 2015 – 2016*.
- Food and Agriculture Organization. (2017). *Trade policy briefs: Non-tariff measures in agriculture trade*. <https://www.fao.org/3/i8002e/i8002e.pdf>
- Food and Agriculture Organization. (2023a). *The state of agricultural commodity markets: Agricultural markets and sustainable development, global value chains, smallholder farmers and digital innovations*. <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1309575/>
- Food and Agriculture Organization. (2023b). *Trade policy briefs: Non - tariff measures in agriculture trade*. <https://www.fao.org/3/i8002e/i8002e.pdf>
- Food and Agriculture Organization. (2024). *Trends in global trade of agricultural and food products*. <https://www.fao.org/documents/trade2024>.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2024). *The state of agricultural commodity markets: Agricultural markets and sustainable development, global value chains, smallholder farmers and digital innovations*. <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1309575>
- Goodmaterial. (2564). *Segmentation targeting positioning คือ ทุกเรื่องควรรู้เกี่ยวกับ STP Marketing*. <https://www.goodmaterial.co/segmentation-targeting-positioning/>
- Heckscher, E. F., & Ohlin, B. (1933). *Interregional and international trade*. Harvard University Press.
- KINGCROSS Logistics. (2566). *ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามพรมแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านทางบก CLMVT Transport linkages*. <https://kingcrosslogistics.com/>
- Krugman, P. R. (1980). Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade. *The American Economic Review*, 70(5), 950–959.

- March Logistics. (2565). *INCOTERMS 2020: ข้อกำหนดการส่งมอบสินค้าระหว่างประเทศแบบเข้าใจง่าย* ๆ. <http://www.march.co.th/ultimate-guide-to-incoterms/>
- Nguyen, T. H., & Bui, A. T. (2021). Trade openness and economic growth: Evidence from six ASEAN countries. *Journal of Asian Economics*, 75, 101345. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2021.101345>
- PeerPower Team. (2563). *Ansoff's matrix เครื่องมือช่วยขยายธุรกิจ SME: การขยายธุรกิจด้วยการตลาดหรือกลุ่มลูกค้าใหม่*. <https://www.peerpower.co.th/blog/smes/ansoffs-matrix/>
- Poopanee, W. (2018). *Global market entry strategies*. [Lecture slide] Slideshare. Mahasarakham Business School, Mahasarakham University. <https://www.slideshare.net/kingkongzaa/5-gm-market-entry>.
- POP KAMPOL. (2561). *เบื้องหลังความสวยหรูของแฟชั่น คืออุตสาหกรรมสกปรกที่กำลังทำลายล้างโลก*. <https://www.gqthailand.com/style/article/the-true-cost-of-fashion>.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Simon & Schuster.
- Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. John Murray.
- Romyen, A. Liu, J., & Sriboonchitta, S. (2019). Export – output growth nexus using threshold VAR and VEC models: Empirical evidence from Thailand. *Economics*, 7(2), 60, 1 - 17. <https://doi.org/10.3390/economies7020060>
- Romyen, A. Liu, J., Sriboonchitta, S., Cherdchom, P., & Prommee, P. (2019). Assessing regional economic performance in the Southern Thailand special economic zone using a Vine - COPAR Model. *Economics*, 7(2), 30, 1 - 10.
- Romyen, A. Nunti, C., & Neranon, P. (2023). Trade efficiency under FTA for Thailand's agricultural exports: copula-based gravity stochastic frontier model. *Journal of Economic Structures*, 12(9), 1 - 17.
- Romyen, A., Liu, J., & Sriboonchitta, S. (2018). Impact of trade liberalization on economic growth in ASEAN: Copula-based seemingly unrelated regression model. In V. Huynh, M. Inuiuchi, D.H. Tran, & T. Denoeux (Eds.), *Integrated Uncertainty in Knowledge Modelling and Decision Making*, (pp. 349-360). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-75429-1_29
- Slidetodoc. (2020). *The agreement on technical barriers to trade: The TBT agreement*. <https://slidetodoc.com/the-agreement-on-technical-barriers-to-trade-the-2>
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. (E. Cannan, Ed.). Liberty Fund.
- TECHSAUCE. (2564). *Starbucks ไทยเปลี่ยนมือให้บริษัทที่ Thaibev ถือหุ้นดูแล*. <https://www.techsauce.co/news/starbucks-licenses-thai-operations-to-charoen-backed-venture>

- ThaiSMEsCenter. (2564). *เรสเทอรองตส์ ดีเวลลอปเม้นท์ ขาดทุนบักโกรก! เล็งขายสิทธิแฟรนไชส์ KFC.* <http://www.thaismescenter.com/เรสเทอรองตส์-ดีเวลลอปเม้นท์-ขาดทุนบักโกรก-เล็งขายสิทธิแฟรนไชส์-kfc>
- The Institute for Research in Economic and Fiscal Issues. (2014). *Fiscal competition and economic freedom: Activist trade policies: More risks than benefits.* <https://en.irefeurope.org/publications/online-articles/article/activist-trade-policies-more-risks-than-benefits/>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2021). *Key statistics and trends in trade policy 2019.* United Nations Publications.
- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207. <https://doi.org/10.2307/1880689>
- World Bank. (2024). *World development indicators.* <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>.

ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้ สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระยา

ก	
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน	171, 173
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร.....	171
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของ	
อาหาร.....	171, 174
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า.....	171, 172
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพิธีการศุลกากร ..	171, 176
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตร	
และอาหาร.....	171
กลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย	
ทางการตลาด.....	54, 57
การเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร	
สู่การค้าระหว่างประเทศ.....	75
การเลือกตลาดเป้าหมายระหว่าง	
ประเทศ	44, 53, 54, 57
การแบ่งงานกันทำ	4, 5, 22, 123, 141
การค้าระหว่างประเทศ....	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 12,
17, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 35, 36,	
37, 38, 39, 40, 41, 45, 48, 53, 54, 75, 77, 79,	
82, 93, 94, 99, 100, 117, 118, 119, 122, 123,	
124, 128, 133, 134, 137, 138, 141, 143, 167,	
168, 171, 173, 174, 176, 177	
การค้าสินค้าเกษตรและอาหารใน	
ตลาดโลก	75, 86
การจัดเตรียมเอกสารการส่งออก	75, 86
การจัดการด้านโลจิสติกส์.....	61, 70, 72
การจัดการด้านการเงิน	61, 67, 68, 72, 76
การจัดการด้านการตลาด.....	61, 72
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์.....	61, 72
การจัดการด้านสารสนเทศทางธุรกิจ.....	61, 69
การผลิตที่เพิ่มศักยภาพ.....	23
การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ.....	3, 119, 121, 138,
167	
การวางแผนการผลิต.....	62, 63, 69, 72

ข	
เขตการค้าเสรี	119, 121, 123
ข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ	82, 143
ขั้นตอนการตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจเกษตร	
ระหว่างประเทศ.....	45, 46
ขั้นตอนการส่งออก - นำเข้าระหว่างประเทศ....	75,
77, 93	
ค	
คณะกรรมการอาหารโครงการมาตรฐานอาหาร.....	145,
146	
ความเชื่อมโยงเศรษฐกิจในประเทศไทย	
กับเศรษฐกิจโลก.....	1
ความแตกต่างของทรัพยากร.....	4, 35
ความชำนาญของแรงงาน.....	4
ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ.....	3
ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิต....	33, 40
เครื่องมือ PESTEL Analysis	53
ง	
งานวิจัยเชิงประจักษ์สำหรับการค้า	
ระหว่างประเทศ.....	117
จ	
จริยธรรมเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเกษตร	
ระหว่างประเทศ.....	171
ด	
เดวิด ริคาร์โด.....	21, 22, 30
ดุลยภาพดั้งเดิม.....	26
ด	
ต้นทุนค่าเสียโอกาส ...	22, 23, 24, 25, 26, 28, 30,
35, 36	
ท	
ทฤษฎีเฮคเซอร์-โอห์ลีน.....	33
ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ.....	21, 122
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด.....	21, 30

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ... 1, 21, 22, 26, 30
ทฤษฎีสัดส่วนปัจจัยการผลิต..... 31, 41
ธ
ธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ . 1, 2, 3, 4, 7, 9, 17, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 53, 56, 57, 61, 62, 63, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 77, 78, 79, 81, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 97, 98, 99, 103, 112, 114, 120, 122, 138, 145, 146, 147, 148, 149, 151, 152, 153, 156, 157, 158, 159, 16, 161, 162, 163, 165, 167, 171, 175, 176, 178, 179, 180
น
แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก..... 46, 47
แนวคิดการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ 33, 40, 41
แนวคิดยุคคคลาสสิก..... 21
บ
แบบแผนการค้าระหว่างประเทศ 28, 29, 30
แบบจำลองเฮคเซอร์ - โอล์ลิน..... 33
แบบจำลองห่วงโซ่แห่งคุณค่า..... 51, 52
ผ
ผลได้ต่อขนาดคงที่..... 23, 34
ผลตอบแทนปัจจัยแรงงาน..... 21, 28
ม
มาตรการเทคนิคทางด้านการค้า..... 130
มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี..... 52, 71, 117, 118, 126, 129
มาตรการภาษีศุลกากร..... 71, 117, 126
มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช..... 4, 128, 129, 130, 131
มาตรฐานกลุ่มผู้ค้าเอกชนที่สำคัญในต่างประเทศ..... 152, 153
มาตรฐานสากลภายใต้ความตกลง 138, 145, 146, 167

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร
ระหว่างประเทศ..... 152
มาตรฐานสินค้าเกษตรสำหรับประเทศไทย..... 148
ร
ระบบธุรกิจเกษตรระหว่างประเทศ..... 3, 61, 62
ราคาเปรียบเทียบ..... 26, 28, 29, 30, 35, 36, 37, 38, 39
ราคาคุณภาพในตลาดโลก 39
ราคาเดียน โมเดล 22, 23, 26, 28, 29
ล
โลกาภิวัตน์..... 1, 6, 8, 17, 46, 48, 57, 61
ว
วิธีการเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ 97, 98, 113, 114
วิวัฒนาการการค้าโลก 6
ส
เส้นคุ้มกันเป็นไปได้ในการผลิต 23
เส้นความพอใจเท่ากัน..... 26, 27, 28, 37
เส้นอุปสงค์เปรียบเทียบแรงงานต่อทุน 34, 41
สภาพแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศ..... 50
สภาพแวดล้อมภายใน..... 50, 51, 57
สภาพแวดล้อมภายนอก 50, 52, 57
สวัสดิการทางเศรษฐกิจ 21, 22, 37, 38, 41
สินค้าเข้า..... 2, 3, 126
สินค้าออก..... 2, 3, 5, 6, 76, 77, 87, 88
ห
โหมดการค้าเป็นฐาน..... 98, 113, 114
โหมดการทำสัญญาเป็นฐาน..... 98, 102, 103, 113, 114
อ
องค์การการค้าโลก..... 20, 32, 43, 117, 141
อดัม สมิท..... 21, 30, 31
อุปสงค์การนำเข้า - อุปทานการส่งออก..... 33, 39
เอกสารการชำระเงิน..... 89, 94
เอกสารทางการค้า..... 77, 86, 93, 94

A	
Absolute Advantage Theory	21
Adam Smith.....	7, 21, 32, 43, 141
Autarky Equilibrium.....	26, 35
C	
Classical Theory.....	21
CODEX Alimentarius Commission	4, 145, 146
Commercial Documents.....	77, 86
Comparative Advantage Theory	1, 21, 22
Constant Return to Scale.....	23, 34
Contract - based Entry Mode.....	102
D	
David Ricardo	1, 7, 21, 22, 32, 43, 141
Division of Labor.....	5
E	
Economic Integration	119
Economic Welfare.....	21, 37
Export Documents	77, 86
External Environment.....	50, 52
F	
Factor Endowment	4, 5, 33
Financial Documents.....	77, 89
Foreign Import Demand Curve	39
Free Trade Area: FTA.....	119
Full Employment.....	23
Full Potential	23
G	
General Agreement on Tariffs and Trade	117
Global Mega Trends.....	46
Globalization	6
H	
Home Export Supply Curve.....	38

I	
Indifference Curve.....	26
Internal Environment	50
International Commercial Terms.....	82
Investment Entry Mode.....	106
M	
Modern Theory.....	33
N	
Non-Tariff Measures: NTMs.....	117
O	
Opportunity Cost.....	22
P	
Pattern of Production	26
Pattern of Trade	28, 37
Production Possibility Curve.....	26
R	
Relative Demand Curve for Labor to Capital.....	34
Relative Price.....	26, 29
Ricardian Model.....	22
S	
Sanitary and Phytosanitary Measures.....	4, 128, 129, 145
Specialization	5, 22
T	
Tariff Measures: TMs.....	117
Technical Barriers to Trade: TBT.....	130
The ANSOFF'S MATRIX.....	64, 65
Trade - based Entry Mode	98
Transport Documents	87
V	
Value Chain Model.....	51
W	
World Trade Organization	7, 117, 141
WTO - SPS Agreement.....	138, 145, 146, 147, 167

ทรัพยากรเล่มนี้ ได้มอบให้ศูนย์บรรณสารและการเรียนรู้
สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยพะเยา
เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ

ห้ามผู้ใดทำซ้ำ คัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลง ปลอมแปลง จัดเผยแพร่
จำหน่าย ให้เช่า เข้าครอบครอง เรียกถึงข้อมูล บันทึก ส่งผ่าน
หรือกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ของเล่ม โดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย
หรือโดยไม่ได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการจากเจ้าของผลงาน

เศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ: สู่การดำเนินธุรกิจเกษตรในตลาดโลก

International Trade Economics:
Towards Agricultural Business Operations
in the Global Market

