

การส่งเสริมการใช้สินค้าไทย : หนทางแก้ปัญหา การขาดดุลการค้า

เมื่อพิจารณาถึงปัญหาการค้าระหว่างประเทศของไทยในอดีตที่ผ่านมาจะพบว่า ประเทศไทยต้องเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศมาเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 27 ปีและปัจจุบันมีแนวโน้มว่าการขาดดุลการค้าจะยังคงมีอีกต่อไป รัฐบาลหลายยุคหลายสมัยต่างพยายามที่จะแก้ปัญหาการค้าขาดดุลการค้ามาโดยตลอดด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งด้านจำกัดการนำเข้า (IMPORT RESTRICTION) และการเร่งส่งเสริมการส่งออก (EXPORT PROMOTION) ดังจะเห็นได้จาก รัฐบาลสมัย ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้แถลงนโยบายต่อสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2518 ว่า "รัฐบาลจะสร้างพลังสำรองสำหรับธุรกิจไทยในต่างประเทศอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะไม่ยอมหลงยึดลุ่มการณณ์ เปิดประตูให้การนำเข้าเป็นไปโดยเสรีอยู่เพียงฝ่ายเดียว ในขณะที่ผู้อื่นสร้างภูมิป้องกันสินค้าของเรา แต่จะดำเนินนโยบาย และมาตรการต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของประเทศไทยอย่างดีที่สุด" นั้น เป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่ามีความพยายามที่จะแก้ปัญหาการค้าของประเทศไทยอย่างจริงจัง

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าโครงสร้างการส่งออกของประเทศไทย ได้เปลี่ยนแปลงมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในปี 2517 สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทย เป็นสินค้าเกษตรกรรม ถึงร้อยละ 61.4 ของสินค้าส่งออกทั้งหมดในขณะที่มีการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม เพียงร้อยละ 16.4 ของสินค้าส่งออกทั้งหมด ต่อมาในปี 2526 สัดส่วนการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 50.0 ของการส่งออกทั้งหมด และการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมได้เพิ่มขึ้นมาเป็นร้อยละ 34.1 ของการส่งออกทั้งหมด การที่โครงสร้างการส่งออกประเทศไทย เปลี่ยนไปนี้ เนื่องมาจากรัฐบาลในอดีตพยายามที่จะ เปลี่ยนโครงสร้างการผลิตของประเทศไทยจากการผลิตสินค้าขั้นปฐมไม่เป็นการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม และพยายามจะส่งสินค้าอุตสาหกรรมออกไปขายต่างประเทศบ้าง แทนการพึ่งพาอาศัยการส่งสินค้าขั้นปฐมเพียงอย่างเดียว ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้กลายมาเป็นปัญหาที่จะต้องมีการพัฒนาการส่งออกในปัจจุบัน

นอกจากนั้น นโยบายการส่งเสริมการลงทุนในอดีตที่ผ่านมา ยังได้มุ่งพยายามที่จะให้มีการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า (IMPORT SUBSTITUTION) โดยเข้าใจว่าจะสามารถสงวนเงินตราต่างประเทศได้ แต่ต่อมาปรากฏว่า นโยบายดังกล่าวไม่ค่อยจะเป็นผลตามที่ได้มุ่งหมายไว้ กล่าวคือ ไม่ปรากฏว่ามีการประหยัดเงินตราต่างประเทศได้เท่าที่ควร การนำ

สินค้าเข้าจากต่างประเทศยังคงเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ทั้งนี้ เป็นสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบ ซึ่งปรากฏว่า อุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้าหลายชนิดยังไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต ทั้งนี้ เพราะตลาดภายในประเทศมีจำกัด และไม่สามารถส่งออกไปขายต่างประเทศได้ เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตสูง และสินค้าบางชนิดก็ไม่ถูกกับรสนิยมของผู้ซื้อในต่างประเทศ

ดังนั้น ปัญหาการขาดดุลการค้าของไทยจึงยังคงมีอยู่ต่อไปตราบดีที่ยังไม่มีการรณรงค์แก้ไขปัญหอย่างจริงจัง แต่อย่างไรก็ตาม รัฐบาลชุดปัจจุบัน โดยนายโกศล ไกรฤกษ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ก็ได้ประกาศนโยบายการส่งออกไว้ 8 ประการด้วยกัน คือ

1. นโยบายการค้าต้องเหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อการส่งออก โดยถือ เป็นนโยบายสำคัญ และ เร่งด่วนที่สุดของประเทศ และนโยบายการเงิน การคลัง การผลิต และการลงทุนต้องสอดคล้องกันด้วย

2. ต้องเร่งรัดขยายการผลิตเพื่อการส่งออกให้กว้างขวางและให้ได้ผลอย่างจริงจังตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนา ฉบับที่ 5 โดยเฉพาะการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงทั้งชนิดสินค้าออก ปริมาณและมูลค่า อันได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูป และอุตสาหกรรมสินค้าสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก ทั้งนี้จะต้องกำหนดสินค้าออกที่จะพัฒนาและส่งเสริมไว้เจาะจง เป็นเป้าหมาย เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การส่งเสริมการลงทุน การผลิต และการตลาด นำไปปฏิบัติให้ได้ตามเป้าหมาย

3. ต้องผลิตสินค้าออกที่ตลาดต้องการและขยายตัวมีความได้เปรียบหรือสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศในระยะยาว โดยไม่ต้องสนับสนุนและส่งเสริมตลอดไป สินค้าที่ส่งเสริม เป็นสินค้าที่สามารถขยายปริมาณการผลิตได้มากตามความต้องการของตลาด โดยให้มีการจัดลำดับความสำคัญด้านชนิดของสินค้าและด้านตลาด

4. ต้องมีมาตรการพิเศษ เร่งรัดการผลิตเพื่อการส่งออกให้ได้ผลอย่างน้อยตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนา ฉบับที่ 5 โดยเฉพาะมาตรการทางการเงิน เช่น การให้กู้อระยะยาว ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมาตรการทางการคลัง เช่น การยกเว้นภาษี และจัดให้มีเขตสินค้าปลอดภาษี (FREE TAX ZONE) ขึ้น เพื่อลดความเสียหายเปรียบเทียบการแข่งขันสินค้าของประเทศอื่นในตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้จะต้องทบทวนมาตรการทางการเงิน การคลัง และการ

ส่งเสริมการลงทุนที่ใช้อยู่ในปัจจุบันให้สอดคล้องและเหมาะสมกับการส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกในภาวะเศรษฐกิจ และการค้าของประเทศและของโลกที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5. สนับสนุนทางการตลาดโดยเพิ่มบทบาทการสนับสนุน และการให้บริการทางการตลาดแก่ผู้ส่งออกให้กว้างขวาง และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เน้นการเข้าถึงตัวและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำ เข้าและผู้ใช้สินค้า รวมทั้ง เน้นคุณภาพการเผยแพร่สินค้า การให้บริการข้อมูลข่าวสารการวิจัยตลาด และการเสริมสร้างประสิทธิภาพของผู้ส่งออก รวมทั้งการอำนวยความสะดวก การสร้างสิ่งจูงใจในการนำเข้า และการใช้สินค้าไทย

6. การขจัดอุปสรรคและสิ่งที่ไม่จูงใจในการส่งออกให้หมดไป นอกเหนือจากการเร่งรัดลดขั้นตอนการส่งออกที่ยัง เป็นปัญหาอยู่ เช่น ความไม่สะดวกและความล่าช้าในการตัดสินใจของหน่วยงานทางราชการในการอนุญาตและสั่งการ

7. มุ่งขจัดและลดอุปสรรคที่กีดกันการส่งสินค้าออกต่างประเทศอย่างค่อ เนื่องและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความแน่นอน และโอกาสในการส่งสินค้าของไทย เข้าไปในตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ดำเนินการทั้งระดับนโยบายและระดับเจ้าหน้าที่ โดยจะต้องเพิ่มบทบาทและคุณภาพในการเจรจา และการประชุมทางการค้า และกิจกรรมที่สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ โดยมีจุดหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการขจัดและลดอุปสรรคที่มีต่อการส่งออกให้หมดไปหรือลดน้อยลง

8. ต้องมีความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาคราชการ และ เอกชนนับตั้งแต่ระดับการผลิตจนถึงการส่งออก เพื่อส่งเสริมการส่งออกของประเทศโดยมุ่งเพิ่มมูลค่าสินค้าออกให้เป็นไปตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 อนึ่ง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยต้องยอมรับความจำเป็นที่จะต้องให้การสนับสนุนการส่งออกอย่างจริงจัง โดยประสานวัตถุประสงค์ของแต่ละกระทรวง ทบวง กรม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รวมของประเทศ ในการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกให้ได้ผล

ที่กล่าวมานั้น เป็นนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ชุดปัจจุบันที่มุ่งจะส่งเสริมการส่งออกซึ่งก็นับได้ว่า เป็นวิธีการหนึ่งที่จะแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าได้ โดยเน้นปัจจัยภายนอกเป็นหลัก แต่สิ่งหนึ่งที่หน่วยงานทั้งของรัฐและ เอกชนน่าจะให้ความสำคัญในขณะนี้บ้าง ก็คือ ปัจจัยภายใน ซึ่งก็น่าจะมีส่วนช่วยแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าของประเทศได้ ปัจจัยภายในนี้ก็คือ การสร้างจิตสำนึกและค่านิยมการใช้สินค้าไทยขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันค่านิยมทางสังคมไทย

เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บุคคลที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจดีมักจะนิยมใช้สินค้าจากต่างประเทศ ซึ่ง เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีการสูญเสียเงินตราต่างประเทศไป เป็นจำนวนมาก ดังนั้น รัฐบาลจึงควรที่จะได้มีการรณรงค์การใช้สินค้าไทยอย่างจริงจังและมีขั้นตอน ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์และการลงมือปฏิบัติโดยอาจจะ เริ่มจากผู้ใหญ่ในวงราชการก่อนแล้วค่อยขยายไปตามหน่วยราชการ และภาคเอกชน ตลอดจนประชาชนทั่วไป

ปัจจุบันสินค้าไทยหลายชนิด เป็นที่ต้องการของตลาดโลก ทั้งนี้เนื่องจากมีคุณภาพได้มาตรฐานและราคาไม่แพงจนเกินไปนัก แต่สินค้าไทยยังขาดการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินนโยบายทางด้านการตลาดที่ดี อีกทั้งยังไม่มีมีการรณรงค์ให้คนไทยมีจิตสำนึกที่จะใช้สินค้าประจำชาติ จนต้องมีการสั่งซื้อสินค้า เข้ามาจากต่างประเทศมีหลายหมื่นล้านบาท อัน เป็นสาเหตุของการขาดดุลการค้าในที่สุด และถึง เวลาแล้วที่คนไทยทุกคนจะต้องสร้างค่านิยมใหม่ในการใช้สินค้าไทย ทั้งนี้ เพื่อความเจริญรุ่งเรืองทาง เศรษฐกิจของชาติในอนาคต

ผลการดำเนินงานของประเทศไทย

มูลค่า : ล้านบาท

ปี	สินค้าออก		สินค้าเข้า		การค้า		การค้า	
	มูลค่า	เพิ่ม (ลด) จากปีก่อน %	มูลค่า	เพิ่ม (ลด) จากปีก่อน %	เกิดดุล (ขาดดุล)	เพิ่ม (ลด) จากปีก่อน %	เกิดดุล (ขาดดุล)	เพิ่ม (ลด) จากปีก่อน %
2515	22,491.3	30.2	30,875.1	15.2	(8,383.8)	(11.9)	3,991	-
2516	32,226.2	43.3	42,183.9	36.6	(9,957.7)	18.8	864	(78.4)
2517	50,325.3	36.2	64,063.5	51.8	(13,718.2)	37.8	8,012	827.3
2518	48,437.6	(3.8)	66,835.2	4.4	(18,397.6)	34.1	(2,858)	-
2519	60,796.6	25.5	72,878.6	9.0	(12,082.0)	(34.3)	(83)	(97.1)
2520	71,198.1	17.1	94,177.0	29.2	(22,978.9)	90.2	(7,538)	8,981.8
2521	83,065.0	16.7	108,896.8	15.6	(25,833.8)	12.4	(13,298)	76.4
2522	108,179.0	30.2	146,161.3	34.2	(37,982.3)	47.0	(7,925)	(40.4)
2523	133,197.2	23.1	193,618.3	32.5	(60,421.1)	59.1	5,179	-
2524	153,000.7	14.9	219,025.8	13.1	(66,025.1)	9.3	2,531	(51.1)
2525	159,728.2	4.4	196,616.0	(10.2)	(36,887.8)	(44.1)	3,314	30.9
2526	146,472.0	(8.3)	236,609.0	20.3	(90,137.0)	(144.4)	(18,078)	-

ที่มา : กรมศุลกากร, ธนาคารแห่งประเทศไทย