

เขตการค้าเสรี

ประโยชน์ที่ธุรกิจการค้ามันสำปะหลังจะได้รับ



ศรียรัตน์ รัชฎูปานะ

ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี ฝ่ายข้าราชการประจำ

ด้านการค้าระหว่างประเทศ

หัวหน้าสำนักงานผู้แทนการค้าไทย

เมื่อ มองความเคลื่อนไหวในเศรษฐกิจโลก การรวมกลุ่มเศรษฐกิจโดยการแลกเปลี่ยนสิทธิประโยชน์เพื่อเปิดเสรีระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่มในรูปของการทำความตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) กำลังเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว ในอดีต การรวมกลุ่มเศรษฐกิจส่วนใหญ่เป็นการรวมพลังทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกันที่มีเขตแดนติดต่อกัน ประชาชนมีการติดต่อค้าขายไปมาหาสู่กันเป็นเวลานาน และนำไปสู่การจัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างกัน โดยเริ่มจากการเปิดเสรีด้านการค้าสินค้าระหว่างกันภายในกลุ่มและค่อยๆ ขยายสู่ด้านอื่นๆ ในปัจจุบัน การจัดตั้ง FTA แตกต่างไปจากเดิม คือไม่ได้จำกัดเฉพาะประเทศในภูมิภาคเดียวกัน ประเทศที่อยู่ต่างภูมิภาคกันก็ร่วมมือกันในลักษณะนี้ด้วย และนอกจากการเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า (goods) แล้ว ยังครอบคลุมถึงการเปิดเสรีด้านบริการ และการลงทุน ตลอดจนความร่วมมือในด้านอื่นๆ ที่จะตกลงกัน เช่น การท่องเที่ยว การศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม แรงงาน สิทธิมนุษยชน และความเป็นประชาธิปไตย เป็นต้น FTA ในปัจจุบันจึงเป็นการทำความตกลงที่ครอบคลุมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจทุกด้าน

ในด้านการเปิดเสรีทางการค้าสินค้า ความตกลง FTA มีเป้าหมายในการลดภาษีศุลกากรระหว่างกันภายในกลุ่มลงเป็น 0% ครอบคลุมรายการสินค้าที่ค้าขายระหว่างกันให้มากที่สุด โดยไม่มีการกำหนดใช้อัตราภาษีศุลกากรกับประเทศนอกกลุ่มเป็นอัตราเดียวกัน และใช้อัตราภาษีปกติ (Most favour Nation Treatment : MFN rates) ที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม

FTA เช่น NAFTA และ AFTA กับสหภาพศุลกากร (Customs Union) เช่น EU มีข้อแตกต่างที่สำคัญคือ สหภาพศุลกากรเป็นการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจในระดับที่ลึกและ

กว้างกว่า FTA เพราะมีลักษณะที่เป็นตลาดร่วม (Single Market) ซึ่งไม่มีกำแพงภาษีระหว่างกัน และประเทศสมาชิกในสหภาพศุลกากรเก็บภาษีศุลกากรอัตราเดียวกัน (common external tariff levels) กับประเทศนอกกลุ่มสหภาพศุลกากร จึงทำให้ประเทศในกลุ่มเป็นเสมือนตลาดเดียว แต่ FTA เป็นการเปิดเสรีแลกเปลี่ยนกันระหว่างประเทศในกลุ่ม

การเปิดเสรีที่ตอบแทนกัน (reciprocal trade liberalization) เฉพาะระหว่างประเทศหรือในกลุ่มประเทศที่เข้าร่วม FTA มีผลเป็นการเลือกปฏิบัติ (discrimination) โดยให้สิทธิประโยชน์เป็นพิเศษระหว่างประเทศในกลุ่ม แต่ไม่ให้แก่ประเทศนอกกลุ่ม FTA จึงเป็นการทำเขตการค้าเสรีเป็นการให้แต้มต่อ หรือให้สิทธิพิเศษทางการค้าและการลงทุนแก่ประเทศที่เข้าร่วม โดยไม่ขัดกับ WTO (หากปฏิบัติตามเงื่อนไข) ซึ่งจะทำให้มีการขยายการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศที่ร่วมทำเขตการค้าเสรีและในทางกลับกัน ก็เท่ากับส่งผลกระทบต่อประเทศที่อยู่นอกกลุ่มที่จะค้าและลงทุนกับประเทศที่อยู่ในกลุ่มเขตการค้าเสรีได้น้อยลง จึงเป็นแรงกระตุ้นให้หันมาพิจารณาจัดทำเขตการค้าเสรีกับประเทศอื่นด้วยเช่นกัน

หลายประเทศได้ใช้ FTA เป็นยุทธวิธีในการสร้างพันธมิตรด้านเศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งเป็นการสร้างฐานในการขยายการค้าและการลงทุนกับประเทศหรือกลุ่มประเทศในภูมิภาคอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกลด้วย ประเทศที่มีพื้นที่ขนาดเล็กแต่มีระบบเศรษฐกิจที่เปิดเสรีเต็มที่อยู่แล้ว เช่น สิงคโปร์ และชิลี ได้ใช้ยุทธวิธีนี้อย่างแข็งขัน เนื่องจากมีระดับการเปิดเสรีสูง จึงมีโอกาสที่จะได้ประโยชน์จากการเปิดตลาดของประเทศที่ร่วมทำเขตการค้าเสรีได้มาก เช่น สิงคโปร์ ทำเขตการค้าเสรีกับญี่ปุ่น เป็นต้น

กระแสการทำ FTA ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกขณะนี้ เป็น chain reaction ซึ่งอาจเป็นเพราะความหวาดเกรงว่าการนิ่งเฉย ไม่เข้าร่วมกระแสจะทำให้เสียประโยชน์ทั้งในแง่การลดบทบาท และโอกาสในการเข้าตลาดของประเทศที่ทำ FTA กับประเทศอื่น เพราะ FTA กระตุ้นการขยายการค้าและการลงทุนระหว่าง ประเทศที่เข้าร่วม โดยหันเหจากการค้าและการลงทุนกับ ประเทศที่ไม่ได้เข้าร่วม

อย่างไรก็ดี การที่ประเทศหนึ่งจะตัดสินใจใช้ FTA เป็น ยุทธวิธีในการสร้างพันธมิตรทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง การ เลือประเทศที่จะมาเป็นพันธมิตร นอกจากมีข้อพิจารณาใน ด้านเศรษฐกิจแล้วก็ย่อมจะมีข้อพิจารณาด้านการเมืองประกอบ กันด้วย ทั้งนี้ เจตนาารมย์ทางการเมือง (Political Will) มักจะ เป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้้นำให้ประเทศสองฝ่ายหรือประเทศกลุ่มหนึ่งๆ หันมาเจรจาทำเขตการค้าเสรี

การกำเขตการค้าเสรีของไทย

ในช่วงสองปีเศษที่ผ่านมา รัฐบาลไทยได้ดำเนินนโยบาย

เชิงรุกโดยใช้ FTA เป็นเครื่องมือเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อรุกขยาย การค้าและการลงทุน กระจายแหล่งส่งออกและนำเข้า สร้าง พันธมิตรที่จะเกื้อกูลกันทางเศรษฐกิจและการเมือง และทำให้ ไทยเป็นศูนย์กลางของอาเซียนในการเชื่อมโยงกับประเทศนอก กลุ่มทั้งในภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่นทั่วโลก รัฐบาลมุ่งให้ ความสำคัญต่อตลาดขนาดใหญ่และตลาดใหม่ๆ และในช่วง กลางปี 2544 - ต้นปี 2545 พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี เป็นผู้ริเริ่มเสนอต่อผู้นำของประเทศบาหลีเรน ออสเตรเลีย สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย ให้มีการเปิดเจรจา ทำความตกลง FTA ระหว่างกัน และได้รับการสนองรับ ทำให้ ไทยเริ่มกระบวนการเพื่อจัดทำ FTA กับประเทศเหล่านั้นเป็น รายประเทศ โดยเริ่มกับออสเตรเลียเป็นประเทศแรก

นอกเหนือจากเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) ซึ่งไทยร่วมเป็นภาคีและเริ่มดำเนินการ เมื่อปี 2536 แล้ว จนถึงปัจจุบัน ไทยได้ดำเนินการเพื่อจัดทำ ความตกลง FTA กับหลายประเทศ และมีความคืบหน้าดังนี้

การทำ FTAs ของไทยในระดับทวิภาคี

เห็นชอบให้เริ่มดำเนินการ	เปิดเจรจา
พฤศจิกายน 2544 : ไทย - ออสเตรเลีย	พฤษภาคม 2545 สรุปการเจรจาทำ CER/FTA ภาพรวมเมื่อเดือนตุลาคม 2546 และจะจัดทำร่างความตกลงให้เสร็จในต้นปี 2547
พฤศจิกายน 2544 : ไทย - อินเดีย	ธันวาคม 2545 (1) มีการลงนามใน Framework Agreement เมื่อเดือน ตุลาคม 2546 และตกลงลดภาษีสินค้ากลุ่มแรก (2) ขั้นตอนต่อไปคือการเจรจาทำความตกลง FTA ฉบับสมบูรณ์
เมษายน 2545 : ไทย - ญี่ปุ่น	ต้นปี 2547 (มีเป้าหมายจะให้การเจรจาเสร็จสิ้น ในกลางปี 2547)
มิถุนายน 2545 : ไทย - บาหลีเรน	สิงหาคม - ธันวาคม 2545 เสร็จสิ้นขั้นตอนแรก คือ การจัดทำ Framework Agreement และจะดำเนินการต่อด้วยการทำความตกลง FTA ภาพรวม
เมษายน 2545 : ไทย - จีน	มิถุนายน 2546 ทำความตกลงจัดภาษีนำเข้าสินค้า ผักและผลไม้ระหว่างกันตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 (อยู่ในกรอบความตกลงจัดภาษีสินค้าเกษตรระหว่าง อาเซียนและจีน แต่ดำเนินการเร็วกว่า)
เมษายน 2545 : ไทย - สหรัฐฯ	ทำ Trade and Investment Framework Agreement (TIFA) แล้วเมื่อเดือนตุลาคม 2545 และการเจรจา ทำความตกลง FTA จะเริ่มในต้นปี 2547

เอเชียเป็นภูมิภาคหนึ่งที่เกี่ยวข้องกระแสนการทำให้ FTA ที่กำลังพุ่งแรงทั่วโลกด้วยเมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเทศในเอเชีย ปัจจุบัน สิงคโปร์เป็นประเทศที่ใช้ FTA เป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์เชิงรุกในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างแข็งขันมากที่สุด และรองลงมาคือไทย ในการดำเนินการเป็นกลุ่ม อาเซียนก็มีส่วนร่วมในกระแสนการทำให้ FTA อย่างแข็งขัน โดยเริ่มจากการสนองรับข้อเสนอของจีนให้มีการเจรจาทำความตกลง FTA การเจรจาระหว่างอาเซียนกับจีนตั้งแต่ต้นปี 2545 เป็นที่จับตามองของประเทศทั่วโลก เพราะเป็นการสร้างพันธมิตรเพื่อประสานประโยชน์ระหว่างประเทศสำคัญๆ ในเอเชีย และผลการเจรจาจะทำให้เกิดตลาดการค้าเสรีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งมีประชากรรวมกันถึง 1.7 พันล้านคน

การสร้างพันธมิตรกับจีนทำให้อาเซียนได้รับการทาบทามจากประเทศคู่ค้าอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างญี่ปุ่น ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดกับอาเซียนมากที่สุด ไม่อาจอยู่เฉยให้จีนช่วงชิงบทบาท จึงได้เสนอให้ขยายความสัมพันธ์และสร้าง Comprehensive Economic Partnership (CEP) อย่างค่อยเป็นค่อยไป (building block approach) (ซึ่งอาจเป็นเพราะญี่ปุ่นยังไม่พร้อมที่จะเปิดเสรีภาคเกษตร) โดยญี่ปุ่นจะเจรจาทวิภาคีกับสมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศที่มีความพร้อมก่อน ดังที่ได้ทำ

ความตกลง New Age Economic Partnership กับสิงคโปร์เสร็จสิ้นแล้ว (นับเป็นความตกลง FTA ฉบับแรกของญี่ปุ่น ซึ่งปรับเปลี่ยนนโยบายจากเดิมที่ยึดระบบการค้าและการเปิดเสรีพหุภาคีภายใต้ WTO เป็นหลัก) นอกจากญี่ปุ่น ซึ่งอาเซียนสนองรับเป็นอย่างดีแล้ว ยังสนองรับข้อเสนอของอินเดีย สหรัฐฯ และสหภาพยุโรปที่แสดงความกระตือรือร้นในการเร่งขยายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับอาเซียนโดยมีการวางกรอบและกลไกความร่วมมือชัดเจนยิ่งขึ้นกว่าที่ผ่านมา ด้วยการผูกสัมพันธ์สร้างพันธมิตรโดยเจรจา FTA เพื่อเปิดการค้าและการลงทุนเสรีกับหลายประเทศพร้อมกันทั้งในและนอกภูมิภาคเอเชีย นับว่าได้สร้างเสริมบทบาทของอาเซียนให้โดดเด่นยิ่งขึ้น โดยอาเซียนได้พยายามสร้างความสมดุลและอำนาจการต่อรองในการเจรจากับประเทศเหล่านี้ นอกจากนี้ อาเซียน จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ (หรือเรียกสั้นๆ ว่าอาเซียน+3) ก็ได้เริ่มพิจารณาในเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำความตกลง FTA ระหว่างกันในอนาคต (East Asia Free Trade Area)

ในส่วนของไทย การเจรจาทำความตกลง FTA กับจีน อินเดีย และทำกรอบความตกลงด้านการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ เป็นการดำเนินการที่ซ้อนกันไปในระดับทวิภาคีและระดับภูมิภาค ทำให้ต้องเร่งรัดการเจรจาทวิภาคีคู่หน้าไปก่อนการเจรจาภูมิภาค เพื่อให้เกิดผลที่เป็นประโยชน์ต่อไทยโดยตรงก่อน

การทำให้ FTAs ของไทยในระดับภูมิภาค

เห็นชอบให้เริ่มดำเนินการ	เปิดเจรจา
พฤศจิกายน 2543 : อาเซียน - จีน	พฤศจิกายน 2544 : (1) ทำ Framework Agreement รวมความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน เสร็จสิ้นแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 (2) กำลังเจรจาทำความตกลง FTA โดยตั้งเป้าหมายที่จะสรุปการเจรจาในกลางปี 2547
พฤศจิกายน 2544 : อาเซียน - อินเดีย	พฤศจิกายน 2545 : (1) เมื่อเดือนตุลาคม 2546 ผู้นำอาเซียนและอินเดียลงนามใน Framework Agreement ซึ่งแสดงความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (2) เจรจาท่าความตกลง FTA ฉบับสมบูรณ์
เมษายน 2545 : อาเซียน - สหรัฐฯ	กำลังทำ Trade and Investment Agreement ซึ่งมุ่งเน้นการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจปูทางสำหรับการทำความตกลง FTA ในอนาคต
เมษายน 2546 : อาเซียน - สหภาพยุโรป	กำลังทำ Trans-regional EU-ASEAN Trade Initiative (TREATI) ซึ่งมุ่งเน้นการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพื่อปูทางสำหรับการทำความตกลง

ธุรกิจมันสำปะหลังฯ ได้รับประโยชน์ อย่างไรจาก FTAs

มันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยซึ่งทำให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องและนำเงินตราเข้าประเทศ ไทยเป็นผู้ผลิตสินค้ามันสำปะหลังเป็นอันดับ 3 ของโลก (รองจาก ไนจีเรียและบราซิล) และส่งออกผลผลิตส่วนใหญ่ ประมาณปีละ 4-5 ล้านตัน มูลค่ามากกว่า 2 หมื่นล้านบาทต่อปี โดยส่งออกในรูปแบบเส้นมันอัดเม็ด แป้งมันสำปะหลัง แป้งหยาบทำจากมันสำปะหลัง สตาร์ช เด็กตริน และโมดิไฟด์สตาร์ช และสาคุ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังใช้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ ผงชูรส แอลกอฮอล์ เครื่องดื่ม ยารักษาโรค ยา-สีฟัน เครื่องสำอาง กระดาษ ไม้อัด แอลกอฮอล์ และเอทานอล เป็นต้น

ตลาดส่งออกหลักของไทยได้แก่ จีน (28.2%) ญี่ปุ่น (16.4%) เนเธอร์แลนด์ (9.1%) อินโดนีเซีย (8.6%) สหรัฐฯ (2.6%) และออสเตรเลีย (1.5%)

FTAs เป็นการให้แต้มต่อระหว่างประเทศพันธมิตรในกลุ่ม ซึ่งเป็นส่วนเพิ่ม (Plus) จากการเปิดเสรีในระดับโลกของ WTO การทำความตกลง FTAs ของรัฐบาลเป็นการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนของทั้งสองฝ่ายได้ใช้สิทธิในการเข้าตลาดของอีกฝ่าย จากการลดภาษีศุลกากรและการลดอุปสรรคอื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี และใช้ประโยชน์จากความร่วมมือในลักษณะต่างๆ ประกอบกันไป โดยมีการกำหนดกลไกรองรับการป้องกันและแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ทั้งนี้ การเป็นพันธมิตร FTA เป็นการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทำให้ประเทศในกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันเป็นพิเศษกว่าที่เคยเป็นมา FTA จึงเป็นสิ่งสร้างเสริมเจตนารมณ์ทางการเมืองในการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจทั้งการค้าและการลงทุน และการสร้างกลไกในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปอย่างรวดเร็วกว่าเดิม

ประโยชน์ที่ผู้ส่งออกสินค้ามันสำปะหลังจะได้รับโดยตรงและทันทีคืออัตราภาษีศุลกากรที่ลดลงต่ำซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนและทำให้ได้เปรียบคู่แข่งขึ้นโดยเปรียบเทียบในด้านราคา

ไทยทำความตกลงกับจีนในการลดภาษีศุลกากรสินค้าเกษตรพิกัด 07-08 ลงเป็นร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 สินค้ามันเส้นและมันอัดเม็ดอยู่ใน พิกัด 07 จึงได้รับสิทธิประโยชน์ภายใต้ความตกลงนี้ด้วย แทนที่จะเก็บภาษีสินค้ามันสำปะหลังไทยในอัตราร้อยละ 6 เช่นเดียวกับที่เก็บจากประเทศคู่ค้าอื่นๆ จีนเป็นตลาดที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะมันเส้น ไทยส่งออกไปจีนมากกว่าร้อยละ 90 ซึ่งจีนใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแอลกอฮอล์และกรดมะนาว ทั้งสองอุตสาหกรรมนี้ มีความต้องการใช้

มันเส้นประมาณ 1,250,000 - 1,450,000 ตันต่อปี ส่วนอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ยังไม่ได้ใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบ แต่ได้มีการนำเข้าเพื่อที่จะนำมาใช้ จึงเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ไทยจะแข่งขันกับจีนได้ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการผลิตผงชูรสและสารความหวาน และอุตสาหกรรมกระดาษของจีน ซึ่งกำลังขยายตัว ก็สามารถรองรับสินค้ามันสำปะหลังของไทยได้อีกมาก การเปิดเสรีเร็วขึ้นกว่าที่จีนผูกพันไว้ใน WTO และเร็วกว่าประเทศอาเซียนอื่นๆ ที่ร่วมเจรจา FTA อาเซียน-จีน ย่อมทำให้สินค้ามันสำปะหลังของไทยได้เปรียบด้านราคาในการแข่งขันกับอินโดนีเซีย และเวียดนาม (เสียภาษีในอัตราร้อยละหนึ่งของอัตรากบัตริ์ MFN)

สำหรับตลาดอินเดีย สินค้ามันสำปะหลังของไทยยังถือเป็นสินค้าใหม่ที่อยู่ในระยะต้นของการบุกเบิกตลาดการส่งออกจึงมีมูลค่าต่ำ ในการทำ FTA ระหว่างไทยกับอินเดีย สินค้ามันสำปะหลังไม่ได้รวมอยู่ในกลุ่มสินค้า Early Harvest ที่ทั้งสองฝ่ายตกลงกันภายใต้เงื่อนไขเป็นร้อยละ 0 ใน 3 ปี ปัจจุบันอินเดียเปิดให้มีการนำเข้าสินค้ามันสำปะหลังอย่างเสรี (ยกเว้นแป้งมันสำปะหลังที่มีการจำกัดปริมาณนำเข้า) และกำหนดอัตรากำหนดนำเข้ามันสำปะหลังร้อยละ 30 ซึ่งเป็นอัตรากำหนดสูงสุดเพื่อปกป้องอัญพืชที่อินเดียผลิตได้และเป็นสินค้าทดแทนมันสำปะหลัง ในการเจรจาเพื่อเปิดเสรีภายใต้ FTA ไทย-อินเดีย ระยะต่อไป ควรที่จะรวมสินค้ามันสำปะหลังเข้าในกลุ่มสินค้าที่จะมีการลดภาษีลงต่ำโดยเร็ว เพราะอินเดียมีศักยภาพที่จะเป็นตลาดใหญ่อีกตลาดหนึ่งสำหรับสินค้ามันสำปะหลังของไทย

ไทยส่งออกสินค้ามันสำปะหลังไปออสเตรเลียเป็นสัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 2 ของยอดมูลค่าการส่งออกมันสำปะหลังไทย และการส่งออกก็มีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันออสเตรเลียเก็บภาษีสินค้านี้ในอัตราร้อยละ 0 การทำ FTA ไทย-ออสเตรเลีย จึงไม่ได้ให้ประโยชน์ในด้านการลดภาษี แต่ประโยชน์ที่ได้รับนั้นอยู่ที่การกำหนดกลไกในการแก้ไขปัญหา อุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี ซึ่งภาคเอกชนผู้ส่งออกของไทยควรประสานงานอย่างใกล้ชิดกับภาครัฐ เพื่อแจ้งข้อมูลและปัญหาอุปสรรค

ญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกมันอัดเม็ด มันเส้น และแป้งมันสำปะหลัง ที่มีสัดส่วนร้อยละ 16.5 ของยอดมูลค่าส่งออกมันสำปะหลังของไทย ภาษีนำเข้าสินค้ามันสำปะหลังที่ญี่ปุ่นเรียกเก็บมีอัตราดังนี้

1. มันเส้นและมันอัดเม็ด : อัตราร้อยละ 0 กรณีที่ใช้เพื่อเลี้ยงสัตว์ และอัตราร้อยละ 15 กรณีที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น
2. แป้งมันสำปะหลัง : อัตราร้อยละ 0 กรณีที่ใช้เพื่อเลี้ยงสัตว์ และอัตราร้อยละ 15 กรณีที่ใช้ในอุตสาหกรรมอื่น
3. สตาร์ช : อัตรากำหนดร้อยละ 25
4. โมดิไฟด์สตาร์ช : อัตรากำหนดร้อยละ 6.8 แต่ญี่ปุ่นได้ให้สิทธิพิเศษทางภาษี (GSP) แก่ประเทศกำลังพัฒนา

กำหนดโควตาโมดิไฟส์ตาร์ช ไร่จำนวน 12,000 ล้านเยน (หรือ 4,700 ล้านบาท) อัตราภาษีร้อยละ 0 หากนำเข้าเกินโควตา เสียภาษีในอัตราปกติคือร้อยละ 6.8 ในการจัดทำ FTA กับไทย ญี่ปุ่นระบุว่าสินค้าแบ่งเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่อ่อนไหว (sensitive) สำหรับญี่ปุ่นจึงขอยกเว้นจากการเปิดเสรีภายใต้ FTA กับไทย คือไม่ลดภาษีให้ไทยเป็นพิเศษ นับเป็นประเด็นสำคัญที่ไทยจะเจรจากับญี่ปุ่นต่อไปในการทำความตกลง FTA ในปี 2547

สหรัฐ เป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีศักยภาพสูงในการนำเข้าสินค้ามันสำปะหลังไทย สินค้าสำคัญคือ เด็กซ์ตริน แต่การส่งออกมีแนวโน้มลดลงในระยะหลังจาก 13,788 ตัน เมื่อปี 2541 สู่ระดับ 7,584 ตัน มูลค่า 2.8 ล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อปี 2545 คู่แข่งของไทยในตลาดนี้คือเนเธอร์แลนด์ แคนาดา และฝรั่งเศส การจัดทำ FTA กับสหรัฐ จะให้ประโยชน์ในการขยายการส่งออกสินค้ามันสำปะหลังไทย

อย่างไรก็ดี การแก้ไขอุปสรรคด้านภาษีศุลกากรไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่จะทำให้การส่งออกสินค้ามันสำปะหลังขยายตัวในตลาดพันธมิตร FTAs เพราะยังมีปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกัน ทั้งมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีของประเทศคู่ค้า คุณภาพสินค้ามันสำปะหลังของไทยเอง ความสามารถในการแข่งขันและสถานการณ์ในตลาดซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้าอื่นๆที่เป็นคู่แข่งของมันสำปะหลัง เช่น ข้าวโพดและธัญพืชอื่น และปลาป่น เป็นต้น

การที่ภาคเอกชนจะได้รับประโยชน์จาก FTAs ก็โดยการมีโอกาสและใช้สิทธิที่เปิดกว้างเป็นพิเศษสำหรับไทย ซึ่งประเทศในกลุ่ม FTAs ไม่ได้รับ กรณีสินค้ามันสำปะหลัง มีข้อได้เปรียบสินค้าอื่นๆโดยทั่วไปตรงที่ผู้ผลิตสินค้านี้ของไทยไม่ต้องห่วงกังวลตลาดพันธมิตร FTAs ของไทยจะส่งสินค้าชนิดเดียวกันเข้ามาแข่งขันในตลาดของไทยเอง FTAs จึงน่าจะให้ประโยชน์แก่ผู้ผลิตและส่งออกมันสำปะหลัง โดยไม่ต้องกังวลถึงผลกระทบจากผู้ผลิตสินค้าอื่นๆ ผู้ส่งออกจึงสามารถมองออกไปยังตลาดพันธมิตร FTAs และมุ่งที่จะรุกอย่างเต็มที่ ได้โดยไม่ต้องตั้งรับ การทำ FTA จึงให้ประโยชน์แก่อุตสาหกรรมมันสำปะหลังไทย มากกว่าที่จะส่งผลกระทบต่อ

ในการใช้ประโยชน์จากความตกลง FTAs ผู้ผลิตและผู้ส่งออกมันสำปะหลังควรดำเนินการใน 2 เรื่องหลักคือ

- (1) ด้านอุปทาน (supply) ได้แก่การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน และตรงกับความต้องการของตลาด การยึดถือจริยธรรมทางการค้าโดยรักษาคุณภาพของสินค้า สร้างความเชื่อมั่นทั้งในด้านคุณภาพและการส่งมอบสินค้า รวมทั้งการให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้อง
- (2) ด้านอุปสงค์ (demand) ได้แก่การทำธุรกิจโดยใช้การตลาดนำ กำหนดยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อกระตุ้นอุปสงค์ โดยประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้าทั้งในด้านประโยชน์ที่จะใช้ในหลายอุตสาหกรรมและวิธีการใช้ เพราะมันสำปะหลังยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดต่างๆ รวมทั้งพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

