บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

สาธารณรัฐประชาชนจีน (People's Republic of China (PRC)) เป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจ จนได้รับสมญานามว่า “มังกรแห่งเอเชีย” จีนมีพื้นที่ขนาดใหญ่ถึง 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร เป็นอันดับ 4 ของโลก โดยรองลงมาจาก รัสเซีย แคนนาดา และสหรัฐอเมริกา มีเส้นพรมแดนทางบกยาวกว่า 20,000 กิโลเมตร ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของทวีปเอเชีย มีพรมแดนติดต่อกับประเทศต่างๆ โดยรอบ 15 ประเทศ คือ เกาหลีเหนือ รัสเซีย มองโกเลีย คาซัคสถาน เคอร์กิซสถาน ทาจิกิสถาน อัฟกานิสถาน ปากีสถาน อินเดีย เนปาล สิกขิม ภูฐาน พม่า ลาว และเวียดนาม ขณะที่ทิศตะวันออกและทิศใต้จดทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้ จากการที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ทำให้จีนมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่หลากหลาย และจีนมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยใน ปี พ.ศ. 2548 มีประชากรทั้งสิ้น 1,306,313,812 คน มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูง อันเนื่องมาจากชนชาติต่างๆมาอยู่รวมกันถึง 56 ชนชาติ และในปี พ.ศ. 2521 จีนได้เปิดประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจของจีนมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องภายใต้นโยบายการปฏิรูป โดยรัฐบาลจีนมีเป้าหมายเน้นผลผลิตทางการเกษตรให้พอเพียงสำหรับการบริโภคภายในประเทศ ในขณะเดียวกันก็จะเน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีระดับสูง และการเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกหรือ WTO (World Trade Organization) ของจีนในปี พ.ศ. 2544 ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น โดยที่จีนได้ตั้งเป้าหมายว่า เมื่อถึงปี พ.ศ. 2548 การค้าต่างประเทศจะมีมูลค่า 6 แสนล้านเหรียญสหรัฐ โดยจีนยังเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้า จากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวทำให้จีนเป็นตลาดทางการค้า และการลงทุนที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตทางด้านการค้าระหว่างประเทศมาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่ารวมในการส่งออกสินค้าสูงถึง 4,436,676.4 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 14.50 ในขณะที่มูลค่ารวมในการส่งออกในปี พ.ศ. 2544 มีมูลค่ารวมเพียง 2,884,703.90 ล้านบาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 4.21 เท่านั้น และประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกสินค้าสำคัญของไทย จัดเป็นลำดับที่ 3 โดยมีมูลค่ารวมในการส่งออกสินค้าของไทยไปจีน ในปี พ.ศ. 2548 คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 368,004.70 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัว คิดเป็นร้อยละ 28.8 (ตารางที่ 1.1) มูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่ารวม 4,756,000.50 ล้านบาท อัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อย

ละ 25.12 ในขณะที่มูลค่ารวมในการนำเข้าสินค้า ปี พ.ศ. 2544 มีมูลค่ารวมเพียง 2,752,346.10 ล้านบาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 10.35 ประเทศจีนเป็นประเทศนำเข้าสินค้าของไทย จัดเป็นลำดับที่ 2 โดยมีมูลค่ารวมในการนำเข้าสินค้า ในปี พ.ศ. 2548 คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 448,991.20 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 36.20 (ตารางที่ 1.2) ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทย-จีน มีมาช้านานโดยมีการสถาปนาความสัมพันธ์ไทย-จีน เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ .2518 โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทยไปจีน ประกอบด้วย สินค้าเกษตรกรรม(กสิกรรม ปศุสัตว์ ประมง) สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร สินค้าอุตสาหกรรม สินค้าแร่และเชื่อเพลิง และ อื่นๆ (ธุรกรรมพิเศษ เช่น ของที่ออกไปกับตน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2548 สินค้าเกษตรกรรมเป็นรายการสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าส่งออกรวมสูงถึง 62,862.20 ล้านบาท (ตารางที่ 1.3) การค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน นับจากสถาปนาความสัมพันธ์ไทยเป็นฝ่ายเสียดุลการค้ามาโดยตลอด จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2546 มีการเปิดเขตการค้าเสรี ระหว่างไทย-จีน มีผลทำให้การเสียดุลการค้าของไทยต่อจีนลดลง จากปี พ.ศ. 2545 ที่มีอัตราการค้ารวม คิดเป็นมูลค่าเพียง 364,298,223,947 เสียดุลการค้าต่อจีน สูงถึง 59,114,893,657 บาท มีอัตราการขยายตัวของการค้ารวม คิดเป็นร้อยละ 24.65 แต่ในปี พ.ศ. 2546 มีอัตราการค้ารวม คิดเป็นมูลค่า 487,129,340,630 บาท ไทยเสียดุลการค้าต่อจีนลดลง เหลือเพียง 15,013,665,976 บาท มีอัตราการขยายตัวของการค้ารวม คิดเป็นร้อยละ 33.72 แต่ในปี พ.ศ. 2548 ไทยกลับมาเสียดุลการค้าต่อจีนเพิ่มสูงขึ้นเป็น 80,946,450,346 บาท ในขณะที่การค้ารวมเพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่า 817,035,925,684 บาท มีอัตราการขยายตัวการนำเข้าสินค้าจากจีนคิดเป็นร้อยละ 36.20 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการส่งออกไปจีน ที่มีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 28.80 (ตารางที่ 1.4)

ในปี พ.ศ. 2544 คณะผู้เชี่ยวชาญอาเซียน-จีน ด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (ASEAN-China Expert Group on Economic Cooperation: ASEAN-China EGEC) ได้มีข้อสรุปเสนอแนะให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ภายในระยะเวลา 10 ปี โดยมีการเสนอให้มีการเปิดเสรีในบางสาขาที่มีความพร้อมก่อน (Early Harvest) มีการลงนามร่างกรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2545 (กระทรวงพาณิชย์,2548) เนื่องจากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีแนวโน้มไปสู่การเปิดตลาดเสรีมากขึ้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อรองรับสถานการณ์ดังกล่าว โดยเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area: FTA) เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ.2546 ณ กรุงปักกิ่ง ไทยและจีนได้ร่วมตกลงกันในข้อบทของความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทย-จีน (Agreement between the Government of the Kingdom of Thailand and the Government of the People's Republic of China on Accelerated Tariff Elimination under the Early Harvest Programme of the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China) (ภาคผนวก ก) โดยมี

สาระสำคัญของข้อตกลงคือ ลดภาษีสินค้าผักและผลไม้เหลือ 0% ทันที ภายใน 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ภายใต้กรอบการตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน สินค้าที่จะลดภาษี ครอบคลุมสินค้าผักและผลไม้ทุกรายการ ในพิกัดศุลกากร HS07-HS08 (In the Early Harvest Programmed: EHP) รวมทั้งสิ้น 116 รายการ ตามพิกัดศุลกากร 6 หลัก (ตารางผนวกที่ ข1) และกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าใช้หลัก Wholly obtained โดยสินค้าต้องเป็นสินค้าที่เพาะปลูกและเก็บเกี่ยวในประเทศ (กระทรวงพาณิชย์, 2547) ผลจากการเจรจาจัดทำ FTA กับจีน ส่งผลให้สินค้ากลุ่มดังกล่าวระหว่างไทยและจีนขยายตัวในระดับสูง (กระทรวงพาณิชย์, 2547) โดยสินค้าในรายการผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง ณ ปี พ.ศ. 2548 จัดเป็นกลุ่มรายการสินค้าส่งออกของไทยไปจีนในลำดับที่ 15 มีมูลค่าในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากปี พ.ศ. 2543 มีมูลค่าการส่งออก 901.90 ล้านบาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 148.53 ในปี พ.ศ. 2546 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 2,822.10 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 89.85 และในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 4,016.00 ล้านบาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 3.64 (ตารางที่ 1.5) จากความตกลงเร่งรัดลดภาษาสินค้าผักและผลไม้ ทุกรายการในพิกัดศุลกากร HS07-HS08 ทำให้การส่งออกผัก (HS07)ไปยังประเทศจีน ในปี พ.ศ. 2546 มีมูลค่า 5,405,893,883 บาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 22.47 และการส่งออกผลไม้ (HS08) มีมูลค่า 2,823,869,423 บาท มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 89.97 ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับการส่งออกผัก (HS07) และผลไม้ (HS08) ไปจีนในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งมีการส่งออกผัก (HS07) คิดเป็นมูลค่าเพียง 4,413,961,958 บาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 3.37 และการส่งออกผลไม้ (HS08) คิดเป็นมูลค่า 1,486,470,031 บาท อัตราการขยายตัวร้อยละ 7.40 นอกจากนั้นแล้วไทยยังได้ดุลการค้าต่อจีนในการส่งออกผัก (HS07) และการส่งออกผลไม้ (HS08) เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ. 2548 ไทยได้เปรียบดุลการค้าในการส่งออกผัก (HS07) สูงถึง 9,951,591,107 บาท ในขณะเดียวกันไทยก็ยังได้เปรียบดุลการค้าในการส่งออกผลไม้ (HS08) คิดเป็นมูลค่า 1,078,886,339 บาท เมื่อเทียบกับอัตราการค้าผัก (HS07) และผลไม้ (HS08) ระหว่างไทย-จีน ในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งในขณะนั้นไทยเสียดุลการค้าผัก (HS07) คิดเป็นมูลค่า 39,049,207 บาทและไทยเสียดุลการค้าผลไม้ (HS08) เป็นมูลค่า 50,072,794 บาท จึงแสดงให้เห็นว่าการส่งออกผัก (HS07) และผลไม้ (HS08) มีอัตราการเจริญเติบโตทางการค้าสูงขึ้น (ตารางที่ 1.6) ชนิดของผลไม้ (HS08) ที่มีการส่งออกเพิ่มขึ้น 5 ลำดับแรกในปี พ.ศ. 2548 ได้แก่ HS0810900102ลำไย (สด) HS0810600000ทุเรียน (สด) HS0804500301มังคุด (สดหรือแห้ง) HS080300กล้วย HS0810900506ลิ้นจี่ (สด) โดยเฉพาะ HS0804500301มังคุด (สดหรือแห้ง) มีมูลค่าการส่งออก ในปี พ.ศ. 2547 จำนวนทั้งสิ้น 252,873,232 บาท อัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 1,514.85 นอกจากนั้นแล้วการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนยังมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 13,030,689 บาท 15,659,241บาท 252,873,232บาท และ356,412,758บาท ตามลำดับ ปีพ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2548 (ตารางที่ 1.7) รูปแบบ

การส่งออกมังคุดแบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบ HS0804500301มังคุด (สดหรือแห้ง) และ HS0811900400มังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) โดยที่ HS0811900400มังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) จะส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดหลัก มูลค่าการส่งออกรวม ระหว่างปี พ.ศ. 2543 ถึง พ.ศ. 2548 คิดเป็นมูลค่าสูงถึง 98,617,998 บาท ซึ่งมูลค่าการค้ารวมที่ไทยส่งออกมังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) ไปยังตลาดโลก คิดเป็นมูลค่าเพียง 140,803,629 บาท ซึ่งประเทศนำเข้ามังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) มีเพียง 22 ประเทศ ในระหว่างปี พ.ศ. 2543 ถึง พ.ศ. 2548 และไทยยังมีมูลค่าการส่งออกมังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) ไปยังตลาดญี่ปุ่นต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่มังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) จากไทยส่งออกไปยังจีน มีเฉพาะปี พ.ศ. 2543 มีมูลค่า 129,260 บาท และในปี พ.ศ. 2547 มูลค่า 152,244 บาท คิดเป็นมูลค่าส่งออกรวม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ถึง พ.ศ.2548 มีเพียง 281,504 บาทเท่านั้น (ตารางที่ 1.8) สำหรับรูปแบบการส่งออก HS0804500301มังคุด (สดหรือแห้ง) ไทยส่งออกไปยังประเทศฮ่องกงเป็นตลาดหลักมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ถึง พ.ศ. 2546 เมื่อประเทศไทยเปิดเขตการค้าเสรีต่อประเทศจีน วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 มีผลทำให้ไทยส่งออกมังคุด (สดหรือแห้ง)ไปยังตลาดฮ่องกงลดลง แต่มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดจีนเพิ่มมากขึ้น และในปี พ.ศ. 2547 อัตราการขยายตัวในตลาดฮ่องกงลดลงเหลือเพียงร้อยละ -62.80 ในขณะที่ตลาดจีนกลับมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1,514.85 โดยที่ไทยส่งออกมังคุด (สดหรือแห้ง) ไปยังตลาดโลก ในปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่าทั้งสิ้น 439,279,653 บาท ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกไปยังตลาดโลกร้อยละ 48.84 จึงถือได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จีนเป็นตลาดหลักของไทยในการส่งออกมังคุด (สดหรือแห้ง) (ตารางที่ 1.9)

จะเห็นได้ว่าการค้าระหว่างประเทศ มีบทบาทอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การจัดทำเขตการค้าเสรีจึงเป็นกลยุทธ์ที่เข้ามามีบทบาท และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำการค้า ประกอบกับการเปิดเขตการค้าเสรีระหว่างไทย-จีน เป็นการตกลงทำสัญญาเขตการค้าเสรีทวิภาคีเป็นประเทศแรกภายใต้กรอบการตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน จึงควรอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาผลกระทบต่างๆ ในหลายๆด้านที่มีผลมาจากการเปิดเขตการค้าเสรีดังกล่าว และในกลุ่มสินค้าผัก (HS07) และผลไม้ (HS08) ที่เป็นรายการสินค้าที่ลดอัตราภาษีในกรอบการค้าเสรีไทย-จีน มีผลทำให้ไทยเกินดุลต่อจีนในกลุ่มสินค้าดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 1.6) ดังนั้นการศึกษาส่วนแบ่งตลาด สภาพทั่วไปทางการตลาด ตลอดจนมาตรการทางด้านภาษีและมิใช่ภาษี ระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ก่อนและหลังการเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน จึงมีความสำคัญ เพื่อยังประโยชน์ต่อการดำเนินการเปิดเขตการค้าเสรีใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นในโอกาสต่อไป ทั้งนี้จะทำการศึกษา และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออก มังคุด (สดหรือแห้ง) ของไทยไปจีนเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากการส่งออก มังคุด(แช่เย็นจนแข็ง) ของไทยไปยังตลาดจีนนั้นมีมูลค่าน้อยมาก (ตารางที่ 1.8) นอกจากนั้นแล้วในปี พ.ศ. 2547 การส่งออก มังคุด (สดหรือแห้ง) ยังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในตลาดจีนอย่างชัดเจนหลังจากเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน (ตารางที่ 1.9)

และ มังคุด (สดหรือแห้ง) ยังเป็นสินค้าส่งออกไปยังตลาดจีนที่มีมูลค่าการส่งออกเป็น 3 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2548 (ตารางที่ 1.7) และมังคุดยังมีแนวโน้มการส่งออกไปยังจีนเพิ่มขึ้นในอนาคต (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ,2547)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาด มังคุด ตลอดจนมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไปของการผลิตและการตลาด มังคุดของไทย ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาการส่งออกของไทยไปยังจีน เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดจีนได้และเพิ่มศักยภาพในการส่งออกภายใต้การจัดทำเขตการค้าเสรี

2. ทำให้ทราบถึงลักษณะของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกถ้าต้องรักษาส่วนแบ่งตลาดให้คงที่ของการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเพื่อที่ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการรักษาส่วนแบ่งตลาด

3. เพื่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการส่งเสริม สนับสนุนการส่งออกมังคุด วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับรูปแบบการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านการค้า โดยมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางการค้ามาเป็นรูปแบบเสรี(Free Trade Area) ซึ่งการค้าแบบเสรีส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

ตารางที่ 1.1 ตลาดส่งออกสินค้าสำคัญของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2548

	รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)						อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
		2543	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
1	สหรัฐอเมริกา	591,675.70	584,497.00	579,071.60	565,094.90	622,724.80	683,096.50	-1.21	-.93	-2.41	-10.20	9.69
2	ญี่ปุ่น	406,442.20	439,830.20	427,023.40	471,956.30	541,762.70	605,582.30	8.21	-2.91	10.52	14.79	11.78
3	จีน	113,278.10	127,205.20	152.591.70	236,057.80	285,753.80	368,044.70	12.29	19.96	54.70	21.05	28.80
4	สิงคโปร์	241,870.20	233,070.90	238,241.20	243,108.20	282,008.70	300,542.00	-3.64	2.22	2.04	16.00	6.57
5	ฮ่องกง	139,780.60	146,392.20	158,165.00	179,136.50	198,286.70	246,910.70	4.73	8.04	13.26	10.69	24.52
6	มาเลเซีย	112,808.00	120,983.40	121,628.20	160,507.50	213,250.40	229,062.40	7.25	0.53	31.97	32.86	7.41
7	ออสเตรเลีย	65,089.00	60,369.50	70,420.30	89,717.40	99,095.70	127,376.20	-7.25	16.65	27.40	10.45	28.54
8	ไต้หวัน	96,112.30	85,130.20	84,598.40	107,192.40	104,557.00	108,540.80	-11.43	-0.62	26.71	-2.46	3.81
9	อินโดนีเซีย	53,769.60	60,529.40	72,056.30	94,204.00	129,227.80	159,571.90	12.57	19.04	30.74	37.18	23.48
10	สหราชอาณาจักร	95,060.90	103,414.00	102,635.20	107,108.90	121,792.80	112,350.10	8.79	-0.75	4.36	13.71	-7.75
11	อื่นๆ	852,178.20	923,281.90	917,510.20	1,071,546.3	1,276,363.30	1,495,598.80	8.34	-0.63	16.79	19.11	17.18
	มูลค่ารวม	2,768,064.80	2,884,703.90	2,923,941.40	3,325,630.10	3,874,823.80	4,436,676.40	4.21	1.36	13.74	16.51	14.50

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.2 ตลาดนำเข้าสินค้าสำคัญของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2548

	รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)						อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
		2543	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
1	ญี่ปุ่น	615,659.10	613,499.30	639,104.30	755,895.50	901,121.70	1,048,235.70	-0.35	4.17	18.27	19.21	16.33
2	จีน	135,699.90	165,060.20	211,706.60	251,071.50	329,661.60	448,991.20	21.64	28.26	18.59	31.30	36.20
3	สหรัฐอเมริกา	293,580.30	318,733.10	265,803.90	296,331.30	291,196.70	349,436.50	8.57	-16.61	11.48	-1.73	20.00
4	มาเลเซีย	134,616.70	136,691.00	156,369.80	187,802.30	223,478.90	325,477.10	1.54	14.40	20.10	19.00	45.64
5	สหรัฐอาหรับเอเรตส์	71,733.20	67,946.10	61,223.00	84,586.20	149,543.50	229,203.80	-5.28	-9.89	38.16	76.79	53.27
6	สิงคโปร์	137,050.00	126,624.10	124,682.80	153,327.40	167,368.20	216,521.70	-7.61	-1.53	8.54	23.68	29.37
7	ไต้หวัน	116,410.10	115,559.20	124,751.30	133,718.70	160,129.10	181,149.30	-0.73	7.95	7.19	19.75	13.13
8	เกาหลีใต้	87,170.80	94,242.80	108,459.20	120,642.80	144,305.30	155,824.50	8.11	15.08	11.23	19.61	7.98
9	อินโดนีเซีย	51,969.60	60,528.30	66,895.20	73,569.70	93,570.40	125,885.20	16.47	10.52	9.98	27.19	34.54
10	โอมาน	39,011.60	56,417.20	51,569.10	58,030.30	58,802.10	97,096.00	44.62	-8.59	12.53	1.33	65.12
11	อื่นๆ	811,321.6	997,044	964,275.1	1,041,800	1,281,993.4	1,578,179.6	22.89	-3.29	8.04	23.06	23.10
	มูลค่ารวม	2,494,133.10	2,752,346.10	2,774,840.20	3,138,776.00	3,801,171.00	4,756,000.50	10.35	0.82	13.12	21.10	25.12

ที่มา : กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.3 โครงสร้างสินค้าส่งออกของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ.2542 – พ.ศ.2548

รายการ	มูลค่ารวม (ล้านบาท)							อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1. สินค้าอุตสาหกรรม	44,640.10	70,582.40	81,039.70	100,632.70	158,669.10	195,969.80	265,923.50	58.11	14.82	24.18	57.67	23.51	35.70
2. สินค้าเกษตรกรรม (กสิกรรม,ปศุสัตว์ ,ประมง)	16,753.40	22,875.90	25,443.00	29,507.50	46,428.10	57,280.50	62,862.20	36.54	11.22	15.97	57.34	23.37	9.74
3. สินค้าแร่และชื้อเพลิง	5,775.00	17,501.90	14,040.80	17,890.50	26,045.00	27,039.50	33,437.40	203.06	-19.78	27.42	45.58	3.82	23.66
4. สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร	935.60	1,528.50	5,461.70	2,892.50	3,485.80	4,297.60	4,203.90	63.37	257.32	-47.04	20.51	23.29	-2.18
5. อื่นๆ (ธุรกรรมพิเศษ เช่น ของที่ออกไปกับตน)	2,465.70	789.40	1,219.90	1,668.40	1,429.70	1,166.40	1,617.70	-67.98	54.54	36.77	-14.31	-18.42	38.69
มูลค่ารวม	70,569.80	113,278.10	127,205.20	152,591.70	236,057.80	285,753.80	368,044.70	60.52	12.29	19.96	54.70	21.05	28.80

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.4 การค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2548

	มูลค่า (บาท)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
พ.ศ.	การค้ารวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	การค้ารวม	ส่งออก	นำเข้า
2543	248,977,937,182	113,278,082,961	135,699,854,221	-22,421,771,260	50.75	60.52	43.46
2544	292,265,382,211	127,205,174,737	165,060,207,474	-37,855,032,737	17.39	12.29	21.64
2545	364,298,223,947	152,591,665,145	211,706,558,802	-59,114,893,657	24.65	19.96	28.26
2546	487,129,340,630	236,057,837,327	251,071,503,303	-15,013,665,976	33.72	54.70	18.59
2547	615,415,428,339	285,753,825,107	329,661,603,232	-43,907,778,125	26.34	21.05	31.30
2548	817,035,925,684	368,044,737,669	448,991,188,015	-80,946,450,346	32.76	28.80	36.20

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.5 รายการกลุ่มสินค้าส่งออกของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่างปี พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2548

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)							อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2543	2544	2545	2546	2547	2548
1. เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ	13,008.60	17,301.20	22,483.80	25,342.30	47,459.30	61,010.20	98,243.40	33.00	29.96	12.71	87.28	28.55	61.03
2. ยางพารา	5,328.80	12,027.60	12,041.00	15,381.60	29,775.10	31,416.70	32,756.70	125.71	0.11	27.74	93.58	5.51	4.28
3. เม็ดพลาสติก	3,960.80	8,039.00	9,712.60	12,415.60	16,080.70	22,760.30	30,649.10	102.96	20.82	27.83	29.52	41.54	34.66
4. น้ำมันดิบ	-	2,478,70	1,285.50	6,170.30	14,592.50	11,042.10	22,004.70	-	-48.14	379.99	136.50	-24.33	99.28
5. เคมีภัณฑ์	3,807.50	3,954.90	4,591.20	8,611.50	12,967.30	14,557.60	20,936.40	3.87	16.09	87.57	50.58	12.26	43.82
6. แผนวงจรไฟฟ้า	1,129.00	6,268.30	6,235.50	6,145.10	8,473.60	9,086.20	16,731.00	455.21	-0.52	-1.45	37.89	7.23	84.14
7. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	1,521.30	1,235.30	5,496.80	5,894.90	7,057.70	11,321.70	15,343.60	-18.80	344.98	7.24	19.73	60.42	35.52
8. ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้	355.80	1,042.00	1,995.50	3,988.00	5,776.20	8,392.40	9,251.30	192.86	91.89	99.45	44.84	45.29	10.23
9. ข้าว	3,067.00	4,840.70	3,633.90	4,456.60	3,994.40	9,005.00	7,850.70	57.83	-24.93	22.64	-10.37	125.44	-12.82
10. ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	4,395.80	8,887.30	6,479.20	4,283.70	4,605.40	5,422.60	6,798.10	102.18	-27.10	-33.89	7.51	17.74	25.37
11. ผลิตภัณฑ์ยาง	842.00	2,672.70	2,569.40	4,062.40	1,719.90	3,429.40	5,114.00	217.42	-3.87	58.11	50.14	99.40	80.14

ตารางที่ 1.5 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)							อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2543	2544	2545	2546	2547	2548
12. หม้อแปลงไฟฟ้าและส่วนประกอบ	730.10	607.80	1,066.60	1,574.00	3,181.70	3,627.40	5,677.80	-16.75	75.49	47.57	102.14	14.01	56.53
13. เครื่องใช้ไฟฟ้าและส่วนประกอบอื่นๆ	1,148.70	3,396.60	1,694.60	1,526.90	1,770.60	4,604.70	5,565.80	195.69	-50.11	-9.90	62.72	160.06	20.87
14. มอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า	801.40	884.80	1,937.10	3,601.60	4,498.00	2,567.20	4,123.10	10.41	118.93	85.93	24.89	-42.93	60.61
15. ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้ง	362.90	901.90	1,382.70	1,486.50	2,822.10	2,524.90	4,016.00	148.53	53.31	7.51	89.85	89.85	3.64
16. ทองแดงและของที่ทำด้วยทองแดง	2,314.20	2,761.20	3,313.20	3,211.30	1,512.10	2,289.70	3,825.70	19.32	19.99	-3.08	94.66	51.43	67.08
17. น้ำมันสำเร็จรูป	1,259.3	5,754.30	5,708.70	6,873.90	5,176.80	7,495.30	3,303.40	356.94	-0.79	20.41	-24.69	44.79	-55.93
18. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	1,411.50	2,582.90	1,983.50	1,755.00	2,925.80	4,183.70	3,303.00	82.99	-23.21	-11.52	66.71	42.99	-21.05

ตารางที่ 1. 5 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)							อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)					
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2543	2544	2545	2546	2547	2548
19. วงจรพิมพ์	106.60	452.90	883.90	2,093.50	1,510.80	3,198.00	3,139.60	324.86	95.16	136.85	56.58	111.68	-1.83
20. เลนซ์	825.90	1,758.30	1,386.60	1,633.70	341.50	976.60	823.00	112.90	-21.14	17.82	43.07	185.97	-15.73
21. อื่นๆ	24,192.60	25,429.70	31,319.90	32,083.20	59,815.80	66,442.20	68,588.20	5.11	23.6	2.44	48.07	11.08	3.23
มูลค่ารวม	70,569.80	113,278.10	127,205.20	152,591.70	236,057.80	285,753.80	368,044.70	60.52	12.29	19.96	54.70	21.05	28.80

ที่มา : กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.6 มูลค่าการค้าผักและผลไม้ พิกัดศุลกากร HS07-HS08 ระหว่างไทย-จีน ในปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2548

รายการ		มูลค่า (บาท)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
		การค้ารวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	การค้ารวม	ส่งออก	นำเข้า
2543	HS07	384,383,631	172,667,212	211,716,419	-39,049,207	-	-	-
	HS08	1,853,867,436	901,897,321	951,970,115	-50,072,794	-	-	-
2544	HS07	4,519,834,937	4,270,083,544	249,751,393	4,020,332,151	1,075.87	2,373.01	17.97
	HS08	2,423,093,275	1,384,063,518	1,039,029,757	345,033,761	30.70	53.46	9.15
2545	HS07	4,802,789,160	4,413,961,958	388,827,202	4,025,134,756	6.26	3.37	55.69
	HS08	2,670,954,169	1,486,470,031	1,184,484,138	301,985,893	10.23	7.40	14.00
2546	HS07	6,246,216,781	5,405,893,883	840,322,898	4,565,570,985	30.05	22.47	116.12
	HS08	5,302,417,475	2,823,869,423	2,478,548,052	345,321,371	98.52	89.97	109.25
2547	HS07	10,042,516,937	8,599,993,630	1,442,523,307	7,157,470,323	60.78	59.06	71.66
	HS08	5,637,004,007	2,933,787,658	2,703,216,349	230,571,309	6.31	3.89	9.06
2548	HS07	13,895,796,755	11,923,693,931	1,972,102,824	9,951,591,107	23.36	36.90	8.66
	HS08	6,953,661,899	4,016,274,119	2,937,387,780	1,078,886,339	23.36	36.90	8.66

ที่มา : กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.7 การส่งออกผลไม้ (HS08) ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่าง พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

รายการ	HS CODE	มูลค่า (บาท)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
		2545	2546	2547	2548	2546	2547	2548
1.ลำไย(สด)	0810900102	99,284,847	225,986,425	803,964,791	1,051,149,060	127.60	255.79	30.75
2.ทุเรียน(สด)	0810600000	1,062,070	73,909,686	560,306,370	1,017,541,562	6,859.02	658.10	81.60
3.มังคุด(สดหรือแห้ง)	0804500301	13,030,689	15,659,241	252,873,232	356,412,758	20.17	1,514.85	40.95
4.ลิ้นจี่(สด)	0810900506	1,721,541	2,735,749	52,573,719	85,034,171	58.91	1,821.73	61.74
5.กล้วย	080300	24,785,980	30,002,774	68,979,978	91,147,205	21.05	129.91	32.14
-กล้วยหอมสด	0803000118	0	7,355	1,124,469	8,614	E	15,188.50	-99.23
-กล้วยไข่สด	0803000120	14,497,638	20,328,111	47,673,683	79,182,303	40.22	134.52	66.09
-กล้วยอื่นๆสด	0803000194	5,802	0	867,246	924,650	E	E	6.62
-กล้วยอบแห้ง	0803000206	10,282,540	9,667,308	19,314,580	11,031,638	-5.98	99.79	-42.88
6.สับปะรด	080430	35,334,341	39,674,019	12,715,171	277,406	12.28	-0.68	-97.82
-สับปะรด(สด)	0804300106	39,900	0	0	9,000	E	E	E
-สับปะรด(แห้ง)	0804300207	35,294,441	39,674,019	12,715,171	268,406	12.41	-67.95	-97.89
7.มะละกอ(สด)	0807200004	31,439,459	24,587,088	12,561,859	10,158,564	-21.80	-48.91	-19.13
8.ส้มโอ(สด)	0805900102	19,494,292	32,911,943	14,711,221	21,385,082	68.83	34.70	45.37
9.มะม่วง(สดหรือแห้ง)	0804500200	15,648	1,661,025	4,422,105	0	10,514.93	166.23	-100

ตารางที่ 1.7 (ต่อ)

รายการ	HS CODE	มูลค่า (บาท)				อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)		
		2545	2546	2547	2548	2546	2547	2548
10.เงาะ(สด)	0810900203	46,332	122,187	455,434	655,577	163.72	272.74	43.95
11.ส้มเขียวหวาน(สดหรือแห้ง)	0805200104	21	42,737	1,542	5,437,694	203,409.52	-96.39	352,539.04
12.อื่นๆ	-	1,260,254,811	2,376,594,549	1,150,222,236	1,377,075,040	81.58	-51.60	19.72
มูลค่ารวม	08	1,486,470,031	2,823,869,423	2,933,787,658	4,016,274,119	89.97	3.89	36.90

หมายเหตุ: E หมายถึง ไม่สามารถคำนวณหาค่าได้

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.8 การส่งออกมังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) ของประเทศไทยไปยังประเทศต่างๆในระหว่างปี พ.ศ.2543 - พ.ศ.2548

รายการ	มูลค่า (บาท)						มูลค่ารวม
	2543	2544	2545	2546	2547	2548	
ตลาดโลก	25,810,137	21,167,144	30,125,023	12,211,469	22,835,474	28,654,382	140,803,629
1. ญี่ปุ่น	21,516,782	12,657,244	23,468,707	8,499,362	16,235,416	16,240,487	98,617,998
2. เกาหลีใต้	1,264,853	3,388,895	4,611,605	2,268,459	4,733,484	6,805,925	23,073,221
3. สหรัฐอเมริกา	1,789,097	184,689	298,287	576,577	1,649,773	4,190,381	8,688,804
4. ฮ่องกง	296,567	4,863,684	1,690,858	830,030	0	0	7,681,139
5. เกาหลีเหนือ	164,894	0	0	0	0	1,417,589	1,582,483
6. ไต้หวัน	514,663	0	17,638	0	59,430	0	591,731
7. จีน	129,260	0	0	0	152,244	0	281,504
8. อิตาลี	76,290	50,649	0	0	0	0	126,939
9. นิวซีแลนด์	55,459	0	28,590	34,000	0	0	118,049
10. ลาว	0	9,408	0	0	1,947	0	11,355
11.อื่นๆ	2,272	12,575	9,338	3,041	3,180	0	30,406
มูลค่ารวม	25,810,137	21,167,144	30,125,023	12,211,469	22,835,474	28,654,382	-

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 1.9 การส่งออกมังคุด (สดหรือแห้ง) ของประเทศไทยไปยังประเทศต่างๆ ในระหว่างปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2548

รายการ	มูลค่า (บาท)						อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)				
	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2544	2545	2546	2547	2548
ตลาดโลก	257,667,852	408,354,349	349,515,695	295,144,119	439,279,653	705,165,431	58.48	-14.41	-15.56	48.84	60.53
1. จีน	20,091,886	22,765,230	13,030,689	15,659,241	252,873,232	356,412,758	13.31	-42.76	20.17	1,514.85	40.95
2. ฮ่องกง	119,299,808	194,945,952	188,176,585	156,889,223	58,368,034	100,977,641	63.41	-3.47	-16.63	-62.80	73.00
3. สหรัฐอเมริกา	188,934	456,021	404,212	1,980,633	33,178,416	57,427,889	141.37	-11.36	390.00	1.58	73.09
4. ญี่ปุ่น	15,708,679	11,810,282	4,125,425	59,662,338	46,410,281	47,978,662	-24.82	-65.07	1,346.21	-22.21	3.38
5. เวียดนาม	0	0	0	0	17,064	67,880,314	0	0	0	E	397,698.37
6. อินโดนีเซีย	0	41,237	567,196	1,687,902	12,453,287	28,798,786	E	1,275.45	197.59	637.80	131.25
7. ออสเตรเลีย	0	0	0	0	11,384,130	23,283,907	0	0	0	E	104.53
8. พม่า	0	0	0	0	11,171,230	12,171,593	0	0	0	E	8.95
9. เยอรมนี	13,230	421,660	149,444	144,039	2,071,828	2,028,322	3,087.15	-64.56	-3.62	1,338.38	-2.1
10. ลาว	1,252,020	476,425	228,000	315,786	4,660,890	1,319,500	-61.95	-52.14	38.50	47.85	-71.69
11.อื่น	101,113,295	177,437,542	142,834,144	58,804,957	6,691,261	6,886,059	75.48	-19.50	-58.83	-88.62	2.91

หมายเหตุ: E หมายถึง ไม่สามารถคำนวณหาค่าได้, 0 หมายถึง ไม่มีค่า หรือไม่มีมูลค่าการส่งออก

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ขอบเขตของการวิจัย

1. สินค้ามังคุดจำแนกตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ (Harmonized Commodity Description and Coding System: HS) ของกรมศุลกากร กระทรวงการคลัง คือ 0804500301 มังคุด (สดหรือแห้ง) ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาการส่งออกมังคุดรหัสนี้เท่านั้น

2. การศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดมังคุด ตลอดจนมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทย จะเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาในช่วง ปี พ.ศ. 2543-2548

3. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน ใน 2 ช่วง คือ ช่วงก่อนจัดทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน เป็นระยะเวลา 24 เดือน ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2544 - วันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2546 และ ช่วงหลังจัดทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน เป็นระยะเวลา 24 เดือน ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546- วันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2548 เนื่องจากไทยและจีนได้ร่วมตกลงกันในความตกลงเร่งรัดภาษีสินค้าผักและผลไม้ โดยมีสาระสำคัญของข้อตกลง ลดภาษีสินค้าผักและผลไม้เหลือร้อยละ 0 ทันที ภายในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2546

4. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาตลาดในประเทศจีนเฉพาะการบริโภคมังคุดขั้นสุดท้ายเท่านั้น

นิยามคำศัพท์

1. มังคุด คือ มังคุด (สดหรือแห้ง) หมายถึง มังคุดผลสดหรือมังคุดแห้งโดยธรรมชาติ ผ่านอุโมงค์การอบเพื่อขั้นตอนการทำความสะอาด

2. มังคุดแช่แข็ง คือ มังคุด (แช่เย็นจนแข็ง) ตามพิกัดศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ ที่ HS0811900400 หมายถึง มังคุดที่ผ่านขบวนการแช่แข็ง

3. มังคุดแปรรูป คือ มังคุดที่ผ่านการตัดแต่งเปลี่ยนแปลง แยกส่วนผลมังคุด ตามกรรมวิธีการแปรรูป เช่น อบ ตากแห้ง กวน ปรุงรส เป็นต้น ทั้งนี้มังคุดแปรรูปจะจัดอยู่ในพิกัดศุลกากรใน

ระบบฮาร์โมไนซ์ ที่ HS 20.08

4. Most-favored nation (MFN) คือ หลักการขององค์การการค้าโลก (WTO) ที่สมาชิกนำไปประยุกต์ใช้ในการทำการค้า และบริการ ต่อกัน โดยสมาชิกที่ได้รับผลกระทบต่อการค้านั้นจะเป็นผู้เสนอ และก็สามารถเสนอเพื่อแสวงหาโอกาสทางการค้าได้ด้วยเช่นกัน

5. MFN rate หมายถึง อัตราอากรสินค้าที่มาจากประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ตามหลัก MFN ทั้งนี้สินค้าต้นกำเนิดที่มาจากประเทศนอกสมาชิก WTO (Non-MFN supplies) จะมีอัตราอากรที่แตกต่างไปจากประเทศสมาชิก WTO ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานะของประเทศนั้นว่าเป็นประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษอื่นใด อาทิเช่น GSP, GSTP, Union, or free trade area เป็นต้น

6. Average tariff rate (อัตราภาษีเฉลี่ย) หมายถึง ค่าเฉลี่ยของอัตราภาษีในกลุ่มของสินค้าโดยไม่มีการถ่วงน้ำหนัก ซึ่งเป็นอัตราภาษีขั้นพื้นฐาน

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.การศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดมังคุด ตลอดจนมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยอาศัยวิธีการทางสถิติอย่างง่ายในรูปร้อยละ ค่าเฉลี่ยในรูปตารางประกอบคำอธิบาย ดังนี้

1.1. สถานการณ์การผลิต: แหล่งเพาะปลูกมังคุด พื้นที่ในการเพาะปลูก จำนวนผลผลิต และต้นทุนการผลิตมังคุดสด

1.2. การตลาดมังคุด แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ตลาด คือ

1.2.1. ตลาดภายในประเทศ โดยจะทำการศึกษา ลักษณะทั่วไปของตลาดมังคุด ลักษณะการซื้อขายมังคุด ประเภทของผู้ค้า ราคาในประเทศ และคุณภาพของผลมังคุด และข้อมูลผู้ส่งออกมังคุดสดของไทยไปจีน

1.2.2. ตลาดต่างประเทศ จะทำการศึกษา นโยบายการค้าของจีน กฎหมายการค้าระหว่างประเทศของจีน ลักษณะตลาดภายในประเทศของจีน พฤติกรรมผู้บริโภคในจีน ขั้นตอนการส่งออกของผลไม้ไทยไปจีน ขั้นตอนการนำเข้าผลไม้ของประเทศจีน วิถีการตลาดมังคุดไทยในประเทศจีน

1.3. มาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดสดของไทยไปจีน ภายใต้ความตกลงการค้าเสรีไทย-จีน โดยจะทำการศึกษา ดังนี้

1.3.1. มาตรฐานการส่งออกมังคุดสดของไทย และมาตรฐานการนำเข้ามังคุดสดของประเทศจีน

1.3.2. อุปสรรคทางการค้าผลไม้ของไทยกับจีน ประกอบด้วย มาตรการทางด้านภาษี (Tariff) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff)

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน โดยการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) เพื่อพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ว่าเกิดเนื่องมาจากผลด้านใดบ้าง โดยทำการเปรียบเทียบใน 2 ช่วงเวลา คือ ตุลาคม พ.ศ. 2544 ถึง กันยายน พ.ศ.2546 และช่วงเวลา ตุลาคม พ.ศ. 2546 ถึง กันยายน พ.ศ. 2548

เป็นการวิเคราะห์ตามแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ โดยมีหลักการวิเคราะห์ คือ การพิจารณาถึงผลของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่ง เมื่อสมมุติว่าประเทศดังกล่าวสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิม ความแตกต่างระหว่าง ขนาดของการขยายตัวของการส่งออกในกรณีมีส่วนแบ่งการตลาดที่เป็นจริง และขนาดการขยายตัวของการส่งออกในกรณีที่ส่วนแบ่งตลาดของประเทศอยู่ในตลาดที่กำหนดให้คงที่

ดังนั้น อัตราการขยายตัวของการส่งออก (Export Growth Rate: A_i) เป็นอัตราความแตกต่างของการส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่งกับอีกช่วงเวลาหนึ่งที่ทำการศึกษา ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ผลจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการค้าจีน (General China Trade Expansion: W_i) เป็นการแสดงแนวโน้มของตลาดจีน โดยวัดจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการนำเข้ามังคุดของจีน ซึ่งถ้าประเทศไทยมีการขยายตัวการส่งออกมังคุดไปจีนในอัตราเดียวกับการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีนส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดจีนจะคงที่

2. ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Share of Competitiveness Effect: P_i) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างอัตราการขยายตัวของการส่งออกมังคุดที่แท้จริง กับอัตราการขยายตัวของการส่งออกมังคุดที่เพียงพอเพื่อให้ไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดจีนไว้ให้ได้คงที่ ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งในตลาดจีนของไทยเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกรายอื่นๆ ซึ่งผลจากการแข่งขันที่แท้จริง สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1คือ p_i เท่ากับ ผลของส่วนแบ่งบริสุทธิ์ (Pure Share Effect) เนื่องจากเป็นการชี้แนะให้เห็นว่าประเทศ i สามารถที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นได้มากเท่าใดจากส่วนแบ่งเดิมที่ถือครองอยู่เดิม

ส่วนที่ 2 คือ $p - p^*$ แสดงให้เห็นถึง อันใดอันหนึ่ง ต่อไปนี้ คือ ความสามารถของประเทศที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกในสินค้าและตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว (Fast-Growing) หรืออีกนัยหนึ่งคือจะช่วยชี้ให้เห็นว่า ประเทศ i สามารถเพิ่มส่วนแบ่งได้หรือไม่ บนค่าเฉลี่ยจะเกิดส่วนแบ่งเมื่อทั้ง 2 ส่วนนี้ คือส่วนแบ่งการส่งออก (Export Share) และการค้าโลก (World Trade) มีการเปลี่ยนแปลงทั้งคู่ ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งและการค้าโลก ก็จะให้คำจัดกัดความ เช่นเดียวกันกับ “ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด (Interaction Effect)

3. ผลกระทบร่วม หรือผลจากทิศทางการขยายตลาด (Interaction Effect) เป็นผลเนื่องมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง โดยจะแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยขยายการส่งออกมังคุดไปยังตลาดที่ถูกต้องหรือไม่ ซึ่งถ้าประเทศไทยขยายการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว ค่าของผลกระทบร่วมที่ได้จะเป็นบวก (+) ในทางตรงข้าม ถ้าประเทศไทยขยายการส่งออกไปยังตลาดที่มีหดตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว ค่าของผลกระทบร่วมที่ได้จะเป็นลบ

สำหรับการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Marker Share Model: CMS) ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาการขยายตัวของการส่งออกมังคุดไทยไปจีน ดังนั้นในการวิเคราะห์จะสมมุติว่า ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยที่ส่งไปขายในประเทศจีนคงอยู่ในระดับเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง โดยไม่มีปัจจัยของผลจากการประกอบของสินค้าส่งออก และผลจากการกระจายตลาด จึงได้สมการเอกลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เพียง 3 ปัจจัย เท่านั้น คือ ผลจากการขยายตัวของตลาดนำเข้าเฉลี่ยของประเทศจีน ผลจากการแข่งขัน และผลกระทบร่วมจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ดังนี้

สมการเอกลักษณ์ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ เมื่อ A_i หรือ $dx_i = dq_i$ คือ

$$A_i - P_i + D_i + W_i$$

กำหนดให้

A = การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงของการส่งออก ใช้แทน dq จากสมการก่อนหน้านี้

p = ผลจากการแข่งขัน

D = ผลจากทิศทางของตลาด

W = ผลจากอุปสงค์ของจีน

และการใช้เครื่องหมายและตัวห้อย (And the notation and subscripts that will be used) มีดังนี้

x = มูลค่าการส่งออก

i = ประเทศส่งออก i หรือ กลุ่มประเทศส่งออก i

j = ประเทศ นำเข้าสินค้า k^{th}

k = สินค้า k^{th} (th เป็นเครื่องหมายแสดงการจำแนกกลุ่มสินค้าในกรณีสินค้าหลายชนิด)

0 = อ้างถึงปีฐาน

1 = อ้างถึงปีสุดท้าย

จากสมการเอกลักษณ์ นำมาขยายเพื่อการคำนวณ และการวิเคราะห์ผล ดังนี้

$$X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0} = \left[G_{jk} X_{ijk}^{0} - X_{ijk}^{1}\right] + \left[G_{jk}^{*} X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0}\right] + \left[1 - \left(\frac{X_{ijk}^{0}}{X_{ijk}^{1}}\right)\right]$$

กำหนดให้

X_{ijk} = มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปยังตลาดจีน

X = มูลค่าการส่งออก (บาท)

i = ประเทศส่งออก ได้แก่ประเทศไทย

j = ตลาดนำเข้า ได้แก่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

k = มังคุด

0 = ปีฐาน (ก่อนจัดทำสนธิสัญญาเขตการค้า ไทย-จีน คือ ตุลาคม พ.ศ.2544-กันยายน พ.ศ. 2546)

1 = ปีสุดท้าย (หลังจัดทำสนธิสัญญาเขตการค้า ไทย-จีน คือ ตุลาคม พ.ศ.2546-กันยายน พ.ศ. 2548)

$G_{jk} = X_{ijk}^{1} \big/ X_{ijk}^{0}$

: สัดส่วนของการส่งออกมังคุดของไทยไปยังตลาดจีน ในช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1

$G_{jk}^{*} = X_{ijk}^{0} \big/ X_{ijk}^{1}$

: ส่วนกลับของสัดส่วนการส่งออกมังคุดของไทยไปยังประเทศจีนจากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1

<u>จากแบบจำลอง CMS ที่นำมาประยุกต์ใช้ อธิบายได้ว่า</u>: $X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0}$ คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยจากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย 3 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1) $G_{jk}X_{ijk}^{0} - X_{ijk}^{1}$ คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทย จากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 ที่เนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดนำเข้าของประเทศจีน (Country Growth Effect) ถ้าการส่งออกมังคุดของไทยขยายตัวในอัตราเดียวกับอัตราการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของประเทศจีนแล้ว ส่วนแบ่งตลาดในประเทศจีนของการส่งออกมังคุดของประเทศไทยจะคงที่

2) $G_{jk}^{*}X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0}$ คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของประเทศไทยจากช่วงเวลา t_0 ไปสู่ช่วงเวลา t_1 ที่เนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect) ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกจริง กับการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิมสำหรับการส่งออกมังคุดของไทยในตลาดจีน ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณมีค่าเป็นบวก หมายความว่า การขยายตัวของการส่งออกจริงมีค่ามากกว่าการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิม ซึ่งหมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกมังคุดของไทยในตลาดจีน เพิ่มขึ้น ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณมีค่าเป็นลบ หมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าดังกล่าวมีแนวโน้มลดลง การที่ผลต่างนี้มีค่าเป็นบวกนั้นแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันจริง ซึ่งความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการส่งออกมากกว่าที่จะคอยพึ่งภาวะของตลาดจีนที่เปลี่ยนแปลงไป

3) $1-\left(\frac{X_{ijk}^{0}}{X_{ijk}^{1}}\right)$ คือ ผลกระทบร่วม หรือผลจากทิศทางการขยายตลาด (Interaction Effect) เป็นผลเนื่องมาจากการปรับการส่งออกที่ถูก หรือผิดทิศทาง ถ้าผลกระทบร่วมที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวก หมายความว่า การส่งเสริมการส่งออกกระทำได้ถูกทิศทางแล้ว นั่นคือประเทศไทย สามารถขยายการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว ถ้าผลกระทบร่วมที่คำนวณได้มีค่าเป็นลบ หมายความว่า อาจใช้ความพยายามขยายการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว หรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว ซึ่งแสดงว่าการส่งเสริมการส่งออกกระทำอย่างผิดทิศทาง

<u>การเก็บรวบรวมข้อมูล</u>

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยแหล่งที่มาที่สำคัญ ดังนี้

1. กรมศุลกากร ได้แก่ ข้อมูลสถิติตลาดส่งออกสินค้าสำคัญของไทย ข้อมูลสถิติตลาดนำเข้าสินค้าสำคัญของไทย ข้อมูลโครงสร้างสินค้าออกของไทยไปจีน ข้อมูลสถิติอัตราการค้าระหว่างไทยจีน ข้อมูลสถิติรายการกลุ่มสินค้าส่งออกของไทยไปจีน ข้อมูลสถิติมูลค่าการค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยกับจีน ข้อมูลสถิติการส่งออกผลไม้ของไทยไปจีน ข้อมูลสถิติการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน และข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกมังคุดสดหรือแห้งไปจีน

2. กรมส่งเสริมการส่งออก ได้แก่ ข้อมูลการส่งออกของสินค้า ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งออก ข้อมูลและเอกสารการส่งเสริมการส่งออกสินค้าของไทย และข้อมูลมาตรการของการส่งออกสินค้าของไทย ข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออก

3. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของมังคุด ข้อมูลสถิติสถานการณ์การผลิตมังคุด ข้อมูลแหล่งเพาะปลูกมังคุด ข้อมูลสถิติของจำนวนผลผลิตมังคุด ข้อมูลต้นทุนในการผลิตมังคุด ข้อมูลดัชนีราคาขายมังคุด ข้อมูลการตลาดมังคุด

4. ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ ได้แก่ ข้อมูลขึ้นทะเบียนสวน และฉลากสินค้าส่งออกไปจีนภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน และรายชื่อสวนมังคุดที่ขึ้นทะเบียนสวน

5. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (ส่วนห้องสมุด) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของประเทศจีน ข้อมูลการวิเคราะห์ FTA ไทย-จีน ข้อมูลเขตการค้าเสรี ข้อมูลรหัสสินค้าจำแนกตามพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมไนซ์ และข้อมูลสถิติการค้าของจีน (Link website: http:// www.China-custom.com) ด้วยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศซื้อสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลสถิติของจีน ดังกล่าว

6. กรมการค้าภายใน ได้แก่ ข้อมูลราคาขายมังคุดภายในประเทศ

7. กระทรวงพาณิชย์ (ส่วนงาน POSSEC Thailand) ได้แก่ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับการส่งออก ข้อมูลระบบมาตรฐานการส่งออกโดย POSSEC Thailand ถูกตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการส่งออกโดยเฉพาะการค้าเสรี เป็นที่ๆ รวมสิ่งๆต่างๆ เมื่อผู้ส่งออกมาที่ POSSEC Thailand ก็สามารถส่งสินค้าออกได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้นเพราะที่นี้ครบวงจร รวมไปถึง ระบบมาตรฐานการตรวจสอบ สินค้าส่งออก

8. วิทยานิพนธ์ (ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) ได้แก่ ข้อมูลเอกสารตรวจเอกสารงานวิจัย และข้อมูล Text book CMS Model

9. สายด่วนFTA Call center 025077555 ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ FTA และข้อมูลแนะนำสืบค้นต่อไป

10. เครือข่ายข้อมูลทางอินเตอร์เน็ท ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปต่างๆ เนื่องจากข้อมูลจะ online ลงใน เวบไซต์ของกระทรวงต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลอื่นๆ ในการประกอบวิทยานิพนธ์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิด และทฤษฎี

1. แนวคิดเรื่องนโยบายการค้าระหว่างประเทศ มีรายละเอียดดังนี้ (วันรักษ์, 2548)

นโยบายการค้าเสรี หมายถึงการที่รัฐบาลไม่สามารถแทรกแซงในกิจการค้าระหว่างประเทศ แต่ปล่อยให้สินค้าเข้าและออกดำเนินไปอย่างอิสระโดยปราศจากการกีดขวางใดๆทั้งสิ้น ถ้ารัฐบาลจำเป็นต้องเก็บภาษี ก็จะเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำที่สุดและจุดมุ่งหมายในการเก็บภาษีก็เพื่อหารายได้เข้ารัฐเท่านั้น กล่าวคือสินค้าใดที่มีการสั่งเข้ามาเป็นจำนวนมากรัฐจะเก็บภาษี ส่วนสินค้าชนิดใดที่ปริมาณสั่งเข้ามีปริมาณน้อยหรือเป็นสินค้าที่ไม่มีการผลิตภายในประเทศรัฐก็จะยกเว้นไม่เก็บภาษี นอกจากนั้นรัฐบาลควรหลีกเลี่ยงการตั้งกฎเกณฑ์ปลีกย่อยเพื่อกีดกันสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่งโดยเฉพาะ ตรงข้ามจะให้สิทธิ์แก่ทุกประเทศที่ต้องการค้าขายโดยเท่าเทียมกัน(Equal Treatment) และประเทศควรใช้ระบบอัตราภาษีเดียว (Single Tariff System) สำหรับสินค้าประเภทเดียวกันที่ส่งมาจากประเทศต่างๆ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการค้าเสรีจะมีประโยชน์ต่อทุกฝ่าย แต่ประเทศต่างๆทั่วโลกไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ทั้งนี้เพราะในการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจบางครั้งมีเหตุผลทางการเมืองและสังคมย่อมมีความสำคัญและอยู่เหนือเหตุผลทางเศรษฐกิจ

นโยบายการค้าไม่เสรี หมายถึงการที่รัฐบาลใช้นโยบายคุ้มกัน (Protective Policy) โดยใช้วิธีการต่างๆเพื่อให้การค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะสินค้านำเข้าลดลง เช่นการเก็บภาษีสินค้าเข้าในอัตราสูง การจำกัดสินค้าเข้าโดยการตั้งโควตา การควบคุมการใช้จ่ายเงินตราต่างประเทศ และการที่รัฐบาลทำการค้าขายกับต่างประเทศเอง เป็นต้น โดยในที่นี้จะกล่าวเฉพาะการใช้นโยบายคุ้มกันทางด้านภาษี

ภาษีศุลกากร(Tariff) หมายถึง เงินซึ่งรัฐบาลเก็บจากสินค้าที่ส่งเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งเรียกว่าอากรขาเข้า หรือเรียกเก็บจากสินค้าที่ส่งออกเรียกว่า อากรขาออก นอกจากนี้ยังมีภาษีที่เรียก

เก็บจากสินค้าซึ่งอาศัยท่าเรือของประเทศที่เก็บภาษีเพื่อลำเลียงส่งต่อไปยังประเทศปลายทางที่แท้จริง เรียกว่า ภาษีผ่านแดน โดยทั่วไปภาษีศุลกากรแบ่งออกเป็น 2 ชนิด ตามวิธีการจัดเก็บ

1. เก็บตามราคา (Ad Valorem Tariff) ชนิดของภาษีที่คิดเป็นร้อยละของมูลค่าหรือราคาสินค้า

2. เก็บตามสภาพ (Specific Tariff) ได้แก่การกำหนดอัตราภาษีต่อสินค้า 1 หน่วย เป็นจำนวนแน่นอนลงไป

วัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีศุลกากร มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ

1. หารายได้เข้ารัฐ

2. เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ

3. ช่วยให้มีการกระจายรายได้จากคนกลุ่มหนึ่งไปยังกลุ่มอื่นในสังคม

4. เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้มีการจ้างงานภายในประเทศมากขึ้น

5. ช่วยลดปริมาณสินค้านำเข้า

6. เพื่อปรับอัตราการค้า (Term of trade)

7. เพื่อจำกัดหรือยกเลิกการบริโภคสินค้าบางชนิดที่รัฐเห็นว่าเป็นภัยต่อสังคม และหรือเป็นผลเสียทางเศรษฐกิจ

8. เป็นเครื่องมือในการเสริมนโยบายทางการเมืองหรือทางการทหารเพิ่มอำนาจต่อรองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

2. <u>แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)</u> (Pongpissanupichit, 1974 cited E.Leamer and M.Stren, 1970)

โดยทั่วไปแล้วการศึกษา ผลของการส่งออก(Export Performance) จะเริ่มจากการให้ความสนใจลงไปในข้อสมมติฐานพื้นฐานที่ว่า การส่งออกเป็นผลร่วมกันของ อุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ก่อนหน้านี้โดยส่วนใหญ่การผลักดันทางการส่งออกจะเกี่ยวเนื่องกับเงื่อนไขของการส่งออกของประเทศ ต่อมาเริ่มจะมีการอธิบายโดยใช้เงื่อนไขของการนำเข้าของประเทศเพิ่มมากขึ้น

การส่งออกของประเทศอาจจะไม่ประสบความสำเร็จ การเจริญเติบโตของการส่งออกต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโลก(World Average) มีสาเหตุ 3 ประการ ดังนี้

1. การส่งออกอาจจะมุ่งความสนใจไปยังสินค้าที่มีอุปสงค์ฝืด

2. การส่งออกอาจจะเริ่มต้น ณ จุดที่มีภาวการณ์หยุดนิ่ง ชะงักงัน หรือตลาดซบเซา

3. ประเทศที่ส่งออกอาจจะไม่มีศักยภาพไม่มีความสามารถ หรือ ไม่ต้องการที่จะแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตสินค้าและผู้ส่งออกรายอื่นๆ

ในบทนี้จะทำการศึกษาวิธีการออกแบบการวิจัยที่จะนำมาคลี่คลายปริศนาของผลกระทบต่อการส่งออกเหล่านี้ โดยเครื่องมือที่เราจะใช้ ก็คือ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (The constant market share; CMS)

CMS Model เป็นวิธีการวิจัย หรือวิธีการที่นำมาอธิบายถึงผลกระทบที่คาดว่าก่อให้เกิดการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อสันนิษฐาน ที่ว่า สนับสนุนการเจริญเติบโตการส่งออก (Favorable Export Growth) หรือ ไม่สนับสนุนการเจริญเติบโตการส่งออก (Unfavorable Export Growth) รวมไปถึง โครงสร้างของการส่งออกของประเทศ หรือความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก (Pomgpissanupichit, 1974 cited Richardson, 1971: 227)

หัวใจของวิธีการวิจัยนี้ ก็คือ ข้อสมมติที่ว่าส่วนแบ่งตลาดในตลาดโลกของประเทศที่ศึกษาจะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา (The assumption that a country's share in world market should remain unchanged overtime) ความแตกต่างระหว่าง การเจริญเติบโตการส่งออก (Export growth) บอกเป็นนัยได้โดย

1. ส่วนแบ่งคงที่ (Constant Share Norm)

2. การเจริญเติบโตแท้จริงในการส่งออก ซึ่งจะแยกลึกลงไปในส่วนของความสามารถในการแข่งขัน (The Actual Growth in Export is Divided into Competitiveness)

3. ส่วนประกอบของสินค้า (Commodity Composition)

4. ผลของการกระจายตลาด (Market-Distribution Effects) (Pomgpissanupichit, 1974 cited E.Leamer and M. Stem, 1972: 171)

จะทำการอธิบายในรายละเอียดอีกครั้งในโอกาสต่อไป และในบทนี้จะแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของทฤษฎีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (The General Theoretical Aspect of The CMS Model) และส่วนที่ 2 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่เชิงประจักษ์ (Empirical CMS Model)

<u>ส่วนที่ 1</u> ลักษณะทั่วไปของทฤษฎีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (The General Theoretical Aspect of The CMS Model) เริ่มจากการพิจารณาอุปสงค์สำหรับสินค้าส่งออกจากคู่แข่งขันสองรายในตลาดใดตลาดหนึ่งสามารถแสดงได้โดยความสัมพันธ์ (Basically, Demand for Export) ดังนี้ (Pomgpissanupichit, 1974, cited in Ibid, n.d.: 171)

$$\frac{q_1}{q_2} = f(\frac{p_1}{p_2}) \qquad (2.1)$$

เมื่อ

q_i = Quantity Sold from the country i = ปริมาณการส่งออกของประเทศ i

p_i = Price of the commodity from the country i the supply source = ราคาขายสินค้าของประเทศ i ที่เป็นแหล่งผลิต

q_1 และ q_2 = ปริมาณสินค้าส่งออกมายังตลาดใดตลาดหนึ่งจากประเทศที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

p_1 และ p_2 = ราคาสินค้าส่งออกมายังตลาดใดตลาดหนึ่งจากประเทศที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

จากสมการ ที่ 2.1 เราสามารถนำมาเขียนให้อยู่ในรูปของส่วนแบ่งตลาด (Illustrate it in form of market share) ได้ดังนี้

$$\frac{p_1q_1}{p_2q_2} = (\frac{p_1}{p_2}) f(\frac{p_1}{p_2}) \qquad (2.2)$$

พิจารณา ประเทศที่ 1:

$$\frac{p_1q_1}{p_1q_1 + p_2q_2} = \left[\frac{p_1q_1 + p_2q_2}{p_1q_1} \right]^{-1}$$

$$= \left[1 + \frac{p_2q_2}{p_1q_1} \right]^{-1}$$

$$= \left[1 + \left(\frac{p_1q_1}{p_2q_2} \right)^{-1} \right]^{-1}$$

$$= \left\{ 1 + \left[\frac{p_1}{p_2} \bullet f\left(\frac{p_1}{p_2} \right) \right]^{-1} \right\}^{-1}$$

$$= g\left(\frac{p_1}{p_2}\right) \qquad (2.3)$$

หมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่ 1 ก็จะขึ้นอยู่กับ ราคาของสินค้าส่งออก เช่นเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งตลาดนี้ก็จะสามารถอธิบายได้ด้วยการเปลี่ยนแปลงของระดับราคา ซึ่งถือว่า เป็น ผลของส่วนแบ่ง (The Share Effect) สามารถแสดงเป็นสมการ ดังนี้

$$\Delta\left(\frac{p_1 q_1}{p_1 q_1 + p_2 q_2}\right) = g\left[\Delta\left(\frac{p_1}{p_2}\right)\right] \qquad (2.4)$$

เมื่อ สิ่งที่เราต้องการนำเสนอให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจะอยู่ในเทอมในวงเล็บ

ในขั้นตอนนี้เพื่อความถูกต้องอย่างเป็นเหตุเป็นผล เราจึงต้องการข้อสมมุติฐานเพิ่มขึ้น นั่นก็คือ ค่าสัมบูรณ์ (Absolute Value) ของความยืดหยุ่นแห่งการทดแทนจะต้องมากกว่า 1 ซึ่งสามารถเขียนสมการ (Pomgpissanupichit, 1974, cited in J.D. Richardson, n.d.: 230) ได้ดังนี้

$$= S = \frac{q}{Q} = f\left(\frac{p}{p_w}\right) \qquad (2.5)$$

เมื่อ

S = The Export Share of The Considered Country = ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา

q = The Total Export of The Considered Country = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศที่กำลังพิจารณา

Q = The Total Export of The World = มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก

P = The Price of Export of The Considered Country = ราคาสินค้าส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา

p_w = The Price of the Export of other Countries Treated as World against the Considered Country = ราคาสินค้าส่งออกของประเทศอื่นๆในตลาดโลกนอกเหนือจากประเทศที่กำลังพิจารณา

นำสมการที่ 2.5 มาเขียนใหม่ได้ดังนี้

$$q = SQ$$

And differentiate with respect to time เราจะได้สมการใหม่ดังนี้

$$dq = Sdq + Qds \qquad (2.6)$$

จากสมการที่ 2.6 แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกสินค้า หรือกลุ่มสินค้าของประเทศใดประเทศหนึ่งที่กำหนดนี้มีผลมาจาก 2 ปัจจัย คือ

1. การเปลี่ยนแปลงในอุปสงค์โลก (Change in World demand); โดยกำหนดส่วนแบ่งตลาดของประเทศที่กำลังพิจารณาในการส่งออกให้มีค่าคงที่ คือ $q = SQ$ เรียกว่า ผลการเจริญเติบโตของโลก (World Growth Effect)

2. การเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา (Change in the Consider Country's Export Share); อยู่ภายใต้เงื่อนไข ที่ว่า อุปสงค์ต่อสินค้าที่พิจารณาของตลาดโลกมีค่าคงที่ (Constant World Demand for the given Commodity (s)) เมื่อ S = The Export Share of The Considered Country = ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณา นั่นก็คือ เงื่อนไขที่ว่า อุปสงค์รวมของโลกต่อสินค้าที่กำลังพิจารณามีปริมาณ หรือมูลค่าคงที่ เรียกว่า ผลของการแข่งขัน (Competitiveness Effect) หรือ ผลของส่วนแบ่ง (Share Effect)

จะสังเกตเห็นได้ว่า ผลการเจริญเติบโตของโลก (World Growth Effect) จะมีอิทธิมาจากอุปสงค์ปัจจัยภายนอก (External Demand Force) ส่วน ผลของส่วนแบ่ง (Share Effect) มีอิทธิพลมาจาก เงื่อนไขของปัจจัยภายในของการส่งออกของประเทศคู่แข่งหรือประเทศอื่นๆในตลาดโลกที่นอกเหนือจากประเทศที่เรากำลังพิจารณา

ก่อนที่เราจะกล่าวถึง CMS Model ที่มีมีความซับซ้อนมากขึ้นนั้นเราจะทำการกล่าวถึง ปัญหา การวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Problem) ในเครื่องมือวัดในแต่ละผลกระทบ (Effect) สามารถที่จะคำนวณ โดยใช้ ตัวเลือกที่เป็น ปีฐาน (Base Year) และโครงสร้างส่วนแบ่งตลาดส่งออกปีสุดท้าย (End Year Structure of Export Shares) และการส่งออกรวม (Total Exports) ตามลำดับ สามารถอธิบายด้วยสมการ ดังนี้

(1) $dq^{I} = S^{0}dQ + Q^{1}ds$; The base year is use for the share structure and the end year for total exports = ปีฐานใช้สำหรับส่วนแบ่งโครงสร้าง และ ปีสุดท้ายใช้สำหรับผลรวมการส่งออก

(2) $dq^{II} = S^{1}dQ + Q^{0}ds$; The end year is use for the share structure and the base year for total export = ปีสุดท้ายใช้สำหรับส่วนแบ่งโครงสร้าง และปีฐานใช้สำหรับผลรวมการส่งออก

(3) $dq^{III} = S^{0}dQ + Q^{0}ds + dsdQ$; The base year is use for both the share structure and total exports = ปีฐานใช้สำหรับทั้งสองอย่าง คือทั้ง ส่วนแบ่งโครงสร้างและผลรวมการส่งออก

ทั้ง 3 เทอม คือ (1),(2) และ(3) แสดงถึง ผลกระทบร่วม (Interaction Effect)

จากสมการ 2.6 เราจะเขียนสมการใหม่ (We can rewrite it in discrete it in discrete term as) ได้ดังนี้

$$\Delta q_i = S_i \Delta Q_i + Q_i \Delta S_i \qquad (2.7)$$

เมื่อ i = The Exporting Country i = ประเทศส่งออก i

Δ = Chang in Variable after it = แสดงการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่างที่ตามหลังเครื่องหมาย Δ

การวิเคราะห์ ดัง สมการที่ 2.7 เรียกว่า การวิเคราะห์ชั้นเดียวของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (One Level Analysis of the CMS Model) ซึ่งจะแบ่งการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศที่กำลังพิจารณาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มขึ้นทั่วไปในตลาดส่งออกของโลกและไม่มีคำอธิบายในส่วนอื่นๆที่เหลือ ซึ่งจัดว่าเป็น ปัจจัยที่มาจากการแข่งขัน (The Competitiveness Effect)

เราอาจมีข้อโต้แย้งว่า “ในความเป็นจริงแล้ว การส่งออกจะประกอบด้วยสินค้าที่แตกต่างกันในกลุ่มสินค้า (Different Set of Commodities)” เราจึงจะให้ความสนใจพิจารณาในสินค้าที่โดดเด่น

ที่เราสนใจจะทำการศึกษาในกลุ่มสินค้า (Commodity Class) เมื่อเรามุ่งประเด็นไปยังตลาด ในที่สมมุตให้เป็น K^{th} Commodity หรือ K

For the K^{th} Commodity we may write an expression analogous to equation 2.7 ดังนี้

$$\Delta q_{ik} = S_{ik}\Delta Q_{ik} + Q_{ik}\Delta S_{ik} \qquad 2.8$$

เมื่อ $K = K^{th}$ Commodity = ชนิดสินค้าที่เราพิจารณาในกลุ่มสินค้าส่งออก

It may be aggregated to be equation 2.7 and explained to be; ได้ดังนี้

$$\Delta q_i = \sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik} + \sum_k Q_{ik}\Delta S_{ik}$$

$$= S_i\Delta Q_i + \left(\sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik} - S_i\Delta Q_i\right) + \sum_k Q_{ik}\Delta S_{ik} \qquad (2.9)$$

การวิเคราะห์ ดังสมการ 2.9 นี้ เรียกว่า การวิเคราะห์แบบสองชั้นของแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Two Level Analysis of the CMS Model) ซึ่งจะมีการแบ่งการขยายตัวการส่งออกของประเทศ i เป็น 3 ส่วน คือ

1. เทอมที่ 1 คือ $\sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik}$ เป็นผลมาจากการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก
2. เทอมที่ 2 คือ $\sum_k Q_{ik}\Delta S_{ik}$ เป็นผลมาจากการแข่งขันแท้จริง
3. เทอมที่ 3 คือ $\sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik} - S_i\Delta Q_i$ เป็นผลมาจากส่วนประกอบของสินค้าของประเทศ i

ซึ่งชี้ให้เห็นถึงขอบเขตของการส่งออกสินค้าที่พิจารณาในกลุ่มสินค้าส่งออกทั้งหมด โดยดูจากอัตราการเจริญเติบโตที่มีมากกว่าอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของโลก ผลของปัจจัยส่วนประกอบสินค้า (The Commodity Compositional Effect) จะเป็น บวก (+) ถ้าประเทศ i ให้ความสนใจส่งออกสินค้าไปในตลาดสินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และผลจะเป็น ลบ (-)ถ้าประเทศ i ให้ความสนใจส่งออกสินค้าไปในตลาดสินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างเชื่องช้า

ท้ายนี้เราจะสังเกตเห็นได้ว่า การส่งออกจะถูกกำหนดเป้าหมายไปยังตลาดที่มีความแตกต่างกัน ก็เช่นเดียวกันกับความแตกต่างของชนิดสินค้า ท่ามกลางความหลากหลายของตลาดนั้น ในความเป็นจริงแล้ว ในบางประเทศมีสิทธิ์ที่จะมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สภาพแวดล้อม

โดยรอบจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวอย่างเชื่องช้า การจัดมาตรฐานที่เหมาะสมในกรณีแบบนี้ ก็คือ จัดให้เป็นส่วนแบ่งตลาดคงที่ในการส่งสินค้าที่เราสนใจพิจารณา ในกลุ่มสินค้าไปยังภูมิภาคที่เฉพาะเจาะจง

สมการที่ 2.7 may be taking both commodity K^{th} and market j into account, which is as below;

$$\Delta q_{ijk} = S_{ijk}\Delta Q_{ijk} + Q_{ijk}\Delta S_{ijk} \qquad (2.10)$$

Which when aggregated yield.

$$\Delta S_i = \sum_j \sum_k S_{ijk}\Delta Q_{ijk} + \sum_j \sum_k Q_{ijk}\Delta S_{ijk}$$

$$= S_i\Delta Q_i + \left(\sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik} - S_i\Delta Q_i\right) + \left(\sum_j \sum_k S_{ijk}\Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik}\right) + \sum_j \sum_k Q_{ijk}\Delta S_{ijk} \qquad (2.11)$$

การนำ Market j term เข้าไปในสมการของ CMS Model หรือ สมการที่ 2.11 นี้ เรียกว่า การวิเคราะห์สามชั้นในแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Three Level Analysis) เป็นผลกระทบโดยตรง $\left[\sum_j \sum_k S_{ijk}\Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}\Delta Q_{ik}\right]$ ซึ่งอาจจะอธิบายได้เช่นเดียวกับผลจากส่วนประกอบสินค้าส่งออก (The Commodity Compositional Effect) คือผลจะออกมาเป็นบวก (+) ถ้าประเทศ i ให้ความสนใจส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง และผลจะเป็นลบ (-) ถ้าประเทศ i ให้ความสนใจส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่ซบเซาหรือตลาดที่อยู่ในภาวะชะงักงัน

ถ้าดำเนินการตาม The Third Alternative of Base Year and End Year Selection นั่นคือ $dq^{III} = S^0 dQ + Q^0 ds + dsdQ$ หมายถึง ปีฐานใช้สำหรับทั้งสองสิ่ง คือ ส่วนแบ่งโครงสร้าง (Share Structure) และ ผลรวมการส่งออก (Total Export) ดังนั้นในเทอมนี้ที่ใส่เพิ่มลงไปในสมการแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ก็จะเป็น เทอมของผลกระทบร่วม (Interaction Effect Term) ในสมการสุดท้าย (The Final Equation Express) นี้จะอธิบายการขยายตัวการส่งออก ซึ่งจะคล้ายคลึงกับสมการที่ 2.3 และสามารถอธิบายในรูปสมการต่อไปนี้

$$\Delta q_i = S_i^0 \Delta Q_i + \left(\sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} - S_i^0 \Delta Q_i \right) + \left(\sum_j \sum_k S_{ijk}^0 \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ijk} \right)$$

$$+ \sum_j \sum_k Q_{ijk}^0 \Delta S_{ijk} + \sum_j \sum_k \Delta Q_{ijk} \Delta S_{ijk} \qquad (2.12)$$

การวิเคราะห์ ดังสมการที่ 2.12 เรียกว่า การวิเคราะห์แบบสี่ชั้นในแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Four Level Analysis) ในที่นี้การเพิ่มขึ้นของการส่งออกสินค้าของประเทศ i จะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

1. ผลจากการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกทั้งหมดของโลก (The General Trade Expansion) ซึ่งหมายถึง เทอมที่ 1 ในสมการที่ 2.12 คือ $S_i^0 \Delta Q_i$ เป็นการแสดงถึงแนวโน้มการค้าของโลก ซึ่งวัดได้โดยการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก สำหรับสินค้าแต่ละชนิด ถ้าการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดดังกล่าวของประเทศ i ขยายตัวในอัตราเดียวกันกับอัตราการขยายตัวของการส่งออกรวมของโลก ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ i ในตลาดโลกจะคงที่

2. ผลจากส่วนประกอบของสินค้าส่งออก (The Commodity Compositional Effect) ซึ่งหมายถึง เทอมที่ 2 ในสมการที่ 2.12 คือ $\sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ik} - S_i^0 \Delta Q_i$

3. ผลจากการกระจายตลาด (The Market Distribution Effect) ซึ่งหมายถึง เทอมที่ 3 ในสมการที่ 2.12 คือ $\sum_j \sum_k S_{ijk}^0 \Delta Q_{ijk} - \sum_k S_{ik}^0 \Delta Q_{ijk}$ แสดงให้เห็นว่า ประเทศ i อาจส่งสินค้าออกเป็นสัดส่วนที่มากไปยังตลาดที่มีการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก ซึ่งจะมีผลให้การขยายตัวของการส่งออกของประเทศ i สูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของโลก เช่นกัน

4. ผลจากการแข่งขันแท้จริง (Competitiveness or Pure Share Effect) ซึ่งหมายถึง เทอมที่ 4 ในสมการที่ 2.12 คือ $\sum_j \sum_k Q_{ijk}^0 \Delta S_{ijk}$ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างอัตราการขยายตัวของการส่งออกจริง กับอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอเพื่อให้ประเทศ i สามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดโลกไว้ได้เท่าเดิมในแต่ละสินค้าแต่ละตลาดไว้ได้ ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งในตลาดโลกของประเทศ i เพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกจากประเทศอื่นในตลาดโลก

5. ผลกระทบร่วม (Interaction Effect) ซึ่งหมายถึง เทอมที่ 5 ในสมการที่ 2.12 คือ $\sum_j \sum_k \Delta Q_{ijk} \Delta S_{ijk}$ แสดงให้เห็นถึงผลที่สืบเนื่องมาจากการปรับอัตราการส่งออก ถูกหรือผิดทิศทาง โดยจะแสดงให้เห็นว่าประเทศผู้ส่งออก (ประเทศ i) ขยายการส่งออกไปยังตลาดที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ถ้าประเทศ i เพิ่มการส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีการขยายตัว และลดการส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีการหดตัว ก็จะมีผลทำให้ค่าของผลกระทบร่วมมีค่าเป็นบวก (+) ในทางตรงข้าม ถ้าประเทศ i เพิ่มการส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีการหดตัว หรือลดการส่งออกสินค้าไปยังตลาดที่มีการขยายตัว ก็จะมีผลให้ค่าของผลกระทบร่วมมีค่าเป็นลบ (-)

<u>ส่วนที่ 2</u> แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่เชิงประจักษ์ (Empirical CMS Model)

สำหรับการวิจัยส่วนแบ่งตลาดคงที่เชิงประจักษ์นี้จะใช้สัญลักษณ์ (For CMS Analysis The following Symbols will be used) ดังนี้

A = การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงของการส่งออก ใช้แทน dq จากสมการก่อนหน้านี้

p = ผลจากการแข่งขัน

D, M = ผลจากทิศทางของตลาด

C = ผลจากส่วนประกอบสินค้าส่งออก

W = ผลจากอุปสงค์โลก

และการใช้เครื่องหมายและตัวห้อย (And the notation and subscripts that will be used) มีดังนี้

x = มูลค่าการส่งออก

i = ประเทศส่งออก i หรือ กลุ่มประเทศส่งออก i

j = ประเทศ นำเข้าสินค้า k^{th}

k = สินค้า k^{th} (th เป็นเครื่องหมายแสดงการจำแนกกลุ่มสินค้าในกรณีสินค้าหลายชนิด)

0 = อ้างถึงปีฐาน

1 = อ้างถึงปีสุดท้าย

ผลกระทบเหล่านี้คาดคะเนสำหรับแต่ละประเทศ หรือกลุ่มประเทศ ความแตกต่างของการคำนวณก็เช่นเดียวกันกับความแตกต่างของกลุ่มผู้นำเข้า เหมือนกับ Two Different Level ของสินค้ารวม (Aggregation of Commodities) ซึ่งสินค้ารวม คือ สินค้าเฉพาะอย่าง (Individual Commodity) หรือ กลุ่มสินค้า (Groups of Commodities)

จากสมการแสดงผลกระทบร่วม ในสมการลำดับที่3 (The Third Alternative of CMS Identity);

$$dq = S^0 dq + Q^0 ds + dsdQ$$

เราสามารถแทนค่าได้ดังนี้;

$$dq = p^* + \left(p - p^*\right) + \left(D + C + W\right)$$

เมื่อ $p = Q^1 ds$, $D + C + W = S^0 dQ$

$p^* = Q^{0ds}$, $\left(p - p^*\right) = \left(Q^1 - Q^0\right)ds$ หรือ $dsdQ$

จะสังเกตเห็นว่า P, D, C และ W ก็เหมือนกับ p^* ตรงที่สามารถแสดงรูปแบบของความแตกต่างทั่วไป

อ้างถึงการส่งออกของประเทศ หรือกลุ่มประเทศ ประกอบด้วยความหลากหลายของสินค้าและความหลากหลายของตลาดสินค้า เช่นเดียวกับการเจริญเติบโตทางการค้า (Growth of Trade) ในสินค้าเหล่านี้ในแต่ละชนิดก็จะแตกต่างกันออกไป สามารถนำเอาองค์ประกอบของการเจริญเติบโต

เหล่านี้แทนลงในสัญลักษณ์ A_i หรือ dx_i ซึ่งต่อไปจะใช้สมการ 2.13 ต่อไปนี้ แทนสมการก่อนหน้านี้

$$A_i = P_i + C_i + D_i + W_i \qquad (2.13)$$

องค์ประกอบของการเจริญเติบโตทางการค้าเหล่านี้สามารถอธิบายในรูปของ “พีชคณิต (Algebraic Forms)” ลงในเทอมของส่วนแบ่งการส่งออก (Export Share) และในเทอมของการเจริญเติบโตของการส่งออก (Export Growth) ดังนี้

$$A_i = \sum_j \sum_k X^1_{ijk} - \sum_j \sum_k X^0_{ijk} \qquad (2.14)$$

$$p_i = \sum_j \sum_k \left(S^1_{ijk} - S^0_{ijk}\right)\sum_i X^1_{ijk} \qquad (2.15)$$

หรือ

$$p_i = \sum_j \sum_k \left(X^1_{ijk} - X^0_{ijk}\right) - \sum_j \sum_k g_{jk} X^0_{ijk}$$

$$= \sum_j \sum_k \left(X^1_{ijk} - X^0_{ijk}\right) + \sum_j \sum_k \left(1 - G_{jk}\right)X^0_{ijk}$$

$$= \sum_j \sum_k X^1_{ijk} - \sum_j \sum_k \left(G_{jk} X^0_{ijk}\right) \qquad (2.15')$$

$$C_i = \sum_k \left[S^0_{ik} \sum_i \sum_j \left(X^1_{ijk} - X^0_{ijk}\right)\right] - S^0_i \sum_i \sum_j \sum_k \left(X^1_{ijk} - X^0_{ijk}\right) \qquad (2.16)$$

หรือ

$$C_i = \sum_k \left(g_k \sum_j X^0_{ijk} \right) - g \sum_j \sum_k X^0_{ijk}$$

$$= \sum_k \left[\left(G_k - 1\right)\sum_j X^0_{ijk} \right] - \left(G - 1\right)\sum_j \sum_k X^0_{ijk}$$

$$= \sum_k G_k \sum_j X^0_{ijk} - \sum_j \sum_k X^0_{ijk} - G \sum_j \sum_k X^0_{ijk} + \sum_j \sum_k X^0_{ijk}$$

$$= \sum_k G_k \sum_j X_{ijk}^0 - G \sum_j \sum_k X_{ijk}^0 \qquad (2.16')$$

$$D_i = \sum_j \sum_k \left[S_{ijk}^0 \sum_i \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0 \right) \right] - \sum_k \left[S_{ik}^0 \sum_i \sum_j \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0 \right) \right] \qquad (2.17)$$

หรือ

$$D_i = \sum_j \sum_k \left(g_{jk} X_{ijk}^0 \right) - \sum_k \left(g_k \sum_j X_{ijk}^0 \right)$$

$$= \sum_j \sum_k \left[\left(G_{jk} - 1 \right) X_{ijk}^0 \right] - \sum_k \left[\left(G_k - 1 \right) \sum_j X_{ijk}^0 \right]$$

$$= \sum_j \sum_k G_{jk} X_{ijk}^0 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^0 - \sum_k G_k \sum_j X_{ijk}^0 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^0$$

$$= \sum_j \sum_k \left(G_{jk} X_{ijk}^0 \right) - \sum_k \left(G_k \sum_j X_{ijk}^0 \right) \qquad (2.17')$$

$$W_i = S_i^0 \sum_i \sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0 \right) \qquad (2.18)$$

หรือ

$$W_i = g \sum_j \sum_k X_{ijk}^0$$

$$= \left(G - 1 \right) \sum_j \sum_k X_{ijk}^0$$

$$= G \sum_j \sum_k X_{ijk}^0 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^0 \qquad (2.18')$$

เมื่อ

$S_i = \sum_j \sum_k X_{ijk} \div \sum_i \sum_j \sum_k X_{ijk}$ = ส่วนแบ่งตลาดส่งออกประเทศ i ในตลาดโลก

$S_{ik} = \sum_j X_{ijk} \div \sum_i \sum_j X_{ijk}$ = ส่วนแบ่งตลาดส่งออกประเทศ i ในตลาดโลกของสินค้า k

$S_{ijk} = X_{ijk} \div \sum_i X_{ijk}$ = ส่วนแบ่งตลาดส่งออกประเทศ i ในสินค้า k ในตลาด j

$$g = G - 1$$
$$= \left(\sum_i \sum_j \sum_k X^1_{ijk} \div \sum_i \sum_j \sum_k X^0_{ijk} \right) - 1$$

= อัตราการขยายตัวของการค้าโลก

$$g_k = G_k - 1$$
$$= \left(\sum_i \sum_j X^1_{ijk} \div \sum_i \sum_k X^0_{ijk} \right) - 1$$

= อัตราการขยายตัวของการค้าโลกในสินค้า k

$$g_{jk} = G_{jk} - 1$$
$$= \left(\sum_i X^1_{ijk} \div \sum_i X^0_{ijk} \right) - 1$$

= อัตราการขยายตัวของการส่งออกโลกของสินค้า k ไปยังตลาด j

เราสามารถให้คำจำกัดความโดยย่อในองค์ประกอบของการเจริญเติบโตทางการค้า ดังนี้ (Pomgpissanupichit, 1974 cited Kojima, 1973: 151-190)

1. Actual Export Growth (A_i); การเจริญเติบโตของการส่งออกแท้จริง คือ ผลรวมของการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด (Total Exchange) ของการส่งออกจากปีฐาน (Base Year) ถึงปีสุดท้าย (End Year) ซึ่งหมายถึง อัตราของความแตกต่างระหว่างผลรวมการส่งออกสินค้าของประเทศ i ไปยังประเทศที่กำลังพิจารณา ในระหว่างสองจุดช่วงเวลา (Sum of Country's i Export of Commodity)

2. World Growth Effect (W_i); ผลของการเจริญเติบโตของโลก คือ แนวโน้มของอัตราการค้าโลก วัดได้จากอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของการค้าโลก ถ้าการส่งออกของประเทศ i มีอัตรา

การเจริญเติบโตในอัตราเดียวกันกับอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของการค้าโลก ก็จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของประเทศ i ในตลาดโลกยังคงที่ (Constant)

World Growth Effect อาจจะใช้ในระดับที่มีความความแตกต่างกัน อ้างถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาที่แตกต่างกัน ภายใต้ข้อสมมติฐานที่ต่างกัน อาจกล่าวถึงการค้าโลกของสินค้าทั้งหมดทุกชนิด หรือกลุ่มสินค้า ซึ่ง (W_i)เป็นอัตราความแตกต่างระหว่าง ผลรวมของการค้าโลกที่ต่อเนื่องกันใน 2 ช่วงเวลา

3. Commodity Compositional Effect $(C_i = H_i^d - W_i)$; ผลของส่วนประกอบสินค้า

สำหรับประเทศที่มีการส่งออกสินค้า โดยที่สินค้าที่ทำการส่งออกนั้นประกอบด้วยสินค้าที่มีความหลากหลาย ผลของการขยายตัวการส่งออกของประเทศ i ก็จะเป็นไปในทิศทางตรงข้าม (Effect Adversely) ถ้าประเทศ i มุ่งส่งสินค้าที่ไม่สนับสนุนอุปสงค์โลก (Unfavorable World Demand) ในทางกลับกัน ถ้าประเทศ i มุ่งส่งสินค้าที่สนับสนุนอุปสงค์โลก (Favorable World Demand) ผลกระทบก็จะตรงกันข้าม (the opposite Effect) กับผลกระทบอันแรก สามารถจัดให้เป็นระบบมากขึ้น โดยเราอาจจะให้คำจำกัดความในสมมติฐาน หรือวิธีการวัดคำนวณอัตราการเจริญเติบโต (H_i^d)ของการส่งออก โดยตั้งสมมติฐาน ดังนี้ สำหรับในทุกๆสินค้า(Product) การส่งออกจะเพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกันกับอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของการค้าโลก (Average Growth of World Trade) ผลรวมการส่งออก (Total Export) ที่นอกเหนือจากนี้ ข้อสมมติฐานในการเจริญเติบโตจะอธิบายโดยส่วนประกอบสินค้าส่งออกของประเทศ ว่าเป็นสินค้าสนับสนุน (Favorable Commodity) หรือ สินค้าไม่สนับสนุน (Unfavorable Commodity) ผลที่ตามมาก็คือ ส่วนต่างนี้ $(H_i^d - W_i)$ สามารถแสดงให้เห็นถึง ผลกระทบของสินค้าชนิดหนึ่งที่ผสมผสานกันอยู่ซึ่งแตกต่างจากการค้าโลกและนั่นคือ คำจัดความของ “ผลประกอบสินค้า(Commodity Compositional Effect)”

4. Directional Effect $(D_i = H_i^c - H_i^d)$; ผลของทิศทาง

เหมือนกับส่วนประกอบสินค้า (Commodity Composition) คือการเจริญเติบโตของการส่งออกมีอิทธิพล โดยทิศทางของการส่งออกสินค้าที่มีความหลากหลาย (Dividual Commodities Export) ไปยังตลาดที่แตกต่างกัน (Different Market) สมมติฐานอื่นๆของการเจริญเติบโต (H_i^c) มีดังนี้ คำกัดความสำหรับวิธีการวัด การคำนวณค่า ของผลกระทบของทิศทางนี้ ก็คือการคำนวณตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อสมมติฐานที่ว่า สำหรับทุกๆสินค้า การส่งออกสินค้าโดยตรงถูกทิศทาง (Export Directed) มีผลทำให้อัตราการการเจริญเติบโตการส่งออกเท่ากับอัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าโดยรวมในสินค้านั้นๆ ของประเทศ ในอัตราการคำนวณ (H_i^c) ส่วนแบ่งการส่งออก (Export

Share) ของสินค้าอื่นๆ จะยังคงเท่าเดิมในตลาดเมื่อ ในขณะที่ $\left(H_i^d\right)$ มีส่วนแบ่งตลาดเหมือนกันในทุกสินค้านำเข้าของประเทศโดยรวม นั่นคือ การค้าโลก (World Trade) ถือว่าคงที่ ความแตกต่างระหว่าง $\left(H_i^c\right)$ และ $\left(H_i^d\right)$ จะแสดงให้เห็นในการขยายตัวของการส่งออก อธิบายได้ ด้วยทิศทางที่แตกต่าง (Directional Difference) ของสินค้าส่งออก ถ้าประเทศให้ความสนใจมุ่งส่งออกไปยังตลาดที่มีความคล่องตัว (Buoyant Markets) ทำให้ผลของทิศทางจะเป็นการสนับสนุนการส่งออกของประเทศ และสามารถอธิบายในทางกลับกันได้เช่นเดียวกัน

5. Share Effect $\left(p_i = A_i - H_i^c\right)$; ผลของส่วนแบ่ง

กำหนดให้เป็นสินค้าสนับสนุน (Favorable Commodity) และสินค้าไม่สนับสนุน (Unfavorable Commodity) ประกอบด้วย ข้อสมมติฐาน $\left(H_i^c\right)$ คือ อัตราคำนวณของการส่งออก (Project Rate) ในกรณีดังต่อไปนี้ มีความแตกต่างของการส่งออกแท้จริง (Actual Expansion) จากอัตราการคำนวณในที่นี้จะแสดงอันใดอันหนึ่ง ต่อไปนี้ คือการไม่ทำการส่งออกของประเทศ หรือขอบเขตของการส่งออกที่ประเทศสามารถทำได้ ทั้งนี้ดูได้จากค่าเฉลี่ยสำหรับการแผ่ขยายการส่งออกเฉพาะบางส่วนของกลุ่มสินค้า ก็จะมีอัตรากับคู่แข่งทางการค้า อธิบายให้เข้าใจง่ายขึ้น ดังนี้คือ ในค่าเฉลี่ย ถ้า อัตราการเจริญเติบโตการส่งออกแท้จริงมากกว่าอัตราคำนวณ (Project Rate, $\left(H_i^c\right)$) หมายถึง ส่วนแบ่งการส่งออกจะเพิ่มขึ้น (Larger Export Share)

ผลของส่วนแบ่ง สามารถแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบย่อย (Two Sub-Component) ได้ดังนี้

$$p_i = p_i^* + \left(p_i - p_i^*\right) \qquad (2.19)$$

เมื่อ

$$p^* = \sum_j \sum_k \left(S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0\right) \sum_i X_{ijk}^0$$

$$= \sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right) - \sum_j \sum_k g_{jk}^* X_{ijk}^1$$

$$= \sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right) - \sum_j \sum_k \left[1 - \left(\frac{1}{\sum_i X_{ijk}^1 \Big/ \sum_i X_{ijk}^0}\right)\right] X_{ijk}^1$$

$$= \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^0 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 + \sum_j \sum_k G_{jk}^* X_{ijk}^1$$

$$= \sum_j \sum_k G_{jk}^* X_{ijk}^1 - \sum_j \sum_k X_{ijk}^0$$

องค์ประกอบแรกของ 2 องค์ประกอบย่อย (Two Sub-Component) คือ p_i เท่ากับ ผลของส่วนแบ่งบริสุทธิ์ (Pure Share Effect) เนื่องจากเป็นการชี้แนะให้เห็นว่าประเทศ i สามารถที่จะแย่งส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นได้มากเท่าใดจากส่วนแบ่งเดิมที่ถือครองอยู่เดิม

$$p - p^* = \sum_j \sum_k \left(S_{ijk}^1 - S_{ijk}^0\right) \sum_i \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right)$$

$$= \left[\sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right) - \sum_j \sum_k g_{jk} X_{ijk}^0 \right] - \left[\sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right) - \sum_j \sum_k g_{jk}^* X_{jk}^1 \right]$$

$$= \left[\sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right) - \sum_j \sum_k \left(G_{jk} - 1\right) X_{ijk}^0 \right] - \left[\sum_j \sum_k \left(X_{ijk}^1 - X_{ijk}^0\right) - \sum_j \sum_k \left(1 - G_{jk}^* X_{jk}^1\right) \right]$$

$$= \sum_j \sum_k X_{ijk}^1 - \sum_j \sum_k G_{jk} X_{ijk}^0 - \sum_j \sum_k G_{jk}^* X_{ijk}^1 + \sum_j \sum_k X_{ijk}^0$$

เมื่อ

$= g_{jk}^* = 1 - G_{jk}^*$ = เป็นส่วนกลับของอัตราการส่งออกโลกที่อธิบายสำหรับสินค้า k ในตลาด j

$$= 1 - \left(\frac{1}{\sum_i X_{ijk}^1 \Big/ \sum_i X_{ijk}^0} \right)$$

$$= 1 - \left(\frac{\sum_i X_{ijk}^0}{\sum_i X_{ijk}^1} \right)$$

องค์ประกอบท้ายของ 2 องค์ประกอบย่อย (Two Sub-Component) ในเทอมหลังนี้ก็คือ $p - p^*$ แสดงให้เห็นถึง อันใดอันหนึ่ง ต่อไปนี้ คือ ความสามารถของประเทศที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออกในสินค้าและตลาดที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว (Fast-Growing) หรืออีกนัยหนึ่งคือจะช่วยชี้ให้เห็นว่า ประเทศ i สามารถเพิ่มส่วนแบ่งได้หรือไม่ บนค่าเฉลี่ย จะเกิดส่วนแบ่งเมื่อทั้ง 2 ส่วนนี้ คือส่วนแบ่งการส่งออก (Export Share) และการค้าโลก (World Trade) มีการเปลี่ยนแปลงทั้งคู่ ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงในส่วนแบ่งและการค้าโลก ก็จะให้คำจัดกัดความ เช่นเดียวกันกับ “ผลของการสะท้อนซึ่งกันและกัน(Interaction Effect)

ผลของ $p - p^*$ สามารถที่จะเป็นได้ทั้งผลบวก (Positive) และผลลบ (Negative) เช่นเดียวกันกับ First Sub-Component p_i ที่กล่าวไว้ก่อนหน้านี้

ในการตรวจสอบการเจริญเติบโตการส่งออกในสินค้าเฉพาะที่สนใจ (Individual Commodity) หรือกลุ่มสินค้า (Commodity Groups)

The Actual Growth Rate; อัตราการเจริญเติบโตที่แท้จริง แทนด้วยสัญลักษณ์ A เป็นการเปรียบเทียบ เทียบเคียงด้วยช่วงจังหวะของอัตราเฉลี่ยการเจริญเติบโตของการค้าโลก (The Average World Growth Rate (W)) ส่วนต่างของ A-W จะแสดงให้เห็นว่าอัตราการเจริญเติบโตที่แท้จริงมีจำนวนเท่าใด หาก A จะมีทิศทางหักเหออกจากทิศทางของโลก (World Trend) เป็นการอ้างอิงถึงการกระทำของการส่งออก (Export Performance) (Pomgpissanupichit, 1974 cited Ibid,n.d.: 161)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรทิพย์ (2537) ศึกษาแบบจำลองการตอบสนองของอุปทานในสภาพพลวัตของมังคุดในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต และการตลาดมังคุดไทย เพื่อสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติอุปทานมังคุดที่ตอบสนองต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆในประเทศไทย เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองการตอบสนองของอุปทานมังคุดที่มีต่อปัจจัยต่างๆในประเทศไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างราคามังคุดในระดับตลาดต่างๆและวิเคราะห์แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงของราคาในระยะยาว และเพื่อนำผลจากการศึกษาไปช่วยในการวางแผนการผลิตมังคุดในประเทศไทย ประเทศไทยมีการส่งออกมังคุดไปต่างประเทศทั้งในรูปผลสดและกระป๋อง ส่งไปยังตลาดในเอเชีย ยุโรป และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ในปัจจุบันมังคุดเริ่มมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ กล่าวคือ สามารถส่งออกนำรายได้เข้าประเทศมากขึ้น จากปริมาณ 150 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1.45 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2523 เป็น 1,301 ตัน คิด

เป็นมูลค่า 17.77 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2530 และจากปริมาณ 1,353 ตัน มูลค่า 14.48 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2531 เป็น 2,062 ตัน มูลค่า 31.24 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2536 แสดงให้เห็นว่าในอนาคตลู่ทางทางการส่งออกก็ยังคงแจ่มใสเนื่องจากความต้องการการบริโภคในตลาดต่างประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจึงได้บรรจุมังคุดจัดอยู่ในกลุ่มผลไม้เข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เพื่อที่จะให้มีการเร่งรัดพัฒนาการผลิต ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานความต้องการของตลาด ประเทศคู่แข่งการส่งออกมังคุดของไทยคือ มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งฤดูการเก็บเกี่ยวไม่ตรงกันแต่ไทยมีข้อเสียเปรียบในด้านคุณภาพ และภาคใต้เป็นแหล่งปลูกมังคุดที่สำคัญที่สุดของไทย รองลงมาคือภาคตะวันออก อย่างไรก็ตามผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ เกษตรกรไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ในแต่ละวันจึงส่งผลให้ราคาตลาดแปรปรวน ดังนั้นจำนวนปัจจัยต่างๆที่เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ และมิใช่ทางเศรษฐกิจจะมีผลกระทบต่อผลผลิตมังคุด ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็คือพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ และความสัมพันธ์ของราคามังคุดภายในประเทศ และราคามังคุดส่งออกต่างประเทศ และปัจจัยที่มิใช่ทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อผลผลิต ดังเช่น ปริมาณน้ำฝน สภาพภูมิอากาศ รวมทั้งโรคและแมลง เป็นต้น

ในการวิเคราะห์นำข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์ และอธิบายโดยใช้การวัดค่าแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ทราบถึงสภาพการผลิตและการตลาดโดยทั่วไป ตลอดจนปัญหาหรือปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปทานมังคุดในประเทศไทย และในการวิเคราะห์อุปทานมังคุดในประเทศไทยที่ตอบสนองต่อปัจจัยต่างๆ โดยจะนำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ คือ ทฤษฎีการตอบสนองของอุปทานพืชยืนต้นซึ่งพัฒนาโดย Labys (Labys,1973) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบจำลองและประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของฟังก์ชันต่างๆในแบบจำลองโดยเครื่องมือทางเศรษฐมิติ คือ วิธียกกำลังสองน้อยที่สุด(Ordinary least squares; OLS) พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพื้นที่เพาะปลูกในปัจจุบัน คือ ราคามังคุดและราคาพืชปลูกทดแทน(ราคาเงาะ) ราคาขายปลีกปุ๋ยในปีที่ผ่านมา และเทคโนโลยี ที่เกษตรได้รับในปีที่ผ่านมา ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลผลิตต่อไร่ของมังคุดในปีปัจจุบัน คือ ราคามังคุดที่เกษตรกรได้รับในปีที่ผ่านมา ราคาขายปลีก และปริมาณน้ำฝนในปีที่ผ่านมา และผลผลิตจริงของมังคุดขึ้นอยู่กับ ราคามังคุดที่เกษตรกรได้รับในปีที่ผ่านมา ราคาเงาะในปีที่ผ่านมา และศักยภาพผลิตผลของมังคุดในปีปัจจุบัน จากการศึกษามีข้อเสนอแนะว่า การส่งเสริมการส่งออก และการหาวิธีการลดต้นทุนการผลิต จะเป็นสิ่งจูงใจให้เกษตรกรหันมาปลูกมังคุดเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

จากการศึกษาของ พรทิพย์ ผู้ศึกษาได้นำความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานการส่งออกมังคุดของไทย เพื่อนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาสภาพทั่วไปในการผลิตมังคุดเพื่อการส่งออกของไทย และได้เห็นถึงแนวโน้มของปริมาณการส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ.2523-2536 ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งข้อเสนอแนะที่ว่าให้มีการส่งเสริมการส่งออกมังคุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการส่งออกมังคุด และได้ทราบถึงสินค้าทดแทนของมังคุด คือเงาะ เพื่อนำใช้ในการศึกษาต่อไป

อภิรดี (2538) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและชีวเคมีของเปลือกผลมังคุดที่แข็งตัวเนื่องจากได้รับอุณหภูมิต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและชีวเคมีของเปลือกมังคุดที่แข็งตัวเนื่องจากได้รับอุณหภูมิต่ำ และเพื่อศึกษากลไกการแข็งตัวของเปลือกผลมังคุดเนื่องจากได้รับอุณหภูมิต่ำ มังคุด (Garcinia mangostana L.) เป็นผลไม้เมืองร้อนที่มีรสชาติดีและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศว่าเป็นผลไม้เมืองร้อนที่รสชาติดีที่สุด จึงได้สมญานามว่าราชินีของผลไม้ (Queen of Fruit) (Bailey,1953) มังคุดมีถิ่นกำเนิดแถบคาบสมุทรมาเลย์ (Alameda และ Martin,1976) ในปัจจุบันมังคุดมีแนวโน้มการส่งออกได้มากขึ้น จึงถูกจัดเข้าอยู่ในโครงการไม้ผลที่ต้องส่งเสริมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (2535-2539)ซึ่งกำหนดให้มังคุดเป็นผลไม้ที่ต้องเร่งรัดทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อการส่งออก จึงต้องมีการศึกษาเพื่อปรับปรุงให้มีคุณภาพดี การส่งออกมังคุดของไทยในระยะแรกส่งออกในรูปผลสด แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการส่งออกในรูปแช่แข็ง โดยทั่วไปผลมังคุดมีอายุการวางขายได้ไม่เกิน 1 สัปดาห์หลังจากการเก็บเกี่ยว มังคุดเป็นผลไม้ที่เสื่อมคุณภาพเร็วหลังการเก็บเกี่ยว ปัญหานั้นก็คือ การแข็งของเปลือก ซึ่งอาจขึ้นเนื่องจากถูกกระทบกระเทือนเนื่องจากการขนส่ง การตกจากที่สูง การเกิดบาดแผล หรือการได้รับอุณหภูมิต่ำ และเนื่องจากการเก็บรักษามังคุดใช้อุณหภูมิต่ำเป็นวิธีการยืดอายุการเก็บรักษาที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่ง แต่อุณหภูมิต่ำเกินไปสามารถทำให้เปลือกมังคุดเกิดการแข็งตัวได้ ซึ่งปัญหาดังกล่าวข้างต้นมีผลกระทบต่อการส่งออกมังคุดไปยังตลาดโลก

ในการวิเคราะห์ การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและชีวเคมีของเปลือกมังคุดที่แข็งตัวเนื่องจากได้รับอุณหภูมิต่ำ พบว่า ผลมังคุดที่เก็บรักษาที่อุณหภูมิ 5 และ 10 องศาเซลเซียสมีการสูญเสียน้ำหนักเพิ่มขึ้นตลอดระยะเวลาเก็บรักษา และจากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงการดูดกลืนแสงของสาร phenolics ที่สกัดจากเปลือกผลมังคุดที่ได้รับอุณหภูมิต่ำและไม่ได้รับอุณหภูมิต่ำ พบว่า สาร phenolics มีค่าการดูดกลืนแสงสูงสุดเท่ากัน เมื่อนำไปศึกษาคุณสมบัติโดยวิธีโครมาโตรกราฟีแบบแผ่นเคลือบ พบว่า สามารถแยก phenolics ได้ 8 กลุ่ม โดย spectrum ของสารกลุ่ม phenolics ที่สกัดได้จากเปลือกผลมังคุดที่ได้รับอุณหภูมิต่ำมีลักษณะเช่นเดียวกับผลมังคุดที่ไม่ได้รับอุณหภูมิต่ำ

จากการศึกษาของ อภิรดี ผู้ศึกษาได้นำความรู้ทางกายภาพในด้านต่างๆของมังคุดที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการส่งออกและแนวทางการส่งเสริมของภาครัฐบาลที่มีต่อการส่งเสริมการส่งออกมังคุดของไทย ประกอบกับได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาทางด้านคุณภาพของมังคุดเพื่อให้ได้มาตรฐานในการส่งออก

เจริญวิทย์ (2545) ศึกษาการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนทำสวนมังคุดในจังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด ในอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เพื่อศึกษาผลตอบแทนทางการเงินและการผลิตมังคุดในอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงต้นทุนและรายได้ที่มีต่อความเป็นไปได้ในการลงทุนปลูกมังคุด เนื่องจากความต้องการบริโภคมังคุดทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศมีสูงขึ้น ดังนั้นกรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้จัดตั้ง โครงการพัฒนาการผลิตและการตลาดมังคุดขึ้นโดยมีโครงการ 5 ปี(พ.ศ.2536-2540) เป้าหมายคือการเพิ่มพื้นที่ปลูกมังคุดจำนวนไม่น้อยกว่า 100,000 ไร่ ดำเนินการในแหล่งผลิตมังคุดที่สำคัญรวม 10 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ตราด ระยอง ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ระนอง สุราษฎร์ธานีธานี และพังงา และยกระดับผลผลิตต่อไร่ของมังคุดจากเดิมประมาณ 1,000 กิโลกรัมต่อไร่ เป็น 1,500 กิโลกรัมต่อไร่ภายในปี พ.ศ. 2540 และจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เพาะปลูกมังคุดมากที่สุดในภาคตะวันออก

ในการศึกษาใช้วิธีเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยตรงและนำมาวิเคราะห์โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งใช้หลักการตัดสินใจ 3 ประการ คือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ อัตราส่วนมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนภายใน นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ พบว่า ผลการศึกษาผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนทำสวนมังคุดในพื้นที่ 10 ไร่ และผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนทำสวนมังคุดเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเช่า พบว่า มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ส่วนค่าเช่าสูงสุดที่จะทำให้โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนคือ 2,027.55 บาทต่อไร่ และจากการศึกษาความอ่อนไหวของการลงทุนทำสวนมังคุด พบว่า การทำสวนมังคุดยังคงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน นอกจากนี้ยังพบว่าการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่ลดลงนั้นมีผลกระทบต่อการลงทุนมากกว่าเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

จากการศึกษา ของเจริญวิทย์ ผู้ศึกษาได้นำความรู้เกี่ยวกับ มาตรการการส่งเสริมของรัฐบาลที่เกี่ยวเนื่องมาจากอุปสงค์ต่อการส่งออกมังคุดที่มีในการศึกษาของ พรทิพย์ ในการส่งเสริมด้าน

อุปทานมังคุดของไทย และทราบถึงต้นทุนและความเป็นไปได้ในการลงทุนของการผลิตมังคุดของไทย พร้อมทั้งแหล่งเพาะปลูกมังคุดของไทย เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษาต่อไป

ประภารัตน์ (2545) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปฮ่องกง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิต การตลาด และการส่งออกมังคุดของไทย และเพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง คือ ประเทศอินโดนีเซีย ฮ่องกงเป็นตลาดหลักของผลไม้สดจากประเทศไทย และในช่วงที่ผ่านมาพบว่ามูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปตลาดฮ่องกงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สำหรับปัญหาในการส่งออกมังคุดส่วนหนึ่งมาจากคุณภาพ จึงเห็นว่าเป็นการสมควรที่จะทำการศึกษาถึงสภาพการผลิต การตลาดและการส่งออกของมังคุดของไทย เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการแข่งขัน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาด จากการศึกษาสภาวะการผลิต พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิต แหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ใน จังหวัดระยอง จังหวัดชุมพร และจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่า การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของประเทศไทยและอินโดนีเซียในตลาดฮ่องกง พบว่า ทั้งสองประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่า 1 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดส่งออกโดยใช้วิธีแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พบว่า ส่วนแบ่งตลาดมังคุดของไทยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.24 ทั้งนี้เนื่องจากขนาดของตลาดที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 95.92 และ เป็นผลจากการแข่งขันเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.09 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้ามังคุดของฮ่องกงจากไทย ได้นำแบบจำลองทางเศรษฐ์มิติมาใช้ในการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา พบว่า ราคาส่งออกมังคุดของไทยไปฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของฮ่องกงและรายได้ต่อบุคคลของฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของฮ่องกง เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณนำเข้ามังคุดของฮ่องกงจากไทย

จากการศึกษาของประภารัตน์ เป็นการศึกษาในตลาดฮ่องกง ซึ่งในขณะนั้นเป็นตลาดนำเข้ามังคุดจากไทยเป็นอันดับหนึ่ง หลังจากมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางการค้า ตลาดนำเข้ามังคุดอันหนึ่งตกเป็นของจีนในปี พ.ศ. 2546 ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้นำแนวทางการศึกษาของประภารัตน์ มาประยุกต์และเป็นข้อเปรียบเทียบต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตลอดจนนำรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องต่อการส่งออกมังคุดของไทย มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

ฐิติยา (2546) ศึกษาการพัฒนาสารเคลือบผิวเพื่อยืดอายุการเก็บรักษามังคุด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจผู้บริโภคเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจซื้อมังคุดและความต้องการด้านรูปแบบภาชนะบรรจุมังคุด เพื่อศึกษาคุณภาพของมังคุดที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้บริโภค เพื่อศึกษาอิทธิพลของสารเคลือบผิวต่อคุณภาพของมังคุดระหว่างการเก็บรักษา ในปัจจุบันมังคุดมีแนวโน้มการส่งออกมากขึ้น จึงทำให้มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ โดยเน้นทางด้านการผลิตทั้งก่อนและหลังการเก็บรักษาเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้น เช่น ศึกษาเกี่ยวกับดัชนีการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม เครื่องมือการเก็บเกี่ยวมังคุดให้มีคุณภาพ และพัฒนาวิธีการยืดอายุการเก็บรักษามังคุด ทำให้มังคุดมีคุณภาพดีขึ้น เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ทั้งตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ สำหรับการขนส่งมังคุดไปขายยังต่างประเทศนั้นหากใช้วิธีส่งทางเครื่องบินซึ่งใช้ระยะเวลาสั้น แต่ทำให้ค่าขนส่งเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นการขนส่งทางเรือจะช่วยลดค่าขนส่งลงได้มาก แต่เนื่องจากมังคุดเปลี่ยนสภาพและสีอย่างรวดเร็ว เมื่อเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องธรรมดา ซึ่งโดยทั่วไปมังคุดมีอายุการวางขายได้ไม่เกิน 1 สัปดาห์หลังจากการเก็บเกี่ยว ซึ่งมีรายงานว่ามังคุดสามารถเก็บรักษาที่อุณหภูมิเฉลี่ย 25.7 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยร้อยละ 73.77 ได้นาน 10 วัน โดยคุณภาพเนื้อคงเดิม ส่วนเปลือกคงสภาพดีเพียง 5-6 วัน เท่านั้น (ชมพูผล,2509) จึงเป็นปัญหาที่สำคัญของการจำหน่ายผลมังคุดและการส่งออกมังคุดไปยังตลาดต่างประเทศ

การศึกษาพิจารณาพฤติกรรม ทัศนคติ และความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบภาชนะบรรจุมังคุด โดยใช้การกระจายจำนวนในแต่ละกลุ่มความถี่และอัตราส่วนร้อยละ และการวิเคราะห์ปัจจัย(Factor analysis) พบว่า ปัจจัยคุณภาพที่สำคัญของมังคุดมี 3 ประการ คือ สีของมังคุด รสชาติของมังคุด และความแข็งของเปลือก แต่เปลือกมังคุดหรือความหนาแน่นเนื้อของเปลือกเป็นปัจจัยคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการศึกษาคุณภาพของมังคุดที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับโดยการวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) และการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (discriminate analysis) การศึกษาอิทธิพลของสารเคลือบต่อคุณภาพของมังคุดในระหว่างการเก็บรักษาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Ducan’s new multiple range test (DMRT) พบว่า สารเคลือบผิวสามารถชะลอการเปลี่ยนแปลงคุณภาพของมังคุดได้ โดยมังคุดที่ไม่เคลือบผิวสามารถเก็บรักษาได้นาน 24 วัน มังคุดที่เคลือบผิวด้วยสารเคลือบสตา-เฟรช#7055 สารเคลือบกลูโคแมนแนนและสารเคลือบไคโตแซนสามารถเก็บรักษาได้นาน 28 วัน และมังคุดที่เคลือบผิวด้วยสารเคลือบเมธิลเซลลูโลสสามารถเก็บรักษาได้นาน 32 วัน การศึกษาอิทธิพลความเข้มข้นของสารเคลือบเมธิลเซลลูโลสและกรดจิบเบอริลเรลลิคต่อคุณภาพของมังคุดในระหว่างการเก็บรักษาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Ducan’s new multiple range test (DMRT) พบว่าสามารถยืดอายุการเก็บรักษาและชะลอการเปลี่ยนแปลงสีของกลีบเลี้ยงได้

จากการศึกษาของฐิติยา ผู้ศึกษาได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดของการส่งออกมังคุดและได้ทราบถึงการพัฒนาในด้านคุณภาพของมังคุดไทย ซึ่งมาตรฐานการส่งออกมังคุดเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการส่งออกมังคุดไปยังตลาดจีน โดยเฉพาะ จีนได้มีมาตรการ การตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช (SPS) อย่างเข้มงวด

พัชราภรณ์ (2548) ผลประโยชน์ของการรวมกลุ่มเกษตรกรปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรและกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออก เพื่อผลประโยชน์ที่เกษตรกรได้รับจากการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออก และเพื่อศึกษาวิถีการตลาด ส่วนเหลื่อมตลาด องค์ประกอบและระดับการแข่งขัน ที่เป็นปัจจัยในการกำหนดศักยภาพแห่งความสำเร็จของการรวมกลุ่มเกษตรกรการส่งออกมังคุดมีทั้งในรูปผลสดและแช่แข็งในช่วงปี พ.ศ. 2538-2546 ปริมาณการส่งออกมีอัตราการเพิ่มร้อยละ 24.98 ต่อปี ในขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.65 ต่อปี สำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกนั้นประเทศไทยมีการส่งออกมังคุดในรูปผลสดมากขึ้น เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นได้ออกกฎหมาย เมื่อวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2546 ได้มีประกาศยกเลิกการห้ามนำเข้ามังคุดจากไทย โดยมีกำหนดเงื่อนไขที่สำคัญในการส่งออกมังคุดสดคือ ผลมังคุดจะต้องผ่านการอบไอน้ำที่อุณหภูมิสูงถึง 46 องศาเซลเซียส นาน 58 นาที มาตรฐานของมังคุดเพื่อการส่งออกนั้นจะต้องเป็นไปตามระบบการผลิตทางการเกษตรที่ถูกต้องและเหมาะสม (Good Agricultural Practice: GAP) เกษตรกรจะต้องมีการปฏิบัติตามหลัก GAP ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนกระทั่งเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อการส่งออก เพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ทางกรมส่งเสริมการเกษตร จึงได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรขึ้นเพื่อรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพผลผลิตเพื่อการส่งออกให้ได้มาตรฐานตาม GAP โดยมีการสนับสนุนทั้งในด้านของเงินทุนและปัจจัยการผลิตให้แก่กลุ่มเกษตรกร จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ที่มีพื้นที่ปลูกมังคุดเป็นอันดับหนึ่งและเกษตรกรในจังหวัดนี้ได้มีการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออกขึ้น ในปี พ.ศ. 2546 มี จำนวน 49 กลุ่ม ขอบเขตการศึกษา พ.ศ.2547

การศึกษาพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาในส่วนของการศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจตลอดถึงความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร และศึกษาผลประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับจากการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออก โดยพิจารณาจากข้อมูลปฐมภูมิ จาก

การสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มเกษตรกร พ่อค้าส่งในท้องที่ พ่อค้าตัวแทน พ่อค้าส่งตลาดไทและสี่มุมเมือง พ่อค้าส่งออก และพ่อค้าปลีก รวม 73 ราย และนำเสนอในรูปตารางร้อยละ ความถี่ และคำบรรยาย พบว่า กลุ่มเกษตรกรเป็นกลุ่มที่ร่วมกันก่อตั้งเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองราคา รายได้ของกลุ่มคือค่าบริการทางการตลาดที่หักจากสมาชิก เฉลี่ยกิโลกรัมละ 0.88 บาท ผลประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับจากการรวมกลุ่มคือ เกษตรกรจะผลิตมังคุดได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.71 และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 65.97 มีรายได้สุทธิเฉลี่ย 36,753.47 บาท และเกษตรกรยังจะได้รับเงินปันผลและสวัสดิการกลุ่ม การศึกษาวิถีการตลาด การวิเคราะห์ส่วนเหลื่อมการตลาด การวิเคราะห์องค์ประกอบและระดับการแข่งขันตามแบบจำลอง Five Force Model พบว่า การศึกษาส่วนเหลื่อมการตลาด พบว่า พ่อค้าส่งออกมีส่วนเหลื่อมการตลาดมากที่สุดเฉลี่ยกิโลกรัมละ 82.93 บาท เนื่องจากมังคุดส่งออกต้องมีการคัดเกรดและมาตรฐานอย่างดี ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งสูงมาก สำหรับการศึกษาองค์ประกอบและระดับการแข่งขันในตลาดมังคุดของกลุ่มเกษตรกร พบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มเกษตรกร เช่น มีกลุ่มย่อยเป็นจำนวนมาก ขาดผู้นำที่ดี มีสมาชิกกลุ่มน้อยเกินไป ผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองราคาและเป็นผู้กำหนดมาตรฐานมังคุด ผู้ซื้อรวมตัวกัน และสมาชิกกลุ่มไม่ซื่อสัตย์ต่อกลุ่มและขาดความรู้ในการจัดการสวนตามแนวทางเกษตรที่ถูกต้องและเหมาะสม

จากการศึกษาของพัชราภรณ์ ผู้ศึกษาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาด และนำความรู้เกี่ยวกับแนวทางการผลิตของเกษตรกรที่ปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องต่อมาตรฐานการส่งออก ในที่นี้ คือ ระบบการผลิตทางการเกษตรที่ถูกต้องและเหมาะสม (Good Agricultural Practice: GAP) ซึ่งใช้ใน ตลาดส่งออกมังคุดผลสดในประเทศญี่ปุ่น มาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยผู้ศึกษาทำการศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานการส่งออกของประเทศจีนต่อการนำเข้ามังคุดผลสด นอกจากนั้นการศึกษาของพัชราภรณ์ยังเป็นแนวทางที่ทำให้เห็นว่า อุปทานมังคุดในประเทศที่มีคุณภาพส่งออก มีศักยภาพมากพอที่จะช่วยสนับสนุนการส่งออกมังคุดของไทยต่อไป

มานิดา (2548) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดมังคุด เพื่อการส่งออกของประเทศไทยและเพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์เพื่อการส่งออกมังคุดของไทยไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ รูปแบบการส่งออกมังคุดแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือรูปแบบมังคุดสด สัดส่วนการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 98 ของการส่งออกมังคุดทั้งหมดมีอัตราการขยายตัวเป็นบวกโดยเฉลี่ย ปี พ.ศ. 2537-2546 มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.56 และมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ร้อยละ 37.76 และมังคุดแช่แข็ง มีอัตราการขยายตัวเป็นลบ โดยเฉลี่ยในปี พ.ศ.2537-2546 มีปริมาณที่ลดลง ร้อยละ 10.86 และมีมูลค่า

ลดลงร้อยละ 11.63 จากปริมาณและมูลค่าการส่งออกรวมที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นนั้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมังคุดเป็นสินค้าเกษตรชนิดหนึ่งที่จะต้องได้รับการดูแล และขยายการผลิต การตลาด ในลักษณะก้าวกระโดด ซึ่งยุทธศาสตร์มังคุดปี พ.ศ. 2546 มีเป้าหมายในปี พ.ศ. 2546-2550 ประกอบด้วย เพิ่มปริมาณการผลิตมังคุดคุณภาพ (ระดับมาตรฐานการส่งออก) พัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายผลในเชิงพาณิชย์ เพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายผลผลิต เพิ่มปริมาณการส่งออก จากความสามารถในการส่งออกปีล่าสุด(พ.ศ.2547) พบว่า มังคุดสดสามารถทำตลาดได้ดีมากที่สุดในประเทศจีน เนื่องจากมีการเปิดเสรีการค้า จากที่เคยส่งมังคุดผ่านฮ่องกงเข้าจีนก็สามารถส่งเข้าจีนได้เลย จากเดิมที่เคยส่งออกไปประเทศจีนร้อยละ 20 ของมังคุดสดส่งออกทั้งหมดในปี พ.ศ.2546 กลับเพิ่มปริมาณการส่งออกไปประเทศจีนในปี พ.ศ. 2547 ถึงร้อยละ 58 ของการส่งออกมังคุดสดทั้งหมด ท้างด้านตลาดมังคุดแช่แข็ง มีประเทศญี่ปุ่นเป็นคู่ค้าสำคัญและมีเพียงประเทศไทยประเทศเดียวที่สามารถส่งมังคุดเข้าจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น มีขอบเขตในการศึกษาปี พ.ศ. 2532-2546

จากการศึกษาพิจารณาวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้การอธิบายประกอบภาพและตาราง เพื่อให้ทราบถึงสภาวะทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดมังคุด เพื่อการส่งออกของประเทศไทย พบว่า การผลิตมีพื้นที่และผลผลิตเพิ่มขึ้น แหล่งผลิตสำคัญอยู่ที่ทางภาคตะวันออก คือจังหวัดจันทบุรี และภาคใต้ คือจังหวัดนครศรีธรรมราช ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยสูงขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของค่าแรงมากที่สุด การตลาดในประเทศมีเฉพาะผลสด แต่การส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศมีทั้งผลสดและแช่เย็นแช่แข็ง จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกมังคุดของไทยในตลาดจีน โดยใช้การสร้างแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regressive models) โดยการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS: Ordinary least squares method) พบว่า ในตลาดจีน ปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดตามลำดับ คือ รายได้เฉลี่ยต่อคน ราคามังคุดสดส่งออก แต่ปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในตลาดญี่ปุ่น พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ อัตราแลกเปลี่ยน รายได้เฉลี่ยต่อคน ตามลำดับ แต่ปัจจัยราคาส่งออกมังคุดแช่เย็นแช่แข็งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาของ มานิดา ผู้ศึกษาได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา การส่งออกมังคุดสดไปยังตลาดจีน สภาพทั่วไปในการผลิตและการส่งออกมังคุดสดของไทย พร้อมทั้งมาตรการต่างๆของรัฐบาลไทยที่เกี่ยวข้องต่อการส่งออกมังคุด ข้อแตกต่างของการศึกษา คือ ผู้ศึกษาทำการศึกษาเปรียบเทียบ ถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนระหว่าง ก่อนและหลัง การเปิดเขต

การค้าเสรี โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยทางด้านภาษีและมิใช่ภาษีของจีนที่มีผลต่อการส่งออกมังคุดของไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

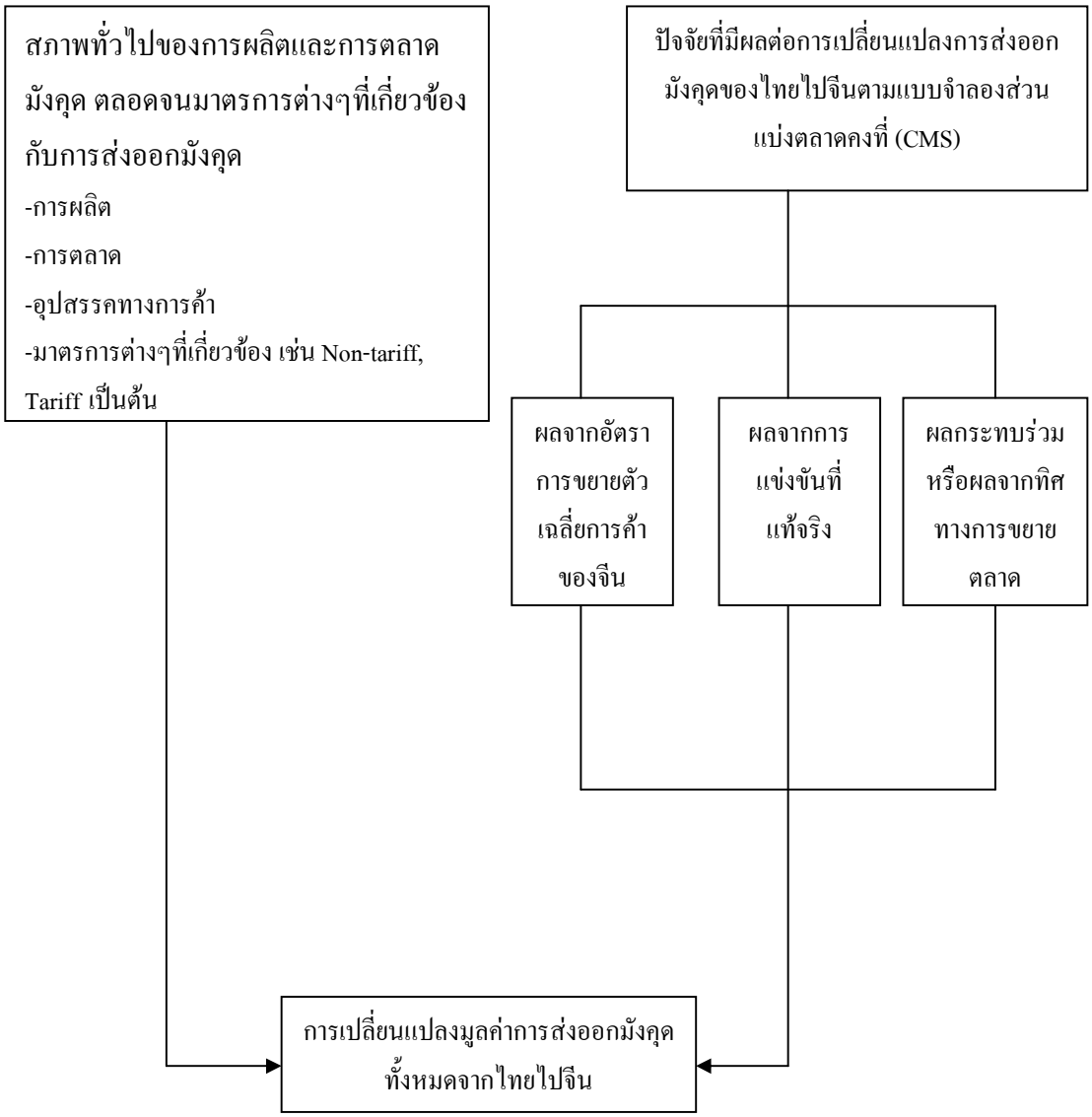
เครื่องมือในการศึกษาองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออก คือ แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ซึ่งเป็นผลงานของ Edward E.Leamer และ Robert M.Stren (1970) โดยสมการเอกลักษณ์ที่ใช้ในการคำนวณเพื่อการศึกษา ดังนี้

$$X^1_{ijk} - X^0_{ijk} = \left[G_{jk} X^0_{ijk} - X^1_{ijk}\right] + \left[G^*_{jk} X^1_{ijk} - X^0_{ijk}\right] + \left[1 - \left(\frac{X^0_{ijk}}{X^1_{ijk}}\right)\right]$$

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ
ช่วงที่ 1 (ปีฐาน) ตุลาคม พ.ศ. 2544 – กันยายน พ.ศ. 2546
ช่วงที่ 2 (ปีสุดท้าย) ตุลาคม พ.ศ. 2546 – กันยายน พ.ศ. 2548

แต่เนื่องจากแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) ไม่ได้อธิบายในส่วนของปัจจัยทางด้านต้นทุน การตลาด มาตรการภาษี (Tariff) และมาตรการมิใช่ภาษี (Non-Tariff) ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษาสภาพทั่วไปของการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ร่วมด้วย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ แสดงเป็นตารางร้อยละ สัดส่วน และสรุปความสัมพันธ์ออกมาในรูปแบบเชิงพรรณนา

กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนี้


สภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดมังคุด ตลอดจนมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุด
-การผลิต
-การตลาด
-อุปสรรคทางการค้า
-มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น Non-tariff, Tariff เป็นต้น
ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนตามแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)
ผลจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยการค้าของจีน
ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง
ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดทั้งหมดจากไทยไปจีน

บทที่ 3

สภาพทั่วไปของ การผลิต การตลาด มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน และสภาพทั่วไปต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการสืบค้น และรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา แสดงในรูปของ ภาพ ตาราง ร้อยละ สัดส่วน โดยจะทำการศึกษาในด้านสภาพทั่วไปของการผลิต การตลาด อุปสรรคทางการค้า และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ทั้งนี้เพื่อนำมาสรุปสภาพทั่วไปที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งการศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ไม่สามารถอธิบายถึงสภาพทั่วไป ดังกล่าว

สถานการณ์การผลิต

การศึกษาสภาพทั่วไปในด้านของสถานการณ์การผลิต จะทำการศึกษา แหล่งเพาะปลูกมังคุดของไทย พื้นที่เพาะปลูกมังคุดของไทย จำนวนผลผลิตมังคุดของไทย และต้นทุนในการผลิตมังคุดของไทย

แหล่งเพาะปลูกมังคุดของไทย

มังคุด ได้รับสมญานามว่า “ราชินีผลไม้ (Queen of Fruits)” (ภาพที่ 3.1) มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Garcinia mangostana Linn.* อยู่ในวงศ์ *Guttiferae* เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง พันธุ์มังคุดมีเพียงพันธุ์เดียว คือ พันธุ์พื้นเมือง เนื่องจากมังคุดเป็นพืชที่ขยายพันธุ์จากเมล็ด แต่เมล็ดของมังคุดไม่ได้มาจากการผสมเกสร แต่มาจากเนื้อเยื่อของอวัยวะเพศเมีย ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของมังคุดที่ไม่มีการแปรปรวนทางพันธุกรรม มังคุดจึงเป็นผลไม้ชนิดเดียวที่ไม่มีการกลายพันธุ์ (ฐิติยา 3:2546 อ้างถึง Yaacob and Subhadrabandhu 1995) โดยในประเทศไทยนั้นแบ่งมังคุด เป็น 2 ชนิด (ความแตกต่างของมังคุดไม่ได้เกิดมาจากพันธุกรรม) คือ มังคุดเมืองนนท์ ลักษณะผลสุกจะมีสีม่วงดำ ให้คุณภาพเนื้อดี และมังคุดปักษ์ใต้ ลักษณะผลสุกจะมีสีแดงอมชมพู ผลจะเปลี่ยนเป็นสีม่วงช้ากว่ามังคุดเมืองนนท์

ภาพที่ 3.1 มังคุดผลสด

มังคุดมีถิ่นกำเนิดในแถบคาบสมุทรมาลายู หรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แถบประเทศมาเลเซีย พม่า ไทย กัมพูชา เวียดนาม และหมู่เกาะซุนด้า ในประเทศไทยมังคุดสามารถปลูกได้ในภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ ในปี พ.ศ. 2548 พบว่า มี 18 จังหวัด ที่ทำการเพาะปลูกมังคุด โดยมีพื้นที่ปลูกมากที่สุด คือ พื้นที่เพาะปลูกมากกว่าห้าหมื่นไร่ ใน 3 จังหวัด คือ จันทบุรี ชุมพร และนครศรีธรรมราช (ตารางที่ 3.1) สำหรับแหล่งที่มีการผลิตมังคุดมากที่สุด 5 อันดับแรกของไทย ได้แก่ จันทบุรี ชุมพร นครศรีธรรมราช ระยอง และตราด มีช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตมังคุดมากที่สุด คือ เดือน พฤษภาคม มิถุนายน กรกฎาคม (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.1 แหล่งเพาะปลูกมังคุดของประเทศไทย พ.ศ. 2548

ขนาดพื้นที่ (ไร่)	จังหวัด
1-1,000	ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์
1,001-5,000	ปราจีนบุรี กระบี่ ตรัง สตูล ปัตตานี ยะลา
5,001-10,000	สงขลา
10,000-50,000	ตราด ระยอง ระนอง สุราษฎร์ธานี พังงา พัทลุง นราธิวาส
มากกว่า 50,000	จันทบุรี ชุมพร นครศรีธรรมราช

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

ตารางที่ 3.2 ผลผลิตเก็บเกี่ยวมังคุดรายเดือน และแหล่งผลิตมังคุดของประเทศไทย 5 อันดับแรก พ.ศ. 2548

(หน่วย: ร้อยละ)

ปี พ.ศ. 2548												แหล่งผลิต 5 อันดับแรก
ม.ค. (1)	ก.พ. (1)	มี.ค. (2)	เม.ย. (2)	พ.ค. (3)	มิ.ย. (3)	ก.ค. (3)	ส.ค. (2)	ก.ย. (2)	ต.ค. (1)	พ.ย. (1)	ธ.ค. (1)	
0	0	0.54	13.52	30.76	20.22	20.19	8.99	5.78	0	0	0	จันทบุรี ชุมพร นครศรีฯ ระยอง ตราด

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ไม่ใช่ช่วงเดือนการเก็บเกี่ยวผลผลิต (2) หมายถึง ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิต และ (3) หมายถึง ช่วงเดือนที่เก็บเกี่ยวผลผลิตสูงสุด

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

พื้นที่เพาะปลูกมังคุด และจำนวนผลผลิตมังคุดของไทย

พื้นที่เพาะปลูกมังคุดในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2542 มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 309,000 ไร่ ผลผลิต 161,000 ตัน ผลผลิตต่อไร่เท่ากับ 973 กิโลกรัมต่อไร่ เมื่อนำมาเปรียบเทียบ กับปี พ.ศ. 2548 จะพบว่า มีพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นเป็น 418,000 ไร่ ผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 200,000 ตัน แต่ผลผลิตต่อไร่ลดลง เหลือเพียง 692 กิโลกรัมต่อไร่ (ตารางที่ 3.3)

ดังนั้น การผลิตมังคุดเพื่อป้อนตลาดส่งออกที่กำลังขยายตัว ควรที่จะมีความสม่ำเสมอของผลิตผลิต และสามารถผลิตมังคุดให้ได้ตามความต้องการของตลาด โดยเฉพาะเมื่อเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ได้มีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น แต่อัตราผลผลิตต่อไร่ของมังคุดกลับมาแนวโน้มลดลง ไม่สม่ำเสมอ นอกจากนั้นแล้ว สวนที่ทำการเพาะปลูกมังคุดจะต้องมีการขึ้นทะเบียนสวน และต้องมีมาตรการป้องกันและควบคุมแมลงที่เป็นศัตรูพืช และกำหนดระยะเวลาตรวจสารตกค้างจากยาปราบศัตรูพืช โดยจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายสุขอนามัยการนำเข้าผลไม้ของจีน จึงควรที่จะสนับสนุนและให้ความรู้ แก่เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดเพื่อการส่งออก โดยเร็ว

ตารางที่ 3.3 พื้นที่เพาะปลูกมังคุด และจำนวนผลผลิตมังคุดของไทย พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2548

พ.ศ.	เนื้อที่ยืนต้น (1,000ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (1,000ไร่)	ผลผลิต (1,000 ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)
2542	309	165	161	973
2543	350	187	168	899
2544	363	212	197	930
2545	350	235	245	1,040
2546	369	246	204	828
2547	391	268	235	877
2548	418	289	200	692

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

ต้นทุนในการผลิตมังคุดของไทย

ต้นทุนผันแปรในการผลิตมังคุด มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมากในช่วงระยะเวลา 4 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2545 มีต้นทุนผันแปรในการผลิตมังคุด เพียง 3,550 บาทต่อไร่ เพิ่มขึ้นเท่าตัวเป็น 7,570 บาทต่อไร่ ในปี พ.ศ. 2548 ในขณะที่เมื่อคิดต้นทุนการผลิตมังคุดต่อตัน จะเห็นได้ว่าต้นทุนการผลิตมังคุดเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2548 ที่มีต้นทุนสูงถึง 13,428 บาทต่อตัน ข้อมูลทุติยภูมิต้นทุนการผลิตมังคุดที่รวบรวมในการศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของต้นทุนแต่ไม่สามารถหาสาเหตุของการเพิ่มขึ้นของต้นทุนดังกล่าวได้ ดังนั้นควรศึกษาหาสาเหตุของการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตมังคุดดังกล่าว โดยเฉพาะควรศึกษาหาข้อมูลต้นทุนการผลิตมังคุดแบบปฐมภูมิเพื่อให้ทราบอย่างชัดเจนว่าสาเหตุไม่ได้เกิดมาจากผลของการเก็บข้อมูลของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อที่จะได้หามาตรการแก้ไขปัญหาต้นทุนการผลิตมังคุดที่เพิ่มสูงขึ้นให้อยู่ในระดับที่เกษตรกรได้รับผลประโยชน์สูงสุด และเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกมังคุดต่อไป (ตารางที่ 3.4)

การตลาดมังคุดภายในประเทศไทย

การศึกษาสภาพทั่วไปในด้านของการตลาดมังคุดภายในประเทศไทย จะทำการศึกษาลักษณะทั่วไปของตลาดมังคุด ประเภทของผู้ค้ามังคุด ลักษณะการซื้อขายมังคุด ราคาขายมังคุดในประเทศไทย ข้อมูลผู้ส่งออกมังคุดสดของไทยไปจีน และอัตราแลกเปลี่ยน ปริมาณ มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ดังนี้

ตารางที่ 3.4 ต้นทุนการผลิตมังคุดเฉลี่ยทั่วประเทศของไทย พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

(หน่วย: บาทต่อไร่)

รายการ	ต้นทุนผันแปร	ต้นทุนคงที่	ต้นทุนรวม	ต้นทุน (บาทต่อตัน)
2545				
สด	3,550	Na	3,550	3,413
ประเมิน	1,502	1,546	3,049	2,931
2546				
สด	5,679	Na	5,679	6,859
ประเมิน	2,704	1,546	4,250	5,133
2547				
สด	6,482	Na	6,482	7,391
ประเมิน	2,444	1,546	3,991	4,551
2548				
สด	7,570	Na	7,570	13,428
ประเมิน	Na	1,546	Na	Na

หมายเหตุ: Na หมายถึง ไม่สามารถหาข้อมูลได้

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

การตลาดมังคุดภายในประเทศไทย

การศึกษาสภาพทั่วไปในด้านของการตลาดมังคุดภายในประเทศไทย จะทำการศึกษาลักษณะทั่วไปของตลาดมังคุด ประเภทของผู้ค้ามังคุด ลักษณะการซื้อขายมังคุด ราคาขายมังคุดในประเทศไทย ข้อมูลผู้ส่งออกมังคุดสดของไทยไปจีน และอัตราแลกเปลี่ยน ปริมาณ มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของตลาดมังคุด

ในที่นี้จะแบ่งตลาดมังคุดออกเป็น 4 ประเภท คือ ตลาดท้องถิ่น ตลาดขายส่งมังคุด ตลาดขายปลีกมังคุด และตลาดส่งออกมังคุด ดังนี้

1. ตลาดท้องถิ่น จะเป็นตลาดที่มีการซื้อขายระหว่างผู้ค้าและเกษตรกรผู้ผลิตมังคุด ซึ่งจะมีลักษณะซื้อขายในปริมาณมากต่อครั้งการตกลง โดยแหล่งซื้อขายนั้นจะทำการซื้อขาย ณ แหล่งผลิต และแหล่งผลิตที่สำคัญ คือ ภาคตะวันออก ในช่วงเดือน เมษายน-มิถุนายน และภาคใต้ ในช่วงเดือน กรกฎาคม-กันยายน ทั้งนี้ในแต่ละปีจะมีการคลาดเคลื่อนของช่วงเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตอยู่เสมอ

2. ตลาดขายส่งมังคุด จะเป็นตลาดที่รองรับมังคุดและกระจายมังคุดไปสู่ส่วนต่างๆของประเทศไทย ซึ่งจะมีลักษณะซื้อขายในปริมาณมากต่อครั้ง ตลาดขายส่งในกรุงเทพฯ ที่สำคัญได้แก่ ตลาดมหานาค ตลาดปากคลองตลาด ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดไท

3. ตลาดขายปลีกมังคุด มีลักษณะการซื้อขายระหว่าง ผู้ค้าและผู้บริโภคโดยตรง อาทิเช่น ตลาดสด โลตัส ท๊อปซูเปอร์มาเกต แผงลอย หาบเร่ เป็นต้น

4. ตลาดส่งออกมังคุด มีลักษณะการซื้อขายระหว่าง ผู้ค้าในประเทศไทยและผู้ค้าในต่างประเทศ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการซื้อขายในตลาดส่งออกนี้จะมีความซับซ้อนของขั้นตอนต่างๆ มากกว่าตลาดอื่นๆ เนื่องจากมีกฎเกณฑ์ ระเบียบ มาตรฐาน และมาตรการต่างๆ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน การขนส่งระหว่างประเทศ เข้ามาเกี่ยวข้องในการซื้อขาย

ลักษณะการซื้อขายมังคุด

กล่าวถึงลักษณะการซื้อขายมังคุดในตลาดท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งจะมีลักษณะการซื้อขายที่หลากหลาย ตามความแตกต่างของท้องถิ่นที่ทำการผลิตมังคุด โดยจะกล่าวถึงลักษณะการซื้อขายในแหล่งผลิตที่สำคัญของไทย คือ ภาคตะวันออก และภาคใต้

1. ภาคตะวันออก

1.1 ขายที่สวนของเกษตรกรแบบเหมาสวน การซื้อขายลักษณะนี้มีปริมาณไม่มากนักจะเกิดขึ้นเมื่อเจ้าของสวนไม่มีแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต หรืออาจเกิดจากการเหมาสวนเงาะทุเรียน แล้วเหมาซื้อรวมมังคุดไปพร้อมกัน

1.2 ขายที่สวนของเกษตรกร การซื้อขายลักษณะนี้เกษตรกรจะเป็นผู้เก็บรวบรวมผลผลิตไว้ที่บ้านแล้วเกษตรรายใหญ่ในท้องที่นั้นหรือพ่อค้าคนกลางจะเข้าไปรับซื้อถึงบ้าน หรือเกษตรกรจะนำผลผลิตมาวางไว้สองข้างทางถนนแล้วจะมีผู้ค้ามาทำการซื้อผลผลิต

1.3 ขายตามจุดรับซื้อต่างๆ ทางภาคตะวันออกจะมีจุดรับซื้อที่สำคัญบนถนนสุขุมวิทซึ่งเป็นตลาดท้องถิ่น 9 แห่ง คือ ตลาดบ้านแสนตุ้ง ตลาดพลิ้ว ตลาดศาลาปากแซง ตลาดเนินสูง ตลาดห้วยสะท้อน ตลาดหนองคล้า ตลาดกองดิน ตลาดตะพง ตลาดข้างแรงแรมสตาร์ นอกจากนั้นแล้วยังมีตลาดอื่น อยู่ในจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด

1.4 ขายให้ผู้ส่งออกหรือตัวแทนผู้ส่งออก เกษตรกรรวบรวมผลผลิตส่งให้ผู้ส่งออกโดยตรงหรือขายให้เกษตรกรรายใหญ่ที่เป็นคนกลางซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ส่งออก การขายลักษณะนี้เกษตรกรจะต้องคัดเลือกผลผลิตที่มีคุณภาพและพิถีพิถันในการบรรจุหีบห่อมากกว่าการขายแบบอื่นๆ

1.5 เกษตรกรรวมกลุ่มกันขาย ณ ที่ทำการกลุ่ม เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในการซื้อขายผลผลิต

2. <u>ภาคใต้</u>

2.1 ขายที่สวนของเกษตรกรแบบเหมาสวน การซื้อขายลักษณะนี้มีปริมาณไม่มากนักจะเกิดขึ้นเมื่อเจ้าของสวนไม่มีแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต หรืออาจเกิดจากการเหมาสวนเงาะทุเรียน แล้วเหมาซื้อรวมมังคุดไปพร้อมกัน

2.2 ขายที่สวนของเกษตรกร การซื้อขายลักษณะนี้เกษตรกรจะเป็นผู้เก็บรวบรวมผลผลิตไว้ที่บ้านแล้วเกษตรรายใหญ่ในท้องที่นั้นหรือพ่อค้าคนกลางจะเข้าไปรับซื้อถึงบ้าน

2.3 ขายที่ตลาดกลางผลไม้ หรือตามจุดรับซื้อต่างๆ ที่เกษตรกรนำผลผลิตมาขายยังตลาดขายส่งผักและผลไม้ในท้องถิ่นหรือในจังหวัดด้วยตนเอง เช่น ตลาดหลังสวนในจังหวัดชุมพร ตลาดหัวหินในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตลาดดับเพลิงในจังหวัดยะลา เกษตรกรที่นำผลผลิตมาขายในลักษณะนี้จะรวมมากับผลไม้ชนิดอื่น เช่น เงาะ ทุเรียน เนื่องจากมังคุดของเกษตรกรมีจำนวนไม่มาก

2.4 เกษตรกรขายในลักษณะเหมา ในการซื้อขายมังคุดดังกล่าวส่วนใหญ่จะขายพร้อมกับผลผลิตทางการเกษตรชนิดอื่น ซึ่งผลผลิตออกในระยะเดียวกัน โดยส่วนมากจะเป็นพ่อค้าซึ่งรวบรวมจากเกษตรกรหลายราย เพื่อนำไปขายปลีก หรือขายส่งก็ได้

2.5 เกษตรกรรวมตัวกันขายในลักษณะการประมูล โดยเกษตรกรรวมกลุ่มกัน นำผลผลิตมารวมกันเพื่อขายให้ผู้ค้า ทั้งนี้เพื่ออำนาจในการต่อรองราคาซื้อขาย

<u>ประเภทของผู้ค้ามังคุด</u>

1. ผู้รวบรวม เพื่อการส่งออก และเพื่อค้าส่งในประเทศ

2. ผู้ค้าส่ง แบ่งออกเป็น

- ผู้ค้าส่งในตลาดท้องถิ่น ประกอบไปด้วย ตัวแทนหรือนายหน้าพ่อค้าขายส่งชั่วคราว พ่อค้าขายส่งในท้องถิ่น

- ผู้ค้าส่งในตลาดสำคัญในกรุงเทพฯ ประกอบไปด้วย พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ

3. ผู้ค้าปลีก ประกอบไปด้วย

- ผู้ค้าปลีกทั่วไปหรือผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิม หมายถึงพ่อค้าที่ทำการจำหน่ายมังคุดให้ผู้บริโภคโดยตรง เช่น ตลาดสด หาบเร่ ฯลฯ

- ผู้ค้าปลีกตลาดบนหรือผู้ค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต

4. ผู้แปรรูป โดยการแปรรูปมังคุดเพื่อการส่งออกในรูปการแช่แข็งมังคุด

5. ผู้ส่งออก หมายถึง พ่อค้าที่รับซื้อมังคุดจากเกษตรกรหรือพ่อค้าขายส่งท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ หรือนายหน้า เพื่อทำการส่งมังคุดดังกล่าวไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ทั้งนี้มีผู้ส่งออก (บริษัท) ที่ทำการส่งออกมังคุดจากไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี พ.ศ. 2548 ทั้งสิ้น 21 บริษัท

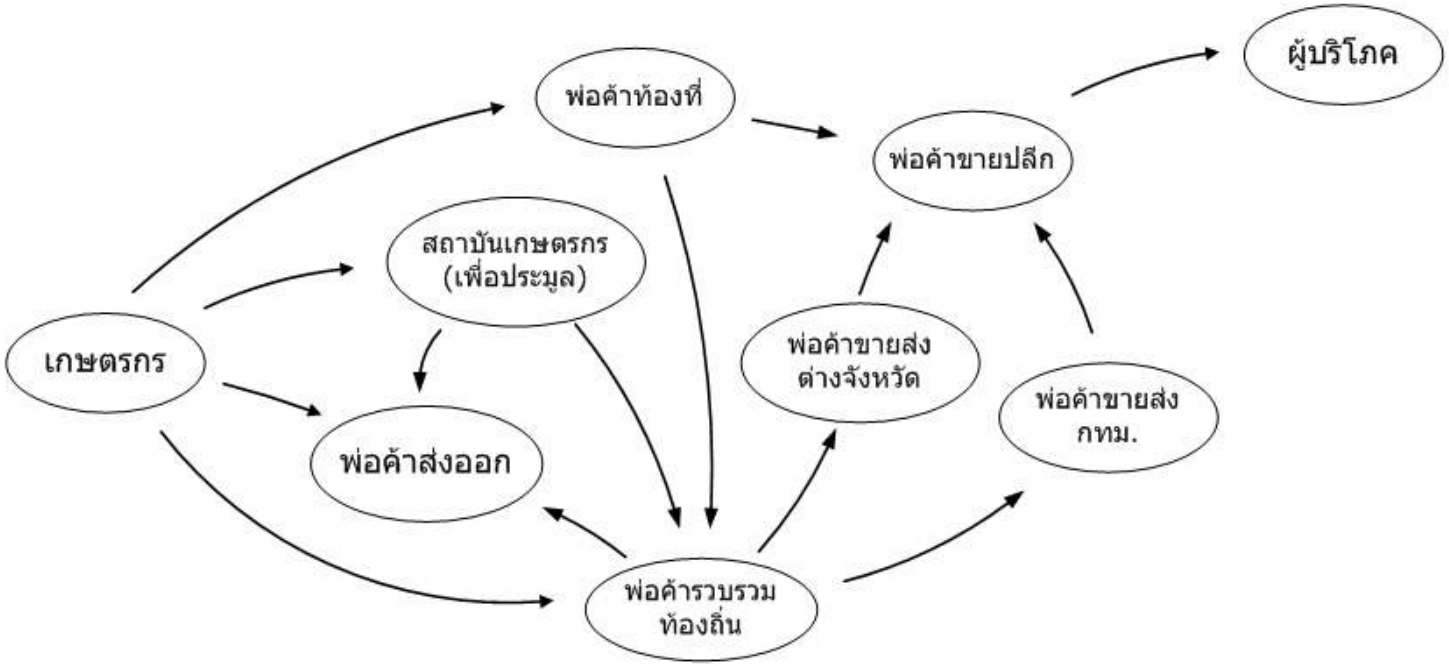
จากลักษณะทั่วไปของตลาดมังคุด ลักษณะการซื้อขายมังคุด และประเภทของผู้ค้ามังคุด สามารถนำมาเขียนและอธิบายเป็นแผนภาพวิถีตลาดมังคุดได้ 2 ลักษณะ คือ วิถีการตลาดมังคุดภาคใต้ (ดังภาพที่ 3.2) และวิถีการตลาดมังคุดภาคตะวันออก (ดังภาพที่3.3) (เพ็ญศรี, 2549)

<u>ราคาขายมังคุดในประเทศไทย</u>

ราคาขายมังคุดภายในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะราคา คือ ราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้ (ดังตารางที่ 3.5) และราคาขายส่งมังคุดในตลาดกรุงเทพฯ (ดังตารางที่ 3.6) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันแล้ว พบว่าในตลาดขายส่งมีราคาขายเฉลี่ยสูงกว่า ราคาขายเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ โดยในปี พ.ศ. 2548 ราคาขายเฉลี่ยของตลาดขายส่งในกรุงเทพฯ เท่ากับ 22.67 บาท ส่วนราคาขายเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ เท่ากับ 15.76 บาท เมื่อพิจารณาจากตาราง 3.5, 3.6 จะเห็นถึงช่วงระยะเวลาการขายผลผิตมังคุดในแต่ละปี ที่มีการแปรปรวนในช่วงระยะเวลาการขายผลผลิตอยู่ตลอดเวลา แต่ส่วนใหญ่จะมีการขายผลผลิตในช่วงเดือน เมษายน-กันยายน ซึ่งจากราคาขายรายเดือนจะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของราคาขายมังคุดอย่างละเอียด โดยทั่วไปแล้วราคาขายมังคุดในเดือนแรกและเดือนสุดท้ายของฤดูกาลจะมีราคาขายสูงสุด อาทิเช่น ในปีพ.ศ. 2548 ราคาขายมังคุดที่เกษตรกรขายได้ในเดือน มีนาคม- กันยายน คือ 25.50, 13.50, 12.22, 9.63, 7.47, 10.05 และ 31.50 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ และราขาขายส่งมังคุดในตลาดกรุงเทพฯ เท่ากับ 25.62, 19.27, 17.76, 15.35 และ 35.36 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับเช่นเดียวกัน

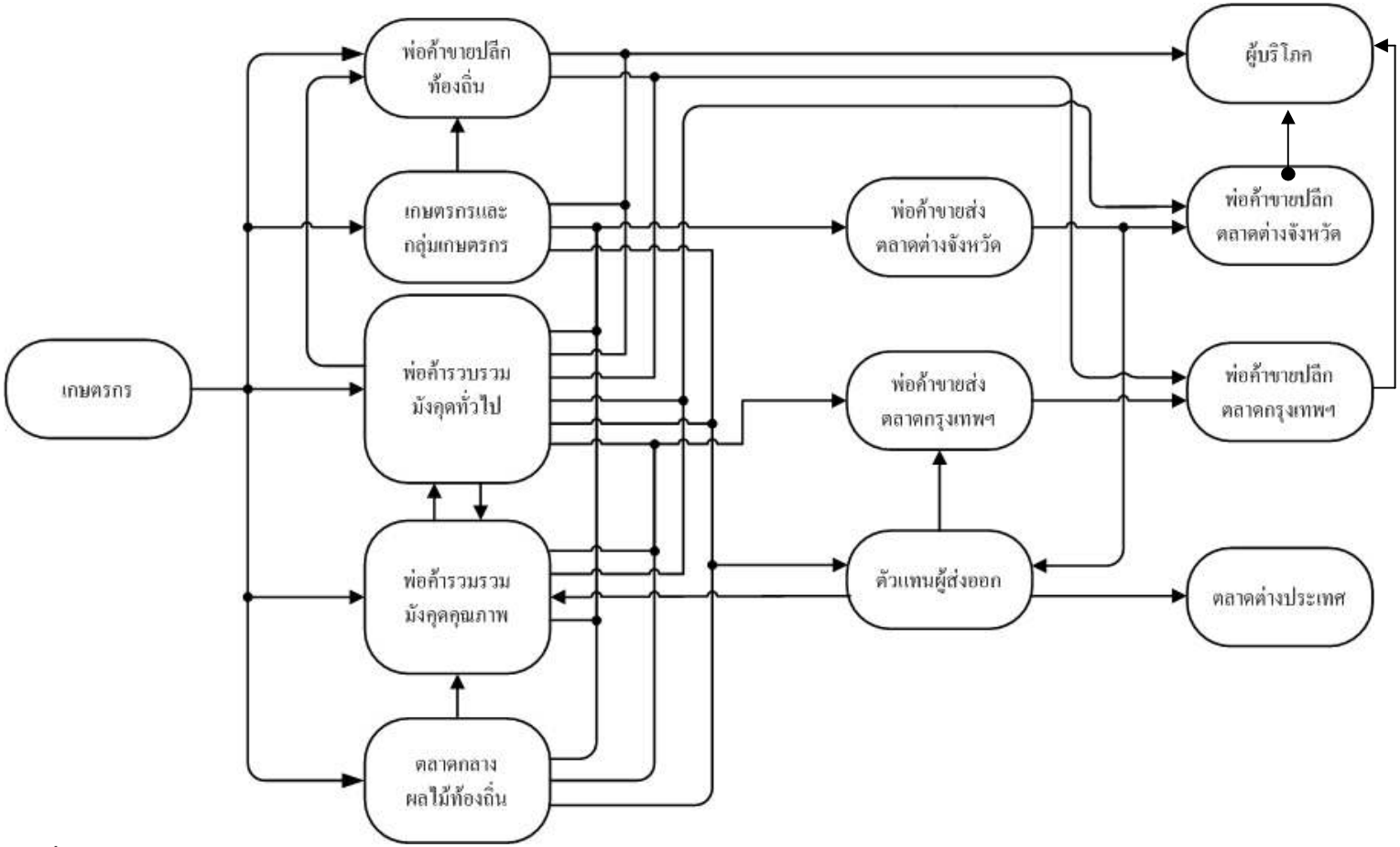
<u>ข้อมูลผู้ส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน</u>

หลังจากการเปิดเขตการค้าเสรี ไทย-จีน มีผลทำให้สามารถทำการค้ากับจีนได้โดยตรง โดยที่ไม่ต้องผ่าน ฮ่องกง ซึ่งเป็นเมืองหน้าด่านทางการค้าของจีน ดังนั้นจากข้อมูล ในปี พ.ศ. 2548 มีบริษัทที่ทำการส่งออกมังคุดสด HS0804500301ไปยังประเทศจีโดยตรง ทั้งสิ้น 21 บริษัท ดังรายละเอียด ใน (ตารางผนวกที่ ค)



<u>ภาพที่ 3.2</u> วิถีการตลาดมังคุดภาคใต้ พ.ศ. 2548

ที่มา: ปรับปรุงจากเพ็ญศรี (2549)



ภาพที่ 3.3 วิถีการตลาดมังคุดภาคตะวันออก พ.ศ. 2548

ที่มา: ปรับปรุงจากเพ็ญศรี (2549)

ตารางที่ 3.5 ราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้ พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2548

(หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม)

พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2542	-	-	-	41.71	30.99	14.17	17.39	12.80	13.00	-	26.67	20.00	22.09
2543	23.83	22.75	85.00	83.50	25.70	15.38	12.86	13.30	-	-	-	-	35.29
2544	25.67	26.00	72.50	24.79	15.93	19.73	16.31	11.18	15.06	30.00	-	-	25.72
2545	-	-	-	13.65	9.90	11.82	8.99	6.86	11.50	-	-	-	10.45
2546	-	-	31.63	25.00	33.00	16.30	10.66	13.87	15.22	20.00	-	-	20.71
2547	-	-	-	24.50	11.91	17.22	15.68	10.05	11.77	10.34	-	-	14.50
2548	-	-	25.50	13.50	12.22	9.63	7.47	10.05	31.50	-	-	-	15.76

ที่มา: สำนักเศรษฐกิจการเกษตร (2549)

ตารางที่ 3.6 ราคาขายส่งมังคุดในตลาดกรุงเทพฯ พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2548

(หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม)

พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย
2542	-	-	-	42.08	40.00	25.80	25.13	28.50	-	-	26.67	20.00	32.30
2543	35.00	28.58	39.48	-	28.73	20.45	19.32	29.70	42.50	-	-	-	30.47
2544	21.95	33.10	-	21.36	23.74	31.55	29.13	20.93	31.60	32.05	-	-	27.32
2545	40.23	43.16	42.50	33.81	15.52	17.70	17.21	12.64	23.30	-	-	-	27.34
2546	-	-	36.25	40.97	-	18.58	13.79	20.50	22.50	-	-	-	25.43
2547	-	-	-	29.77	20.71	20.50	24.55	18.40	20.50	17.08	-	-	21.64
2548	-	-	-	25.62	-	19.27	17.76	15.34	35.36	-	-	-	22.67

ที่มา: กรมการค้าภายใน (2549)

อัตราแลกเปลี่ยน ราคามังคุดส่งออก ปริมาณ และมูลค่าการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

จากการเปิดเขตตลาดเสรีในผักผลไม้ระหว่างไทยจีน ทำให้ปริมาณการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเพิ่มสูงขึ้นเป็นเท่าตัว โดยในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 มีปริมาณการส่งออกมังคุดรวม 30,364 ตัน ต่อมามีปริมาณการส่งออกมังคุดเพิ่มสูงขึ้นเป็น 67,160 ตันในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 ในขณะเดียวกัน มูลค่าการส่งออกมังคุด ก็เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวด้วยเช่นกัน โดยเพิ่มขึ้นเป็น 1,144.5370 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 จาก ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 ที่มีมูลค่าการส่งออกมังคุดเพียง 644.6650 ล้านบาท ระดับราคาส่งออกมังคุดของไทยไปจีนมีแนวโน้มลดลงอย่างไม่สม่ำเสมอ จาก 201,729.1931, 226,375.9779, 164,171.4307, 174,558.7543 ในปี พ.ศ. 2545-2548 ตามลำดับ จากระดับราคาส่งออกมังคุดของไทยไปจีนดังกล่าวอาจไม่ใช่ปัจจัยสนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเท่าใดนัก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนแบบ Direct คือ อัตราแลกเปลี่ยนที่ 1 บาทต่อเรนมินบิ จะเห็นได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนค่อนข้างจะคงที่ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนจึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนน้อยมากเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ แต่เมื่อพิจารณาดูแนวโน้มของค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลงอย่างต่อเนื่อง จากปี พ.ศ. 2545 ที่มีค่า 1 บาท ต่อ 5.2407 เรนมินบิ เป็น1 บาท ต่อ 4.9501ในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งการอ่อนค่าลงของเงินบาทจะสนับสนุนการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน (ตารางที่ 3.7)

ตารางที่ 3.7 ราคา ปริมาณ มูลค่า และอัตราแลกเปลี่ยน ในการส่งออกมังคุดจากไทยไปจีน พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

พ.ศ.	ราคา (บาทต่อตัน)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	มูลค่า (บาทต่อกิโลกรัม)	อัตราแลกเปลี่ยน (1บาทต่อเรนมินบิ)
2545	201,729.1931	17,326	349.5160	20.1729	5.2407
2546	226,375.9779	13,038	295.1490	22.6376	4.9471
รวม	-	30,364	644.6650	21.2312	-
2547	164,171.4307	26,763	439.3720	16.4171	4.9744
2548	174,558.7543	40,397	705.1650	17.4559	4.9501
รวม	-	67,160	1,144.5370	17.0419	-

หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายปี

ที่มา: กรมศุลกากร (2549), ธนาคารแห่งประเทศไทย (2549)

การตลาดมังคุดในตลาดต่างประเทศ

ในที่นี้จะทำการศึกษาตลาดต่างประเทศในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยในการศึกษาสภาพทั่วไปในด้านของการตลาดมังคุดในตลาดต่างประเทศจะทำการศึกษา ลักษณะทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน นโยบายการค้าและกฎหมายการค้าระหว่างประเทศของจีน ลักษณะตลาดของจีน พฤติกรรมการบริโภคของคนจีน ขั้นตอนการส่งออกผลไม้ของไทยไปจีนภายใต้เขตการค้าเสรีไทย-จีน ขั้นตอนการนำเข้ามังคุดของประเทศจีนภายใต้เขตการค้าเสรีไทย-จีน การกระจายสินค้าในตลาดจีน และวิถีการตลาดมังคุดของไทยในจีน

ลักษณะทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

จีนเป็นประเทศที่ยิ่งใหญ่ ประกอบไปด้วย 22 มณฑล 4 มหานครและ 5 เขตปกครองตนเอง ขนาดพื้นที่รวมทั้งสิ้น 9,596,960 ตารางกิโลเมตร ซึ่งใหญ่กว่าพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทยถึง 19 เท่า โดยประเทศไทยมีพื้นที่เพียง 513,120 ตารางกิโลเมตร (ภาพที่ 3.4) จีนเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีอารยธรรมที่เก่าแก่ สิ่งที่แสดงออกถึงความเป็นจีนจึงเป็นเรื่องที่คนทั่วทุกมุมโลกต่างสนใจ แม้เมื่อจีนปิดประเทศประชาคมโลกก็ยังสนใจ จนกระทั่งจีนเปิดประเทศเข้าสู่สังคมโลกจีนก็ได้สร้างกระแสอย่างต่อเนื่องและรุนแรง ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ ท้ายสุดจีนก็ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์ และนั่นยิ่งทำให้จีนเป็นประเทศที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ปกครองด้วยระบอบสังคมนิยมแบบประชาธิปไตยรวมศูนย์ โครงสร้างการเมืองการปกครองของจีน มีลักษณะพิเศษไม่เหมือนกับที่ใช้อยู่ในประเทศอื่นทั่วไป ในระดับประเทศประกอบด้วย 3 สถาบันหลัก ได้แก่ พรรคคอมมิวนิสต์จีน ฝ่ายบริหาร และกองทัพปลดแอกประชาชน ส่วนศาลสถิตยุติธรรมไม่ถือเป็นองค์กรหลัก พรรคคอมมิวนิสต์จีนมีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำกับอีก 2 สถาบันหลัก แต่ละสถาบันไม่ได้แยกเป็นอิสระจากกันโดยเด็ดขาด แต่มีความเกี่ยวพันเชื่อมโยงผ่านบุคคลชั้นนำของพรรคคอมมิวนิสต์จีน (วันรักษ์, 25: 2546) ระบบการปกครองแบบกระจายอำนาจจากส่วนกลางของจีน (Decentralization) ทางการจีนได้กระจายอำนาจการตัดสินใจให้กับรัฐบาลท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า การบริหารส่วนท้องถิ่นในระดับมณฑล เขตปกครองตนเอง และมหานคร ซึ่งอำนาจการตัดสินใจของแต่ละท้องถิ่นมีความหลากหลาย มีขอบเขตอำนาจแตกต่างกัน

ภาพที่ 3.4 แผนที่แสดงเขตการปกครองของสาธารณรัฐประชาชนจีน

ที่มา: Greater China News (2549)

ออกไป ตามฐานะของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) ใน 4 พื้นที่สำคัญของประเทศ คือ เซินเจิ้น ซัวเถา จูไห่ และ เซี่ยเหมิน (3 พื้นที่แรก คือ เซินเจิ้น ซัวเถา และจูไห่ อยู่ในมณฑลกวางตุ้ง และพื้นที่สุดท้าย เซี่ยเหมิน อยู่ในมณฑลฮกเกี้ยน) ทางการจีนได้กระจายอำนาจในการอนุมัติโครงการสำคัญทางเศรษฐกิจ และการปกครอง เพื่อสร้างความคล่องตัว และลดขั้นตอนการดำเนินการต่างๆ ให้กับรัฐบาลท้องถิ่น และที่สำคัญรัฐบาลเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ในแต่ละแห่งยังสามารถดำเนินนโยบายการกีดกันคนจีนจากพื้นที่อื่นๆ ที่จะเดินทางเข้ามาอยู่หรือทำงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ได้ โดยชาวจีน “นอกพื้นที่” จะต้องมีใบอนุญาตจากรัฐบาลท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) แต่ละแห่งเสียก่อนที่จะดำเนินการอื่นใด ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันการอพยพย้ายถิ่นฐานของชาวจีนทั่วไป ในการเข้ามาแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) เหล่านี้ (อักษรศรี, 244,246: 2548) ซึ่งจากลักษณะพิเศษทางการปกครองของแต่ละเขตปกครองที่แตกต่างกันของจีน เช่นในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ดังกล่าวนั้น เมื่อนำมาพิจารณาจะเห็นได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรทำการศึกษา เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีลักษณะของการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ภาษี (Non-Tariff) อีกประเภทหนึ่ง ซึ่งในแต่ละมณฑลของจีนถือปฏิบัติอยู่ และยังแตกต่างกันออกไปในแต่ละมณฑล เป็นต้น

เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2525 สมัชชาประชาชนแห่งชาติของจีนผ่านรัฐธรรมนูญมาตราใหม่ คือ มาตรา 31 เพื่อเป็นหลักการสำหรับการรวมประเทศจีนให้เป็นหนึ่งเดียว (ฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน) อันเป็นที่มานโยบาย “หนึ่งประเทศ สองระบบ (One Country, Two Systems) ” โดยสาระสำคัญของมาตรา 31 นี้ คือ รัฐมาสามารถจัดตั้งเขตที่มีการบริหารพิเศษได้เมื่อจำเป็น ระบบที่ใช้ในเขตบริหารพิเศษ จะเป็นไปตามกฎหมายซึ่งกำหนดขึ้นโดยสมัชชาประชาชนแห่งชาติจีนที่มีเงื่อนไขพิเศษ นโยบาย “หนึ่งประเทศ สองระบบ (One Country, Two Systems) ” เป็นนโยบายในการรวมจีนอย่างสันติ โดยยินยอมให้ ฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน สามารถปกครองตนเองต่อไปอีก 50 ปี และยินยอมให้ไต้หวันสามารถรักษากำลังทหารของตนเองได้หลังจากรวมเป็นหนึ่งเดียว การดำเนินนโยบายดังกล่าวทำให้การเจรจากับอังกฤษในปี พ.ศ. 2527 และโปตุเกส ในปี พ.ศ. 2529 ประสบผลสำเร็จในการคืน ฮ่องกง ในปี พ.ศ. 2540 และประสบผลสำเร็จในการคืน มาเก๊าในปี พ.ศ. 2542 (Wikipedia, 2549) ในเวลาต่อมาจีนได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ World Trade Organization: WTO ในปี พ.ศ. 2544 มีผลทำให้จีนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบว่าด้วยการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน ประเทศคู่ค้าของจีนสามารถดำเนินการการติดต่อทำการค้าและการลงทุนกับจีนได้โดยตรง มีผลทำให้บทบาทของ ฮ่องกง ในฐานะที่เป็นประตูหน้าด่านทางการค้าของจีนมีแนวโน้มลดลง

นโยบายการค้าและกฎหมายการค้าระหว่างประเทศของจีน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 จีนย้ำว่า นโยบายเศรษฐกิจของจีน คือ “เปิดกว้าง” ไม่ใช่ “เปิดเสรี” ดังนั้นการค้ากับต่างประเทศ จีนจึงเปิดกว้างเฉพาะด้านการส่งออกสินค้า แต่ด้านนำเข้าสินค้ายังคงไม่เปิดเท่าใดนักเนื่องจากมีการกีดกันอย่างมากมาย ทำให้สินค้าจากต่างประเทศผ่านเข้ามาในจีนได้เพียงบางส่วนเท่านั้น (วันรักษ์, 45: 2546) ในปี พ.ศ. 2544 จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) อย่างเป็นทางการ สมาชิกลำดับที่ 143 เป็นสมาชิกในฐานะเศรษฐกิจที่ไม่ใช่การตลาด หรือ Non-Market Economy (NME) เนื่องจากสมาชิกเดิมมองว่า จีนยังคงเป็นประเทศสังคมนิยม ดังนั้น สิทธิและพันธกรณีของจีนในฐานะสมาชิก WTO ในบางด้านจึงแตกต่างไปจากสมาชิก WTO อื่นๆ และจีนยังได้ยอมรับมาตรา 15 ในการให้สิทธิสมาชิกใดๆ ของ WTO ที่ถือว่า จีนยังไม่เป็นเศรษฐกิจการตลาดไปจนกว่าจะเข้าเป็นสมาชิกครบ 15 ปี แต่ประเทศจีนมิได้พอใจกับสถานะ NME ดังกล่าว และพยายามแสวงหาพันธมิตรในเวทีการค้าโลก เพื่อยอมรับและมอบสถานะ “เศรษฐกิจการตลาด” หรือ Full Market Economy ให้กับจีน โดยในขณะนี้มี 4 ประเทศที่มอบสถานะ Full Market Economy ให้กับจีนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ มาเลเซีย และเคอร์กีซสถาน ซึ่งหลังจากที่ได้รับการยอมรับจากนิวซีแลนด์เป็นประเทศแรก นายโป๋ ซื่อหลาย รัฐมนตรีพาณิชย์จีน ประกาศว่า “การได้รับสถานะ Full Market Economy มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจจีนมาก เพราะหากจีนถูกข้อกล่าวหาทุ่มตลาด (Anti-Dumping)รัฐบาลจีนจะสามารถเปิดเจรจากับผู้กล่าวหาได้โดยตรง ” และในกรณีของประเทศไทย พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีของไทย ได้ตัดสินใจมอบสถานะ Full Market Economy ให้กับจีน ในระหว่างการเดินทางไปประเทศจีนเมื่อ เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2547 ดังนั้นหลังจากนี้จะทำให้ไทยมีทางเลือกน้อยลงในการนำมาตรการทางการค้าต่างๆ ที่ไทย น่าจะได้นำมาใช้จัดการกับปัญหาทางการค้ากับจีนในอนาคต (อักษรศรี, 206-210:2548) และจากการที่จีนมีข้อผูกพัน พันธกรณีต่อ WTO จีนจึงจะต้องค่อยๆ ปรับปรุง วิธีการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามหลักการและกฎระเบียบของ WTO จีนจึงค่อยๆยกเลิกสิ่งกีดขวางต่างๆ แต่แนวทางปฏิบัติด้านการค้าระหว่างประเทศของจีนก็ยังคงมีลักษณะแตกต่างจากแนวปฏิบัติของประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศที่ยึดหลักการค้าเสรี แม้ว่าช่วงเวลาแห่งการปรับตัว 5 ปีที่ผ่านมา ด้านการนำเข้าสินค้าและบริการของจีนก็ยังเปิดไม่เต็มที่ ไม่เทียบเท่ากฎระเบียบของ WTO ที่ต้องยึดปฏิบัติจากการเป็นสมาชิกเพราะกระบวนทัศน์ของกลุ่มต่างๆ ในสังคมจีนยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้มากนัก ดั้นนั้น แนวปฏิบัติการติดต่อการค้าขายจีนก่อน พ.ศ. 2549 คงแตกต่างจากปัจจุบันไม่มากนัก (วันรักษ์, 45: 2546)

นโยบายการค้าต่างประเทศของจีน (วันรักษ์,43-44: 2546) ดังนี้

1. นโยบายหลักของการค้าต่างประเทศ จีนยึดมั่นในหลักสำคัญ 2 ประการ คือ หลักความเสมอภาค และหลักผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefit) กล่าวคือ การซื้อขายแลกเปลี่ยนต้องมีความยุติธรรม เคารพในกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ หรือวิธีการปฏิบัติทางการค้า และศุลกากรของประเทศคู่ค้า ประเทศคู่ค้าพึงรักษาสัญญาและข้อตกลงร่วมกันอย่างเคร่งครัด

2. นโยบายเสริม คือ การจัดทำแผนการค้าต่างประเทศ โดยแยกเป็นแผนแบบสั่งการที่ต้องปฏิบัติอย่างเข้มงวดโดยหน่วยงานรัฐบาลกลาง (กระทรวงการค้า และความร่วมมือทางเศรษฐกิจการต่างประเทศ และบรรษัทการค้าแห่งชาติ) และรัฐบาลระดับมณฑล มหานคร และเขตปกครองตนเอง และแผนแบบชี้แนะ ซึ่งเป็นกรอบ ในการติดตามควบคุมรัฐวิสาหกิจ และวิสาหกิจเอกชน ในการนำเข้า และส่งออก ให้อยู่ภายในเป้าหมายรวม แผนแบบสั่งการครอบคลุมสินค้าหลักทางเศรษฐกิจ เช่น ธัญพืชบางชนิด น้ำตาล ปุ๋ยเคมี เหล็ก และไม้ เป็นต้น รวมทั้งสินค้าที่มีการทำข้อตกลงระดับรัฐบาล และรัฐบาลจะรับผิดชอบการจัดสรรเงินตราต่างประเทศ เพื่อชำระสินค้านำเข้า ตามแผนแบบสั่งการ ส่วนแผนชี้แนะ ใช้กับสินค้าที่อยู่นอกเหนือแผนสั่งการ โดยผู้นำเข้าต้องรับผิดชอบจัดหาเงินตราต่างประเทศมาชำระด้วยตนเอง

3. นโยบายการส่งออก โดยทั่วไปรัฐบาลจีนให้ความสำคัญ และการสนับสนุนการส่งออก แต่ยังมีการควบคุมการส่งออกสินค้าบางชนิด โดยใช้ระบบใบอนุญาตส่งออก และโควตาส่งออก สินค้าที่อยู่ในข่ายการควบคุมได้แก่ สินค้าที่กำลังขาดแคลนภายในประเทศ สินค้าที่สิ้นเปลืองทรัพยากรหรือพลังงานในการผลิต ส่วนโบราณวัตถุ และวัตถุสูงค่า รัฐบาลจีนห้ามส่งออกเด็ดขาด

4. นโยบายการนำเข้า รัฐบาลจีนมีนโยบายควบคุมการนำเข้าค่อนข้างเข้มงวด ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้า การนำเข้าสินค้าหลายสิบรายการยังคงต้องขอใบอนุญาตนำเข้าหรือโควตานำเข้า หลักเกณฑ์การควบคุมมีดังนี้ สินค้าเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งรัฐ สินค้าที่ประเทศผู้ส่งออกห้ามส่งออก สินค้าผลิตโดยนักโทษ สินค้าประเภทเดียวกับสินค้าทดแทนการนำเข้า และสินค้าที่เป็นภัยต่อสุขภาพของประชาชน

นอกจากลดข้อกีดกันต่างๆ จากนโยบายการค้าค่างประเทศของจีนดังกล่าวแล้ว รัฐบาลจีนยังได้ขานรับ กับการเข้าร่วมพันธกรณีใน WTO โดยจีนได้ปรับปรุงกฎหมายการค้าระหว่างประเทศในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมาเพื่อให้ กฎหมาย สอดคล้องและเป็นไปตามกฎระเบียบของ WTO โดยกฎหมาย

ฉบับใหม่นั้นมีชื่อเรียกว่า “The Revised Foreign Trade Law” มี 11 หมวด 70 มาตรา มาบังคับใช้ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 ขณะที่ฉบับเดิมมี 37 มาตรา ที่ใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537

มีประเด็นในสาระสำคัญของตัวบทกฎหมายว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2549) สรุปได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจการค้ากับต่างประเทศ สามารถดำเนินธุรกิจค้าขายกับต่างประเทศได้โดยไม่จำเป็น ต้องผ่านบริษัท Trading Firm ดังแต่ก่อน โดยขอบเขตการค้าควบคุมถึง การค้าด้านเทคโนโลยี การค้าระหว่างประเทศ การค้าบริการ และการค้าชายแดน

2. ลดขั้นตอนการตรวจสอบ และอนุมัติสิทธิในการค้า ทั้งสินค้า และเทคโนโลยี โดยมีการกำกับดูแลพ่อค้าจีน ด้วยระบบการขึ้นทะเบียน ซึ่งสะดวกกว่าระบบการใช้ใบอนุญาตที่ใช้อยู่เดิม แต่จีนจะยังคงใช้ระบบการควบคุมการแลกเงินตราระหว่างประเทศ เพื่อป้องกันการเพิ่มขึ้นที่อาจมากเกินไปของผู้ดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

3. ผู้ดำเนินการค้าระหว่างประเทศที่เป็นของรัฐ สามารถจะเพิ่มบทบัญญัติให้สามารถบริหารการค้าในลักษณะนำเข้าหรือส่งออกสินค้าบางชนิดได้

4. เพิ่มบทบัญญัติในการคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น รวมทั้งการตรวจสอบการค้าที่ไม่เป็นธรรม ตลอดจนมาตรการตอบโต้คู่ค้าเพื่อความเป็นธรรม ซึ่งกฎหมายเดิมของจีนยังขาดข้อกฎหมายที่ปกป้องด้านนี้ ในขณะที่หลายๆประเทศมีกฎหมายทำนองนี้ใช้อยู่อย่างแพร่หลายแล้ว

5. ปรับปรุงเกี่ยวกับการเพิ่มบทลงโทษ การละเมิดสิทธิทางการค้าต่างๆ รวมทั้งการละเมิดด้าน สิทธิทางปัญญา หรือIPR (Intellectual Property Rights) กับคู่ค้าต่างประเทศ ข้อห้ามในการดำเนินธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้พ่อค้าจีนมีความรับผิดชอบกฎหมายเพิ่มขึ้น

6. ส่งเสริมธุรกิจ SME ให้ทำการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น รวมทั้งจัดตั้งให้มีบริการข้อมูลสาธารณะ การตรวจสอบ และการแก้ไขปัญหาการค้ากับต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังประกอบด้วยกฎหมายสำคัญอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการค้าฯ ได้แก่ กฎหมาย อนุโตตุลาการ กฎหมายความปลอดภัย กฎหมายบริษัท กฎหมายล้มละลาย เป็นต้น

ลักษณะตลาดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ตลาดจีนถูกประเมินว่าเป็นตลาดขนาดใหญ่ เนื่องจากมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยใน ปี พ.ศ. 2548 มีประชากรทั้งสิ้น 1,306,313,812 คน มีขนาดพื้นที่ของประเทศกว้างใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก และโดยทั่วไป 1 ประเทศจะมีลักษณะเป็นตลาดเดียว เช่นตลาดในประเทศญี่ปุ่น ฯลฯแต่ด้วยระบบการปกครองของจีนที่แตกต่างทำให้ตลาดจีนถูกแบ่งย่อยออกตามเขตการปกครอง นอกจากนั้นแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่สนับสนุนการแบ่งย่อยของตลาดจีน ดังนี้

ปัจจัยที่ทำให้ตลาดภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนถูกแบ่งย่อย

1. จีนเป็นประเทศใหญ่ แต่ละมณฑลมีขนาดใหญ่ มีประชากรมาก มีระดับรายได้และรสนิยมแตกต่างกัน ตลาดจีนในแต่ละท้องที่จึงมีลักษณะหลากหลาย

2. ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ระหว่างเขตพื้นที่ต่างๆ และระหว่างเขตเมืองกับเขตชนบท มีความแตกต่างของรายได้อย่างชัดเจน ชาวจีนส่วนใหญ่ยังไม่มีรายได้เป็นเงินมากพอที่จะใช้จ่ายซื้อสินค้า

3. จีนมีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก มีความแตกต่างเชิงภูมิศาสตร์และกายภาพ การขนส่งเคลื่อนย้ายภายในประเทศยังต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และยังคงมีข้อขีดจำกัดด้านช่องทางการกระจายสินค้าในตลาดจีน รวมไปถึงระบบการขนส่งระยะไกลไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง ระบบการค้าส่งและค้าปลีกยังอยู่ในการดำเนินการของภาครัฐระดับมณฑลและท้องที่

4. รัฐบาลท้องถิ่นยังยึดติดกับการพึ่งพาตนเอง ตามนโยบายยุคประธานเหมา รวมทั้งยังมีทัศนคติ มณฑลนิยม มีการกีดกันสินค้าจากต่างมณฑลต่างเขตพื้นที่ ไม่ปล่อยสินค้าคุณภาพดีกว่าจากมณฑลอื่นเข้ามาแข่งอย่างเสรีอย่างที่ควรจะเป็น

5. ปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จด้านการตลาด คือ การที่บรรษัทข้ามชาติ ใช้สื่อมวลชนที่ปล่อยเสรีทุ่มโฆษณาเพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภค ที่ผ่านมารัฐบาลจีนยังคงควบคุมการโฆษณา

สินค้าของธุรกิจข้ามชาติอย่างเข้มงวด และธุรกิจสื่อสารมวลชน จะเป็นธุรกิจสุดท้ายที่จีนจะปล่อยเสรี

6. จีนใช้ระบบกระจายอำนาจจากส่วนกลางสู่ท้องถิ่น (Decentralization) ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นมีอำนาจบริหารค่อนข้างมาก และบางมณฑลยังมีปัญหากีดกันสินค้ากันเอง โดยประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 22 มณฑล 4 มหานคร 5 เขตปกครองตนเอง ดังนี้

มหานคร ได้แก่ ปักกิ่ง (เป่ยจิง) เซี่ยงไฮ้ (ซังไฮ้) เทียนจิน (เทียนสิน) ฉงชิ่ง

มณฑล ได้แก่ กวางตุ้ง เจียงซู ซานตง เจ้อเจียง ฝูเจี้ยน (ฮกเกี้ยน) ไหหลำ (ไหหนาน) เหอหนาน เหอเป่ย อันฮุย ซานซี หูเป่ย หูหนาน เจียงซี เหลียวหนิง เฮยหลงเจียง จี๋หลิน เสฉวน (ซื่อชวน) ยูนนาน (หยุนหนาน) ส่านซี กุ้ยโจว กานซู่ ชิงไห่

เขตปกครองตนเอง ได้แก่ กวางสี มองโกเลียใน ซินเกียง หนิงเซี่ย ทิเบต

นอกจากนั้นแล้วจีนยังแบ่งพื้นที่ออกเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) ใน 4 พื้นที่ ได้แก่ เซินเจิ้น ซัวเถา จูไห่ และเซี่ยเหมิน ซึ่งท้องถิ่นดังกล่าวมีอำนาจในการบริหาจัดการค่อนข้างสูง และจีนมีกฎระเบียบปลีกย่อยอื่นๆอีกมากมาย ทั้งในระดับรัฐบาลกลาง และระดับมณฑล ดังนั้นการที่จะมองว่าจีน เป็นตลาดเดียวทั้งประเทศ จึงเป็นสิ่งที่ไม่สมควรและล้าสมัย ควรมองจีนในรายมณฑล หรือ หนึ่งมณฑลหนึ่งประเทศ จะเป็นประโยชน์มากขึ้น ซึ่งทั้งนี้ในแต่ละมณฑลยังมีลักษณะเฉพาะ ทางด้านอำนาจการปกครองที่แตกต่างกัน และในแต่ละมณฑลยังมีลักษณะเด่น ความแตกต่างทางทรัพยากร รวมไปถึงการผลิตในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย

<u>พฤติกรรมการบริโภคของคนจีน</u>

การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น สิ่งที่สำคัญ คือ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (sheth, Mittal, 12-13: 2004) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) คือ ความต้องการทางด้านจิต (Mental Activities) และความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical Activities) (sheth, Mittal, 3-4: 2004) กล่าวว่า การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจะช่วยทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ พฤติกรรมความพึงพอใจของผู้บริโภค

(Satisfying the Customer) เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ โดยหน่วยธุรกิจจะยึดหลัก “Customer Culture” หรือวัฒนธรรมการบริโภคของผู้บริโภคสินค้า นั่นคือการมุ่งประเด็นสนใจไปที่ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลักในการทำธุรกิจ ผลิตและจำหน่าย หรือให้บริการสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้านั้นๆ ซึ่งทั้งนี้จะตรงกันข้ามกับหลักการของ “Selling Concept” ที่จะมุ่งให้หน่วยผลิตค้นหากลุ่มผู้บริโภคที่จะเป็นผู้ซื้อสินค้าเหล่านั้น (sheth, Mittal, 17-19: 2004) กล่าวว่า หน่วยธุรกิจควรทราบถึง สองสิ่งที่สำคัญ คือ ความต้องการที่จะต้องได้ (Need) ของผู้ใช้สินค้า และความต้องการ (Want) ของ ผู้ใช้สินค้า ทั้งนี้ Need จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วน Want จะเป็นการพึงพอใจจนเกิดความต้องการสินค้า หรือถ้าไม่พึงพอใจก็จะไม่เกิดความต้องการสินค้านั้น ดังนั้นสิ่งเหล่านี้จึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

เมื่อนำข้อมูลข้างต้นมาพิจารณาจะพบว่า การตลาดของสินค้ามังคุดของไทยในตลาดจีนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยทางด้าน อุปสงค์ (Demand) ที่ทำให้เกิดความต้องการ (Need) ต่อสินค้า

ชาวจีนในแต่ละมณฑลมีความหลากหลายทั้งทางด้าน เชื้อชาติ วัฒนธรรม รวมไปถึงรายได้และรสนิยม ทำให้ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป จากการสำรวจพื้นที่ในมณฑลต่างๆ ของ อักษรศรี พานิชสาส์น (อักษรศรี: 2548) พบว่า ผู้บริโภคผลไม้ไทยในจีนนั้น มีความชื่นชอบต่อผลไม้ไทยเป็นอย่างมาก แต่ด้วยราคาโดยเปรียบเทียบกับผลไม้อื่นๆที่ผลิตในจีนรวมไปถึงความสดใหม่ ทำให้ผู้บริโภคผลไม้ในจีน ตัดสินใจซื้อผลไม้ที่ผลิตในจีน ส่วนการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ไทย เช่น ทุเรียน และมังคุด นั้น ผู้บริโภคจะซื้อเพื่อเป็นของฝาก ของกำนัล เสียเป็นส่วนใหญ่

ผู้บริโภคชาวจีนส่วนหนึ่งมีความต้องการสินค้าที่เสริมฐานะทางสังคม และเริ่มใช้จ่ายสินค้าหรูหรามีระดับ (วิบูลย์, 2545) โดยขณะนี้จีนมีกลุ่มผู้บริโภคในตลาดบนซึ่งนิยมสินค้าฟุ่มเฟือยและราคาแพง คนกลุ่มนี้มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 1 หรือคิดเป็นประชากรประมาณ 13 ล้านคนของประชากรจีนทั้งประเทศ ในปี พ.ศ. 2548 (อักษรศรี, 263: 2548) ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนอีกทางหนึ่งที่น่าสนใจ ก็คือ ทำอย่างไรให้ มังคุดสด ของไทย เป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่สวยงามควรค่าแก่การมอบเป็นสิ่งของกำนัล และมอบในโอกาสพิเศษต่างๆ โดยเฉพาะชาวจีนมีวัฒนธรรมทางด้านสังคม อาวุโส อย่างเหนียวแน่น ย่อมส่งเสริมตัวสินค้าอีกทางหนึ่ง ซึ่งผลไม้มังคุด ถือได้ว่า เป็นราชินีแห่งผลไม้ ย่อมสอดคล้องกับแนวทางดังกล่าว

ดังนั้นการเข้าไปทำตลาดสินค้ามังคุด ซึ่งเป็นสินค้าในสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน จึงควรที่จะเข้าไปศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้อย่างจริงจัง รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้เหมาะสมต่อความต้องการ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ จัดส่งสินค้าให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อผลักดันให้การส่งออกสินค้าไปยังตลาดจีนเพิ่มขึ้น หรือแม้แต่รักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด

ขั้นตอนการส่งออกผลไม้ไปจีนภายใต้เขตการค้าเสรี ไทย-จีน

เนื่องจากมังคุด เป็นผลไม้ที่อยู่ในรายการสินค้า ที่ลดภาษีการนำเข้าเหลือ 0% ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-จีน ดังนั้นการนำเข้า-ส่งออก จึงดำเนินไปภายใต้กรอบการตกลงเขตการค้าเสรี ซึ่งการค้าเสรีไทย-จีน ดำเนินการภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน และมังคุดเป็นสินค้าในรายการสินค้าส่วนแรกที่เร่งลดภาษีศุลกากร (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ: 20-25: 2548) ดังนี้

(1) สินค้าส่วนแรกที่เร่งลดภาษีศุลกากร (Early Harvest Programme: EHP) ภายใต้พิกัดอัตราศุลกากรตอนที่ 01-08 เริ่มลดภาษีในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2547 และลดภาษีร้อยละ 0 ภายในวันที่1 มกราคม พ.ศ. 2549

(2) รูปแบบการลด/เลิกภาษีศุลกากร

2.1. สินค้าปกติ (Normal Products) รายการสินค้าปกติ จะครอบคลุมสินค้าเกือบทุกรายการ นอกเหนือจากสินค้าส่วนแรกที่เร่งลดภาษีศุลกากร (Early Harvest Programme: EHP)

รูปแบบการลด/เลิกภาษีของสินค้าปกติ (ตาราง ที่ 3.8) นอกจากต้องปฏิบัติตามตารางการลดภาษี ประเทศสมาชิกยังมีข้อผูกพันเพิ่มเติมที่ต้องปฏิบัติ ในการดำเนินการลด/เลิกภาษีสินค้าปกติ ดังนี้

1) ต้องลดภาษีสินค้าปกติ อย่างน้อยร้อยละ 40 ของสินค้าปกติทั้งหมด ให้มีอัตราภาษีร้อยละ 0-5 ภายในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548

2) ต้องลดภาษีสินค้าปกติ อย่างน้อยร้อยละ 60 ของสินค้าปกติทั้งหมด ให้มีอัตราภาษีร้อยละ 0-5 ภายในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2550

3) ให้มีสินค้าไม่เกิน 150 รายการ สามารถลดภาษีเป็นร้อยละ 0 ได้ภายในปี พ.ศ. 2555

สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่ ได้รับความยืดหยุ่น ทั้งในอัตราที่จะเริ่มลดในปี พ.ศ. 2548 ที่สูงกว่าประเทศสมาชิกอาเซียนเดิมและจีน และระยะเวลาการยกเลิกภาษีนานกว่า

2.2. สินค้าอ่อนไหว (Sensitive Products) สำหรับสินค้าที่ประเทศสมาชิกยังไม่พร้อมจะลดภาษีพร้อมกับสินค้าปกติ และต้องการเวลาปรับตัวนานกว่า จะกำหนดให้เป็นสินค้าอ่อนไหว โดยกำหนดเงื่อนไขเพดานสินค้าอ่อนไหว เพื่อจำกัดจำนวนสินค้าดังกล่าวดังนี้

1) ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม และจีน มีรายการสินค้าอ่อนไหวได้ไม่เกิน 400 รายการ (พิกัดศุลกากร 6 หลัก) และ

2) มูลค่าการนำเข้าของรายการสินค้าอ่อนไหวทั้งหมด ไม่เกินร้อยละ 10 ของมูลค่าการนำเข้ารวม

สินค้าอ่อนไหวจะเริ่มลดอัตราภาษีช้ากว่าสินค้าปกติ โดยจะลดภาษีมาอยู่ที่ไม่เกินร้อยละ 20 ภายในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555 และจะลดเป็นร้อยละ 0-5 ภายในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561

บทบัญญัติอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อผูกพัน และพันธกรณี ที่สมาชิกทุกประเทศต้องปฏิบัติตาม สาระสำคัญของความตกลงการค้าสินค้า ภายใต้กรอบการเปิดเสรีอาเซียน-จีน มีดังนี้

1. การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติในการเก็บภาษีภายใน และกฎระเบียบภายใน

2. กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า ต้องมีการกำหนดกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าสำหรับสินค้าภายใต้การเปิดเสรีอาเซียน-จีน (กรมการค้าต่างประเทศ, เขตการค้าเสรีอาเซียน: 5-8: ม.ป.ป.) ดังนี้

-เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยใช้วัตถุดิบของประเทศนั้นทั้งหมด หรือสินค้าที่ทั้งหมดได้จากในประเทศสมาชิกผู้ส่งออก หรือ

ตารางที่ 3.8 รูปแบบการลด และเลิกภาษีของสินค้าปกติ

อัตราภาษีที่เก็บจริง (%) (Applied MFN Tariff Rate) ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2546	อัตราภาษีภายใต้การเปิดเสรีการค้าอาเซียน-จีน (%) (ไม่ช้ากว่าวันที่ 1 มกราคม ของแต่ละปี)			
	2548*	2550	2552	2553
มากกว่าหรือเท่ากับ 20	20	12	5	0
15-19.99	15	8	5	0
10-14.99	10	8	5	0
5.01-9.99	5	5	0	0
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5	คงอัตราภาษี		0	0

หมายเหตุ: * เริ่มลดภาษีวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2548

ที่มา: Agreement on Trade in Good of the Framework Agreement on Comprehensive Economic Co-Operation between the Association of Southeast Asian Nations and the People's Republic of China.

-เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยมิได้ใช้วัตถุดิบของประเทศสมาชิกผู้ส่งออกทั้งหมด สินค้านั้นจะถือว่ามีแหล่งกำเนิดจากประเทศสมาชิกอาเซียน ถ้าหากว่ามีสัดส่วนของวัตถุดิบที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศสมาชิก อย่างน้อยร้อยละ 40 ของราคา F.O.B ของสินค้านั้น และการ แปรสภาพการผลิตขั้นสุดท้ายต้องกระทำในอาณาเขตของประเทศสมาชิกผู้ส่งออก

3. การปรับเปลี่ยนแก้ไขสิทธิประโยชน์ ประเทศสมาชิกใดสามารถเจรจาทำความตกลงกับประเทศสมาชิกอื่นเพื่อแก้ไขหรือยกเลิกสิทธิประโยชน์ที่ตนให้ไว้ได้ โดยอาจมีการเจรจาเรื่องการชดเชยการแก้ไขหรือยกเลิกสิทธิประโยชน์ดังกล่าว

4. การปฏิบัติตามกฎ WTO ประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน จะปฏิบัติตามกฎและหลักเกณฑ์ของ WTO รวมถึงเรื่องมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี การกีดกันทางการค้า มาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช มาตรการอุดหนุน และตอบโต้การอุดหนุน มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti-Dumping) และสิทธิทางทรัพย์สินทางปัญญา

5. การจำกัดปริมาณการนำเข้า และการกีดกันที่มิใช่ภาษี ประเทศสมาชิกจะดำเนินการไม่ให้มีการจำกัดปริมาณการนำเข้า ที่ขัดกับกฎของ WTO และจะแจ้งข้อกีดกันที่มิใช่ภาษีอื่น เพื่อที่จะยกเลิก โดยประเทศสมาชิกทุกประเทศจะกำหนดกรอบเวลาเพื่อยกเลิกข้อกีดกันที่ไม่ใช่ภาษีร่วมกัน

6. มาตรการปกป้อง (Safeguard Measures) ในกรณีที่มีสินค้าจากประเทศสมาชิกอื่น ทะลักเข้ามาในประเทศสมาชิกหนึ่งจากผลการเปิดเสรีอาเซียน-จีน และก่อให้เกิดหรือคุกคาม ที่ก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรง ประเทศสมาชิกเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน สามารถใช้มาตรการปกป้องของเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนได้

ระยะเวลาที่จะใช้มาตรการปกป้องของเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนได้ คือ ตั้งแต่วันที่ความตกลงการค้าสินค้ามีผลบังคับใช้ หรือตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 จนถึงระยะเวลา 5 ปี หลังจากวันสิ้นสุดของการยกเลิกหรือลดภาษีศุลกากรของสินค้านั้นๆ และหากมีการใช้มาตรการป้องกัน จะใช้วิธีขึ้นอัตราภาษีนำเข้าของสินค้าที่ได้รับผลกระทบให้เท่ากับอัตราภาษีทั่วไปที่เก็บจากประเทศสมาชิก WTO ในช่วงเวลาเดียวกันกับที่ใช้มาตรการปกป้อง

7. การเร่งพันธกรณี ประเทศสมาชิกสามารถตกลงร่วมกัน ที่จะเร่งรัดการดำเนินการเปิดเสรีการค้าสินค้าให้เร็วขึ้นกว่าที่กำหนดไว้เดิม

8. ข้อยกเว้นทั่วไป และข้อยกเว้นทางความมั่นคง ประเทศสมาชิกสามารถดำเนินมาตรการที่ไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อปกป้องคุ้มครอง ชีวิต สุขภาพของมนุษย์ สัตว์ หรือพืช สมบัติของชาติ ศีลธรรมอันดีของประชาชน ตลอดจนการดำเนินการปกป้องความมั่นคงของประเทศ

9. การยอมรับสถานการณ์เป็นระบบตลาดของจีน (Full Market Economy) ประเทศสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศ ยอมรับสถานะระบบตลาดจีน และสละสิทธิการใช้มาตรการเยียวยาทางการค้าพิเศษ ที่จีนผูกพันไว้กับ WTO เมื่อเข้าเป็นสมาชิก และเป็นมาตรการที่ประเทศสมาชิก WTO อื่น สามารถใช้กับจีนได้ฝ่ายเดียว คือมาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด ต่อต้านการอุดหนุน (Anti-Dumping and Countervailing Measures) มาตรการปกป้อง (Safeguard Measures) และมาตรการปกป้องสิ่งทอ

10. การทบทวนความตกลงการค้าสินค้า รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนและจีน หรือผู้ที่ได้รับการแต่งตั้ง จะทบทวนความตกลงเป็นระยะ เพื่อพิจารณาให้มีการเปิดเสรีการค้ามากขึ้น และในปี พ.ศ. 2551 ประเทศสมาชิกจะทบทวนรายการสินค้าอ่อนไหว โดยมีจุดประสงค์เพื่อปรับปรุงให้เปิดเสรีมากขึ้น เช่น ลดจำนวนรายการสินค้า หรือเงื่อนไขการลดภาษีของรายการสินค้าอ่อนไหว

ดังนั้นรูปแบบการส่งออกผลไม้ของไทยไปจีน ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีจึงต้องยึดหลักดังกล่าวเป็นสำคัญ นากจากนั้นแล้วก็ยังมีขั้นตอนต่างๆ ตามระเบียบวิธีการส่งสินค้าออกอื่นๆ คงเดิมไว้ แต่ด้วยความมีลักษณะพิเศษของสินค้าผลไม้ ก็คือเรื่องของมาตรฐานทางด้านสุขอนามัยพืช (SPS) โดยที่จีนได้กำหนดให้สินค้าเกษตรที่นำเข้าจากต่างประเทศ ต้องได้รับการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช ณ เมืองท่าที่นำเข้า โดยก่อนการส่งออกสินค้าผักและผลไม้จากไทย บริษัทนำเข้าจะต้องขอใบอนุญาตด้านสุขอนามัย (Inspection Quarantine License) จากหน่วยงานควบคุมคุณภาพและกักกันโรคพืชของจีน (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine: AQSIQ) ก่อนอย่างน้อย 30 วัน ใบอนุญาตมีอายุ 6 เดือน และเมื่อสินค้ามาถึงท่า จะทำการตรวจสอบสุขอนามัยอีกครั้ง โดยการสุ่มเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจสอบเพียงจำนวนหนึ่ง และจะทำการปล่อยสินค้าที่เหลือออกไป

ขั้นตอนการส่งออกภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรี (ภาพที่ 3.5) มีรายละเอียด ดังนี้

(1) การจดทะเบียนพาณิชย์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 การจดทะเบียนพาณิชย์บุคคลธรรมดา คือ มีเจ้าของเป็นบุคคล คนเดียว

1.2 การจดทะเบียนพาณิชย์เป็นนิติบุคคล จำแนกออกเป็น 3 แบบ คือ บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ข้อจำกัด คือ ถ้าจะประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการนำเข้า หรือส่งออก จะต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเท่านั้น

(2) การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม หากรายรับไม่เกิน 1,200,000 บาทต่อปี ผู้ที่มีความประสงค์จะขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และผู้ที่มีรายรับเกิน 1,200,000 บาทต่อปี มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยต้องยื่นคำร้องขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มตามแบบ ภ.พ.01 พร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้อง ต่อหน่วยงานที่รับจดทะเบียนดังนี้ สำนักงานภาษีสรรพากรพื้นที่ (สพท.) หรือสำนักงานสรรพากรเขต หรือสาขา หรือสำนักงานสรรพากรอำเภอหรือสาขา หรือสำนักงานสรรพากร กิ่งอำเภอ ในท้องที่ ที่สถานประกอบการตั้งอยู่

ผู้ประกอบการที่มีรายได้เกิน 1,200,000 บาทต่อปีให้ยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มภายใน 30 วัน นับแต่วันที่มีรายได้เกิน 1,200,000 บาทต่อปี

ติดต่อ กรมสรรพากร: โทร. 02-671-3000 and www.rd.go.th

(3) ทำบัตรผ่านศุลกากร (Smart Card) คือ การทำบัตรประจำตัวผู้ส่งออก แบ่งออกเป็น 7 แบบ ดังนี้

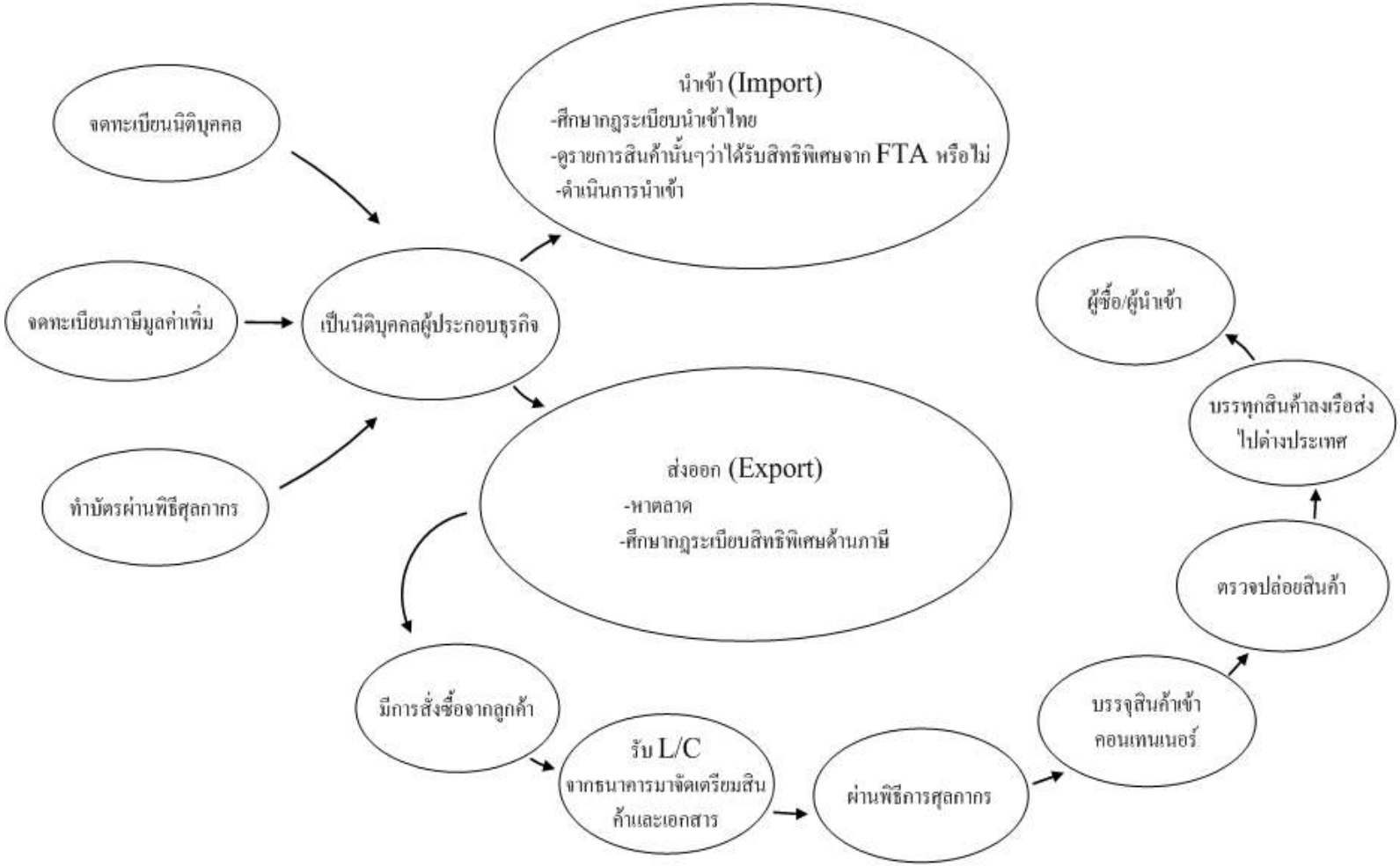
3.1 บัตรทอง (Gold Card) สำหรับเจ้าของ หรือผู้จัดการ ระดับบัตรทอง

3.2 บัตรสีเหลือง (Owner or Manager Card) เป็นบัตรที่ออกให้กับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของ หรือผู้จัดการของบริษัท ห้างร้าน ที่นำเข้า-ส่งออก

3.3 บัตรสีเขียว (Attorney in Fact-Card) ออกให้กับผู้รับมอบอำนาจจากเจ้าของหรือผู้จัดการบริษัท ห้างร้าน

3.4 บัตรสีเงิน (Licensed Customs Broker Card) ออกให้กับผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคลซึ่งได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทน

3.5 บัตรสีชมพู (Customs Clearance Card) ออกให้กับบุคคลที่มี คุณสมบัติตามที่กรมศุลกากรกำหนด เพื่อทำหน้าที่ผ่านพิธีการกรมศุลกากร



ภาพที่ 3.5 ขั้นตอนการส่งออก นำเข้า สินค้าภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549)

3.6. บัตรสีฟ้า (Customs Formality Specialist Card) ออกให้กับ บุคคลที่มีความรู้ความชำนาญด้านศุลกากร

3.7. บัตรสีส้ม (Customs Clearance Assistant Card) ออกให้กับผู้เป็นผู้ช่วยปฏิบัติพิธีการศุลกากรของผู้ที่ทำบัตรเจ้าของ เพื่อปฏิบัติพิธีการศุลกากรอื่นๆ ซึ่งมิใช่การจัดทำและยื่นใบขนสินค้า

สถานที่ทำบัตร บริษัท อินเตอร์ลิงค์ คอมมิวนิเคชั่น (ประเทศไทย) จำกัด

ติดต่อ กรมศุลกากร: Call Center 1164 and www.custom.go.th

(4) ศึกษากฎระเบียบ และสิทธิพิเศษด้านภาษี กรณีการส่งออกมังคุดไปจีน ใช้สิทธิพิเศษภายใต้ FTA กับจีน ผู้ส่งออกสามารถ ติดต่อขอใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Form FTA) จากกรมเจรจาการค้าต่างประเทศ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนการตรวจสอบต้นทุนการผลิต

1. ผู้ส่งออกจัดทำคำขอให้ตรวจ/รับรองคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้าพร้อมคำรับรองและรายละเอียดต้นทุนการผลิตสินค้า ตามแบบที่กรมฯ กำหนด พร้อมแนบเอกสารบางรายการ

2. ให้เจ้าหน้าที่พิจารณาความถูกต้องของแหล่งกำเนิดสินค้า ก่อนการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า โดยยื่นได้ที่ สำนักปกป้องแอบอ้างสิทธิ

3. ระยะเวลาในการดำเนินการตรวจสอบประมาณ 1 วันทำการ

4. เมื่อเจ้าหน้าที่พิจารณาข้อมูลตามคำขอฯ และคำรับรองของผู้ส่งออกแล้วว่าเป็นสินค้าที่มีการผลิตถูกต้องตามหลักเกณฑ์แหล่งกำเนิดสินค้าตาม ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน จะแจ้งผลการพิจารณาลงในคำร้องขอฯ และจัดทำคู่ฉบับให้ผู้ส่งออกใช้เป็นหลักฐานประกอบในการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

เอกสารประกอบการยื่นขอใบรับรองคุณสมบัติทางด้านแหล่งกำเนิดสินค้าภายใต้ความตกลง FTA มีดังนี้

- สำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคล

- สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม

- สำเนาบัตรประจำตัวผู้เสียภาษี

- สำเนาเอกสารเกี่ยวกับโรงงาน

- สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน

- คำรับรองและรายละเอียดต้นทุนการผลิต

- สำเนาคำขอให้ตรวจ/รับรองคุณสมบัติทางแหล่งกำเนิดสินค้าที่ผ่านการรับรองแล้ว พร้อมเอกสารการซื้อ-ขายสินค้า หรือการอนุญาตให้ส่งออกสินค้านั้นจากผู้ผลิต

วิธีปฏิบัติในการขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form D มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ส่งออกจะต้องขึ้นทะเบียนขอมีบัตรประจำตัวผู้นำเข้าส่งออก

2. การยื่นขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าสินค้า Form D ผู้ส่งออกต้องแสดงบัตรประจำตัวผู้ส่งออก พร้อมยื่นคำขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าสินค้า Form D ที่ได้พิมพ์ข้อความครบถ้วน ถูกต้องต่อหน่วยงานที่มีอำนาจออกหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า ของกรมการค้าต่างประเทศ พร้อมเอกสารที่ต้องใช้ประกอบ ได้แก่ ใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice) ต้นฉบับ หรือสำเนาคู่ฉบับ ใบตราสินค้า (Bill of Landing-B/L) หรือใบรับขนส่งสินค้าทางอากาศ (Air Way Bill) หรือเอกสารแสดงการขนส่งสินค้าอื่นๆ ต้นฉบับหรือสำเนา สำเนาหนังสือรับรองอัตราส่วนต้นทุนการผลิตทั่วไป หรือหนังสือรับรองรายละเอียดขั้นตอนการผลิตสินค้าสิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เลือกใช้กฎเกณฑ์กระบวนการผลิตที่ผ่านการแปรสภาพอย่างเพียงพอ

การยื่นขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า สามารถยื่นได้ 2 วิธี คือ

1. Manual หมายถึง การยื่นตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

2. Internet หรือ EDI ดังนี้

- ทำบัตรประจำตัวผู้ส่งออก-นำเข้าสินค้าทั่วไป หรือสิ่งทอ

- ยื่นสมัครขอเป็นสมาชิกผู้ใช้ EDI ที่สำนักงานบริการการค้าต่างประเทศ และส่งข้อมูลทาง Internet

- ชำระเงินที่ สำนักงานบริการการค้าต่างประเทศ และรับแบบคำร้องฯ

- ยื่นเอกสารประกอบตามกรมฯ กำหนดภายใน 5 วัน

จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และสหกรณ์ของไทย และ AQSIQ ของจีน ได้จัดทำพิธีสาร (Protocol) ในการส่งออกผลไม้ จากไทยไปจีนได้แก่ ทุเรียน มะม่วง มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ และจากจีนมาไทย ได้แก่ แอปเปิล แพร์ พืชตระกูลส้ม พุทรา และองุ่น โดยครอบคลุมข้อกำหนดมาตรการดำเนินการด้านศัตรูพืช และสารตกค้างต่างๆ และจะมีการปฏิบัติเท่าเทียมกันทั้งฝ่ายไทยและฝ่ายจีน ในการประชุมคณะกรรมการร่วมทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน ครั้งที่ 1 ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงให้การตรวจปล่อยสินค้าเกษตรของทั้งสองฝ่ายให้เป็นไปด้วยความรวดเร็ว โดยจะใช้เวลาไม่เกิน 1 วัน (จากเดิม 3-4 วัน) ในกรณีเอกสารครบถ้วนและสินค้าได้คุณภาพ

การส่งออกมังคุดไปจีน ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ซึ่งอยู่ในกลุ่มข้อตกลงพิธีสาร (Protocol) ดังกล่าวข้องต้นนั้น จะต้องปฏิบัติดังนี้

1. ขึ้นทะเบียนสวน ผลไม้ที่ส่งออกจะต้องมาจากสวนผลไม้ที่มีการขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรฯ ของไทย และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานกักกันพืชและตรวจสอบโรคระบาดของจีน (AQSIQ)

2. ขึ้นทะเบียนโรง Packing House

3. วิเคราะห์สารตกค้าง ตามกฎหมายสุขอนามัยการนำเข้าของจีน

4. มีใบรับรองปลอดศัตรูพืช

5. มีฉลากติดที่ข้างกล่องทุกกล่อง ฯลฯ

สำหรับสินค้าเกษตรสามารถสอบถามเรื่องมาตรฐานของบางประเทศได้จาก กลุ่มบริการส่งออกสินค้าเกษตร สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตร หรือ มกอช. หรือ ผู้ส่งออกสามารถ Email ไปติดต่อกับหน่วยงานมาตรฐานของแต่ละประเทศได้โดยตรง โดยสอบถามจากผู้ซื้อ หรือทูตพาณิชย์ ซึ่งขอรายชื่อทูตพาณิชย์ และ E-mail Address ได้จากกรมส่งเสริมการส่งออก นอกจากนั้นอาจขอความช่วยเหลือจากฝ่ายการค้าของสถานทูต ประเทศนั้นๆ ในประเทศไทย ได้

ติดต่อ กรมการค้าต่างประเทศ: Call Center 1385 and www.dft.go.th
กรมส่งเสริมการส่งออก: Call Center 1169 and www.deptthai.go.th
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ: โทร. 02-507-7555 and www.dtn.go.th
กรมวิชาการเกษตร: โทร. 02-579-0151-7 and www.doa.go.th
สำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.): โทร. 02-283-1600 and www.acfs.go.th

(5) มีการสั่งซื้อจากลูกค้า กรณีผลไม้นั้น มีราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตลอดเวลา การเสนอราคาขายจะยืนราคาไว้ช่วงหนึ่ง อาจจะเป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ หากผู้นำเข้าจีนยอมรับก็จะตกลงซื้อขายและมีการสั่งซื้อสินค้า

(6) การเตรียมสินค้าและเอกสาร หลังจากได้รับ L/C (หรืออาจใช้เครื่องมือทางการชำระเงินอื่นๆได้ ตามความเหมาะสม และความสะดวกของผู้ซื้อและผู้ขาย ให้ติดต่อกับ Exim Bank ในรายละเอียด) แล้วสิ่งที่ผู้ขาย (ผู้ส่งออก) ต้องปฏิบัติ คือ

- ตรวจสอบเอกสาร L/C และเงื่อนไขการสั่งซื้อ

- รวบรวมสินค้าตามเงื่อนไขที่ระบุใน L/C

- ตรวจสอบตารางการเดินเรือ หรือเที่ยวบิน

- ตรวจสอบรายละเอียดความถูกต้องของใบกำกับสินค้า หรือบัญชีราคาสินค้า (Invoice) ที่จัดทำไว้ล่วงหน้านี้ ใบรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ (Packaging List) เมื่อทราบขนาดของหีบห่อ

- แนบใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form D

- การยื่นแบบ ธ.ต. 1 หากส่งออกเกิน 500,000 บาท ต้องยื่นต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ศุลกากร พร้อมใบขนส่งสินค้าออก ส่วนแบบ ธ.ต. 1 นี้ผู้ส่งของออกจะได้จากด่านศุลกากรต่างๆ หรือที่ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือสาขา

-เอกสารประกอบอื่นๆ ตามความต้องการของผู้ซื้อว่าต้องปฏิบัติอย่างไร และเมื่อใด

ติดต่อ กรมศุลกากร: Call Center 1164 and www.custom.go.th
กรมส่งเสริมการส่งออก: Call Center 1169 and www.deptthai.go.th
EXIM BANK: โทร.02-271-0506 and www.exim.go.th

(7) ผ่านพิธีการศุลกากรส่งออก การส่งสินค้าออกหรือของใดๆ ก็ตามที่ออกไปยังประเทศซึ่งก็มีทั้งส่งออกไปจำหน่าย หรือส่งออกไปเพื่อซ่อมแซม และส่งออกไปเพื่อวัตถุประสงค์ อื่นๆ จึงควรศึกษาระเบียบวิธีปฏิบัติที่ทางกรมศุลกากรกำหนด และต้องเข้าใจถึงขั้นตอนพิธีการ รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องและจำเป็น ให้รายละเอียดปฏิบัติให้ถูกต้อง จะทำให้สามารถผ่านพิธีการ ได้สะดวก และรวดเร็วอย่างไม่มีปัญหา

(8) หลังจากผ่านพิธีการศุลกากร ในขั้นตอนปฏิบัติของการส่งออกมังคุดไปจีนนั้น ต้องมีการคัดคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของตลาด อาจมีทั้งผิวมันและผิวลาย ทำความสะอาดโดยใช้ลมเป่า โดยไม่ต้องอบไอน้ำ หลังจากนั้นบรรจุตะกร้าพลาสติก แล้วลงเรือ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2548) โดยมีขั้นตอนดังนี้

- มังคุด แยกคัดเกรด แยกสีผิว (ผิวมันและผิวลาย) คัดผิวเสียและผลที่มีตำหนิออก

- ทำความสะอาด โดยใช้ลมเป่าแรงดันสูงเพื่อเป่าสิ่งแปลกปลอมออก

- บรรจุตะกร้าพลาสติกน้ำหนักมังคุดประมาณ 9.5 กิโลกรัม/ตะกร้า ตัดสติ๊กเกอร์ข้างตะกร้าโดยแยกตามเกรด

- ใส่ตู้คอนเทนเนอร์ ควบคุมอุณหภูมิ 12-13 องศาเซลล์เซียส

<u>ขั้นตอนการนำเข้ามังคุดของจีนภายใต้เขตการค้าเสรี ไทย-จีน</u>

เนื่องจากมังคุด เป็นผลไม้ที่อยู่ในรายการสินค้า ที่ลดภาษีการนำเข้าเหลือ 0% ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-จีน ดังนั้นขั้นตอนการนำเข้ามังคุดของจีน จึงดำเนินการภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 17:2548) ดังนี้ (ภาพที่ 3.6)

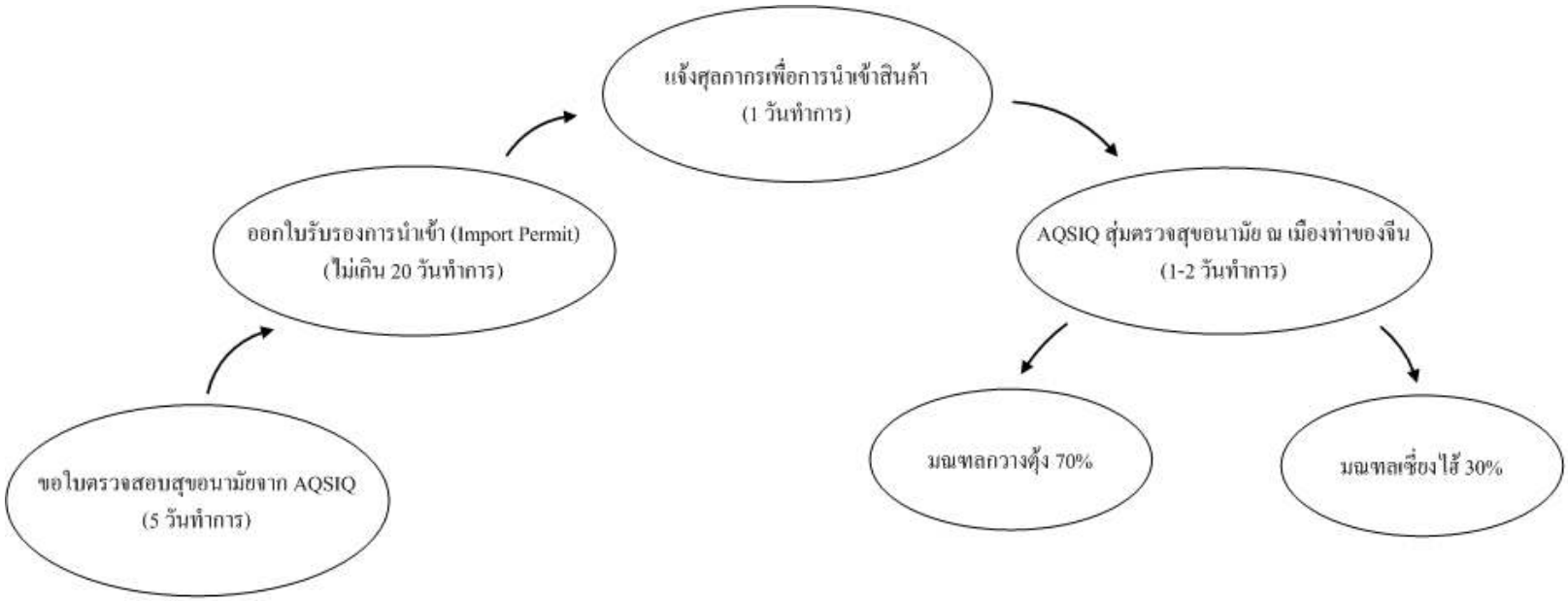
1. ผู้นำเข้าจีนซึ่งได้รับอนุญาตให้นำเข้าจากกระทรวงพาณิชย์จีนแล้ว เมื่อต้องการนำเข้า เช่น ผลไม้ ต้องติดต่อขอใบสุขอนามัยจากสำนักงาน AQSIQ ประจำเขตหรือท้องถิ่น (5 วันทำการ) เพื่อการตรวจสอบเบื้อต้น (จากหลักฐานเอกสาร)

2. รับผลการตรวจสอบเบื้องต้น และจัดส่งเอกสารประกอบอื่นๆ ให้สำนักงานใหญ่ AQSIQ เพื่อดำเนินการออกใบรับรองการนำเข้า (Import Permit) ผู้อยู่ต่างมณฑลต้องรออนุมัติจากสำนักงานใหญ่ที่ปักกิ่ง (ใช้ระยะเวลาไม่เกิน 20 วันทำการ) โดยใบรับรองการนำเข้า (Import Permit) มี 2 ประเภท คือ มีอายุ 3 เดือน และใช้นำเข้าได้เพียงครั้งเดียว ทั้งสองประเภทต้องมีปริมาณ/น้ำหนัก ไม่เกินจากที่แจ้งไว้โดยรายละเอียดในเอกสารต่างๆ เช่น ประเภทสินค้า น้ำหนัก ปริมาณ เส้นทางการขนส่ง ท่าเรือนำเข้า ฯลฯ ต้องตรงกัน และตรงกับที่แจ้งไว้กับ AQSIQ

3. ผู้นำเข้าติดต่อแจ้งศุลกากรในเขตหรือเพื่อการนำเข้าตามขั้นตอนต่อไป พร้อมยื่นหลักฐานเอกสารตามที่กำหนด เช่น Invoice, B/L (1วันทำการ)

4. สินค้าถึงเมืองท่าของจีน AQSIQ จะสุ่มตัวอย่างสุขอนามัย ใช้เวลาไมเกิน 1-2 วัน หากเอกสารต่างๆ ในข้อ 1-3 ครบถ้วนตรงกัน

ตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2546 การยื่นขอตรวจสอบเบื้องต้น AQSIQ ใช้วิธีการบันทึกลำดับก่อนหลังทางอิเล็กทรอนิกส์ (คอมพิวเตอร์) จึงไม่มีการยื่นขอแบบเร่งด่วนอีกต่อไป



ภาพที่ 3.6 ขั้นตอนการนำเข้ามังคุดของจีน

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549), อักษรศรี (2548)

<u>การกระจายสินค้าในตลาดจีน</u>

การกระจายสินค้าในตลาดจีนมีปัญหามากมายหลายด้าน ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน โดยเส้นทางหลักในการขนส่งและลำเลียงมังคุดจากไทยไปจีน คือ การขนส่งทางเรือเดินทะเล (เช่น ท่าเรือกรุงเทพฯ – ท่าเรือกวางเจา) เพื่อผ่านพิธีการศุลกากร หลังจากนั้นจะทำการลำเลียงและกระจายสินค้าไปยังตลาดเป้าหมายในแต่ละมณฑลต่อไป โดยใช้เส้นทางรถไฟหรือรถยนต์ ส่วนการขนส่งผ่านเส้นทางแม่น้ำโขงนั้นมีน้อย เนื่องจากแม่น้ำโขงมีเกาะแก่งมากมาย ประกอบกับกลุ่ม NGO ในบางประเทศยังมีการต่อต้านการระเบิดเกาะแก่ง จึงมีผลทำให้ไม่สามารถเดินเรือสมุทรน้ำลึกในลุ่มแม่น้ำโขงได้ จึงมีเพียงเรือขนาดกลาง และเล็ก ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เพื่อการท่องเที่ยว ส่วนเส้นทางบกที่ผ่านประเทศเพื่อนบ้านยังมีสัดส่วนไม่มากเช่นกัน นอกจากนี้แล้วยังมีปัญหาและอุปสรรคจากข้อจำกัดในการกระจายสินค้าภายในตลาดจีนที่ยังคงถูกควบคุมโดยทางการจีน และเครือข่ายการกระจายสินค้าทั่วประเทศจีนก็ยังมีการผูกขาด โดยรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ของจีนเพียงไม่กี่ราย รวมไปถึงระบบค้าปลีก/ค้าส่งที่จีนยังไม่เปิดเสรีอย่างแท้จริง

เมื่อปี พ.ศ. 2547 มีนักธุรกิจจีนจากนครหนานหนิง ของเขตปกครองตนเองกวางสี ได้ยื่นเรื่องเสนอต่อรัฐมนตรีพาณิชย์ไทย เพื่อชักชวนนักลงทุนไทยให้เข้าร่วมลงทุน “สร้างศูนย์กระจายสินค้าเกษตรจากไทย ในนครหนานหนิง ซึ่งเป็นเมืองเอกของกวางสี” จากข้อเสนอดังกล่าวอาจจะสามารถแก้ปัญหาการกระจายสินค้าของผลไม้ไทยในตลาดจีนได้ แต่ทั้งนี้ควรจะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้และค่าใช้จ่ายในการร่วมลงทุน หรือการบริหารจัดการศูนย์ดังกล่าวให้ละเอียดรอบคอบ และดำเนินการทุกขั้นตอนอย่างระมัดระวัง เพราะการร่วมลงทุนกับนักธุรกิจจีน มีปัญหาอยู่เสมอ และมีปัจจัยซ่อนเร้นต่างๆ อีกมายมาย ซึ่งทำให้การลงทุนลักษณะร่วมลงทุนกับนักธุรกิจจีนประสบปัญหาอยู่เสมอ

ระบบการขนส่งของจีน (วันรักษ์,62-66:2546) ระบบการกระจายสินค้าของจีนมีการพัฒนาดังนี้

- ยุคเหมา เจ๋อตุง ระบบการกระจายสินค้าทั้งหมดอยู่ในมือของรัฐ โดยกระทรวงพาณิชย์รับผิดชอบสินค้าอุปโภคบริโภค กระทรวงวัสดุอุปกรณ์ดูแลการกระจายสินค้าเพื่อการผลิต มีบรรษัทดูแลรายสินค้า/กลุ่มสินค้า

- ปี ค.ศ. 1993 มีการรวมกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงวัสดุอุปกรณ์ เข้าด้วยกัน และเปลี่ยนชื่อเป็น กระทรวงการค้าภายใน

- ปี ค.ศ. 1995 มีการจัดทำแผนการพัฒนาธุรกิจร้านค้าแบบลูกโซ่ (Chain Stores) บริษัทข้ามชาติให้ความสนใจเข้ามาร่วมลงทุนจัดตั้งธุรกิจหลายแห่ง แต่เนื่องจากระบบการกระจายสินค้าเป็นหัวใจของธุรกิจร้านค้าแบบลูกโซ่ การที่รัฐบาลจีนสงวนธุรกิจการขนส่ง และการกระจายสินค้าไว้เฉพาะรัฐวิสาหกิจ และวิสาหกิจเอกชนจีน ห้ามต่างชาติดำเนินกิจการ ประกอบกับรัฐบาลยังไม่สามารถลงทุนขยาย และปรับปรุงระบบการขนส่งอย่างเพียงพอ ทำให้การขนส่ง และการกระจายสินค้าเป็นปัญหาใหญ่สำหรับธุรกิจต่างชาติในจีนในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา

- ปี ค.ศ. 1996 เป็นต้นมาบริษัทค้าปลีกต่างชาติบางแห่ง ได้แก่ Wal-Mart Stores Inc. ของสหรัฐอเมริกา Metro-AG ของเยอรมัน Carrefour SA ของฝรั่งเศส และ Shanghai Hualian Supermarket Co. ของจีน มีวิธีการจัดซื้อ 2 วิธี คือ ซื้อโดยตรงจากโรงงาน และซื้อผ่านหน่วยงานค้าส่ง ทั้งสองวิธีใช้กลยุทธ์เน้นทำธุรกิจเฉพาะรายในปริมาณสูงเพื่อเป็นแรงจูงใจให้คู่ค้าพยายามปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการ ซึ่งได้ผลพอสมควร

- ปี ค.ศ. 2001 ระบบการกระจายสินค้ามีความซับซ้อนมากขึ้น มีการทำสัญญามอบหน่วยขายปลีกทั้งหมดให้เอกชนรับไปดำเนินการ ช่วงแรกเอกชนยังขาดประสบการณ์ด้านการค้าส่วนในด้านสินค้านำเข้ามีบรรษัทการค้าต่างประเทศของรัฐ ทำหน้าที่สั่งสินค้าเข้าตามความต้องการของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจตามแผนการนำเข้าที่กำหนดโดยหน่วยแผนของส่วนกลางจึงไม่ต้องมีระบบกระจายสินค้านำเข้า

หลังจากอนุญาตให้เอกชนจีนทำธุรกิจด้านการขนส่งและกระจายสินค้า ซึ่งก็ยังคงมีขนาดเล็ก จะกล่าวถึงในรายที่มีกิจการขนาดใหญ่ และรวมไปถึงระบบการขนส่งและกระจายสินค้าของรัฐบาลทั้งหมด ดังนี้

1. China National Foreign Trade Transportation (Group) Corporation. ชื่อย่อเรียกว่า SINOTRANS เป็นกลุ่มบริษัทที่ทำธุรกิจขนส่งและกระจายสินค้าใหญ่ที่สุด สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ปักกิ่ง สำนักงานสาขา 47 แห่ง มีบริษัทในประเทศที่ร่วมทุนในเครืออีกราว 263 แห่ง และมีเครือข่ายขนส่งที่หลากหลาย คือ

- รถบรรทุก 3,000 คัน

- เรือเดินสมุทร 75 ลำ ในจำนวนนี้มีเป็นเรือบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ 35 ลำ ซึ่งจัดว่าเป็นกองเรือเดินสมุทรที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของจีน

- เส้นทางการขนส่งทางรถไฟ 77 เส้นทาง

- มีสถานีรถไฟเป็นของตนเอง 15 สถานี

- มีห้องเย็นได้มาตรฐาน 160 แห่ง

2. การขนส่งทางน้ำ มี China Ocean Shipping (Group) Co. หรือเรียกกันว่ากลุ่ม COSCO สังกัดรัฐบาลกลาง มีกองเรือ 500 ลำ เป็นบริษัทขนส่งทางทะเลใหญ่เป็นอันดับ 1 ของจีน เป็นอันดับ 7 ของโลก ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1961 ในปี ค.ศ. 1994 กลุ่ม COSCO ขยายเส้นทางต่อจากฮ่องกงเข้าไปยังแผ่นดินใหญ่บริเวณปากน้ำจูเจียง เพิ่มบริการขนส่งทางน้ำตามแม่น้ำแยงซี เชื่อมเส้นทางระหว่างนครชั่งและเซี่ยงไฮ้ เซี่ยงไฮ้เป็นชุมทางเรือเชื่อมระหว่างเส้นทางน้ำภายในประเทศและต่างประเทศ

China Shipping Co. เป็นบริษัทพาณิชย์นาวีอันดับ 2 ของจีน ก่อตั้งปี ค.ศ. 1997 สำนักงานใหญ่อยู่ที่เซี่ยงไฮ้ มีกองเรือ 340 ลำ ระวางขับน้ำ 8.89 ล้านเมตริกตัน ในจำนวนนี้เป็นเรือบรรทุกด้วยตู้คอนเทนเนอร์ 100 ลำ บรรทุกได้ 120,000 TEUs

3. การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางรถไฟเสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดแต่ใช้ระยะเวลานาน วิ่งได้เฉลี่ยวันละ 250 กิโลเมตร ระยะทางจากเซี่ยงไฮ้ไปทางเหนือสุดของจีนใช้เวลา 45 วัน ไปทางตะวันตกเฉียงเหนือ 60 วัน และการขนส่งถ่านหินจากมณฑลซานซีและมองโกลเลียใน ไปยังแหล่งอุตสาหกรรมทางตะวันออกก็ยึดครองรางรถไฟเกือบทั้งหมด ยังมีการขนส่งวัตถุดิบอื่นๆ รวมทั้งสินค้าเกษตร การขนส่งสินค้าอุตสาหกรรมหนักจากตะวันออกเฉียงเหนือ และสินค้าอุตสาหกรรมเบาจากภาคตะวันออก เพื่อกระจายไปทั่วประเทศ ล้วนแต่เป็นการขนส่งระยะไกล

กระทรวงรถไฟผูกขาดกิจการรถไฟ การทำงานที่ขาดประสิทธิภาพทำให้บริษัทกระจายสินค้าไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการรถไฟ ในแผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 10 (2001-2005) กระทรวงรถไฟได้รับอนุมัติให้ใช้งบลงทุน 6.65 พันล้านดอลล่าร์สหรัฐ ให้ดำเนินการปรับปรุงและขยาย

เส้นทางเดินรถไฟ จากการที่รัฐบาลเร่งปรับปรุงบริการขนส่งทางรถไฟ เมื่อจีนเข้า WTO การขนส่งทางรถไฟจะเป็นธุรกิจหนึ่งที่ต่างชาติสนใจลงทุน

4. การขนส่งทางอากาศ ปัจจุบันการขนส่งทางอากาศภายในประเทศจีนยังอยู่ในระดับต่ำ จีนยังมีสนามบินและจำนวนเครื่องบินไม่เพียงพอ บริษัทการบินแนวหน้า ได้แก่ China Southern Airlines, China International Airlines (Air China) และ China Eastern Airlines รวมกันขนส่งสินค้าทางอากาศคิดเป็นร้อยละ 60 ของการส่งทางอากาศทั้งหมด ทั้งสามบริษัทยังไม่มีเครื่องบินบรรทุกสินค้าเฉพาะ แต่บรรทุกรวมไปกับผู้โดยสาร มีเพียง 2 แห่ง ที่ให้บริการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะด้วยเครื่องบินบรรทุกสินค้า ได้แก่ Air China Cargo (เครือ Air China) และ China Cargo Airlines

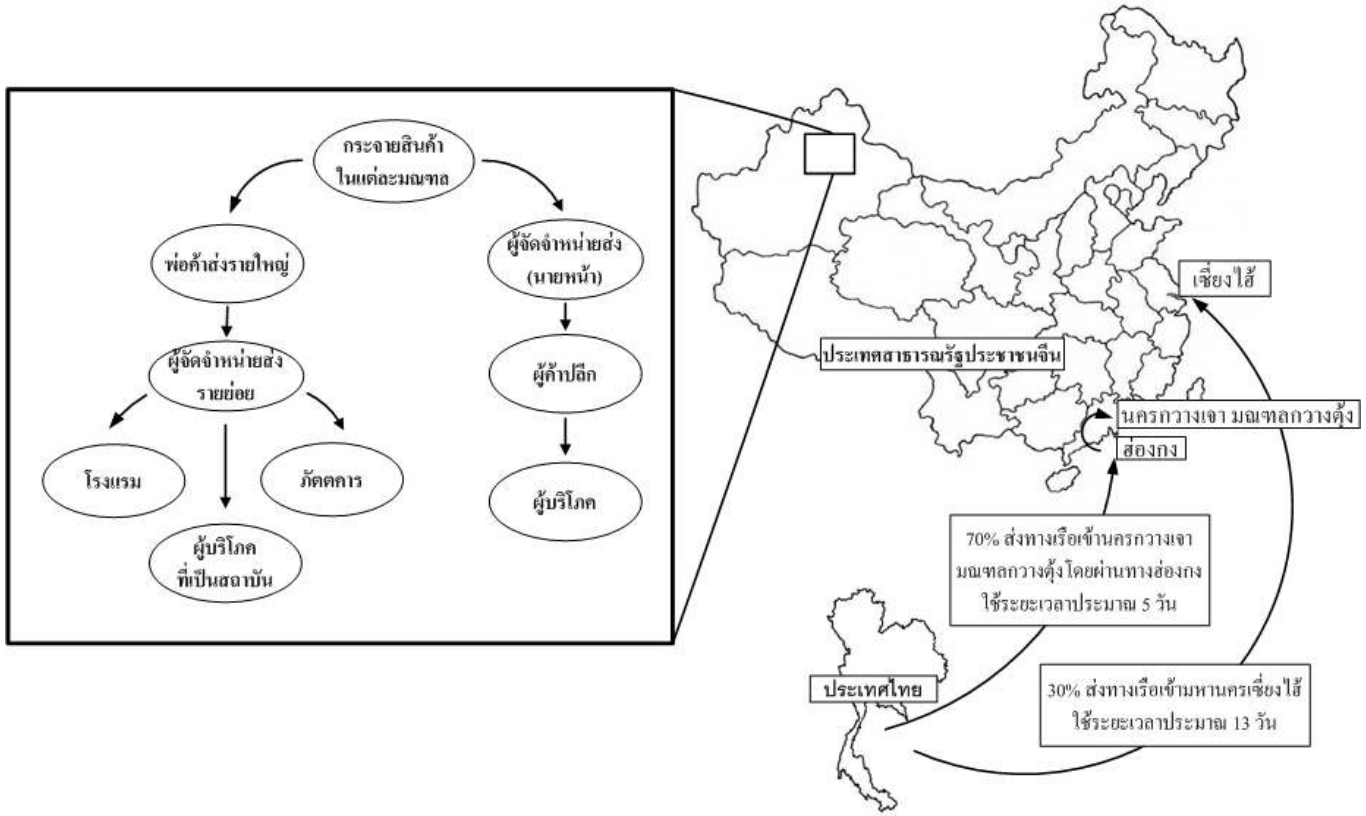
ในแผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 10 (2001-2005) จะมีการสร้างสนามบินภูมิภาคเพิ่มขึ้น และจะสร้างศูนย์ระดับรองที่เมืองเฉินตู (ซื่อชวน) ซีอาน (ส่านซี) หวู่ฮั่น (หุเป่ย) คุนหมิง (ยูนนาน) และอูรุมูฉี (ซินเจียง) ภายใน ค.ศ. 2015 โครงการก่อสร้างที่ใหญ่ที่สุด คือ Guangzhou Baiyun International Airport กำหนดเสร็จในปี ค.ศ. 2003 สามารถรับนักเดินทางได้ 30 ล้านคนต่อปี ขนส่งสินค้า 2.5 ล้านเมตริกตัน

5. การขนส่งทางถนน: ในปี ค.ศ. 2000 รัฐบาลจีนใช้งบประมาณ 26.6 พันล้านดอลล่าร์สหรัฐ สร้างทางหลวง 50,000 กิโลเมตร ภายในเมืองใหญ่แต่ละเมืองมีบริษัทหลายแห่งให้บริการรถบรรทุกรับจ้างพร้อมคนขับ มีทั้งขับตามเส้นทางประจำและไม่ประจำ อย่างเช่น Beijing City Transport Co. มีรถ 12,000 คัน ส่วนมากเป็นรถบรรทุกขนาดเล็ก ใช้ขับเข้าไปในเขตพื้นที่ที่ห้ามรถบรรทุกใหญ่เข้าไปในชั่วโมงทำงาน

<u>วิถีการตลาดมังคุดไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน</u>

เมื่อมังคุดของไทยผ่านพิธีการศุลกากรเรียบร้อยแล้ว จะลำเลียงเข้าสู่นครกวางเจา มณฑลกวางตุ้ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70 ของการนำเข้ามังคุดจากไทย โดยผ่าน ฮ่องกง ใช้ระยะเวลาเดินทาง 4-5 วัน อีกร้อยละ 30 จะเดินทางเข้าสู่ตลาดขายส่งผลไม้ ที่มหานครเซี่ยงไฮ้ ใช้ระยะเวลาเดินทาง 12 วัน และกระจายต่อไปยังตลาดเป้าหมายในแต่ละมณฑล โดยใช้เส้นทางรถไฟหรือรถยนต์ (ภาพที่ 3.7)

การกระจายสินค้าในแต่ละมณฑลจะแบ่งออกเป็น พ่อค้าส่งรายใหญ่ และ ผู้จัดจำหน่าย (นายหน้า) ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคก็จะแตกต่างกันออกไป คือ



ภาพที่ 3.7 วิถีการตลาดมังคุดไทยในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พ.ศ. 2548

ที่มา:กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549), อักษรศรี (2548)

พ่อค้าส่งรายใหญ่ มีกลุ่มผู้บริโภคมังคุดที่เป็นเป้าหมายเป็นลักษณะของกลุ่มบริษัท เน้นผู้บริโภคที่มีฐานะปานกลาง ไปจนถึงร่ำรวย เนื่องจากจะส่งไปยังกลุ่มผู้บริโภคในโรงแรม ร้านอาหาร และกลุ่มผู้บริโภคสถาบัน

ผู้จัดจำหน่าย (นายหน้า) มีกลุ่มผู้บริโภคมังคุดที่เป็นเป้าหมายเป็นลักษณะของกลุ่มทั่วไป โดยจะมีการส่งต่อไปยังพ่อค้าปลีก และท้ายสุดไปยังผู้บริโภค

ทั้งนี้เนื่องจากภูมิประเทศของจีนสามารถผลิตผลไม้ได้หลากหลายชนิด ความสดใหม่และราคาที่ถูกกว่า มีผลต่อความต้องการซื้อ หรือมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ที่ผลิตจากจีนแม้คนจีนจะชอบผลไม้ไทยก็ตาม และจากลักษณะเฉพาะของมังคุดสดด้านคุณภาพ ที่เกิดการเน่าเสียง่าย ผิวเปลือกแข็งง่ายจากหลายสาเหตุ (เช่น การถูกกระทบกระเทือน การถูกความเย็นจัด หรือการเก็บในห้องเย็นที่อุณหภูมิไม่เหมาะสม) อายุการเก็บรักษาสั้น การขนย้ายสินค้าจะต้องทำอย่างระมัดระวัง ดังนั้นจากการกระจายสินค้าภายในตลาดจีนที่ค่อยข้างซับซ้อนและใช้ระยะเวลานาน ทำให้วิถีการตลาดมังคุดสดในจีน ย่อมเป็นอุปสรรค อย่างหนึ่งในการส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีน

<u>มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน</u>

การศึกษาสภาพทั่วไปในด้านมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน ทำการศึกษา มาตรฐานการส่งออกมังคุดของไทย และมาตรฐานการนำเข้ามังคุดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า หลังจากเปิดเขตการค้าเสรีมีการจัดตั้งมาตรการต่างๆเพื่อให้ปฏิบัติตามมากขึ้น ซึ่งจัดได้ว่าเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าที่มิใช่ภาษี (Non-Tariff) ประเภทหนึ่ง

มาตรฐานสินค้าเป็นเรื่องสากลสำหรับการค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานของคู่ค้าเป็นสิ่งที่ผู้ส่งออกจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ดังนั้นสิ่งที่น่าสนใจก็คือมาตรฐานของประเทศไทย ที่เริ่มใช้ในที่นี้คือ มาตรฐานมังคุด (มกอช. 2-2546) กับมาตรฐานของนานาประเทศ เป็นไปในแนวทางเดียวกันหรือไม่ เมื่อมีการค้าต่อกันแล้วนั้นมาตรฐานจะกลายเป็นความยุ่งยากหรืออุปสรรคต่อการส่งออกมากน้อยเพียงใด เพราะแต่ละประเทศมีมาตรฐานต่างกัน แล้วมาตรฐานที่ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกของไทยใช้อยู่ในขณะนี้ มีความเทียบเท่ากับมาตรฐานของประเทศคู่ค้ามากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะสินค้าเกษตร สินค้าผลไม้ การส่งออกไปยังหลายประเทศ โดยแต่ละประเทศมีมาตรฐานต่างกัน เช่น มาตรฐานของมังคุดเพื่อการส่งออกตามระบบการผลิตทางการเกษตรที่ถูกต้องและเหมาะสม (Good

Agricultural Practicer: GAP) เพื่อการส่งออกมังคุดไปยังประเทศญี่ปุ่น ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรขึ้นเพื่อรวมกลุ่มกันปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออก โดยมีการศึกษากลุ่มเกษตรกรผลิตมังคุด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ระหว่างปี พ.ศ. 2547 และพบว่าจากการรวมกลุ่มปรับปรุงคุณภาพมังคุดตามระบบ GAP มีผลทำให้เกษตรได้รับเทคโนโลยีในการผลิตมังคุดและสามารถผลิตมังคุดคุณภาพได้ในปริมาณที่มากขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น (พัชราภรณ์,136-142:2548) และมาตรฐานของมังคุดเพื่อการส่งออกตามระบบการผลิตทางการเกษตรที่ถูกต้องและเหมาะสม (Good Agricultural Practicer: GAP) เพื่อการส่งออกมังคุดไปยังประเทศฮ่องกง โดยมีการศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปฮ่องกง ในระหว่างปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2542 ซึ่งมีการอ้างอิงถึงระบบมาตรฐาน GAP ในการผลิตมังคุดเพื่อการส่งออกไปยังตลาด ฮ่องกง (ประภารัตน์,98-113: 2545) มีการอ้างอิงระบบร่างมาตรฐานมังคุดของโคเด็กซ์ (ชั้นที่ 7) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ได้แก่ มาตรฐานที่ระบุโดยคณะกรรมการโคเดกซ์ (the Codex Alimentarius Commission) ในการศึกษาการพัฒนาสารเคลือบผิวเพื่อยืดอายุการเก็บรักษามังคุด (ฐิติยา,123-129:2546) และระบบการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช (SPS) โดยที่จีนกำหนดให้สินค้าเกษตรที่นำเข้าจากต่างประเทศต้องได้รับการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช ณ เมืองท่าที่นำเข้า โดยก่อนการส่งออกสินค้าผักและผลไม้จากไทย บริษัทนำเข้าต้องขอ ใบอนุญาตด้านสุขอนามัย (Inspection Quarantine License) จากหน่วยงานควบคุมคุณภาพและกักกันโรคของจีน (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine: AQSIQ) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 14:2548) เป็นต้น ดังนั้นเรื่องของมาตรฐานย่อมเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการส่งออกมังคุดของไทย

<u>มาตรฐานการส่งออกมังคุดของไทย</u>

มาตรฐานการส่งออกมังคุดของไทยที่มีผลบังคับใช้อยู่ในขณะนี้มีดังต่อไปนี้คือ มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: มังคุด มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และระบบมาตรฐานการขึ้นทะเบียนสวน (ระบบการจัดการคุณภาพ GAP พืช) มังคุด ดังนี้

1. มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: มังคุด (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร: 2549) สรุปสาระสำคัญ ดังนี้

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (Thai Agricultural Commodity and Food Standard) มกอช. (TACFS) 2-2546 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 120 ตอนพิเศษ 145ง วันที่ 19 ธันวาคม พุทธศักราช 2546

ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: มังคุด

1) นิยามผลิตผล: มาตรฐานนี้ใช้กับผลิตผล “มังคุด” พันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้า ซึ่งมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า “Garcinia Mangostana L.” อยู่ในวงศ์ Guttiferae สำหรับการบริโภคสด

2) ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ

คุณภาพต่ำ

2.1 มังคุดทุกชั้นมาตรฐานต้องมีคุณภาพดังต่อไปนี้ เว้นแต่จะมีข้อกำหนดเฉพาะของแต่ละชั้น และเกณฑ์ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้มีได้ตามที่ระบุไว้ คือ เป็นมังคุดทั้งผลมีกลีบเลี้ยงมีขั้วผล ผลมีความสดไม่แตกร้าว ไม่เน่าเสีย สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้ ไม่มีศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผลผลิต ไม่มีความเสียหายของผลผลิตอันเนื่องมาจากศัตรูพืชหรือสาเหตุอื่น ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อมังคุด ปลอดจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำหรือสูง ปลอดจากกลิ่นและรสชาติแปลกปลอม สามารถผ่าเปลือกผลได้ง่ายและสามารถแยกเนื้อออกจากเปลือกได้

2.2 ผลมังคุดต้องแก่ระยะสายเลือด (ผิวเปลือกเกิดจุดแต้มหรือประ สีม่วง) เป็นอย่างน้อย เพื่อให้สามารถพัฒนาเป็นผลสุกต่อไปได้ และอยู่ในสภาพที่ยอมรับได้เมื่อถึงปลายทาง

การแบ่งชั้นคุณภาพมังคุดตามมาตรฐานนี้ แบ่งชั้นเป็น 3 ชั้น คุณภาพ ดังนี้

1. ชั้นพิเศษ (“Extra” Class) มังคุดชั้นนี้มีคุณภาพดีที่สุด มีกลีบเลี้ยงและขั้วผลสมบูรณ์ ผลมีตำหนิได้เล็กน้อยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและไม่มีผลกระทบ ต่อคุณภาพในด้านรูปลักษณ์ทั่วไปของผล รวมทั้งต่อคุณภาพภายใน ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพระหว่างการเก็บ

รักษา ไม่มีผลกระทบต่อการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ และมีลักษณะเนื้อแก้ว ยางไหล ในผลได้ไม่เกินร้อยละ 5 ของจำนวนผลทั้งหมดของรุ่นที่ส่งมอบ

2. ชั้นหนึ่ง (Class I) มังคุดในชั้นนี้มีคุณภาพดี ผลมีตำหนิได้เล็กน้อย แต่ตำหนิโดยรวมต่อผลมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละ 30 ของพื้นที่ผิว และตำหนิดังกล่าวไม่มีผลต่อเนื้อมังคุด ไม่มีผลต่อรูปลักษณ์ทั่วไปของผล รวมทั้งไม่มีผลต่อคุณภาพภายใน ไม่มีผลต่อคุณภาพระหว่างการเก็บรักษา ไม่มีผลต่อการจัดเรียงเสนอในภาชนะบรรจุ และมีลักษณะเนื้อแก้ว ยางไหล ในผลได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผลทั้งหมดของรุ่นที่ส่งมอบ

3. ชั้นสอง (Class II) ชั้นนี้ผลมังคุดที่ไม่เข้าขั้นชั้นที่สูงกว่า แต่มีคุณภาพขั้นต่ำดังข้อ 2 มีเนื้อแก้ว ยางไหล ในผลได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนผลทั้งหมดของรุ่นที่ส่งมอบ

3) ข้อกำหนดเรื่องขนาด ขนาดของมังคุดจะพิจารณาจากน้ำหนัก หรือเส้นผ่าศูนย์กลางที่วัดตามแนวขวางของผลมังคุด (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.9 ข้อกำหนดเรื่องขนาดมังคุด

รหัสขนาด	น้ำหนัก (กรัม)	เส้นผ่าศูนย์กลาง (มิลลิเมตร)
1	มากกว่า125	มากกว่า62
2	101-125	59-62
3	76-100	53-58
4	51-75	46-52
5	30-50	38-45

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร (2549)

4) เกณฑ์ความคลาดเคลื่อนเรื่องคุณภาพ

5) ข้อกำหนดเรื่องการบรรจุและการจัดเรียงเสนอ

6) การแสดงเครื่องหมายหรือฉลาก

6.1 บรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค ต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดให้เห็นโดยง่าย ชัดเจน ไม่เป็นเท็จหรือกลลวง ดังต่อไปนี้

6.1.1 ประเภทของผลิตผล ข้อความว่า “มังคุด” ถ้าไม่สามารถเห็นผลิตผลจากภายนอกของภาชนะบรรจุได้

6.1.2 น้ำหนักเป็นระบบเมตริก

6.1.3 ข้อมูลผู้จำหน่าย คือ ชื่อ ที่ตั้ง ของผู้จำหน่าย หรือผู้แบ่งบรรจุ หรือแสดงเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน

6.1.4 ประเทศผู้ผลิต

6.2 บรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่ง แต่ละหีบห่อต้องประกอบด้วยข้อความ ซึ่งระบุในเอกสารกำกับสินค้า หรือฉลาก หรือแสดงไว้ที่ภาชนะบรรจุก็ได้ ข้อความต้องอ่านได้ชัดเจน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.2.1 ประเภทของผลิตผล ข้อความว่า “มังคุด” ถ้าไม่สามารถเห็นผลิตผลจากภายนอกของภาชนะบรรจุได้

6.2.2 น้ำหนักเป็นระบบเมตริก

6.2.3 ข้อมูลผู้จำหน่าย คือ ชื่อ ที่ตั้ง ของผู้จำหน่าย หรือผู้แบ่งบรรจุ หรือแสดงเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน

6.2.4 ประเทศผู้ผลิต

6.2.5 ข้อมูลเชิงพาณิชย์

6.2.6 ชั้นคุณภาพ

6.2.7. ขนาด

6.2.8. ภาษา กรณีฉลากมังคุดที่ผลิตเพื่อการส่งออกจะแสดงเป็นภาษาใดก็ได้

6.2.9. เครื่องหมายการตรวจสอบทางราชการหรือเครื่องหมายรับรอง

7) ข้อกำหนดวัตถุเจือปนอาหาร

8) ข้อกำหนดสารปนเปื้อน

9) ข้อกำหนดสารพิษตกค้าง

10) ข้อกำหนดสุขลักษณะ

11) วิธีวิเคราะห์และชักตัวอย่าง

2. มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits) (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร: 2549) สรุปใจความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (Thai Agricultural Commodity and Food Standard) มกอช. (TACFS) 9002-2547

สารพิษตกค้าง (Pesticide Residues): ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits) ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่มที่ 121 ตอนพิเศษ 120ง วันที่ 22 ตุลาคม พุทธศักราช 2547

1. ขอบข่าย

มาตรฐานฉบับนี้ ครอบคลุมการกำหนดปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits) ในสินค้าที่ใช้เป็นอาหารและอาหารสัตว์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์อ้างอิงในการผลิต การค้า และการควบคุมตรวจสอบสินค้าที่ผลิต นำเข้า และส่งออกไปต่างต่างประเทศมาตรฐานฉบับนี้ไม่ครอบคลุมการกำหนดปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Extraneous maximum Residue Limits) ซึ่งได้กำหนดไว้ในมาตรฐานสินค้าและอาหารแห่งชาติ เรื่องสารพิษตกค้าง ปริมาณสารพิษตกค้างที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (มกอช. 9003)

2. นิยาม

2.1 สารพิษตกค้าง หมายถึง วัตถุอันตรายทางการเกษตร หรือกลุ่มอนุพันธุ์ ได้แก่ สารที่เกิดจากกระบวนการเปลี่ยนแปลง (Conversion) กระบวนการสร้างและละลาย (Metabolites) เกิดจากการทำปฏิกิริยา (Reaction) หรือสิ่งแปลกปลอมปนในวัตถุอันตรายทางการเกษตรที่มีความเป็นพิษ ซึ่งปนเปื้อนหรือ ตกค้างในสินค้าที่ใช้เป็นอาหาร หรืออาหารสัตว์

2.2 ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits: EMR) หมายถึง ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่มีได้ในสินค้า กำหนดโดยคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย มีหน่วยเป็นมิลลิกรัมสารพิษตกค้างต่อกิโลกรัมสินค้า

2.3 ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Extraneous maximum Residue Limit: EMRL) หมายถึง ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด ที่จำกัดเฉพาะสารพิษตกค้างที่ปนเปื้อนจากสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงสารพิษตกค้างจากการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรในอดีต ที่ถูกยกเลิกการขึ้นทะเบียนใช้ในประเทศมาเป็นระยะเวลานานแล้ว แต่ยังมีความจำเป็นต้องกำหนดปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดไว้ เนื่องจากยังคงมีการตรวจพบสารพิษตกค้างในสินค้าอยู่

2.4. ค่าต่ำสุดที่วิเคราะห์ได้ในเชิงปริมาณ (Limit of Quantitation; LOQ) หมายถึงความเข้มข้นที่ต่ำสุดของสารพิษตกค้างชนิดหนึ่งในสินค้าแต่ละชนิด ที่สามารถตรวจวิเคราะห์ในเชิงปริมาณด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ โดยใช้วิธีวิเคราะห์สารพิษตกค้างที่กำหนดปริมาณสารพิษตกค้าง และชนิดสารพิษตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits) (ตารางที่ 3.10)

ตารางที่ 3.10 บัญชีท้ายมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องสารพิษตกค้าง ปริมาณสารพิตกค้างสูงสุด (Maximum Residue Limits)

ชนิด	วัตถุอันตรายทางการเกษตร	ชนิดสารพิษตกค้าง	ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม)
มังคุด	คาร์บาริล (Carbaryl)	คาร์บาริล	1
	โพรฟิโนฟอส (Profenofos)	โพรฟิโนฟอส	0.05*

หมายเหตุ: * หมายถึง กำหนดที่ระดับค่าปริมาณต่ำที่สุดที่วิเคราะห์ได้ในเชิงปริมาณ (Limit of Quantition; LOQ)
รายละเอียด ณ ที่นี้คัดมาเฉพาะสินค้ามังคุดเท่านั้น
ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร (2549)

3. มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Pesticide Residues: Extraneous Maximum Residue Limits) (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร: 2549) สรุปใจความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (Thai Agricultural Commodity and Food Standard) มกอช. (TACFS) 9003-2547

ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Pesticide Residues: Extraneous Maximum Residue Limits) ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 121 ตอนพิเศษ 120 ง วันที่ 22 ตุลาคม พุทธศักราช 2547 (ตารางที่ 3.11)

4. ระบบมาตรฐานการขึ้นทะเบียนสวน (ระบบการจัดการคุณภาพ GAP พืช): มังคุด โดยกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ, 2549) มีรายละเอียดดังนี้

การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP) มีเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมิน (ตารางที่ 3.12) โดยมีหน่วยงานส่วนภูมิภาค 8 แห่งทั่วประเทศเพื่อดำเนินการการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP) คือ สวพ. 1 เชียงใหม่ สวพ. 2 พิษณุโลก สวพ. 3 ขอนแก่น สวพ. 4 อุบลราชธานี

ตารางที่ 3.11 บัญชีท้ายมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องสารพิษตกค้าง ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (Extraneous Maximum Residue Limits)

ชนิด	ปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม)				
	อัลดริน[1/] และดีลดริน (Aldrin and Diedin)	คลอร์เดน[2/] (Chlordane)	ดีดีที[3/] (DDT)	เอนดริน[4/] (Endrin)	เฮปทาคลอร์[5/] (Heptacholor)
ผลไม้	0.05	0.02*	0.01*	0.01*	0.01*

หมายเหตุ: * หมายถึง กำหนดที่ระดับค่าปริมาณต่ำที่สุดที่วิเคราะห์ได้ในเชิงปริมาณ (Limit of Quantition; LOQ)

1/ หมายถึง ชนิดสารพิษตกค้าง (Definition Residue): ผลรวมของ HHDN and HEOD (ละลายในไขมัน)

2/ หมายถึง ชนิดสารพิษตกค้าง (Definition Residue): สำหรับสินค้าพืช; ผลรวมของ Cis and Trans-Chlordance) (ละลายในไขมัน)

3/ หมายถึง ชนิดสารพิษตกค้าง (Definition Residue): ผลรวมของ P, P′-DDT and O, P′-DDT (ละลายในไขมัน)

4/ หมายถึง ชนิดสารพิษตกค้าง (Definition Residue): ผลรวมของ Endrin and Delta-keto-Endrin (ละลายในไขมัน)

5/ หมายถึง ชนิดสารพิษตกค้าง (Definition Residue): ผลรวมของ Heptachlor and Heptachlor Epoxide (ละลายในไขมัน)

รายละเอียด ณ ที่นี้คัดมาเฉพาะสินค้าผลไม้เท่านั้น

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร (2549)

ตารางที่ 3.12 ข้อกำหนด เกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินระบบการจัดการคุณภาพ (GAP): การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับ-พืช: มังคุด

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
1. แหล่งน้ำ	-น้ำที่ใช้ต้องได้จากแหล่งที่ไม่มีสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุอันตราย และจุลินทรีย์	-ตรวจพินิจสภาพแวดล้อม หากอยู่ในสภาวะเสี่ยงให้ตรวจสอบ และวิเคราะห์คุณภาพน้ำ
2. พื้นที่ปลูก	-ต้องเป็นพื้นที่ที่ไม่มีวัตถุอันตราย และจุลินทรีย์ที่จะทำให้เกิดการตกค้างหรือปนเปื้อนในผลิตผล	-ตรวจพินิจสภาพแวดล้อม หากอยู่ในสภาวะเสี่ยงให้ตรวจสอบ และวิเคราะห์คุณภาพดิน
3. การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร	-หากมีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตให้ใช้ตามคำแนะนำ หรืออ้างอิงคำแนะนำของกรมวิชาการเกษตร หรือตามฉลากที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ -ต้องใช้สารเคมีให้สอดคล้องกับรายการสารเคมีที่ประเทศคู่ค้าอนุญาตให้ใช้ -ห้ามใช้วัตถุอันตรายที่ระบุในทะเบียนวัตถุอันตรายทางการเกษตรที่ห้ามใช้	-ตรวจสอบสถานที่เก็บรักษาวัตถุอันตรายทางการเกษตร -ตรวจบันทึกข้อมูลการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร และสุ่มตัวอย่างวิเคราะห์สารพิษตกค้างในผลิตผล กรณีมีข้อสงสัย
4. การเก็บรักษาและการขนย้ายผลิตผลภายในแปลง	-สถานที่เก็บรักษาต้องสะอาด อากาศถ่ายเทได้ดี และสามารถป้องกันการปนเปื้อนของวัตถุแปลกปลอม วัตถุอันตราย และสัตว์พาหะนำโรค -อุปกรณ์และพาหนะในการขนย้ายต้องสะอาด ปราศจากการปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค -ต้องขนย้ายผลิตผลอย่างระมัดระวัง	-ตรวจพินิจสถานที่ อุปกรณ์ ภาชนะบรรจุขั้นตอน และวิธีการขนย้ายผลิตผล

ตารางที่ 3.12 (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
5. การบันทึกข้อมูล	-ต้องมีการบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวกับการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร	-ตรวจบันทึกข้อมูลของเกษตรกรตามแบบบันทึกข้อมูล
	-ต้องมีการบันทึกข้อมูลการสำรวจและการป้องกันกำจัดศัตรูพืช	
	-ต้องมีการบันทึกข้อมูลการจัดการเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ	
6. การผลิตให้ปลอดจากศัตรูพืช	-สำรวจการเข้าทำลายของศัตรูพืช และป้องกันกำจัดเมื่อสำรวจพบความเสียหายระดับเศรษฐกิจ	-ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการสำรวจศัตรูพืช และการป้องกันกำจัด
	-ผลิตผลที่เก็บเกี่ยวแล้ว ต้องไม่มีศัตรูพืชติดอยู่ถ้าพบต้องคัดแยกไว้ต่างหาก	-ตรวจพินิจผลการคัดแยก
7. การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ	-การปฏิบัติและการจัดการตามแผนควบคุมการผลิต	-ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการปฏิบัติและการจัดการเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ
	-คัดแยกผลิตผลด้อยคุณภาพไว้ต่างหาก	-ตรวจพินิจผลการคัดแยก
8. การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	-เก็บเกี่ยวผลในระยะที่เหมาะสมตามเกณฑ์ในแผนควบคุมการผลิต	-ตรวจสอบบันทึกการเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว
	-อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว ภาชนะบรรจุและวิธีการเก็บเกี่ยวต้องสะอาด ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคุณภาพของผล และปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค	-ตรวจพินิจอุปกรณ์ ภาชนะบรรจุ ขั้นตอน และวิธีการเก็บเกี่ยว

ที่มา: ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ กรมวิชาการเกษตร (2549)

สวพ. 5 ชัยนาท สวพ. 6 จันทบุรี สวพ. 7 สุราษฎร์ธานี สวพ. 8 สงขลา

กรมวิชาการเกษตร โดยสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร (สวพ.) ทั้ง 8 แห่งรวมหน่วยงานในเครือข่ายได้ร่วมกันรณรงค์ให้เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ GAP ซึ่งในปี พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548 มีสวนมังคุดผ่านการตรวจประเมินขึ้นทะเบียนสวน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 6,849 สวน (ตารางที่ 3.13)

ตารางที่ 3.13 จำนวนสวนมังคุดในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองแหล่งผลิตพืช (GAP) มังคุด ปี พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548

จังหวัด	อำเภอ	จำนวน (สวน)
กระบี่	อ.เขาพนม	12
	อ.คลองท่อม	5
	อ.ลำทับ	2
กรุงเทพฯ	อ.ดุสิต	1
	อ.บางบัวทอง	1
	อ.บางรัก	3
จันทบุรี	อ.เขาคิชฌกูฏ	152
	อ.เมือง	823
	อ.แก่งหางแมว	16
	อ.แหลมสิงห์	120
	อ.โป่งน้ำร้อน	108
	อ.ขลุง	327
	อ.ท่าใหม่	116
	อ.นายายอาม	88
	อ.มะขาม	196
	อ.อรัญประเทศ	1
ชุมพร	อ.เมือง	120
	อ.ท่าแซะ	19
	อ.ทุ่งตะโก	11
	อ.พะโต๊ะ	407
	อ.ละแม	13
	อ.สวี	32
	อ.หลังสวน	129
ตรัง	อ.เมือง	1
	อ.นาโยง	39
	อ.ปะเหลียน	4
	อ.ย่านตาขาว	31
	อ.วังวิเศษ	15
	อ.สิเกา	13
	อ.ห้วยยอด	27

ตารางที่ 3.13 (ต่อ)

จังหวัด	อำเภอ	จำนวน (สวน)
ตราด	อ.เขาสมิง	198
	อ.เมือง	150
	อ.แหลมงอบ	14
	อ.บ่อไร่	117
นครนายก	อ.เมือง	1
นครศรีธรรมราช	อ.เมือง	85
	อ.ขนอม	14
	อ.จุฬาภรณ์	43
	อ.ฉวาง	183
	อ.ชะอวด	23
	อ.ช้างกลาง	95
	อ.ถ้ำพรรณรา	6
	อ.ท่าศาลา	46
	อ.ทุ่งสง	106
	อ.นบพิตำ	35
	อ.นาบอน	9
	อ.พรหมคีรี	127
	อ.พระพรหม	10
	อ.พิปูน	11
	อ.ร่อนพิบูลย์	124
	อ.ลานสกา	53
	อ.สิชล	58
นนทบุรี	อ.บางกรวย	1
นราธิวาส	อ.เจาะไอร้อง	7
	อ.ตากใบ	18
	อ.บาเจาะ	2
	อ.ยี่งอ	1
	อ.ระแงะ	4
	อ.สุคิริน	10
ประจวบคีรีขันธ์	อ.บางสะพานน้อย	1
ปราจีนบุรี	อ.ศรีมหาโพธิ	1

ตารางที่ 3.13 (ต่อ)

จังหวัด	อำเภอ	จำนวน (สวน)
พังงา	อ.เมือง	63
	อ.กะปง	275
	อ.คุระบุรี	194
	อ.ตะกั่วทุ่ง	145
	อ.ตะกั่วป่า	333
	อ.ท้ายเหมือง	154
พัทลุง	อ.เขาชัยสน	1
	อ.เมือง	2
	อ.กงหรา	40
	อ.ตะโหมด	11
	อ.บางแก้ว	11
	อ.ป่าบอน	15
	อ.ป่าพะยอม	8
	อ.ศรีนครินทร์	70
	อ.ศรีบรรพต	25
ยะลา	อ.เบตง	1
	อ.เมือง	81
	อ.ธารโต	1
	อ.ยะหา	5
	อ.รามัน	6
ระนอง	อ.กระบุรี	108
ระยอง	อ.เขาชะเมา	102
	อ.เมือง	130
	อ.แกลง	352
	อ.นิคมพัฒนา	1
	อ.บ้านค่าย	2
	อ.วังจันทร์	39
สกลนคร	อ.เมือง	1
สงขลา	อ.เมือง	4
	อ.นาทวี	9
	อ.รัตภูมิ	3

ตารางที่ 3.13 (ต่อ)

จังหวัด	อำเภอ	จำนวน (สวน)
	อ.สะเดา	4
	อ.สะบ้าย้อย	8
สตูล	อ.เมือง	3
	อ.มะนัง	10
	อ.ควนโดน	2
	อ.ควนกาหลง	16
	อ.ทุ่งหว้า	2
	อ.ละงู	5
สมุทรปราการ	อ.เมือง	1
สมุทรสงคราม	อ.บางคนที	1
สุราษฎร์ธานี	อ.เกาะสมุย	15
	อ.เคียนซา	7
	อ.เมือง	1
	อ.เวียงสระ	13
	อ.ดอนสัก	1
	อ.ท่าฉาง	4
	อ.บ้านตาขุน	12
	อ.บ้านนาเดิม	82
	อ.บ้านนาสาร	58
	อ.พนม	17
	อ.พุนพิน	10
รวมทุกจังหวัด		6,849

ที่มา: ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ กรมวิชาการเกษตร (2549)

สามารถยื่นคำร้องขอใบรับรองฟาร์มตามระบบการจัดการคุณภาพ GAP พืช (มังคุด) ได้ ณ สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรในพื้นที่ หรือยื่นแบบฟอร์มได้ที่ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ (Technical One Stop Service Center) กรมวิชาการเกษตร เกษตรกลางบางเขน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ เมื่อแปลงมังคุดที่ยื่นร้องขอฯ ผ่านการตรวจประเมินดังกล่าว เกษตรกรจะได้รับการรับรองระบบการจัดการคุณภาพพืช GAP และได้สัญลักษณ์ Q (ภาพที่ 3.8) และจะได้รับรหัสรับรองแหล่งผลิตพืช (GAP) เช่น กษ 03-02-36-006387-126 (หมายถึง กษ= เกษตรกร, 03=กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 02=รหัสรับรองแหล่งผลิตพืช (GAP), 36=รหัสพืชที่

เป็นประเภทผลไม้, 006387=รหัสสมาชิกสวนมังคุดที่ผ่านการรับรองฯ, 126=มังคุด) เพื่อนำไปทำการติดฉลากตามข้อกำหนดของจีนในการนำเข้ามังคุด (ภาพที่ 3.9)

ภาพที่ 3.8 ตราสัญลักษณ์ Q
ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2549)

Name of the exporting company: Sukhothai Co.,L TD	
Fruit type: MANGOTEEN	
Orchard register number: กษ 03-02-36-006387-126	
Packing house register number: AC 03 03 0108 0348 100	
Packing data: 17/07/49	
Product of Thailand	**Export to the People's Republic of China**

ภาพที่ 3.9 ฉลากติดบรรจุภัณฑ์มังคุดตามข้อกำหนดของจีนในการนำเข้าผลไม้จากไทยภายใต้ข้อตกลง เขตการค้าเสรีไทย-จีน
ที่มา: ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ กรมวิชาการเกษตร (2549)

มาตรการลดอุปสรรคที่เกิดจากความซับซ้อนของขั้นตอนการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยภายใต้เขตการค้าเสรี

เนื่องจากรูปแบบการค้าระหว่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงเป็นระบบเสรี (Free trade) มากขึ้น และในการทำความตกลงเขตการค้าเสรีนั้นก็จะก่อให้เกิดข้อปฏิบัติและข้อกำหนดใหม่ๆเพิ่มขึ้นในการส่งออกสินค้า ซึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละประเภทของสินค้า เมื่อไทยเปิดเขตการค้าเสรีแบบทวิภาคี ไทย-จีน ในกลุ่มผักและผลไม้ในพิกัดศุลกากร HS07-HS08 มีผลทำให้เกิดมาตรการใหม่ๆและขั้นตอนที่ซับซ้อนมากขึ้นในการส่งออกสินค้าไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่ง มังคุด ก็เป็นสินค้าในรายการสินค้าดังกล่าว ที่ได้รับผลกระทบของความซับซ้อนต่างๆเหล่านั้น และมังคุดก็

เป็นสินค้าเกษตรที่อยู่ในรายการการให้บริการ One stop service ของศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ (POSSEC: Perishable One Stop Service Export Center) โดยPOSSEC เป็นนวัตกรรมของระบบการส่งออกสินค้าเกษตรในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชีย ซึ่งได้นำเอาแนวความคิดที่สร้างสรรค์ผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในระบบการบริหารและจัดการทางด้านการตลาด มีวัตถุประสงค์ในการลดขั้นตอนในการส่งออก หรือ“ไปที่เดียวก็สามารถส่งออกได้” (One stop service export center)

ตัวแทนของรัฐบาลจะทำการเลือกชนิดของสินค้าเกษตรเพื่อนำมาปรับปรุงขั้นตอนในการให้บริการการส่งออก และให้บริการเพื่อการส่งออก โดยให้ความสะดวก ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า บนการบริหารจัดการระดับสากล ทุกขั้นตอนของการส่งออกที่มีมากมายจะสามารถไปยังสถานที่นี้เพียงแห่งเดียว

ติดต่อ ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ (POSSEC Thailand: Perishable One Stop Service Export Center) Web site: www.possecthailand.com

มาตรฐานการนำเข้ามังคุดของประเทศจีน

ในการนำเข้ามังคุดของจีนได้มีการกำหนดมาตรการเพื่อรองรับการนำเข้ามังคุด โดยใช้ระบบการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช (SPS) โดยที่จีนกำหนดให้สินค้าเกษตรที่นำเข้าจากต่างประเทศ ต้องได้รับการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช ณ เมืองท่าที่นำเข้า โดยก่อนการส่งออกสินค้าผักและผลไม้จากไทย บริษัทนำเข้าต้องขอใบอนุญาตด้านสุขอนามัย (Inspection Quarantine License) จากหน่วยงานควบคุมคุณภาพและกักกันโรคของจีน (General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine: AQSIQ) ก่อนอย่างน้อย 30 วัน ใบอนุญาตมีอายุ 6 เดือน และเมื่อสินค้ามาถึงท่า จะทำการตรวจสอบสุขอนามัยอีกครั้ง โดยการสุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบเพียงจำนวนหนึ่ง และจะทำการปล่อยสินค้าที่เหลือออกไป และจีนยังใช้ระบบมาตรฐานการขึ้นทะเบียนสวน (ในผลไม้ 5 ชนิด ได้แก่ ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด มะม่วง และทุเรียน) โดยที่จะต้องจดทะเบียนสวนกับกรมวิชาการเกษตรเท่านั้น นอกจากนั้นแล้วจีนยังมีมาตรการเพื่อความปลอดภัยในด้านอาหาร (Food Safety) เพื่อกำหนดให้สินค้าที่วางจำหน่ายติดฉลากแหล่งที่มา ซึ่งมีการกำหนดรายชื่ออาหารเข้มงวด 15 รายการในปี พ.ศ. 2548 และสินค้ารายการผลไม้เป็นสินค้าหนึ่งในจำนวนดังกล่าว

1. ระบบการตรวจสอบทางด้านสุขอนามัยพืช หรือมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (The Application of Sanitary and Phytosantary Measures: SPS)

ความตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากร และการค้า (General Agreement on Tariff and Trade: GATT) คือความตกลงระหว่างประเทศที่มีวัตถุประสงค์ที่จะลดหรือกำจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ โดยอาศัยหลักกฎหมายภายใต้ GATT คือกฎเกณฑ์ที่เรียกว่า หลักห้ามปฏิบัติ (Nondiscrimination Principle) แต่เนื่องจากมาตร 20 (b) ของ GATT ยังขาดความชัดเจนเพียงพอ จึงทำให้เกิดความตกลง SPS ขึ้นมาเพื่ออุดช่องว่างดังกล่าว ความตกลง SPS รับรองโดยชัดว่า รัฐสมาชิกมีสิทธิโดยชอบธรรม ความตกลง SPS สามารถใช้มาตรการสุขอนามัยเพื่อคุ้มครองสุขอนามัยของคน และพืช สัตว์ ได้ และยังมีสิทธิโดยชอบธรรมที่จะกำหนดระดับ (Level) ของมาตรฐานสุขอนามัยได้สูงเท่าที่ประเทศตนเองเห็นว่าเหมาะสม (Appropriate) ในการคุ้มครองสุขอนามัย คน พืช และสัตว์ ที่สำคัญมากที่สุด คือ ความตกลง SPS ได้วางเกณฑ์ (Criteria) และวิธีพิจารณา (Procedure) ที่แยกมาตรการสุขอนามัยที่ชอบธรรมออกจากมาตรฐานที่เป็นมาตรการกีดกันทางการค้า และวางกรอบว่ารัฐสมาชิกต้องมีกระบวนการออกข้อบังคับเกี่ยวกับมาตรการสุขอนามัย โดยต้องมีความโปร่งใส (Transparency in the SPS Regulatory Process) (ศักดา และพรพิมล,138-162:2543)

มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช(The Application of Sanitary and Phytosantary Measures: SPS) (งานสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช: 2549) ดังนี้

- เป็นมาตรการที่ใช้ในการจำกัดการนำเข้าสินค้าเกษตรเพื่อปกป้องและคุ้มครองชีวิต และสุขภาพของมนุษย์ พืช สัตว์ ภายในประเทศของตนเอง ในด้านที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในการบริโภคหรือเสี่ยงต่อโรคที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตที่ติดมากับพืช สัตว์ และผลิตภัณฑ์รวมทั้งสารเจือปนในอาหาร สารพิษ หรือจุลินทรีย์ที่เป็นพาหะของโรค ทั้งนี้การกำหนดระดับความปลอดภัย และการตรวจสอบมาตรฐานสินค้านำเข้าจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศและตั้งอยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้ เป็นมาตรการที่ครอบคลุมทั้งในด้านกฎหมาย กฎข้อบังคับ ข้อกำหนดและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวกับหลักเกณฑ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ขั้นตอนและวิธีการผลิต การตรวจสอบวิเคราะห์ การพิจารณาอนุมัติ ออกใบรับรองการกักกันต่างๆ โดยมาตรการที่ออกมาต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ในการตรวจวิเคราะห์และการประเมินข้อมูลที่ถูกต้องทางวิทยาศาสตร์

- เป็นมาตรการที่แต่ละประเทศกำหนดขึ้นแต่ต้องให้เป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ เช่น Codex (มาตรฐานสากลเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ได้แก่ มาตรฐานที่ระบุโดยคณะกรรมการโคเดกซ์ (the Codex Alimentarius Commission), OIE (มาตรฐานสากลเกี่ยวกับโรคสัตว์ ได้แก่ มาตรฐานที่ระบุโดยองค์การโรคระบาดสัตว์แห่งโลก (the International Office of Epizootics)), IPPC (มาตรฐานสากลเกี่ยวกับโรคพืช ได้แก่ มาตรฐานที่ระบุโดยเลขาธิการของอนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ (The Secretariat of the International Plant Protection Convention))โดยมีหลักเกณฑ์สำคัญ 4 ประการ คือ

1. หลักมาตรฐานสากล (Priority of International Standards) สมาชิกสามารถใช้มาตรการสุขอนามัยตามหลักสากล หรือกำหนดขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งนี้ต้องสะดวกต่อการนำมาใช้และเป็นที่ยอมรับได้โดยที่สามารถกำหนดค่าให้สูงกว่ามาตรฐานสากลได้ หากมีข้อพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุน

2. หลักความเท่าเทียมกัน (Concept of Equivalence) สมาชิกแต่ละประเทศสามารถใช้มาตรการสุขอนามัยที่แตกต่างกัน ในการคุ้มครองความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคของตน แต่ทั้งนี้สมาชิกต้องยินยอมนำเข้าสินค้าจากประเทศอื่น หากประเทศดังกล่าวสามารถแสดงให้เห็นว่ามาตรฐานการสุขอนามัยที่ถือปฏิบัติอยู่นั้น ให้ความปลอดภัยไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ความปลอดภัยที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนด และประเทศผู้นำเข้าสามารถตรวจสอบขั้นตอนการผลิตได้หากมีการร้องขอ

3. หลักการประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) สมาชิกต้องมั่นใจต่อมาตรการสุขอนามัยที่นำมาใช้ว่ามีวิธีการประเมินความเสี่ยงที่ชัดเจนและเหมาะสมกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ พืช สัตว์

4. หลักความโปร่งใส (Transparency) สมาชิกต้องใช้มาตรการสุขอนามัยอย่างโปร่งใสโดยต้องนำมาตรฐานสากลมาใช้ และในกรณีที่นำมาตรการที่มิใช่สากลมาใช้ประเทศผู้ออกมาตรการนั้นต้องส่งระเบียบ กฎเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติให้สมาชิกอื่นๆได้ทราบและแสดงข้อคิดเห็นล่วงหน้าก่อนมีผลบังคับใช้ นอกจากนี้ต้องมีคำชี้แจงวัตถุประสงค์และเหตุผลที่ต้องใช้มาตรการดังกล่าว ยกเว้นแต่กรณีฉุกเฉิน เช่น ป้องกันการระบาดของเชื้อโรคหรือแมลง

2. ระบบมาตรฐานการขึ้นทะเบียนสวน (ระบบการจัดการคุณภาพ GAP พืช) จีนได้มีข้อกำหนดในการนำเข้าผลไม้ 5 ชนิดจากไทย ได้แก่ ทุเรียน มะม่วง มังคุด ลำไย และลิ้นจี่ ว่าผลไม้นำเข้าดังกล่าวจะต้องได้รับการขึ้นทะเบียนสวน หรือการขึ้นทะเบียนตามระบบการจัดการคุณภาพ

GAP พืช ต่อกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยที่จีนก็จะต้องขึ้นทะเบียนสวนในผลไม้จำนวน 5 ชนิด ได้แก่ แอปเปิ้ล แพร์ พืชตระกูลส้ม พุทรา และองุ่น เช่นกัน

3. ระบบมาตรการเพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) หน่วยงาน State Administration or Industry and Commerce: SAIC เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลการดำเนินงานของธุรกิจและการตลาดภายในประเทศจีนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ออกมาตรการเพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ให้มีมาตรการกำหนดให้สินค้าที่วางจำหน่ายจะต้องมีหลักฐานที่สามารถบ่งชี้ได้ว่า สินค้านั้นมาจากแหล่งใด (ระบบตรวจสอบย้อนกลับ Traceability) ตามแผนปฏิบัติงานในปี พ.ศ. 2548 ได้กำหนดสินค้าอาหารเข้มงวด 10 ชนิด สำหรับครึ่งปีแรก คือ เครื่องดื่ม นม อาหารเด็ก อาหารบำรุงร่างกาย อาหารรมควัน เครื่องปรุงแต่งอาหาร น้ำมันสำหรับปรุงอาหาร อาหารกระป๋อง ถั่ว และสุรา และสำหรับในครึ่งปีหลัง จะเพิ่มสินค้าอาหารเข้มงวดอีก 5 ชนิด คือ ธัญพืช เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ เห็ด

ทั้งนี้ SAIC กำหนดขอบเขตของการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยสินค้าอาหารในตลาดไว้รวม 6 ด้านได้แก่

1. การตรวจสอบการดำเนินงานของผู้ประกอบการ
2. การตรวจสอบความสมบูรณ์ของเอกสารหลักที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น เอกสาร
3. การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า
4. การตรวจสอบภาชนะบรรจุหีบห่อที่ใช้บรรจุสินค้า
5. การตรวจสอบตรายี่ห้อและการโฆษณาสินค้า
6. การตรวจสอบตลาด

เพื่อรับรองคุณภาพและรู้แหล่งที่มาของสินค้าควบคู่ไปกับระบบกลั่นกรองคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าอาหารเข้าสู่ตลาด และSAIC ได้สร้างเครือข่ายรับแจ้งเรื่องราวร้องทุกข์ของ

ผู้บริโภค โดยจะเข้าดำเนินการตรวจสอบแก้ไขปัญหาที่ได้รับแจ้งอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันกำลังดำเนินการขยายเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ ตั้งแต่ในเมืองจนถึงระดับหมู่บ้าน

ทั้งนี้ SAIC เสนอแนะให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทยที่ประสงค์จะส่งสินค้าอาหารไปจำหน่ายในจีน ควรที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการเก็บรักษาและวิธีการบริโภคอย่างถูกวิธีสำหรับสินค้านั้นๆ ให้กับผู้บริโภค เพื่อลดปัญหาด้านสุขภาพด้านสุขอนามัยที่อาจจะเกิดกับผู้บริโภคจากการเก็บรักษาและบริโภคไม่ถูกวิธี

อุปสรรคทางการค้าผลไม้ของไทยกับจีน

การค้าเสรี (Free Trade) ถือเป็นรูปแบบขั้นพื้นฐานของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ (Economic Integration) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน เมื่อประเทศไทยตกลงทำสัญญาเขตการค้าเสรีกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จึงต้องดำเนินการลดอุปสรรคทางการค้าในด้านต่างๆ ต่อกันด้วยเช่นกัน ดังนั้นในการศึกษาสภาพทั่วไปในด้านอุปสรรคทางการค้าผลไม้ของไทยกับจีน จะทำการศึกษา มาตรการทางด้านภาษี (Tariff) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff) ดังนี้

มาตรการทางด้านภาษี (Tariff)

ก่อนเปิดเขตการค้าเสรี ไทย-จีน พ.ศ. 2542 – พ.ศ. 2545 (สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ, 14-16: 2544) กล่าวว่า มาตรการภาษีจาก Individual Action Plan APECนั้น จีนมีอัตราภาษีที่เรียกเก็บทั่วไปในปี พ.ศ. 2543 เฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 15 ในขณะที่ไทยมีอัตราภาษีที่เรียกเก็บทั่วไปเฉลี่ยร้อยละ 18.4 แต่จากการคำนวณอัตราภาษีที่เรียกเก็บทั่วไปเฉลี่ยโดยถ่วงน้ำหนักด้วยมูลค่าการนำเข้าของสินค้าที่มีการค้าสำคัญระหว่างกันในสินค้า 200 รายการ อัตราภาษีที่เรียกเก็บทั่วไปของจีนเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 12.34 (ถ่วงน้ำหนักด้วยมูลค่านำเข้าสินค้าจากไทย 200 รายการ ซึ่งเท่ากับร้อยละ 91 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมดจากไทยในปี พ.ศ. 2542) ในขณะที่อัตราภาษีที่เรียกเก็บทั่วไปของไทยเฉลี่ยร้อยละ 10.52 (ถ่วงน้ำหนักด้วยมูลค่านำเข้าสินค้าจากจีน 200 รายการ ซึ่งเท่ากับร้อยละ 78 ของมูลค่านำเข้ารวมทั้งหมดจากจีนในปี พ.ศ. 2542)

ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้จีนจะต้องปฏิบัติตามข้อผูกพันของ WTO ซึ่งรวมถึงการลดภาษีนำเข้าลง โดยอัตรา

ภาษีนำเข้าเฉลี่ยของจีนลดลง ระหว่าง ปี พ.ศ. 2533 - พ.ศ. 2548 จากร้อยละ 23.2, 15.3, 12.0, 11.0, 10.4 และ 9.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.14)

ตารางที่ 3.14 อัตราภาษีนำเข้าสินค้าเฉลี่ยของจีน เมื่อเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ใน ปี พ.ศ. 2544 แสดงอัตราภาษีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2548

พ.ศ.	อัตราภาษีนำเข้าเฉลี่ยกลุ่มสินค้าเกษตร (%) (Average Agricultures product import Tariff rate)
2543	23.2
2544	15.3
2545	12.0
2546	11.0
2547	10.4
2548	9.9

ที่มา: China customs, 2006 และกรมการค้าต่างประเทศ, 2549

มาตรการด้านโควตาภาษี ในปัจจุบันระบบโควตามีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการควบคุมสินค้านำเข้าที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในหรือความสมดุลของระบบอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจไม่สมดุลหากมีการนำเข้ามากเกินไป

การเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มของจีน มีการเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มใน 3 ระดับ คือ ร้อยละ 0 สำหรับสินค้าส่งออก ร้อยละ 13 สำหรับสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม ร้อยละ 17 สำหรับสินค้าทั่วไป โดยมีระเบียบปฏิบัติที่เหมือนกันทั้งกับสินค้านำเข้าและสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ ทั้งนี้ การเก็บภาษีดังกล่าว จะเก็บ ณ ด่านศุลกากร และบังคับใช้ทั้งระดับรัฐบาลกลาง และระดับมณฑล

<u>หลังเปิดเขตการค้าเสรี ไทย-จีน พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2548</u> จีนไม่เก็บภาษีนำเข้าผลไม้จากไทย แต่จีนยังคงเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มผลไม้ในอัตราร้อยละ 13 และจากสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน อัตราภาษีนำเข้ามังคุดของจีนจากกลุ่มสมาชิกอาเซียน ระหว่าง ปี พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 10.0, 5.0 และ0 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.15) ซึ่งสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน ดำเนินการภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน แสดงให้เห็นว่าการลดภาษีนำเข้าระหว่างไทย-จีน ในสินค้ามังคุดเป็นการลดภาษีนำเข้ามังคุดของจีนจากไทยให้เหลืออัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 0 ตั้งแต่

เดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 ก่อนประเทศสมาชิกอื่นๆ ที่อัตราภาษีนำเข้ามังคุดของจีนจะอยู่ที่อัตราร้อยละ 0 ในปี พ.ศ. 2549

ตารางที่ 3.15 อัตราภาษีนำเข้ามังคุดของจีนในกลุ่มสินค้าส่วนแรก (Early Harvest Programme: EHP) ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน

สินค้า	MFN Rate	อากรภาษีนำเข้าของจีนภายใต้สินค้าส่วนแรก		
		2547	2548	2549
HS 08045030				
มังคุด (สดหรือแห้ง)	17.0	10.0	5.0	0

หมายเหตุ: MFN Rate หมายถึง อัตราภาษีที่เสนอต่อคู่ค้าภายใต้กฎบัตรสมาชิกองค์การการค้าโลก
ที่มา: กรมการค้าต่างประเทศ (2549)

มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff)

ก่อนเปิดเขตการค้าเสรี ไทย-จีน พ.ศ. 2542 – พ.ศ. 2545 (สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ: 16-20; 2544) กล่าวว่า จีนมีมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี สำหรับการค้าระหว่างประเทศ โดย จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าห้ามนำเข้า สินค้าที่จำกัดการนำเข้า และสินค้าที่มีระบบโควตาการนำเข้า นอกจากนั้นแล้วจีนยังมีมาตรการที่มิใช่ภาษีอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคการค้า ได้แก่ การขออนุญาตนำเข้า (ในกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก) การค้าโดยรัฐ (ในสินค้า น้ำมันพืช น้ำตาล เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ปิโตรเคมี เมล็ดพืช ใบยาสูบ ฝ้าย ยางพารา ไม่ท่อน ขนสัตว์ เหล็กกล้า และ Acrylic) การชดเชยหรือตอบแทน การถ่ายโอนเทคโนโลยีและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รัฐกำหนดปริมาณการนำเข้าขั้นต่ำ (ในกลุ่มยานยนต์ เครื่องจักรกล สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม) ข้อกำหนดเกี่ยวกับการผลิตและการใช้สินค้าภายในประเทศ และข้อจำกัดด้านสาขาบริการ

ในส่วนของการนำเข้ามังคุดซึ่งเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งนั้นโดยทั่วไปแล้วจะได้ผลกระทบจากระบบการขนส่งที่ไม่เพียงพอเนื่องจากระบบการขนส่งยังอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ กฎหมายการค้าระหว่างประเทศที่มีขั้นตอนการปฏิบัติไม่ทันสมัยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการที่ยาวนาน และข้อกำหนดเกี่ยวกับดุลการค้าและดุลการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของจีนครอบคลุมสำหรับผู้ประกอบการทั้งหมด ซึ่งถือได้ว่าเป็นข้อกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีที่จีนสามารถนำมาควบคุมการนำเข้าสินค้าให้อยู่ในระดับที่จีนต้องการได้

หลังเปิดเขตการค้าเสรี ไทย-จีน พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2548 ผลไม้ที่ส่งไปจีนจะต้องมีการขึ้นทะเบียนสวนผลไม้ ซึ่งปัจจุบัน จีนรับรองสวนทุเรียน เพียง 5 สวน และสวนมะม่วง 2 เท่านั้น แต่ผลไม้ที่จีนส่งมายังไทยไม่มีการขึ้นทะเบียนส่วนแต่อย่างใด แต่ภายหลังจีนยอมแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยจีนจะจดทะเบียนสวน ในสินค้าผลไม้ 5 ชนิด ด้วยเช่นกันคือ แอปเปิ้ล แพร์ พืชตระกูลส้ม พุทรา และองุ่น ทั้งนี้ผลไม้ที่ไทยต้องขึ้นทะเบียนสวนเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน ได้แก่ ทุเรียน มะม่วง มังคุด ลำไย และลิ้นจี่

จีนได้ปรับปรุงกฎหมายการค้าฉบับใหม่ ที่มีผลบังคับใช้ เมื่อ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 ซึ่งจะมีการให้สิทธิ์ผู้ส่งออก นำเข้า ของจีน สามารถดำเนินธุรกิจ ส่งออก นำเข้ากับต่างประเทศได้โดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องผ่าน Trade Firm ของจีนและดูแลด้วยระบบการขึ้นทะเบียนแทนการใช้ใบอนุญาตในปัจจุบัน แต่จากรายละเอียดของข้อกฎหมายการค้าฉบับใหม่ของจีน ก็ค่อนข้างจะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่ทับซ้อนมากขึ้น ดังนั้น จากการที่ปรับปรุงกฎหมายฉบับใหม่ขึ้นมานี้ ก็อาจจะเป็นการสร้างอุปสรรคใหม่เกิดขึ้นอีกเลย ด้านก็เป็นไปได้

ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศของจีนจะต้องเป็นผู้ที่ได้รับอนุญาตประกอบการนำเข้าส่งออก (จดทะเบียน) มีการดำเนินการทางพิธีศุลกากรที่ซับซ้อน และระบบการขออนุญาตนำเข้าจากสำนักงานใหญ่ที่ปักกิ่ง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลานาน 30 วันทำการ

ระบบมาตรการเพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) หน่วยงาน State Administration or Industry and Commerce: SAIC เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลการดำเนินงานของธุรกิจและการตลาดภายในประเทศจีนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ SAIC ได้ประกาศมาตรการเพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ในปี พ.ศ. 2548 ที่ครอบคลุมสินค้าผลไม้นั้น ก็จะเป็นการเพิ่มอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดจีนอีกอย่างหนึ่งของมังคุดไทย

การกระจายสินค้า ภายในประเทศจีน มีข้อจำกัดมากมาย ระบบการขนส่งภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนยังคงถูกควบคุมโดยรัฐบาล ซึ่งการกระจายสินค้ามีความล่าช้า และถ้าหากการขนส่งไม่ได้มาตรฐาน ก็จะทำให้สินค้ามังคุดเสียหาย และด้อยคุณภาพลง ย่อมส่งผลต่อการส่งออกมังคุดของไทยในท้ายสุด

ลักษณะตลาดจีนที่มีลักษณะ “หนึ่งมณฑลหนึ่งประเทศหนึ่งตลาด” และระดับการปกครองที่แตกต่าง รวมไปถึงความหลากหลายของตลาดจีนจึงเป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญต่อการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

สภาพทั่วไปต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

สถานการณ์การผลิตมังคุดของไทยมีแนวโน้มการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมีพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น จาก 719,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 809,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นการสนับสนุนต่อการส่งออกมังคุดในอนาคต แต่เมื่อพิจารณาด้านต้นทุนในการผลิตมังคุดกลับพบว่าต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น จาก 8,546 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 20,819 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 แนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นของต้นทุนในการผลิตจึงเป็นผลเสียต่อการส่งออกมังคุดของไทย นอกจากนั้นผลผลิตมังคุดลดลงจาก 449,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 435,000 ตัน ในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 แนวโน้มการลดลงของผลผลิตมังคุดดังกล่าวนั้นไม่สอดคล้องกับความต้องการในการส่งออกเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนที่เพิ่มสูงขึ้นหลังจากจัดทำสนธิสัญญาไทย-จีน (ตารางที่ 3.16)

การตลาดมังคุดภายในประเทศไทย ในกรณีของราคาขายมังคุดของเกษตรกรที่ลดลง จาก 31.16 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 30.26 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2547 - พ.ศ. 2548 (ตารางที่ 3.17) จะช่วยส่งเสริมมูลค่าการส่งออกมังคุด เนื่องจากต้นทุนของผู้ส่งออกลดลง แต่หากพิจารณาในด้านของการผลิตในระยะยาว เมื่อเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น (ตารางที่ 3.16) แต่ราคาขายที่เกษตรกรขายได้ลดลงแล้วนั้น เกษตรกรจะลดการผลิตมังคุดลง สุดท้ายก็จะส่งผลต่อการส่งออกมังคุดในอนาคตอย่างแน่นอน

การตลาดมังคุดภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยร่วมแล้ว พบว่า เป็นผลที่ไม่สนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนมากกว่าผลทางด้านการสนับสนุน (ตารางที่ 3.18) เช่น ระบบการปกครองแบบรวมศูนย์ มีการแบ่งเขตการปกครองย่อย และความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ในแต่ละเขตการปกครองที่แตกต่างกัน รวมไปถึงระบบการจัดการการขนส่งภายในประเทศของจีน ซึ่งยังคงให้อำนาจในการจัดการโดยรัฐบาลจึงทำให้ไม่อำนวยต่อการทำการค้า สิ่งต่างๆเหล่านี้จึงถือได้ว่าเป็นข้อจำกัดที่จะต้องทำการศึกษา และทำความเข้าใจ เพื่อวางแผนในการทำการค้ากับจีน

มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยภายใต้สนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน มีเพิ่มขึ้นหลังจากทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน โดยมาตรการต่างๆที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นอุปสรรค ต่อการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ทำให้มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากขึ้น นอกจากนั้นแล้ว

ต้นทุนในการผลิตมังคุด ต้นทุนการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนยังเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมาตรการต่างๆ ที่เข้ามาควบคุมเพิ่มขึ้นนั่นเอง ดังนั้นมาตรการต่างๆเหล่านี้จึงไม่สนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เมื่อเทียบกับก่อนการทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีมาตรการเหล่านี้เกิดขึ้น (ตารางที่ 3.19)

อุปสรรคทางการค้ามังคุดของไทยกับจีนที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff) เพิ่มขึ้น แต่อุปสรรคทางด้านภาษี (Tariff) นั้นจีนได้ลดอัตราภาษีลงเหลือร้อยละ 0 ในส่วนของภาษีนำเข้ามังคุด แต่ภาษีมูลค่าเพิ่มยังคงไว้ที่อัตราร้อยละ 13 จากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-จีน เมื่อ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 ซึ่งจากการลดอัตราภาษีนำเข้าให้เหลือร้อยละ 0 นี้เองที่เป็นปัจจัยผลักดันให้มีการส่งออกมุงคุดไปจีนมากขึ้น (ตารางที่ 3.20) แต่ถ้าดูจากมูลค่าการนำเข้ามังคุดของจีนจากไทย ก่อนทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน จะเห็นว่ามีสัดส่วนการนำเข้าสูงถึงร้อยละ 77.77, 99.84, 99.90 จาก ปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ. 2545 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1) ดังนั้นตลาดมังคุดของไทยในจีนจึงถือได้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 1 หรือไทยครองตลาดมังคุดในจีนแต่เพียงผู้เดียวอยู่ก่อนที่จะทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน และไม่มีอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff) มากมายเหมือนในปัจจุบัน

ตารางที่ 3.16 สถานการณ์การผลิตและผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ระหว่าง พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

สถานการณ์การผลิต	ก่อน FTA (2545-2546)	หลังFTA (2547-2548)	ผลเปรียบเทียบ	ผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน
วิธีวิเคราะห์สรุปผล	Q (เฉลี่ย) = 15,182 ตัน P(เฉลี่ย) = 214,053บาท/ตัน V(เฉลี่ย) =322.33 ล้านบาท	Q (เฉลี่ย) = 33,580 ตัน P(เฉลี่ย) = 169,365บาท/ตัน V(เฉลี่ย) =572.2685 ล้านบาท	ΔQ=18,398 ตัน ΔP= -44,688บาท/ตัน ΔV=249.936 ล้านบาท	ผลต่อมูลค่าการส่งออกของไทยไปจีนเป็นไปได้ทั้ง บวก (+)และลบ (-) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ΔP, ΔQ โดยเปรียบเทียบระหว่าง P แล Q ว่าปัจจัยใดมีการเปลี่ยนแปลงมากกว่ากัน จากการศึกษา พบว่า $\Delta P\downarrow$, $\Delta Q\uparrow$, $\Delta V\uparrow$
1. พื้นที่เพาะปลูก				
-เนื้อที่ยืนต้น (1,000ไร่)	719	809	เพิ่มขึ้น	+
-เนื้อที่ให้ผล (1,000ไร่)	481	557	เพิ่มขึ้น	+
-ผลผลิต (1,000 ตัน)	449	435	ลดลง	-
2. ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย(บาทต่อตัน)	8,546	20,819	เพิ่มขึ้น	-

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ + หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น

สัญลักษณ์ - หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง

สัญลักษณ์ V หมายถึง มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

สัญลักษณ์ P หมายถึง ราคาส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

สัญลักษณ์ Q หมายถึง ปริมาณการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

สัญลักษณ์ Δหมายถึง การเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 3.17 การตลาดมังคุดภายในประเทศไทยและผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนระหว่าง พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

การตลาดมังคุดภายในประเทศไทย	ก่อน FTA (2545-2546)	หลังFTA (2547-2548)	ผลเปรียบเทียบระหว่าง ก่อน FTA และหลังFTA	ผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน	
				+	-
1. ราคาภายในประเทศ -ราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย (บาทต่อกิโลกรัม)	31.16	30.26	ลดลง	ทำให้ต้นทุนการส่งออกมังคุดลดลง	ในระยะยาวจะส่งผลให้เกษตรกรลดการผลิตมังคุดลง
-ราคาขายส่งมังคุดในตลาด กทม.เฉลี่ย (บาทต่อกิโลกรัม)	52.77	44.31	ลดลง	ทำให้ต้นทุนการส่งออกมังคุดลดลง	
2. อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย (1 บาทต่อเรนมินบิ)	5.09	4.96	เงินบาทอ่อนค่าลง	เป็นผลดีต่อการส่งออกเนื่องจากทำให้ราคามังคุดโดยเปรียบเทียบลดลง	

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ + หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น

สัญลักษณ์ - หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง

<u>ตารางที่ 3.18</u> การตลาดมังคุดภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนระหว่าง พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

การตลาดมังคุดภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	ผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน	
	+	-
1. ลักษณะทั่วไปของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน		
-พื้นที่, จำนวนประชากร, ภูมิประเทศ, การเข้าร่วมWTO	เป็นตลาดขนาดใหญ่เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรและผู้บริโภคจำนวนมาก	ความหลากหลายทำให้เกิดการเลือกและรสนิยมที่แตกต่าง รวมไปถึงความเหลื่อมล้ำทางรายได้
-ระบบการปกครองแบบรวมศูนย์		ระบบการค้าแต่ละเขตแตกต่างกันทำให้มังคุดเข้าถึงผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ได้ยาก
2. นโยบายการค้าและกฎหมายการค้าระหว่างประเทศของจีน (ฉบับ 2547)	สนับสนุนให้เกิดการค้ามังคุดระหว่างประเทศได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น	
3. ลักษณะตลาดของจีน (ที่มีการแบ่งย่อยตามเขตการปกครองของจีน)		เกิดความยุ่งยากและซับซ้อนในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละตลาด
4. พฤติกรรมการบริโภคของจีน		
-ซื้อโดยเปรียบเทียบราคา		เลือกซื้อผลไม้ที่มีราคาถูกกว่าและมังคุดมีราคาแพงกว่าผลไม้พื้นเมือง
-พฤติกรรมทางด้านฐานะทางสังคม วัฒนธรรม ความเจริญเติบโตของรายได้	ความต้องการสินค้ามังคุดเพิ่มขึ้นเนื่องจากมังคุดเป็นสินค้านำเข้ารูปลักษณ์และรสหวานหอม เหมาะต่อการให้เป็นของฝาก	

ตารางที่ 3.18 (ต่อ)

การตลาดมังคุดภายในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	ผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน	
	+	-
5. ขั้นตอนการส่งออกผลไม้ของไทยไปจีนภายใต้ FTA		ซับซ้อน
6. ขั้นตอนการนำเข้ามังคุดของจีนจากไทย ภายใต้ FTA		ซับซ้อน
7. การกระจายมังคุดในตลาดจีน		ถูกควบคุมโดยรัฐฯ และประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าต่ำ ไม่พอเพียงต่อความต้องการ
8. วิถีการตลาดมังคุดไทยในจีน		ซับซ้อน และช่องทางของมังคุดไทยในจีนยังคงจำกัดเข้าได้เพียง 2 แห่ง คือ มณฑลกวางตุ้ง และนครเซี่ยงไฮ้ ก่อนจะทำการกระจายสินค้า

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ + หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น

สัญลักษณ์ - หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง

ตารางที่ 3.19 มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยภายใต้สนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน และผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนระหว่าง พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยภายใต้สนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน	ผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน	
	บวก (+)	ลบ (-)
1. มาตรฐานการส่งออกมังคุดของไทย		
-มาตรฐานมังคุด (มกอช. 2-2546)	ส่งเสริมให้มังคุดสามารถส่งออกไปยังตลาดโลกได้	ขั้นตอนซับซ้อนขึ้น,ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
-มาตรฐานปริมาณสารพิษตกค้างในมังคุด (มกอช. 9002-2547)	ปลอดภัยต่อผู้บริโภค, คุณภาพมังคุดดีขึ้น	ขั้นตอนซับซ้อนขึ้น,ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
-มาตรฐานปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุดที่ปนเปื้อนจากสาเหตุที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในมังคุด (มกอช. 9003-2547)	ปลอดภัยต่อผู้บริโภค, คุณภาพมังคุดดีขึ้น	ขั้นตอนซับซ้อนขึ้น,ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
-ระบบมาตรฐานการขึ้นทะเบียนสวน (ระบบการจัดการคุณภาพ GAP:มังคุด) (2547)	ส่งเสริมความรู้และเทคโนโลยีทันสมัยให้แก่เกษตรกร,พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรต่อการผลิตมังคุดสู่สากล	ขั้นตอนการผลิตมังคุดซับซ้อนมากขึ้น,ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
2. การจัดตั้งศูนย์บริการวิชาการแบบเบ็ดเสร็จหรือ POSSEC	ลดปัญหาขั้นตอนการส่งออกที่ซับซ้อนให้กับผู้ประกอบธุรกิจส่งออก	
3. มาตรฐานการนำเข้ามังคุดของจีน		
-ระบบการตรวจสอบคุณภาพด้านสุขอนามัยพืช (SPS)	ส่งเสริมมาตรฐานและคุณภาพมังคุดไทยสู่สากล	ขั้นตอนซับซ้อนขึ้น
-ระบบการขึ้นทะเบียนสวน	ส่งเสริมมาตรฐานและคุณภาพมังคุดไทยสู่สากล	ขั้นตอนซับซ้อนขึ้น
-ระบบมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยด้านอาหาร (2548)	ส่งเสริมมาตรฐานและคุณภาพมังคุดไทยสู่สากล	ขั้นตอนซับซ้อนขึ้น

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ + หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น

สัญลักษณ์ - หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง

ตารางที่ 3.20 อุปสรรคทางการค้ามังคุดของไทยกับจีน และผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ระหว่าง พ.ศ. 2545-พ.ศ. 2548

อุปสรรคทางการค้ามังคุดของไทยกับจีน	ผลจากการทำ FTA ไทย-จีน	ผลต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน	
		+	-
1. มาตรการทางด้านภาษี (Tariff)	ลดลง	สนับสนุนการส่งออก	
-ภาษีนำเข้ามังคุดของจีนจากไทย	ร้อยละ 0	สนับสนุนการส่งออกและผลตอบแทนในการส่งออกเพิ่มขึ้น	
-ภาษีมูลค่าเพิ่มมังคุดของจีนจากไทย	ร้อยละ 13	ไม่มีผลกระทบ	ไม่มีผลกระทบ
2. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff)	เพิ่มขึ้น		
-จะต้องแสดงหลักฐานของชนิดและปริมาณผลไม้ที่จะขออนุญาตนำเข้า	เพิ่มขึ้น		ซับซ้อน ใช้เวลานาน
-ผู้นำเข้าต้องเป็นผู้ที่ได้รับอนุญาตประกอบการนำเข้า-ส่งออก	เพิ่มขึ้น	การค้าสะดวกและเปิดกว้างมากขึ้นเมื่อเทียบกับระบบการขึ้นทะเบียนแบบเดิม	
-การดำเนินการผ่านพิธีการศุลกากร ต้องมีใบอนุญาตนำเข้า,Invoice packing list,สัญญาซื้อขาย และหนังสือรับรองสุขอนามัยจากประเทศผู้ส่งออกมังคุด	เพิ่มขึ้น	ผลักดันระบบการค้ามังคุดของไทยเข้าสู่สากล	ขั้นตอนซับซ้อนมากขึ้น และการดำเนินการเอกสารช้าและซับซ้อน
-มังคุดที่นำเข้าจะต้องได้รับการยอมรับการขึ้นทะเบียนสวนมังคุดจากจีน	เพิ่มขึ้น	ผลักดันระบบการค้ามังคุดของไทยเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล	ขั้นตอนซับซ้อน
-ระบบมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยทางด้านอาหารของจีนมีการกำหนดรายละเอียดปลีกย่อย ให้ไทยปฏิบัติเพิ่มขึ้นทั้งนี้เพื่อให้สามารถตรวจสอบประวัติย้อนหลังของสินค้าที่ขายได้	เพิ่มขึ้น	ผลักดันระบบการค้ามังคุดของไทยเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล	ขั้นตอนซับซ้อน

หมายเหตุ: สัญลักษณ์ + หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น

สัญลักษณ์ - หมายถึง มีผลสนับสนุนให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทนี้จะพิจารณาถึงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกมังคุด ในพิกัดศุลกากร HS0804500301 ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS) มาใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกมังคุด ในพิกัดศุลกากร HS0804500301 ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

การนำเข้ามังคุด (HS0804500301) จากไทยของจีน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2547 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77.77, 99.90, 99.99, 98.85 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ามังคุดจากไทยครองส่วนแบ่งตลาดในตลาดจีนเป็นอันดับ 1 มาตลอดในระยะเวลา 5 ปีดังกล่าวโดยจีนมีสัดส่วนการนำเข้ามังคุดจากไทยคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 95.27 รองลงมาคือ อินโดนีเซีย สัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 4.49 เท่านั้น (ตารางที่ 4.1) ซึ่งในปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ. 2545 ยังมิได้ตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน แต่ไทยก็ครองส่วนแบ่งตลาดจีนในการส่งออกมังคุด เป็นอันดับ 1 เช่นกัน แต่ทั้งนี้เนื่องจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน ดำเนินการภายใต้ กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน และเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน เริ่มมีผลบังคับใช้ใน วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ก่อนเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ไทยส่งออกมังคุด ครองส่วนแบ่งตลาดจีนเป็นอัน 1 มาโดยตลอดดังกล่าวข้างต้น เมื่อเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน สัดส่วนการครองตลาดระหว่างก่อนและหลังเปิดเขตการค้าเสรีของไทยในการส่งออกมังคุด อยู่ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ประเทศอื่นๆ มิได้ทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับจีนแต่อย่างใด และรายชื่อประเทศนำเข้ามังคุดของจีน ในระหว่าง ปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2547 ประกอบไปด้วย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และสหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 4.1) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นประเทศสมาชิกใน อาเซียน ยกเว้นประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นหลังการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน อาจมีผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดมังคุด ในตลาดจีนเกิดความเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 4.1 มูลค่าการนำเข้ามังคุด (สดหรือแห้ง) HS0804500301 ของจีนระหว่างปี พ.ศ. 2543 - พ.ศ. 2547

	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)										
	2543		2544		2545		2546		2547		สัดส่วน
ประเทศ	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	มูลค่า	สัดส่วน	เฉลี่ย
โลก	6.170532	100	8.913380	100	8.434471	100	14.856856	100	29.76445	100	100
ไทย	4.799156	77.77	8.899401	99.84	8.426328	99.90	14.854813	99.99	29.422155	98.85	95.27
มาเลเซีย	0.004895	0.08	0	-	0	-	0	-	0.300213	1.00	0.22
อินโดนีเซีย	1.360418	22.05	0.011460	0.13	0.008143	0.10	0.002043	0.01	0.042082	0.14	4.49
ฟิลิปปินส์	0.006063	0.10	0	-	0	-	0	-	0	-	0.02
เวียดนาม	0	-	0.000979	0.01	0	-	0	-	0	-	0.002
สหรัฐฯ	0	-	0.001540	0.02	0	-	0	-	0	-	0.004

ที่มา: China Customs (2548)

ดังนั้นเพื่อการพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุด ของไทยไปจีน ที่มีอัตราการขยายตัวแบบก้าวกระโดดในปี พ.ศ. 2547 ที่มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 1,514.85 (ตารางที่ 1.9) ว่ามีสาเหตุมาจากผลกระทบด้านใดบ้าง โดยมีการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน โดยแบ่งเป็น 2 ระยะเวลา คือ ช่วงก่อนเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ระยะเวลา 2 ปี (ตุลาคม พ.ศ.2544 – กันยายน พ.ศ. 2546) (ตารางที่ 4.2) และช่วงหลังเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ระยะเวลา 2 ปี (ตุลาคม พ.ศ. 2546 - กันยายน พ.ศ. 2548) (ตารางที่ 4.3) โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

สมการเอกลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ

$$X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0} = \left[G_{jk} X_{ijk}^{0} - X_{ijk}^{1}\right] + \left[G_{jk}^{*} X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0}\right] + \left[1 - \left(\frac{X_{ijk}^{0}}{X_{ijk}^{1}}\right)\right] \qquad (4.1)$$

เมื่อ

X_{ijk} = มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปยังตลาดจีน

X = มูลค่าการส่งออก (บาท)

i = ประเทศส่งออก ได้แก่ประเทศไทย

j = ตลาดนำเข้า ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

k = มังคุด

0 = t_0 =ปีฐาน (ก่อนจัดทำสนธิสัญญาเขตการค้า ไทย-จีน คือ ตุลาคม พ.ศ.2544-กันยายน พ.ศ. 2546)

1 = t_1 =ปีสุดท้าย (หลังจัดทำสนธิสัญญาเขตการค้า ไทย-จีน คือ ตุลาคม พ.ศ.2546-กันยายน พ.ศ. 2548)

$X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0}$ คือ การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยจากช่วงเวลา ปีฐาน ไปสู่ช่วงเวลา ปีสุดท้าย

$G_{jk}X_{ijk}^{0} - X_{ijk}^{1}$ คือ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยจากช่วงเวลาปีฐานไปสู่ช่วงเวลาปีสุดท้าย ที่เนื่องมาจากการขยายตัวของตลาดนำเข้า(ตลาดจีน) หรือเรียกว่า ผลของการเปลี่ยนแปลงขนาด หรือผลการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีน (Country Growth Effect)

$G_{jk}^{*}X_{ijk}^{1} - X_{ijk}^{0}$ คือ ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของประเทศไทยจากช่วงเวลาปีฐานไปสู่ช่วงเวลาปีสุดท้าย ที่เนื่องมาจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect)

$1 - \left(\frac{X_{ijk}^{0}}{X_{ijk}^{1}} \right)$ คือ ผลกระทบร่วม หรือผลของทิศทางการขยายตลาด (Interaction Effect) จากช่วงเวลาปีฐานไปสู่ช่วงเวลาปีสุดท้าย ที่เนื่องมาจากการปรับการส่งออกที่ถูกหรือผิดทิศทาง

โดยจะทำการพิจารณาการขยายตัวของการส่งออกมังคุด (HS0804500301) จากประเทศไทยไปยังประเทศสาธารรัฐประชาชนจีน อันเนื่องมาจากปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

1. ผลการเปลี่ยนแปลงขนาด หรือผลการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีน (Country Growth Effect) เป็นการแสดงแนวโน้มของตลาดจีน โดยวัดจากอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการนำเข้ามังคุดของจีน ซึ่งถ้าประเทศไทยมีการขยายตัวการส่งออกในอัตราเดียวกับการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีน ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดจีนจะคงที่

2. ผลการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างอัตราการขยายตัวของการส่งออกมังคุดที่แท้จริง กับอัตราการขยายตัวของการส่งออกมังคุดที่เพียงพอเพื่อให้ไทยสามารถรักษาส่วนแบ่งในตลาดจีนไว้ให้ได้คงที่ ผลต่างนี้จะมีผลให้ส่วนแบ่งในตลาดจีนของไทยเพิ่มขึ้นหรือลดลง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกรายอื่นๆ

3. ผลกระทบร่วม หรือผลจากทิศทางการขยายตลาด (Interaction Effect) เป็นผลเนื่องมาจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง โดยจะแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยขยายการส่งออกมังคุดไปยังตลาดที่ถูกต้องหรือไม่ ซึ่งถ้าประเทศไทยขยายการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่หดตัว ค่าของผลกระทบร่วมที่ได้จะเป็นบวก (+) ในทางตรงข้าม ถ้า

ประเทศไทยขยายการส่งออกไปยังตลาดที่มีหดตัวหรือลดการส่งออกไปยังตลาดที่ขยายตัว ค่าของผลกระทบร่วมที่ได้จะเป็นลบ

ในการประยุกต์ใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกมังคุดในพิกัดศุลกากร HS0804500301 ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตารางที่ 4.4)

จากการวิเคราะห์ โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) พบว่า ผลจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน จากช่วงเวลา t_0 (ตุลาคม พ.ศ.2544-กันยายน พ.ศ. 2546) ไปสู่ t_1 (ตุลาคม พ.ศ.2546-กันยายน พ.ศ. 2548) มีค่าเป็นบวก หมายถึงมีอัตราการเปลี่ยนแปลงในการส่งออกมังคุดจากไทยไปยังจีนเพิ่มมากขึ้นในเชิงบวก ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย 3 ปัจจัย ดังนี้

1. ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาด หรือผลจากการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีน (Country Growth Effect) มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ 579,102,170.29 แสดงว่าส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นนั้นเนื่องมาจากการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีน (Country Growth Effect) หรือมาจากการที่ตลาดนำเข้ามังคุดของจีนมีการขยายตัวมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากว่าผลการคำนวณที่ได้จากการขยายตัวของตลาด (Country Growth Effect) มีค่ามากกว่าขนาดของผลจากการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect) นั่นเอง

2. ผลการแข่งขันที่แท้จริง (Pure Competitiveness Effect) มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ 18,933.65 แสดงให้เห็นว่าผลของความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงที่ได้จากการคำนวณนั้นเป็นบวก $(+)$ ซึ่งหมายความว่า ส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเพิ่มขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ การขยายตัวของการส่งออกจริงมีค่ามากกว่าการขยายตัวของการส่งออกที่เพียงพอที่จะรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ในสัดส่วนเดิม

3. ผลกระทบร่วม หรือผลจากทิศทางการขยายตลาด (Interaction Effect) มีค่าจากการคำนวณเท่ากับ 0.96 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยขยายการส่งออกมังคุด ได้ถูกทิศทางแล้ว ทั้งนี้เนื่องจาก ผลการคำนวณที่ได้นั้น มีผลกระทบร่วมมีค่าเป็นบวก $(+)$ ซึ่งหมายความว่า ไทยได้ขยายการส่งออกมังคุดไปยังตลาดจีนซึ่งตลาดจีนเป็นตลาดที่มีการขยายตัว แสดงให้เห็นว่าการที่ประเทศไทยส่งเสริมการส่งออกมังคุดไปยังตลาดจีนนั้นถือเป็นการกระทำที่ถูกทิศทาง

การขยายตัวการส่งออกมังคุด ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลเนื่องมาจากการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีนเป็นสำคัญ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 99.996 ส่วนผลจากปัจจัยการแข่งขันที่แท้จริง และ ปัจจัยจากทิศทางการส่งออก มีสัดส่วนเพียง 0.003 และ 0.001 เท่านั้น (ตาราง 4.4)

ตารางที่ 4.2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมังคุดสดหรือแห้งHS0804500301 จากประเทศไทย ไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่าง ตุลาคม พ.ศ. 2544 – กันยายน พ.ศ. 2546

ลำดับ	เดือน/ปี	ปริมาณ (กิโลกรัม)	มูลค่า (บาท)
1	ตุลาคม พ.ศ. 2544	0	0
2	พฤศจิกายน พ.ศ. 2544	0	0
3	ธันวาคม พ.ศ. 2544	0	0
4	มกราคม พ.ศ. 2545	1,800	54,000
5	กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545	0	0
6	มีนาคม พ.ศ. 2545	0	0
7	เมษายน พ.ศ. 2545	2,714	234,862
8	พฤษภาคม พ.ศ. 2545	44,620	5,857,921
9	มิถุนายน พ.ศ. 2545	314,180	4,024,173
10	กรกฎาคม พ.ศ. 2545	207,000	2,614,590
11	สิงหาคม พ.ศ. 2545	0	0
12	กันยายน พ.ศ. 2545	0	0
13	ตุลาคม พ.ศ. 2545	0	0
14	พฤศจิกายน พ.ศ. 2545	0	0
15	ธันวาคม พ.ศ. 2545	18,900	245,143
16	มกราคม พ.ศ. 2546	56,700	729,336
17	กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546	0	0
18	มีนาคม พ.ศ. 2546	5,454	232,430
19	เมษายน พ.ศ. 2546	0	0
20	พฤษภาคม พ.ศ. 2546	0	0
21	มิถุนายน พ.ศ. 2546	470,659	6,101,636
22	กรกฎาคม พ.ศ. 2546	115,038	1,564,649
23	สิงหาคม พ.ศ. 2546	1,906	98,877
24	กันยายน พ.ศ. 2546	1,800	36,000
	รวม	1,641,771	21,793,617

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 4.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมังคุดสดหรือแห้งHS0804500301 จากประเทศไทย ไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระหว่าง ตุลาคม พ.ศ. 2546 – กันยายน พ.ศ. 2548

ลำดับ	เดือน/ปี	ปริมาณ (กิโลกรัม)	มูลค่า (บาท)
1	ตุลาคม พ.ศ. 2546	22,800	380,871
2	พฤศจิกายน พ.ศ.2546	442,826	5,324,082
3	ธันวาคม พ.ศ. 2546	100,000	1,191,360
4	มกราคม พ.ศ. 2547	0	0
5	กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547	428,964	5,697,798
6	มีนาคม พ.ศ. 2547	67,390	950,109
7	เมษายน พ.ศ. 2547	2,840,788	32,787,944
8	พฤษภาคม พ.ศ. 2547	5,017,352	57,579,095
9	มิถุนายน พ.ศ. 2547	2,728,079	31,888,873
10	กรกฎาคม พ.ศ. 2547	2,248,771	25,522,165
11	สิงหาคม พ.ศ. 2547	1,541,712	19,575,063
12	กันยายน พ.ศ. 2547	2,163,936	30,568,293
13	ตุลาคม พ.ศ. 2547	1,083,209	14,510,733
14	พฤศจิกายน พ.ศ. 2547	1,104,389	15,941,951
15	ธันวาคม พ.ศ. 2547	1,437,731	17,851,208
16	มกราคม พ.ศ. 2548	126,655	1,556,814
17	กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548	563,693	6,698,617
18	มีนาคม พ.ศ. 2548	369,023	4,015,539
19	เมษายน พ.ศ. 2548	6,804,484	84,096,480
20	พฤษภาคม พ.ศ. 2548	7,166,727	86,731,322
21	มิถุนายน พ.ศ. 2548	3,470,174	46,450,063
22	กรกฎาคม พ.ศ. 2548	4,772,169	62,623,553
23	สิงหาคม พ.ศ. 2548	2,317,994	30,899,344
24	กันยายน พ.ศ. 2548	1,083,465	16,055,435
	รวม	47,902,331	600,896,712

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)

ตารางที่ 4.4 การขยายตัวของการส่งออกมังคุด (HS0804500301) ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากผลของปัจจัยด้านต่างๆ ตามแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ในช่วง เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2544 – กันยายน พ.ศ. 2548

	การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุด (บาท) จากไทยไปจีน	สัดส่วน (ร้อยละ)
	ระหว่าง	
	ตุลาคม 2544-กันยายน2546 กับ	ตุลาคม 2546-กันยายน2548
ผลจากการเปลี่ยนแปลงขนาด	579,102,170.29	99.996
ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง	18,933.65	0.003
ผลกระทบร่วม	0.96	0.001
การเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออก	579,121,104.90	100.000

ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูล ในตารางที่ 4.2 และตารางที่ 4.3

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

มังคุด (*Garcinia mangostana Linn.*) เป็นผลไม้เมืองร้อนที่มีรสชาติหวานฉ่ำ รูปลักษณ์สวยงามและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศว่าเป็นผลไม้เมืองร้อนที่มีรสชาติดีที่สุด จึงได้รับสมญานามว่า “ราชินีแห่งผลไม้ (Queen of Fruits)” เป็นพืชที่ไม่มีการกลายพันธุ์ พันธุ์มังคุดจึงมีพันธุ์เดียว คือ พันธุ์พื้นเมือง มังคุดจัดเป็นผลไม้ที่อยู่ในโครงการไม้ผลที่ต้องส่งเสริมตั้งแต่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (2535-2539) ซึ่งกำหนดว่ามังคุดเป็นผลไม้ที่ต้องเร่งรัดทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อการส่งออก แหล่งเพาะปลูกมังคุดที่สำคัญอยู่ในจังหวัดจันทบุรี จังหวัดชุมพร จังหวัดระยอง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตราด โดยมีการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปี พ.ศ. 2542 มีพื้นที่เพาะปลูกมังคุดรวมทั้งสิ้น 309,000 ไร่ เพิ่มเป็น418,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2548 ช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตจะขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศและการดูแลรักษา การส่งออกมังคุดแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ มังคุดแช่เย็นจนแข็ง มีตลาดส่งออกหลักอยู่ในประเทศญี่ปุ่น และมังคุดผลสด มีตลาดส่งออกหลักอยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในขณะที่สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการค้าระหว่างประเทศมีกระแสรูปแบบการค้าแบบเสรีเพิ่มมากขึ้น มีการร่างกรอบความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ในปี พ.ศ. 2545 โดยมังคุดจัดเป็นผลไม้ที่อยู่ในกลุ่มสินค้าส่วนแรกที่มีการลดภาษี (Early Harvest Programme: EHP) คือจะลดภาษีเป็นอัตราร้อยละศูนย์ ในปี พ.ศ. 2549 และประเทศไทยเป็นประเทศแรกในอาเซียนที่มีการตกลงจัดทำเขตการค้าเสรีแบบทวิภาคี ระหว่าง ไทย-จีน ในวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2546 ภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน โดยนำรายการสินค้าในกลุ่ม EHP ในพิกัดศุลกากร HS07-HS08 มาลดอัตราภาษีให้เหลือร้อยละศูนย์ทันที ภายในวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ยังผลให้ การส่งออกมังคุดของไทยไปจีนมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2547 มีมูลค่าการส่งออกไปจีนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 252,873,232 บาท อัตราขยายตัวร้อยละ 1,514.85

จากมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นดังกล่าว เป็นสิ่งที่ควรศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งความสนใจไปยังมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน โดยแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของการส่งออกมังคุดของไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน คือ ศึกษาสภาพทั่วไปของ สถานการณ์การผลิตมังคุด การตลาดมังคุดภายในประเทศไทย การตลาดมังคุดต่างประเทศ (ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน) อุปสรรคทางการค้าและมาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนภายใต้เขตการค้าเสรีไทย-จีน ซึ่งจะทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา อาศัยการคำนวณทางคณิตศาสตร์อย่างง่ายแสดงในรูปแบบตาราง ร้อยละ เพื่อแสดงให้เห็นถึงสภาพทั่วไป ดังกล่าว ที่มีต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน พร้อมกับศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant market chair model: CMS) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ร่วมด้วย

ผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของ การผลิต การตลาด มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน และสภาพทั่วไปต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีดังนี้

สถานการณ์การผลิตมังคุดของไทยมีแนวโน้มการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมีพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น จาก 719,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 809,000 ไร่ ในปี พ.ศ. 2546 - พ.ศ. 2547 เป็นปัจจัยสนับสนุนการส่งออกมังคุดในอนาคต แต่ในส่วนของต้นทุนในการผลิตมังคุดเพิ่มสูงขึ้น จาก 8,546 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 20,819 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2546 - พ.ศ. 2547 จึงเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนการส่งออกมังคุดของไทย

การตลาดมังคุดภายในประเทศไทย ในกรณีของราคาขายมังคุดของเกษตรกรที่ลดลง จาก 31.16 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2546 เป็น 30.26 บาทต่อกิโลกรัม ในปี พ.ศ. 2546 - พ.ศ. 2547 จะเป็นปัจจัยในการช่วยสนับสนุนมูลค่าการส่งออกมังคุดเพราะต้นทุนของผู้ส่งออกลดลง

การตลาดมังคุดในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยรวมแล้ว พบว่า มีผลไม่สนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนมากกว่าผลทางด้านการสนับสนุน ดังนี้ ด้านลักษณะทั่วไป เช่น ขนาดพื้นที่ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร (อันดับ3 ของโลก) จำนวนประชากร (อันดับ 1 ของโลก) ในปี พ.ศ. 2548 ทั้งสิ้น 1,306,313,812 คน มีความหลากหลายทางวัฒนะธรรมเนื่องจากประชากรประกอบด้วย 56 ชนชาติ ภูมิประเทศหลากหลาย จึงมีผลทำให้เป็นตลาดนำเข้าขนาดใหญ่ที่น่าสนใจ ประกอบกับการเปิดประเทศของจีนในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก ในปี พ.ศ. 2544 ทำให้การค้าระหว่างประเทศของจีนมีการเจริญเติบโต โดยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ปัจจัย

ในส่วนนี้จึงมีผลสนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ในด้านระบบการปกครองของจีนที่ใช้ระบบการปกครองแบบรวมศูนย์ มีการแบ่งเขตการปกครอง ออกเป็น 22 มณฑล 4 มหานคร 5 เขตปกครองตนเอง นอกจากนั้นแล้ว จีนยังมีเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) ในอีก 4 พื้นที่ ระบบการปกครองแบบรวมศูนย์จะมีการกระจายอำนาจการบริหาร การปกครองสู่ท้องถิ่น ตามระดับความสำคัญของเขตการปกครอง จึงถือได้ว่าปัจจัยระบบการปกครองของจีน ไม่สนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยเนื่องจากการบริหารที่แตกต่างกันของแต่ละพื้นส่งผลต่อการกระจายมังคุดถึงผู้บริโภคในแต่ละพื้นได้ไม่สะดวก ส่วนการที่จีนได้มีการปรับปรุงนโยบายการค้าระหว่างประเทศและกฎหมายการค้าระหว่างประเทศเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดเนื่องจากอำนวยความสะดวกต่อการทำการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น

ขั้นตอนในการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน นั้นอยู่ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน การนำเข้า-ส่งออกจึงอยู่ภายใต้กรอบการตกลงเขตการค้าเสรี ซึ่งการค้าเสรีไทย-จีน ดำเนินการภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ขั้นตอนการส่งออกภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ประกอบไปด้วย การจดทะเบียนพาณิช ซึ่งจะต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเท่านั้น จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเมื่อมีรายรับ เกิน 1,200,000 บาต่อปี, ทำบัตรผ่านภาษีศุลกากร ศึกษากฎระเบียบและสิทธิพิเศษด้านภาษี โดยการส่งออกมังคุดไปจีนใช้สิทธิพิเศษภายใต้ FTA ไทย-จีน จะต้องตรวจสอบต้นทุนการผลิต มีการขอหนังสือรับรองแห่งกำเนิดสินค้า ได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนสวนมังคุดที่จะทำการส่งออก ขึ้นทะเบียนโรงบรรจุภัณฑ์ ผ่านการวิเคราะห์สารตกค้าง มีใบรับรองศัตรูพืช มีฉลากติดบรรจุภัณฑ์ เมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้า ก็จะได้รับเอกสาร L/C หรือเครื่องมือทางการชำระเงินอื่นๆ ทำการตรวจสอบเอกสาร เตรียมสินค้าและ ตรวจสอบระบบการขนส่งสินค้า ผ่านพิธีการศุลกากรส่งออก คัดคุณภาพสินค้าและจัดเตรียมลำเรียงลงเรือเพื่อขนส่ง ในขณะที่ขั้นตอนในการนำเข้ามังคุด (สดหรือแห้ง) ของจีน ประกอบไปด้วย ผู้นำเข้าจีนซึ่งได้รับอนุญาตให้นำเข้าจากกระทรวงพาณิชย์จีนแล้ว เมื่อต้องการนำเข้ามังคุด (สดหรือแห้ง) จะต้องติดต่อขอใบสุขอนามัยจากสำนักงาน AQSIQ ประจำเขตท้องถิ่น ใช้ระยะเวลา 5 วันทำการ รับผลการตรวจเบื้องต้น และจัดส่งเอกสารประกอบอื่นๆ ให้สำนักงานใหญ่ AQSIQ เพื่อดำเนินการออกใบรับรองการนำเข้า (Import Permit) ใช้ระยะเวลาไม่เกิน 20 วันทำการ ผู้นำเข้าติดต่อแจ้งศุลกากรในเขตพื้นที่การนำเข้า พร้อมยื่นหลักฐานสินค้าถึงท่าของจีนแล้ว เจ้าหน้าที่จาก AQSIQ จะทำการสุ่มตรวจด้านสุขอนามัย ใช้ระยะเวลาไม่เกิน 2 วัน

การกระจายสินค้ามังคุดในตลาดจีน เริ่มต้นจากเส้นทางหลักในการขนส่งและลำเลียงสินค้าจากไทยไปจีน คือ การขนส่งทางเรือเดินทะเล (เช่นท่าเรือกรุงเทพฯ-ท่าเรือกวางเจา เป็นต้น) เพื่อ

ผ่านพิธีศุลกากร โดยสินค้ามังคุด (สดหรือแห้ง) 70% ของปริมาณการนำเข้าจากไทยทั้งหมดจะเข้ามณฑลกวางตุ้งโดยผ่านฮ่องกง ใช้ระยะเวลาประมาณ 5 วัน และอีก 30% จะเข้าไปยังมณฑลเซี่ยงไฮ้ ก่อนที่จะมีการกระจายสินค้าต่อไปยังมณฑลอื่นๆโดยทางรถไฟ และหรือรถยนต์ ระบบการกระจายสินค้าของจีนมีข้อจำกัดเนื่องจากถูกควบคุมโดยทางการจีน และเครือข่ายการกระจายสินค้าทั่วประเทศมีการผูกขาด โดยรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ของจีนเพียงไม่กี่ราย รวมไปถึงระบบการค้าปลีกค้าส่ง ของจีน ยังไม่เปิดเสรีอย่างแท้จริง

มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกมังคุดของไทยภายใต้สนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน เพิ่มขึ้นหลังจากทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน โดยมาตรการต่างๆที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นอุปสรรค ต่อการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน มีผลทำให้ขั้นตอนต่างๆซับซ้อนมากขึ้น นอกจากนั้นแล้วต้นทุนในการผลิตมังคุด ต้นทุนการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนยังเพิ่มสูงขั้น เนื่องจากมาตรการต่างๆ ที่เข้ามาควบคุมเพิ่มขึ้นนั่นเอง ดังนั้นมาตรการต่างๆเหล่านี้จึงไม่สนับสนุนต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน เมื่อเทียบกับก่อนการทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มีมาตรการเหล่านี้เกิดขึ้น

อุปสรรคทางการค้ามังคุดของไทยกับจีนที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff) เพิ่มขึ้น แต่อุปสรรคทางด้านภาษี (Tariff) นั้นจีนได้ลดอัตราภาษีลงเหลือร้อยละ 0 ในส่วนของภาษีนำเข้ามังคุด แต่ภาษีมูลค่าเพิ่มยังคงไว้ที่อัตราร้อยละ 13 จากการทำความตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-จีน เมื่อ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 ซึ่งจากการลดอัตราภาษีนำเข้าให้เหลือร้อยละ 0 นี้เองที่เป็นปัจจัยผลักดันให้มีการส่งออกมุงคุดไปจีนมากขึ้น แต่ถ้าพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้ามังคุดของจีนจากไทย ก่อนทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน จะเห็นว่ามีสัดส่วนการนำเข้าสูงถึง 77.77, 99.84, 99.90 จาก ปี พ.ศ. 2543 – พ.ศ. 2545 ตามลำดับ ดังนั้นตลาดมังคุดของไทยในจีนจึงถือได้ว่ามีส่วนแบ่งตลาดมากเป็นอันดับ 1 หรือไทยครองตลาดมังคุดในจีนแต่เพียงผู้เดียวอยู่ก่อนที่จะทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรี ไทย-จีน และไม่มีอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff) มากมายเหมือนในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ทำการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน โดยแบ่งเป็น 2 ระยะเวลา คือ ช่วงก่อนเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ระยะเวลา 2 ปี (ตุลาคม พ.ศ.2544 – กันยายน พ.ศ. 2546) และช่วงหลังเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ระยะเวลา 2 ปี (ตุลาคม พ.ศ. 2546 - กันยายน พ.ศ. 2548) พบว่าปัจจัยการเปลี่ยนแปลงขนาด หรือผลจากการขยายตัวของการนำเข้ามังคุดของตลาดจีน (Country Growth Effect) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนเพิ่มสูงขึ้น ประเทศ

ไทยมีความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริง (Pure Competitiveness Effect) ในการส่งออกมังคุดไปจีน และทิศทางการขยายตลาดส่งออกมังคุดไปจีนนั้นถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการส่งออกได้ถูกต้องแล้ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1. เกษตรกรผู้ผลิตมังคุดเพื่อการส่งออกควรมีการพัฒนาทักษะ และศึกษาข้อกำหนดใหม่ๆ ในการปฏิบัติเพื่อการผลิตมังคุดอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการเข้าร่วมกับนักวิชาการเพื่อรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งเกษตรกรควรควบคุมต้นทุนโดยเฉพาะต้นทุนผันแปรในการผลิตมังคุด โดยอาจนำเอาหลักการทางด้านเกษตรอินทรีย์ มาใช้เพื่อลดต้นทุนในการใช้สารเคมี และผลผลิตยังปลอดสารเคมีอีกด้วย

2. บริษัทส่งออกสินค้ามังคุดของไทยควรปรับตัวและศึกษาข้อกำหนด ระเบียบปฏิบัติของจีน อย่างรอบครอบ เนื่องจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีกฎระเบียบใหม่ๆเพิ่มขึ้น หลังจากเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก รวมไปถึงการที่จีนทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีไทย-จีน ภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน

3. ในส่วนของภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งแก้ปัญหาระบบการกระจายสินค้าผลไม้ไทยในจีนอย่างเร่งด่วน เพราะการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหัวใจของการทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ การที่ระบบการกระจายสินค้าด้อยประสิทธิภาพและมีข้อจำกัดสูง มังคุดมีข้อจำกัดทางด้านชีวภาพ และกายภาพ เกิดการเน่าเสียได้ง่าย ย่อมส่งผลต่อการส่งออกสินค้ารวมไปถึงผลเสียที่มีต่อภาพลักษณ์ของสินค้าผลไม้ไทยในระยะยาว

4. การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนมีผลมาจากตลาดมังคุดในจีนกำลังขยายตัว เมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ดังนั้นการส่งเสริมการส่งออกมังคุดของไทยไปจีนจึงควรจะสนับสนุนการส่งออกอย่างต่อเนื่องต่อไป โดยเฉพาะควรจะเน้นการแก้ไขปัญหาด้านมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของจีนเพื่อสนับสนุนมูลค่าการส่งออกมังคุดให้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดในจีนที่ขยายตัวดังกล่าว

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบของเขตการค้าเสรี ไทย-จีน ที่มีต่อผู้ประกอบการส่งออกมังคุดของไทยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ เนื่องจากธุรกิจส่งออกมีความสำคัญในการนำเงินตราเข้าประเทศ ดังนั้นการศึกษาดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนให้ระบบการค้าเสรีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาถึงผลของการส่งออกมังคุดภายใต้เขตการค้าเสรี ที่มีต่อระดับราคามังคุดภายในประเทศ สวัสดิการสังคม โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อเกษตรกร เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้พบว่าราคาขายมังคุดของเกษตรกรลดลง ทั้งๆที่ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้นและมาตรการการปฏิบัติในสวนมังคุดของเกษตรกรเพิ่มขึ้น

3. ควรมีการระดมความคิดเห็นจากผู้ผลิตมังคุดของไทย ผู้ส่งออกมังคุดของไทยไปจีน ผู้นำเข้ามังคุดของจีน และตัวแทนผู้บริโภคมังคุดชาวจีน เพื่อศึกษาผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นหลังจากเปิดเขตการค้าเสรีไทย-จีน ที่มีต่อมูลค่าการส่งออกมังคุดของไทยไปจีน

4. ควรมีการศึกษาหาสาเหตุของการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตมังคุดของไทย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิเพื่อให้ทราบอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อที่จะได้หามาตรการแก้ไขปัญหาต้นทุนการผลิตมังคุดที่เพิ่มสูงขึ้นได้อย่างถูกต้อง และเป็นการส่งเสริมการส่งออกมังคุดของไทยต่อไป

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. 2547ก. **การเปิดการค้าเสรีไทยจีน.** แหล่งที่มา: www.moc.go.th.

_____. 2547ข. **การค้าระหว่างประเทศหลังเปิดเสรีการค้า.** แหล่งที่มา: www.moc.go.th.

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. ม.ป.ป. **เขตการค้าเสรีอาเซียน**. ม.ป.ท. (เผยแพร่ข้อมูลFTA)

กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2549ก. **อัตราภาษีนำเข้าสินค้าเฉลี่ยของจีนเมื่อเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO)**. แหล่งที่มา: www.dft.mocgo.th.

_____. 2549ข. **อัตราภาษีนำเข้ามังคุดของจีนในกลุ่มสินค้าส่วนแรก (Early Harvest Programme: EHP) ภายใต้เขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน**. แหล่งที่มา: www.dft.mocgo.th.

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์. 2549. **ราคาขายส่งเฉลี่ยรายเดือนในตลาดกรุงเทพฯ**. แหล่งที่มา: http//trade.dit.go.th/pricestat/index.asp

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. ม.ป.ป. **FTA Fact Book เขตการค้าเสรี**. (เผยแพร่ข้อมูลFTA)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2547ก. **ผลการเจราจัดทำ FTA กับจีน.** แหล่งที่มา: www.thaifta.com.

_____. 2547ข. **สรุปการเปลี่ยนแปลงภาวะการค้าระหว่างไทย-จีน เดือน มกราคม-เมษายน พ.ศ.2547.** แหล่งที่มา: www.thaifta.com.

_____. 2547ค. **ประชาชนได้อะไรจากเขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน**. (เผยแพร่ข้อมูลFTA)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2548. **เปิดประตูมังกร เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน**. ม.ป.ท.

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2549ก. **สัญญาฉบับลงนามข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฉบับภาษาอังกฤษ.** แหล่งที่มา: www.moc.go.th

_____. 2549ข. **กฎหมายการค้าระหว่างประเทศของจีน**. แหล่งที่มา: www.dft.moc.go.th/eximcentre/other/fta china/china_law.pdf.

_____. 2549ค. **คู่มือการส่งออก-นำเข้า ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี**. ม.ป.ท.

กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549. **เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร "Q Mark"**. แหล่งที่มา: www.afs.go.th/gmark/index.html.

กรมศุลกากร. 2547ก. **สถิติการการส่งออกผักและผลไม้ของไทยไปยังจีน.** แหล่งที่มา: www.customs.go.th.

_____. 2547ข. **มูลค่าการค้าผักและผลไม้ไทยจีน ตุลาคม พ.ศ. 2545 - มิถุนายน พ.ศ. 2547.** แหล่งที่มา: www.customs.go.th.

งานสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549. **มาตรฐานการสุขอนามัยพืช: SPS (The Application of Sanitaryand Phytosantary Measures: SPS)**. แหล่งที่มา: www.acfs.go.th/health/index.php.

เจริญวิทย์ โพธิ์เจริญ. 2545. **การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนทำสวนมังคุด ในจังหวัดจันทบุรี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฐิติยา รัตนไตรภพ. 2546. **ศึกษาการพัฒนาสารเคลือบผิวเพื่อยืดอายุการเก็บรักษามังคุดการส่งออก.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2549. **อัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อเรนมินบิ) รายเดือน**. แหล่งที่มา: www.bot.or.th/BOThomepage/index/index/asp

ประภารัตน์ ศรีเพชร. 2545. **การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันส่งออกมังคุดของไทยไปฮ่องกง.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พัชราภรณ์ กลัดพ่วง. 2548. **ผลประโยชน์ของการรวมกลุ่มเกษตรกรปรับปรุงคุณภาพมังคุดเพื่อการส่งออกในจังหวัดนครศรีธรรมราช.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรทิพย์ พิขุนทด. 2537. **แบบจำลองการตอบสนองของอุปทานในสภาพพลวัตของมังคุดในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญศรี สาวัตถี สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมวิชาการเกษตร. 2549. **ศักยภาพการผลิต และการส่งออกมังคุดไปญี่ปุ่น**. ม.ป.ท.

มานิดา บุญเอื้อ. 2548. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิบูลย์ ตั้งกิตติภาภรณ์. ม.ป.ป. **อุปนิสัยของคนจีนในท้องถิ่นต่างๆ.** บริษัทที่ปรึกษากฎหมายฟาร์อิสต์ จำกัด (20-9-2002): ม.ป.ท.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2548. **เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2546. **สารานุกรมเศรษฐกิจจีน**. นำอักษรการพิมพ์: ผู้จัดการ.

ศักดา ธนิตกุล และพิมล ชินพัฒนวานิช. 2543. **ความตกลง SPS กับการส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย**.ม.ป.ท.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร. 2549ก. **ตลาดส่งออกสินค้าสำคัญของไทย**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ข. **แหล่งนำเข้าสินค้าสำคัญของไทย**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ค. **โครงสร้างสินค้าออกของไทยไปจีน**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ง. **อัตราการค้าระหว่างไทยและจีน**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549จ. **สินค้าออกของไทยไปจีน**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ฉ. **Exports of Thailand to China HS Code 07 (KG) HS 08 (KG)**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ช. **Imports of Thailand from China HS Code 07 (KG) HS 08 (KG)**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ซ. **Exports of Thailand HS Code 08 (KG)**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ฌ. **Exports of Thailand HS Code 0811900400**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ญ. **Exports of Thailand HS Code 0804500301**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ฎ. **รายชื่อผู้ส่งออกตามรหัสฮาโมไนซ์ เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2548**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ฏ. **รายชื่อผู้ส่งออกตามประเทศ เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2548**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร. 2549ฐ. **Monthly Exports Of Thailand Classified by Commodity: Monthly Exports of Thailand to China Years**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

_____. 2549ฑ. **Monthly Exports of Thailand Classified by Commodity: Monthly Thailand to China HS Code 0804500301**. แหล่งที่มา: www.customs.go.th

ศูนย์บริการทางวิชาการแบบเบ็ดเสร็จ กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549ก. **วิธีปฏิบัติการตรวจสอบระบบการจัดการคุณภาพ: GAP พืช**. แหล่งที่มา: www.doa.go.th/onestop/fs/checklist/a_4.htm.

_____. 2549ข. **สมาชิกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองแหล่งผลิต (GAP)** มังคุด. แหล่งที่มา: www.doa.go.th/onestop/gap/B_SEARCH.ASP.

_____. 2549ค. **ตัวอย่างฉลากติดบรรจุภรรณ์มังคุดตามข้อกำหนดของจีนในการนำเข้าผลไม้จากไทยภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ไทย-จีน**. (เผยแพร่ข้อมูลFTA)

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549. **งานสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช**. แหล่งที่มา: www.acfs.go.th/health/index.php

สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ. 2544. **มาตรการทางด้านภาษา มิใช่ภาษีก่อนเปิดเขตการค้าเสรี ไทย-จีน**. ม.ป.ท.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549ก. **แหล่งเพาะปลูกมังคุดของประเทศไทย**. แหล่งที่มา: www.oae.go.th/OAE-WEB-SITE/profile/commodity PRO/15.pdf.

_____. 2549ข. **ผลผลิตสินค้าเกษตรรายเดือน ระยะเก็บเกี่ยวมังคุด**. แหล่งที่มา: www.oae.go.th

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549ค. **มังคุด: เนื้อที่ ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ราคา และมูลค่าของผลผลิตตามราคาที่เกษตรกรขายได้**. แหล่งที่มา: www.oae.go.th

สำนักมาตรการนำเข้าส่งออกสินค้าทั่วไป กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2546**. รายการสินค้าเร่งรัดภาษีภายใต้ข้อตกลงไทย-จีน ตามพิกัดศุลกากร 07-08** แหล่งที่มา: www.moc.go.th.

อภิรดี อุทัยรัตนกิจ. 2538. **ศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ และชีวเคมีของเปลือกผลมังคุดที่แข็งตัวเนื่องจากได้รับอุณหภูมิต่ำ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อักษรศรี พานิชสาส์น. 2548. **มองจีนมองไทย**. บริษัทเนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน): กรุงเทพธุรกิจบิซบุ๊ค.

China Customs. 2006A. **World trade atlas China Imports total from world: HS Code08045030.** แหล่งที่มา: www.customs.go.th.

China Customs. 2006B. **Tariff of China**. Available: www.customs.go.th.

Greater China News. 2006. **China Map**. Available: http//china.scmp.com/map/

Pongpissanupichit,J. **1974. Export Performance of Developing ECAFE Countries: The Case of Thailand.** M.A. Thesis, Thammasat University.

Sheth, Mittal. 2004. **Customer Behavior: A managerial Perapection.** United States of America: R.R. Donnellel Willard,OH.

Wikipedia. 2006. **One Country, Two Systems**. Available: http//en.wokopedia.org/wiki/one-two-system.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สัญญาฉบับลงนามข้อตกลงเขตการค้าเสรี ระหว่างประเทศไทยและ
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฉบับภาษาอังกฤษ

AGREEMENT

BETWEEN

THE GOVERNMENT OF

THE KINGDOM OF THAILAND

AND

THE GOVERNMENT OF

THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

ON

ACCELERATED TARIFF ELIMINATION

UNDER THE EARLY HARVEST PROGRAMME

OF THE FRAMEWORK AGREEMENT ON

COMPREHENSIVE ECONOMIC COOPERATION BETWEEN

ASEAN AND CHINA

The Government of the Kingdom of Thailand and the Government of the People's Republic of China (hereinafter referred to as the "Parties"),

Pursuant to the meeting between H.E. Pol. Lt. Col. Thaksin Shinawatra, Prime Minister of the Kingdom of Thailand, and H.E. Wen Jiabao, Prime Minister of the People's Republic of China, in Bangkok, Thailand, on 29 April 2003, during which they agreed to undertake the elimination of tariffs on vegetable and fruit products between the two countries as soon as possible,

Recalling the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between the Association of South East Asian Nations and the People's Republic of China (hereinafter referred to as the "Framework Agreement") incorporating the Early Harvest Programme,

Desiring to accelerate the implementation of the Early Harvest Programme of the Framework Agreement, which forms an integral part of the ASEAN-China Free Trade Area,

Have agreed as followes:

1. The Parties shall eliminate tariffs on all vegetable and fruit products subject to HS Chapters 07 and 08 under the Early Harvest Programme of the Framework Agreement as soon as possible, and in any case, no later than 1 October 2003.

2. The Parties shall apply the rules of origin based on whollyobtained principle, as defined in Annex 1 of this Agreement, and establish a close cooperation mechanism between the concerned authorities of the Parties responsible for customs administration and supervision.

3. Annex 1 of this Agreement is an integral part of this Agreement.

This Agreement shall enter into force upon signature.

IN WITNESS WHEREOF, the undersigned, duly authorized by their respective Governments, have signed this Agreement.

DONE at Beijing, this 18th day of June, 2003 in duplicate copies in the English language, with both copies being equally authentic.

FOR THE GOVERNMENT OF THE KINGDOM OF THAILAND	FOR THE GOVERNMENT OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
…… ADISAI BODHARAMIK Minister of Commerce	…… LU FUYUAN Minister of Commerce

Annex 1

UNDERSTANDING BETWEEN THAILAND AND CHINA
ON THE TEMPORARY DEFINITION OF
WHOLLY OBTAINED PRINCIPLE

1. Vegetable and fruit products, which are covered in chapters 07-08 of the Harmonized System, harvested, picked or gathered in the territory of a party, and imported into another party from the party, shall be considered as originating in the party provided that the condition of the direct consignment is met.

2. The following shall be considered as consigned directly from the exporting Party to the importing Party:

(1) The products whose transport does not involve transit through any intermediate non-Party:

(2) The products whose transport involves transit through one or more intermediate non-Parties with or without transshipment or temporary storage in such Parties, provided that:

(a) The transit entry is justified for geographical reason or by consideration related exclusively to transport requirements;

(b) The products have not entered into trade or consumption there; and

(c) The products have not undergone any operation there other than unloading and reloading or any operation required to keep them in good condition.

3. This temporary definition of wholly obtained principle shall be superseded and replaced by the new definition of wholly obtained principle in the Rules of Origin to be formulated and implemented under Article 3(8)(b) of the Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation between ASEAN and China.

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2549)

ภาคผนวก ข

รายการการลดสินค้ากลุ่มแรก (Early Harvest) ระหว่างไทยและจีน ภายใต้เขตการค้าเสรีไทย-จีน
โดยมีอัตราภาษีร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546

ตารางผนวกที่ ข รายการการลดสินค้ากลุ่มแรก (Early Harvest) ระหว่างไทยและจีน ภายใต้เขตการค้าเสรีไทย-จีน โดยมีอัตราภาษีร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546

ลำดับ	HS CODE	รายการ
1	0701.10	มันฝรั่ง, เมล็ดพันธ์
2	0701.90	มันฝรั่ง (สดหรือแช่เย็น)
3	0702.00	มะเขือเทศ (สดหรือแช่เย็น)
4	0703.10	หัวหอมใหญ่ และ หอมแดงเล็ก (สด หรือแช่เย็น)
5	0703.20	กระเทียม (สดหรือแช่เย็น)
6	0703.90	ต้นกระเทียมและพืชตระกูลกระเทียมอื่นๆ (สดหรือแช่เย็น)
7	0704.10	กะหล่ำดอกและบล็อกโคลี่ (สดหรือแช่เย็น)
8	0704.20	กะหล่ำปลีขนาดเล็ก (สดหรือแช่เย็น)
9	0704.90	กะหล่ำปลี, คะน้า, ผักกะหล่ำชนิดหนึ่งหัวใหญ่เนื้อแน่นเป็นพิเศษและผักจำพวกคะน้าใบหยิก และอื่นๆที่คล้ายกัน
10	0705.11	ผักกาดหอมซึ่งเป็นพืชตระกูลกะหล่ำ (หัวผักกาดหอม) (สดหรือแช่เย็น)
11	0705.19	ผักกาดหอม (สดหรือแช่เย็น)
12	0705.21	whitlow chicory (พืชจำพวก chi corium intybus มีดอกสีน้ำเงิน)(สดหรือแช่เย็น)
13	0705.29	chicory (สดหรือแช่เย็น)
14	0706.10	แครอทและรูนิป (สดและแช่เย็น)
15	0706.90	บีทรูช,ซาลซิฟี (รากพืชชนิด tragepogon porryolius,ขึ้นฉ่าย,หัวไชเท้า)
16	0707.00	พืชตระกูลแตงและแตงกวาเล็ก (สดหรือแช่เย็น)
17	0708.10	ถั่ว (peas) ที่กะเทาะเปลือกหรือยังไม่ได้กะเทาะเปลือก (สดหรือแช่เย็น)
18	0708.20	ถั่ว (beans)
19	0708.90	ผักจำพวกเป็นฝัก (สดหรือแช่เย็น)
20	0709.10	Glob artichokes (พืชใบเป็นหนามรับประทานหัวและดอก) (สดหรือแช่เย็น)
21	0709.20	หน่อไม้ฝรั่ง (สดหรือแช่เย็น)
22	0709.30	มะเขือม่วง (สดหรือแช่เย็น)
23	0709.40	พืชในตระกูล celeriacที่นอกเหนือจากขึ้นฉ่าย (สดหรือแช่เย็น)
24	0709.51	เห็ด (สดหรือแช่เย็น)

ตารางผนวกที่ ข (ต่อ)

ลำดับ	HS CODE	รายการ
25	0709.52	truffles (สดหรือแช่เย็น)
26	0709.59	เห็ดชนิดอื่นๆ (สดหรือแช่เย็น)
27	0709.60	พืชตระกูล Pitmen
28	0709.70	ผักขม, ผักขมนิวซีแลนด์, ผักขมorache
29	0709.90	ผักอื่นๆ (สดหรือแช่เย็น)
30	0710.10	มันฝรั่ง (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือการต้ม)
31	0710.21	ถั่ว (peas) (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือการต้ม)
32	0710.22	ถั่ว (beans) (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือการต้มในน้ำ) ,แช่แข็ง
33	0710.29	ผักตระกูลมีฝักอื่นๆ (แช่เย็นหรือไม่ได้แช่เย็น)
34	0710.30	ผักขม, ผักขมนิวซีแลนด์, ผักขมorache
35	0710.40	ข้าวโพดหวาน (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือการต้ม)
36	0710.80	ผักอื่นๆ (ดิบหรือต้มโดยไอน้ำหรือต้ม)
37	0710.90	ผักผสม (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือการต้ม)
38	0711.20	มะกอก, มะกอกดอง
39	0711.30	capper, capperดอง
40	0711.40	แตงกวาดอง
41	0711.51	เห็ดในตระกูล agaricus ดอง
42	0711.59	เห็ดอื่น และ truffles ดอง
43	0711.90	ผักอื่นๆดอง
44	0712.20	หัวหอม แห้ง
45	071231	เห็ดแห้ง, เห็ดทั้งดอก, เห็ดตัดแต่ง, เห็ดที่หั่นเป็นแผ่นบางๆ, เห็ดสับหรือเห็ดในแป้ง แต่ยังไม่ได้ประกอบอาหาร
46	0712.32	dried wood ears (Auricularia spp.)ทั้งดอก,ตัดแต่ง,หั่นเป็นแผ่นบางๆ,สับหรือในแป้ง แต่ยังไม่ได้ประกอบอาหาร
47	0712.33	เห็ดหูหนู (Tremella spp.)เห็ดทั้งดอก, เห็ดตัดแต่ง, เห็ดที่หั่นเป็นแผ่นบางๆ, เห็ดสับหรือเห็ดในแป้ง แต่ยังไม่ได้ประกอบอาหาร

ตารางผนวกที่ ข (ต่อ)

ลำดับ	HS CODE	รายการ
48	0712.39	เห็ดอื่นๆ และtruffles, เห็ดทั้งดอก, เห็ดตัดแต่ง, เห็ดที่หั่นเป็นแผ่นบางๆ, เห็ดสับหรือเห็ดในแป้ง แต่ยังไม่ได้ประกอบอาหาร
49	0712.90	ผักอื่นๆ แห้ง/ทั้งต้น , ตัดแต่ง, หั่นเป็นแผ่นบางๆ, สับ
50	0713.10	ถั่ว แห้ง, ทั้งเปลือก
51	0713.20	ถั่วจำพวก chickแห้ง, ทั้งเปลือก
52	0713.31	MUNG แห้ง, ถั่ว, ทั้งเปลือก
53	0713.32	ถั่วแดง แห้ง, ทั้งเปลือก
54	0713.33	ถั่วรูปไตผสมกับถั่วอื่นๆ
55	0713.39	ถั่วอื่นๆ แห้ง, ทั้งเปลือก
56	0713.40	ถั่วประเภทถั่วแดงที่มีสีแดงหรือเหลือง แห้ง, ทั้งเปลือก
57	0713.50	broad beans (ถั่วชนิดหนึ่งมีลักษณะแบส่วนมากใช้เป็นอาหารสัตว์) แห้ง, ทั้งเปลือก
58	0713.90	ผักอื่นๆ แห้ง, ทั้งเปลือก
59	0714.10	มันสำปะหลัง, สดหรือแห้ง, ทั้งเปลือก
60	0714.20	มันเทศ, สดหรือแห้ง, ทั้งเปลือก
61	0714.90	เผือก, สดหรือแห้ง, ทั้งเปลือก
62	0801.11	มะพร้าวแก่ (มะพร้าวคั้นกะทิ)
63	0801.19	มะพร้าวสด (มะพร้าวรับประทานผลสด)
64	0801.21	ลูกนัทบราซิล, ทั้งเปลือก
65	0801.22	ลูกนัทบราซิล, แกะเปลือก
66	0801.31	มะม่วงหิมพานต์, ทั้งเปลือก
67	0801.32	มะม่วงหิมพานต์, แกะเปลือก
68	0802.11	แอลมอนล์, ทั้งเปลือก (สดหรือแห้ง)
69	0802.12	แอลมอนล์, แกะเปลือก (สดหรือแห้ง)
70	0802.21	เฮเซิลนัต, ทั้งเปลือก (สดหรือแห้ง)
71	0802.22	เฮเซิลนัต, แกะเปลือก (สดหรือแห้ง)
72	0802.31	วอลนัท, ทั้งเปลือก (สดหรือแห้ง)

ตารางผนวกที่ ข (ต่อ)

ลำดับ	HS CODE	รายการ
73	0802.32	วอลนัท, แกะเปลือก (สดหรือแห้ง)
74	0802.40	เกาลัด (สดหรือแห้ง) แกะเปลือกหรือทั้งเปลือก
75	0802.50	pistachio (ลูกไม้หอมชนิดหนึ่งใช้ปรุงกับข้าวทำขนม)สดหรือแห้งทั้งแกะเปลือก และทั้งเปลือก
76	0802.90	พืชตระกูลNut อื่นๆ, สดหรือแห้ง, แกะเปลือกและทั้งเปลือก
77	0803.00	กล้วยในจำพวกplantains (หญ้าจำพวกหนึ่งใบสั้นเมล็ดให้นกกิน), สดหรือแห้ง
78	0804.10	อินทผลัม สดหรือแห้ง
79	0804.20	มะเดื่อ สดหรือแห้ง
80	0804.30	สับปะรด
81	0804.40	อะโวคาโด สดหรือแห้ง
82	0804.50	ฝรั่ง, มะม่วง, มังคุด สดหรือแห้ง
83	0805.10	ส้มเขียวหวาน, สดหรือแห้ง
84	0805.20	แมนดาลิน (ทำให้ชุ่มในส้มจีน)
85	0805.40	ส้มเกลี้ยง, สดหรือแห้ง
86	0805.50	Lemons (มะนาว) limes (มะนาว) สดหรือแห้ง
87	0805.90	ส้มอื่นๆ, สดหรือแห้ง
88	0806.10	องุ่น สด
89	0806.20	องุ่น แห้ง
90	0807.11	แตงโม
91	0807.19	แตงอื่นๆ
92	0807.20	มะละกอ สด
93	0808.10	แอปเปิล สด
94	0808.20	ลูกแพร์ และควินซ์, สด
95	0809.10	แอปพิคอต สด
96	0809.20	เชอรี่ สด
97	0809.30	ลูกพีช สด, ลูกพีชใน nectarines

ตารางผนวกที่ ข (ต่อ)

ลำดับ	HS CODE	รายการ
98	0809.40	ลูกพลัม และสโลว์ สด
99	0810.10	สตรอบอรี่ สด
100	0810.20	ราสเบอรี่, แบลคเบอรี่, มัลเบอรี่ และโลแกนเบอรี่
101	0810.30	ลูกเกด (ดำ, แดง, ขาว) สด
102	0810.40	แคลนเบอรี่ และ บิลเฟอรี่
103	0810.50	กีวี่
104	0810.60	ทุเรียน สด
105	0810.90	ผลไม้อื่นๆ, สด
106	0811.10	สตรอบอรี่ (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำ)
107	0811.20	ราสเบอรี่, แบลคเบอรี่, มูเบอรี่, ลอนแกนเบอรี่ (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือต้ม)
108	0811.90	ผลไม้อื่นๆ และพืชตระกูล nut (ดิบหรือสุกโดยไอน้ำหรือต้ม)
109	0812.10	เชอรี่ ดอง
110	0812.90	ผลไม้อื่นๆ และพืชตระกูล nut, ดอง
111	0813.10	แอปพริคอต แห้ง
112	0813.20	พรุน แห้ง
113	0813.30	แอปเปิล แห้ง
114	0813.40	ผลไม้อื่นๆ แห้ง, อื่นๆนอกเหนือจากกล่าวข้างต้น
115	0813.50	พืชตระกูล nut แห้งผสมกัน
116	0814.00	เปลือกพืชตระกูลส้มหรือมะนาว (แช่ให้ชุ่มน้ำแตงโม)

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2547)

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้ส่งออกสินค้า HS0804500301 มังคุด สดหรือแห้ง จากไทยไปจีน ระหว่าง มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2548

ตารางผนวกที่ ค รายชื่อผู้ส่งออกสินค้า HS0804500301 มังคุด สดหรือแห้ง จากไทยไปจีน ระหว่าง มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2548

ลำดับ	ชื่อ	ที่อยู่	หมายเลขโทรศัพท์
1	บจก.อินเตอร์ ฟรุ๊ต เซ็นเตอร์	90/103ม.4 แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม.10210	029810565
2	บจก.ไอ.ซี.เค. เอ็นเตอร์ไรส์	174/66-67 หมู่บ้านคุ้มทรัพย์ ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม. 10201	018695321
3	บจก.วี ไอ พี เทรด เซ็นเตอร์	50/246 ม.9 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม. 10230	029461236
4	บ.ไทย-ฮง ผลไม้ จำกัด	159/162-163 ม.1 ถ.ช่างอุทิศ แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม. 10210	02929571-4
5	บจก.รุ่งตะวัน อินเตอร์เนชั่นแนล	110/6 ม.5 ถ.พระยาสุเรนทร์ แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กทม. 2051	-
6	บ.อีสเทิร์น ฟรุตส์ บางกอก จำกัด	62/23 ถ.รัชดาภิเษก แขวงวัดท่าพระ เขตบางกอกใหญ่ กทม.	022952847
7	บ.เจี่ยเซิง เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	15 ถ.สุนทรโกษา แขวง/เขต คลองเตย กทม.	023915033
8	บจก.ไทย เฟรช แอนด์ ฟรีส ฟูดส์	231 ซ.ลาดพร้าว 95(ปรางค์ทิพย์) ถ.ลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กทม. 10310	025381475
9	หจก.เดอะกู๊ด เทรดดิ้ง	413/41 ซ.สุขุมวิท101/1 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กทม.	027478166
10	บ.สหเจริญเอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด	47/32-33 ซ.เย็นจิตร ถ.จันทร์แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาธร กทม.	-
11	บจก.ซีพีเอ็มเอฟ เอ็กซ์ปอร์ต	78 ซ.อนามัย ถ.ศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กทม. 10250	027215156-8

ตารางผนวกที่ ค (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ	ที่อยู่	หมายเลขโทรศัพท์
12	หจก.พงศ์เจริญเทรดดิ้งหาดใหญ่	45/47 ถ.พูลสุวรรณ ต.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110	074235678
13	บ.ธรรมแสง อินเตอร์ฟรุตส์ จำกัด	31/99 ม.5 ต.ท่าช้าง อ.เมือง จ.จันทบุรี	-
14	บจก.สหชัย เฟรช ฟรุ๊ต	52/29 ม.9 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 202230	038494454
15	บ.อุดมซัพพลาย อิมเมกซ์ จำกัด	84-88 อาคารท็อปเอ ชั้น3 ถ.รัชดาภิเษก แขวง/เขต ห้วยขวาง กทม.	-
16	บจก.ฉายฟง	74/72 ม.1 ต.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110	038313982
17	บจก.เอม ไทย อินเตอร์เทรด (2001)	96/67 ม.3 ต.คลองใหม่ อ.สามพราน จ.นครปฐม 73110	034321829
18	บจก.ไทยเม้งการเกษตร	61/49 ม.9 ถ.บางแขวกแขวงบางไผ่ เขตบางแค กทม. 10160	028654058-9
19	บจก.ที.วาย.ชิปปิ้ง เซอร์วิส	327/300 ม.3 แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กทม. 10210	026362525
20	บจก.แสงทองส่งออก	355/1271 ม.8 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130	029295474
21	บจก.สยามเฟรชอินเตอร์เนชั่นแนล	159 ม.2 ต.มะเขือแจ้ อ.เมือง จ.ลำพูน 51000	053369550

ที่มา: กรมศุลกากร (2549)