



การพัฒนาเกษตรไทยกับความท้าทายใหม่ในโลก

โดย
นายสมพล เกียรติไพบูลย์
ประธานกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



บทบาทการเกษตรต่อเศรษฐกิจของไทย

ปัจจัยขับเคลื่อน
ทางเศรษฐกิจ
สัดส่วนภาคการเกษตร
คิดเป็น 8.9 % ของ GDP

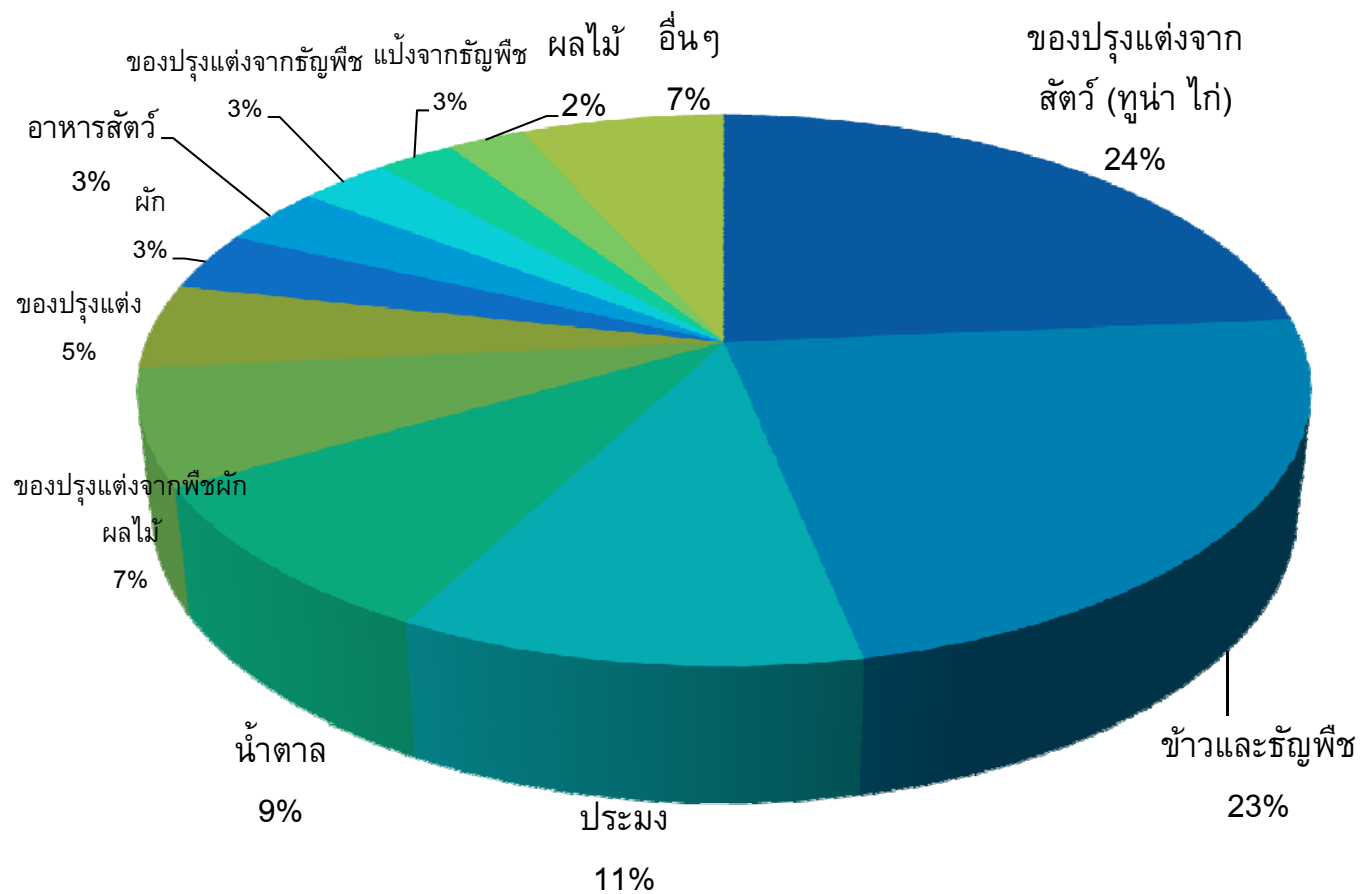
ผู้ซื้อผู้นำของชาติ
Food Security

ภาคเกษตร
ของไทย

แหล่งจ้างงาน
ผู้จ้างงานทำให้ภาคเกษตร 5.26 ล้านคน
หรือร้อยละ 38.62 ของผู้จ้างงานทำทั่วประเทศ

แหล่งรายได้
เงินตราต่าง
ประเทศ

สัดส่วนมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหาร (พิกัด 1-24) ของไทย ปี 2552



ศักยภาพการผลิตภาคเกษตรของไทย

ประเทศผลิตอาหารที่สำคัญ

สามารถเลี้ยงประชากรโลกได้ 250 ล้านคน หรือ
4 เท่าของประชากรประเทศ (ส่งออกอาหารประมาณ
80% ของผลผลิตประเทศ)

ผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและ
อาหาร อันดับที่ 13 ของโลก (ปี 2550)

สินค้าที่ไทยส่งออกอันดับ 1 ของโลก
อาทิ ยางพารา ข้าว น้ำตาล ไข่ มั้่นสัตว์แปรรูป กุ้ง
สับปะรดกระป๋อง และปลาทูนกระป๋อง

ปัญหาพื้นฐานและโครงสร้างการเกษตรไทย

1. เกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีฐานะยากจนเมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพอื่น ๆ
2. เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดแคลนปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น ที่ดินทำกิน เงินทุน ความรู้ทางวิชาการ
3. ผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ภัยธรรมชาติ โรคพืช และ โรคสัตว์
4. การวิจัยการเกษตรทั้งในด้านการผลิต การเก็บรักษา และการแปรรูป ยังมีอัตราต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเกษตรกรรมที่มีความก้าวหน้า
5. ต้นทุนการผลิต และการขนส่งสินค้าเกษตรหลายชนิดยังสูงกว่าประเทศคู่แข่ง

ปัญหาพื้นฐานและโครงสร้างการเกษตรไทย

(ต่อ)

6. ราคาสินค้าเกษตรไม่ค่อยมีเสถียรภาพ เนื่องจากเกษตรกรไม่มีความรู้และเครื่องมือในการควบคุมอุปทานสินค้า เป็นเหตุให้ราคาสินค้าตกต่ำในช่วงต้นฤดูการผลิต
7. กลไกการทำงานของสหกรณ์การเกษตร และกลุ่มเกษตรกร รวมถึงสมาคมการเกษตรต่างๆ ยังไม่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้เท่าที่ควร
8. รัฐบาลต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการรักษาเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรในแต่ละปี แต่เกษตรกรก็ยังคงมีปัญหาเรื่องราคาสินค้าเกษตรตกต่ำอยู่เป็นประจำ

ปัญหาการส่งออกสินค้าเกษตร

ข้อกีดกันทางการค้า (Trade Barriers)

มาตรการด้านภาษี

- ภาษีสูง โด่ง (tariff peaks)

มาตรการที่มีใช้ภาษี

- การอุดหนุนของประเทศคู่ค้า
- มาตรการด้านสุขอนามัย (SPS)
- มาตรการด้านอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- การกำหนดมาตรฐานการนำเข้า (TBT)

- เสริมสร้างอำนาจต่อรอง
- ขยายตลาด และแหล่งวัตถุดิบ

ภูมิภาค
- ASEAN



ทวีปาคี - FTAs

- เสาะหาโอกาสทางการส่งออก
- ยืดตลาดใหม่ ช่วงชิงโอกาส
- สร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ



พหุภาคี - WTO

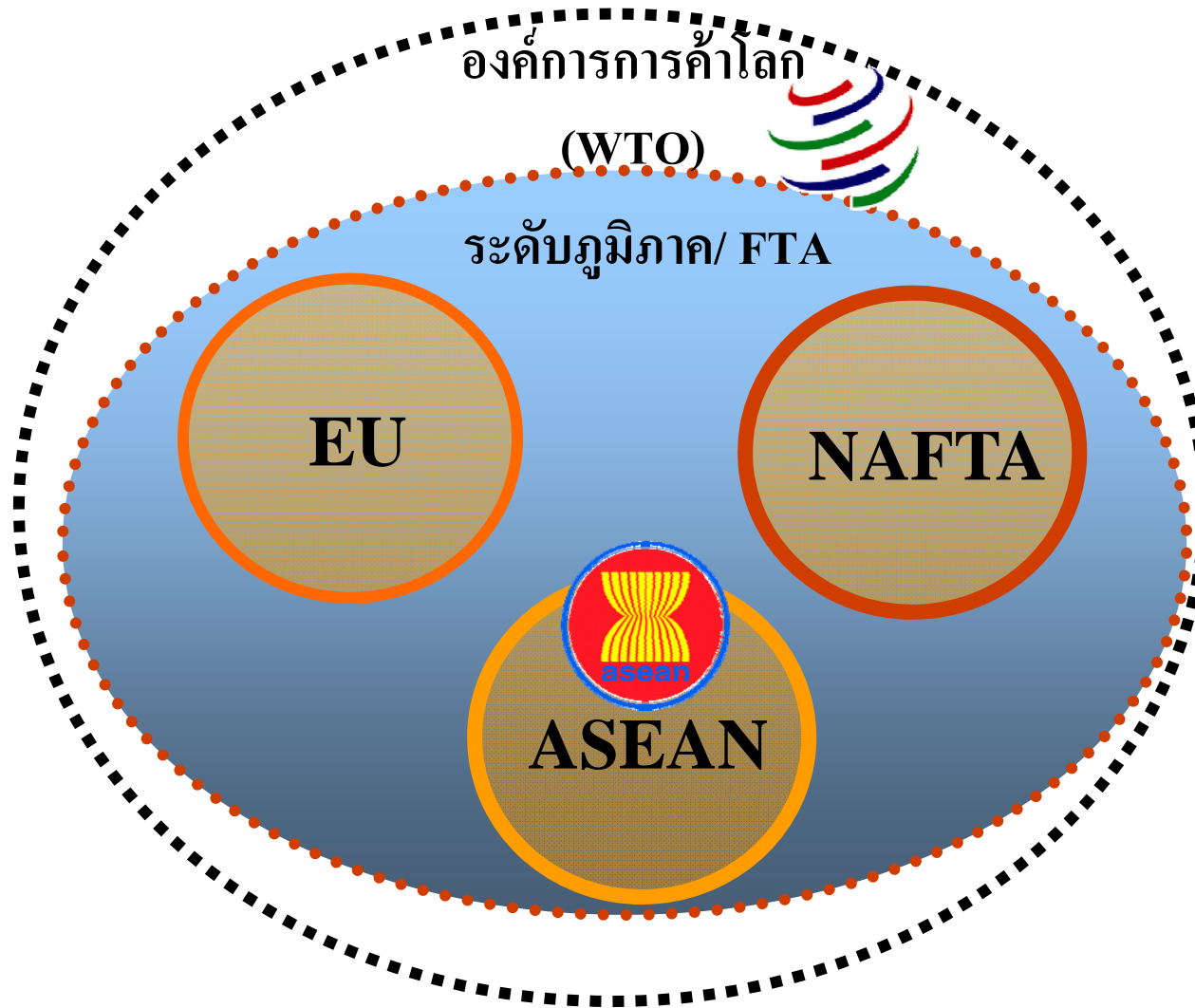
- ร่วมสร้างกฎเกณฑ์ทางการค้า



การค้าเสรีเป็นธรรม
และมีแนวคุ้มกัน
(safeguards)



เวทีเจรจาระหว่างประเทศ



THAILAND'S FTAs



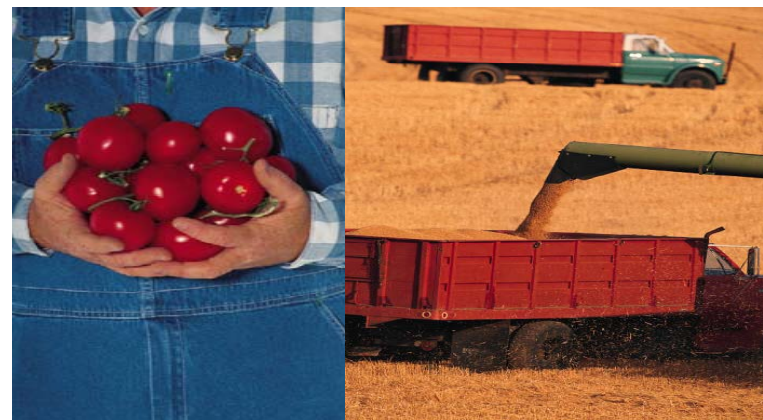
Previous Bilaterals—to continue ?

Potential initiatives

Effective FTA

แนวโน้มการค้าสินค้าเกษตรโลก

- ภาษีของประเทศผู้นำเข้ามีแนวโน้มลดลง
- มีตลาดสำหรับสินค้าเฉพาะ (Niche Market) เช่น เกษตรอินทรีย์ ปลอดภัย พืชพลังงานทดแทน
- ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองมากขึ้น



สินค้าที่มีศักยภาพของไทย

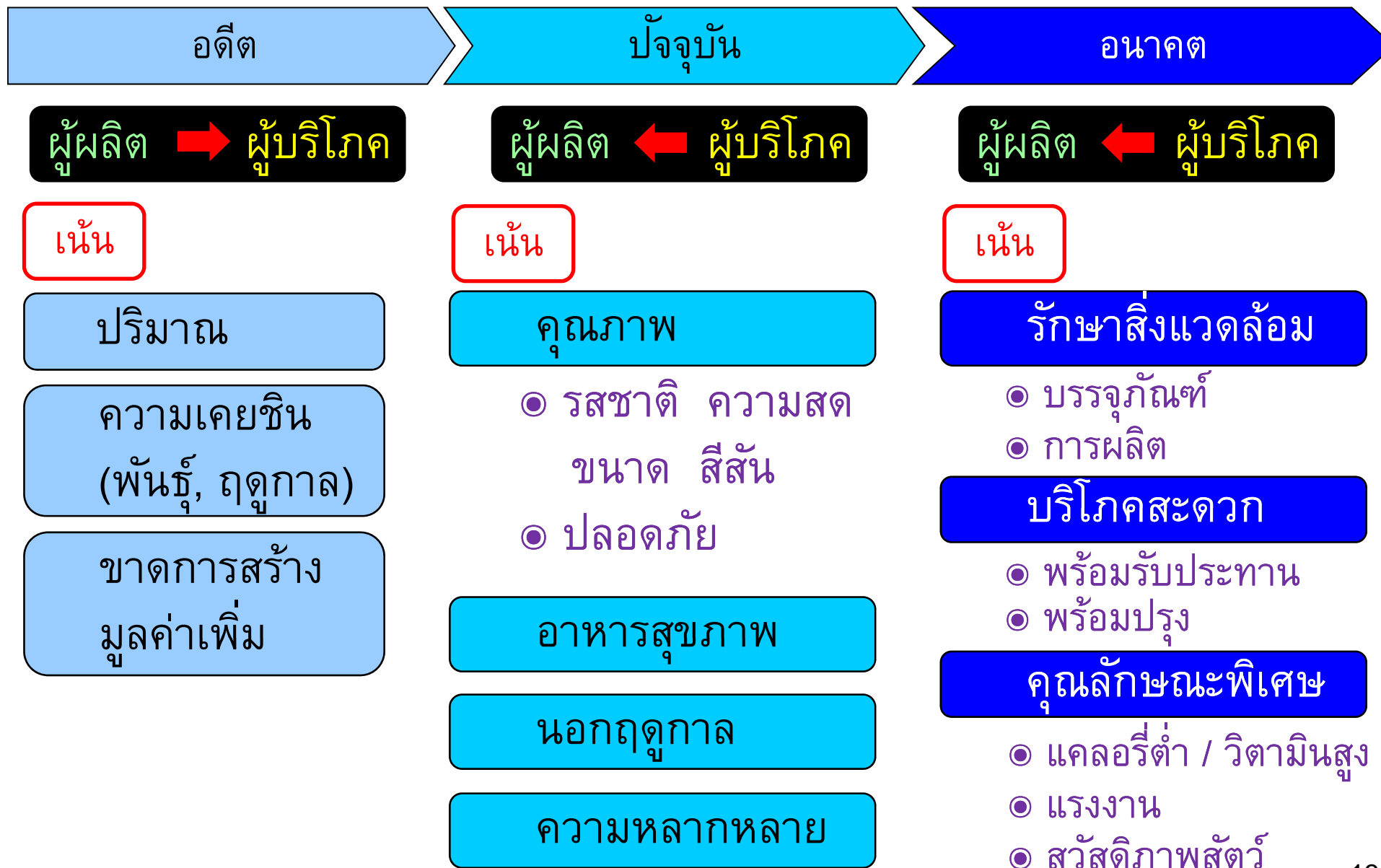
สินค้าเดิม

- ยางพารา
- กุ้งสดแช่เย็นและแปรรูป
- อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
- ข้าว
- ผัก-ผลไม้กระป๋องและแปรรูป
- น้ำตาล
- มันสำปะหลัง
- กล้วยไม้
- ไก่สดแช่เย็นและแปรรูป

สินค้าใหม่

- ผัก-ผลไม้ สด แช่เย็น แช่แข็ง
แห้ง (สับปะรด ลำไย ทูเรียน
มังคุด ส้มโอ ข้าวโพดหวาน
กระเจี๊ยบเขียว หน่อไม้ฝรั่ง
พริก)
- เกษตรอินทรีย์
- เครื่องเทศ/สมุนไพร

อิทธิพลผู้บริโภค



แนวโน้มตลาดสินค้าเกษตรของไทย

- มีลักษณะเช่นเดียวกับตลาดต่างประเทศ
- สินค้าที่ผลิตทั้งส่งออกและใช้ในประเทศจะเผชิญการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตอื่นรุนแรงยิ่งขึ้น
- ความกดดันจากมาตรการและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภครุนแรงขึ้น
- มาตรการคุ้มครองช่วยเหลือการเกษตรของรัฐบาลจะมีข้อจำกัดมากขึ้น

ไทยควรปรับตัวอย่างไร



ภาครัฐบาล

1. กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติที่ชัดเจน ต่อเนื่อง (สินค้า แหล่งผลิตตลาด แผนการปฏิบัติ)
2. ส่งเสริมบทบาทและอำนาจการเจรจาต่อรองระหว่าง ประเทศในทุกระดับ
3. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขัน (น้ำ ดิน พันธุ์ การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ การขนส่ง การตลาด การวิจัยต่างๆ เงินทุน)
4. บรรณาการขึ้นนโยบาย วางแผนปฏิบัติในระดับกระทรวง ที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและทางอ้อมโดยให้เชื่อมโยง ถึงขั้นปฏิบัติการในระดับกลุ่มจังหวัด และ จังหวัดให้ ชัดเจน

ภาคเอกชน

1. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น มุ่งผลิตสินค้าปลอดภัย และสร้างมูลค่าเพิ่ม อาทิ การสร้าง Brand name ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. เพิ่มความหลากหลายของสินค้า
 - กลุ่มสินค้า (Product Line)
 - ประเภทในกลุ่มสินค้า (Product Type)
 - รูปแบบสินค้าในแต่ละประเภท (Product Item)

ภาคเอกชน

(ต่อ)

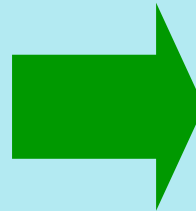
3. ดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยเจาะถึงตลาดผู้ซื้อในต่างประเทศ และศึกษาความต้องการของผู้ซื้อ และพัฒนาสินค้าให้เป็นที่ไปตามความต้องการของผู้ซื้อ
4. ศึกษากฎระเบียบในการนำเข้าและส่งออก รวมทั้งมาตรฐานต่างๆ และหากพบปัญหาเกี่ยวกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี ต้องรีบแจ้งให้ภาครัฐทราบโดยเร็ว

ภาคเอกชน

(ต่อ)

5. ผู้ประกอบการที่ไม่มีศักยภาพในการแข่งขันต้อง

- เร่งพัฒนาเทคโนโลยี
- พัฒนาระบบการจัดการ
- การตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้า



- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ
- ลดต้นทุนในการผลิต

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัด

(ความเห็นบางประการ)

1. เป็นแนวความคิดที่ถูกต้อง เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน และรวดเร็ว นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นได้ด้วย
2. อย่างไรก็ตามต้องยอมรับว่า การดำเนินการดังกล่าวยังคงมีปัญหาที่ต้องแก้ไขปรับปรุง เช่น
 - ความจำกัดของงบประมาณ โครงการต่าง ๆ จึงเป็นโครงการเล็ก ๆ ไม่มีกำลังในการขับเคลื่อนมากนัก
 - การเชื่อมโยงระหว่างส่วนกลางกับกลุ่มจังหวัดและจังหวัดไม่ชัดเจน เกิดความซ้ำซ้อนและขาดตอน
 - ความรู้ความเข้าใจของผู้จัดทำโครงการ
 - ความต่อเนื่องของโครงการ เป็นต้น