

1. คำนำ

ผู้เขียนได้พบว่าในหน้าหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับความก้าวหน้าของโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ที่รายงานมา ดังนี้

1. สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคไทยรักไทยท่านหนึ่งของจังหวัดลำปาง ได้ให้ข่าวกับนักข่าวว่า “.....การดำเนินงานในโครงการนี้พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการตลาด สินค้าที่ประชาชนผลิตออกมานั้น ยังไม่มีตลาดที่สามารถรองรับได้อย่างจริงจัง” (เดลินิวส์ 21 มกราคม 2545)

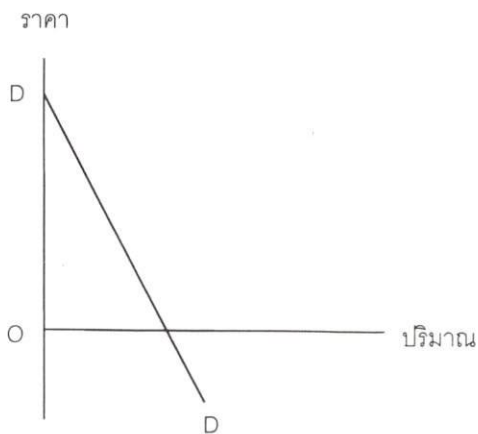
2. “ชุดไทยบนยุโรปไม่ซื้อสินค้า 1 ตำบล 1 รายงานข่าวจากกระทรวงการต่างประเทศ แจ้งว่า ขณะนี้บรรดาเจ้าหน้าที่ชุดไทยประจำประเทศต่างๆ กำลังยึดอึดกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้เจ้าหน้าที่ชุดเป็นเซลล์แมนขายสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ โดยมีกริยาคล้อยตามว่า หากทำไม่ได้จะไม่ให้ย้ายออกจากตำแหน่ง ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันชาวตะวันตกไม่ค่อยให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์จักสานและเครื่องเงินของไทยเหมือนในอดีต เพราะรักษายาก และไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือรีไซเคิลได้ อีกทั้งปัจจุบันสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ มีจำนวนมากที่ขาดคุณภาพทำให้ไม่เป็นที่นิยม กระทรวงการต่างประเทศได้เสนอแนะข้อมูลให้กับรัฐบาล โดยผ่านกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แต่ไม่ได้รับการแก้ไข ยิ่งไปกว่านั้นกลับเร่งให้มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น ทั้งๆ ที่แม้แต่คนในพื้นที่ยังไม่ซื้อสินค้าดังกล่าวด้วย” (เดลินิวส์ 22 มกราคม 2545)

ข่าวที่เกิดขึ้นเช่นนี้ไม่เป็นที่น่าประหลาดใจและ ผู้เขียนเคยคาดหมายไว้แล้วในวารสารนี้ฉบับเดือน มกราคม - เมษายน 2544 ผู้เขียนรู้สึกว่าเป็นปรากฏการณ์ที่ทำหายและเป็นแบบฝึกหัดสำหรับลับสมองให้หมดสติ จึงขอเสนอในที่นี้

2. ลักษณะของเส้นอุปสงค์และอุปทานของสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์

โดยเหตุที่ว่าสินค้าประเภทนี้เป็นรายการปลีกย่อยที่เกือบจะไม่มีผลในแบบแผนการบริโภคของคนทั่วไปในความหมายที่ว่า มิใช่เป็นสิ่งของที่คนหม่ำมากซื้อบริโภคกันเป็นประจำ หรือซื้อแต่ละครั้งเป็นปริมาณพอสมควร หรือซื้อบ่อยๆ แต่เป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อไปฝากคนทางบ้านในฐานะเป็นของที่ระลึก หรือเป็นรายการอาหารประจำท้องถิ่นที่ถูกค้าส่วนมากเป็นคนในพื้นที่ เส้นอุปสงค์สำหรับสินค้าประเภทนี้จึงมีลักษณะเฉพาะ คือ

1. เป็นเส้นอุปสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเป็นจำนวนน้อย
2. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อยต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา คือ ไม่ว่าราคาจะสูงหรือต่ำกว่าเดิมอย่างไร ปริมาณที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย
3. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อยต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ คือ ไม่ว่ารายได้ของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ปริมาณที่ต้องการซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลงไปมาก
4. อุปสงค์มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของรสนิยม คือ ตำแหน่งของเส้นอุปสงค์จะเปลี่ยนไปได้ง่ายและรวดเร็ว เช่น ถ้าเป็นสินค้าพื้นเมืองที่ไม่มีการปรับปรุงให้สอดคล้องกับรสนิยมและวิถีชีวิตสมัยใหม่ ตำแหน่งของเส้นอุปสงค์จะถดถอยอย่างรวดเร็ว ด้วยลักษณะดังกล่าว เส้นอุปสงค์จะมีความชันมากและอยู่ไม่ห่างจากจุด Origin มากนัก



ในรูปนี้ให้เส้น DD เป็นเส้นอุปสงค์สำหรับสินค้าประเภทนี้ ผู้เขียนเจตนาต่อปลายเส้นลงไปถึงบริเวณที่ราคามีค่าเป็นลบ ที่แสดงว่าถ้าต้องการขายให้ได้มากๆ ผู้ขายอาจต้องยกให้ฟรีแล้วแถมเงินให้ด้วยจึงจะมีคนซื้อ

ในกรณีที่สนิคมเปลี่ยนแปลง คือ คนเลิกนิยมซื้อเส้นอุปสงค์จะเคลื่อนที่ไปทางซ้าย แต่ถ้ามีมาตรการผลักดันส่งเสริมทางการตลาด เช่น ให้ตำบลใกล้เคียงช่วยรับเอาของไปขายให้ หรือมีคำสั่งให้ทูตไทยในต่างประเทศช่วยขายให้ เส้นอุปสงค์จะเลื่อนมาทางขวา

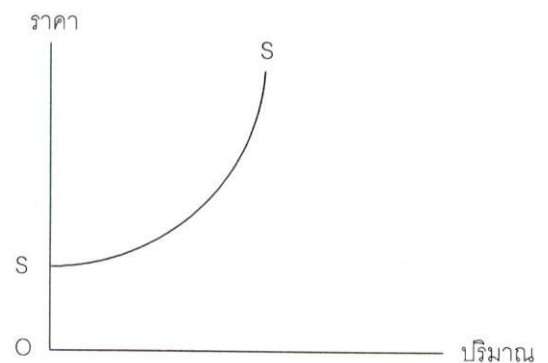
สำหรับเส้นอุปทาน สินค้าประเภทนี้มีลักษณะเฉพาะทางการผลิตบางประการที่มีผลต่อรูปร่างลักษณะของเส้นอุปทาน ดังนี้ คือ

1. เป็นสินค้าที่ผลิตโดยหน่วยธุรกิจที่เล็กมาก และใช้เครื่องมืออุปกรณ์น้อยชิ้น เกือบจะไม่มีการใช้พลังงานจักรกล
2. ผลิตด้วยวิธีการที่ใช้กันอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้หรือแสวงหาเทคโนโลยีใหม่
3. ใช้วัสดุในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ มีการแปรรูปเพียงเล็กน้อย คือ กระบวนการผลิตมีเพียงไม่กี่ขั้นตอน

ลักษณะที่ (1) ทำให้ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากการผลิตเป็นจำนวนมาก (Economies of scale) ที่ช่วยลดต้นทุนเฉลี่ย ทำให้ต้นทุน MC ของ

การผลิตเพิ่มสูงขึ้นรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปลาย ทำให้เส้นอุปทานลาดชันไปทางขวาค่อนข้างชัน คือ มีความยืดหยุ่นน้อย ลักษณะที่ (2) ทำให้การผลิตไม่เกิดผลข้างเคียง (Externalities) ที่ให้ประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าอื่นๆ ในพื้นที่ และลักษณะที่ (3) ทำให้การผลิตไม่เกิดผลเชื่อมโยงและต่อเนื่อง (Linkage effects) ที่ช่วยกระตุ้นการผลิตสินค้าและบริการชนิดอื่นๆ ที่เป็น input ให้เติบโตตามไปด้วย

ด้วยลักษณะข้อ (1) เส้นอุปทานจะมีลักษณะดังรูปนี้

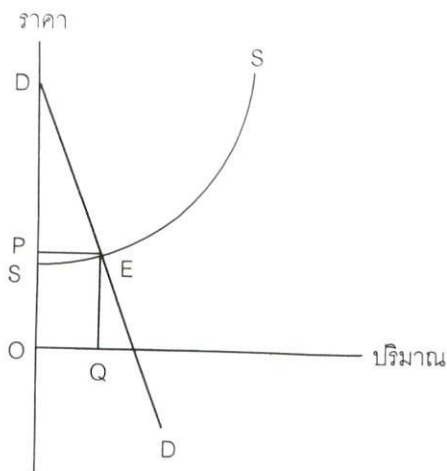


ส่วนลักษณะที่ (2) และ (3) จะทำให้การผลิตสินค้าประเภทนี้ไม่มีผลในทางกระตุ้นเศรษฐกิจการผลิตของท้องถิ่น

3. คุณภาพของตลาด

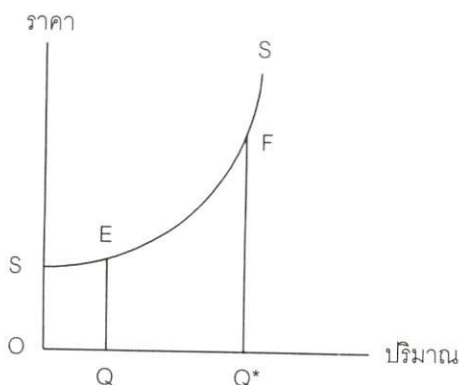
ผู้เขียนจะนำเสนอเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรกที่เป็นอยู่ตามปกติก่อนที่จะได้รับการเลือกเป็นสินค้าในโครงการ และขั้นที่ 2 ภายหลังที่เข้าเป็นสินค้าในโครงการ และได้รับเงินกู้มาขยายการผลิต เป็น จำนวน 1 ล้านบาท

1. ก่อนเข้าเป็นสินค้าในโครงการ กรณีนี้เป็นสถานการณ์ที่เป็นอยู่ตามปกติ โดยมีผู้บริโภคที่ประกอบด้วยบุคคลในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว



ในขั้นนี้ดุลยภาพของตลาดอยู่กับการผลิตเป็นปริมาณ OQ และราคา OP รายรับจากการขายทั้งหมด (TR) มีมูลค่าเท่ากับพื้นที่รูป $OQEP$ และต้นทุนทั้งหมด (TC) มีค่าเท่ากับพื้นที่รูป $OQES$ ที่ดุลยภาพนี้ ผู้ผลิตได้รับกำไรเป็นมูลค่าเท่ากับพื้นที่รูป SEP ซึ่งเพียงพอเลี้ยงครอบครัวและทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้

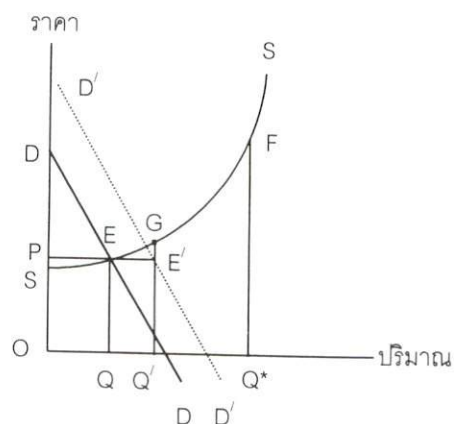
2. ภายหลังเข้าเป็นสินค้าในโครงการ เมื่อได้รับเลือกเข้าโครงการ จะได้รับเงินกู้ จำนวน 1 ล้านบาท มาขยายกิจการทำการผลิตเพิ่ม ผู้ผลิตจะขยายการผลิตจากเดิมที่จุด Q ออกไปอีกจำนวนหนึ่งจนหมดเงิน 1 ล้านบาท



สมมติว่าเงิน 1 ล้านบาท ใช้ผลิตวัตถุดิบนี้ได้ QQ^* หน่วย ที่ตรงกับจุด F บนเส้นอุปทาน เมื่อเป็นเช่นนี้ ดุลยภาพของตลาดจะเปลี่ยนไป พร้อมทั้งมีเงื่อนไขใหม่เพิ่มขึ้น คือ

1. ให้ขายในราคาเดิม OP
2. ใช้มาตรการผลักดันการตลาดด้วยการให้ค่าปลอกี้เลี้ยงและชุดไทยในต่างประเทศช่วยขาย

เงื่อนไขที่ (2) ทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนที่ไปทางขวา ไปอยู่ที่ $D'D'$ ดังรูป



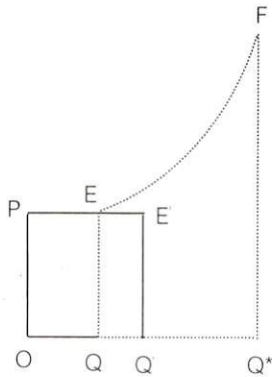
ที่ระดับราคาเดิมและด้วยเส้นอุปสงค์เส้นใหม่ จะทำให้ขายได้เป็นปริมาณ OQ' หน่วย คือเพิ่มขึ้น QQ' หน่วย ที่ดุลยภาพใหม่นี้รายรับทั้งหมด (TR) จากการขาย คือ พื้นที่รูป $OQ'E'P$ และต้นทุนทั้งหมด (TC) สำหรับส่วนที่ขายได้ก็คือ พื้นที่รูป $OQ'GS$ ตามรูปนี้ จะเห็นว่าเกิดการขาดทุน จากส่วนที่ขายภายใต้โครงการเป็นมูลค่าเท่ากับพื้นที่รูป $EE'G$

อย่างไรก็ดี สำหรับผู้ผลิตแล้ว เขาจะไม่รู้สึกถึงการขาดทุนส่วนนี้แต่ประการใด คือ ยังได้รับกำไรจากส่วนที่ขายให้ลูกค้าประจำ คือรูป SEP ยิ่งกว่านี้การที่มียารับทั้งหมดเพิ่มขึ้น ที่กลายเป็นรายได้ของเขาเอง คือพื้นที่รูป $QQ'E'E$ เขาจะยิ่งรู้สึกว่าได้ประโยชน์จากโครงการ ความรู้สึกเช่นนี้จะดำรงอยู่ในช่วงเวลาที่เอาเงินกู้มาใช้ทำการผลิตเพิ่ม โดยยังไม่ต้องชำระคืน คือ ยังไม่มีรายจ่ายเกิดขึ้น เรื่องนี้คล้ายกับกรณีที่บริษัทเงินทุนและ

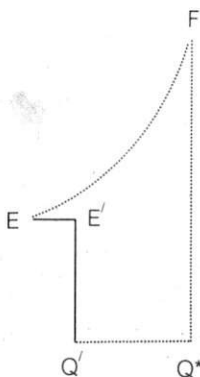
หลักทรัพย์กู้เงินจากต่างประเทศมาปล่อยกู้ให้ลูกค้า ในระยะแรกจะรู้ดีกว่าร้าย เพราะเจ้าหนี้ยังไม่ตามมาเก็บหนี้

4. ความสูญเสียต่อเศรษฐกิจส่วนรวม

ส่วนนี้หมายถึงการสูญเสียที่ผู้เสียภาษีทุกคนเป็นผู้รับภาระ เนื่องจากเอาเงินภาษีของเราไปให้กู้ลงทุนที่เกิดผลตอบแทนน้อยหรือไม่เกิดผลตอบแทนเลย (Non Performing Loans : NPL) ในรูปนี้ถ้าเราเปรียบเทียบขนาดของรายรับทั้งหมด ที่ได้จากการขายภายใต้โครงการกับต้นทุนทั้งหมดที่จ่ายไปภายใต้โครงการ ก็เห็นภาพ



ในรูปนี้รายรับทั้งหมดที่ได้จากการขายภายใต้โครงการ คือ พื้นที่รูป $QQ'E'E$ และต้นทุนทั้งหมด คือ พื้นที่รูป $QQ*FE$ ที่ซ้อนกันอยู่บางส่วน ถ้าหักลบรายได้เพิ่มจากโครงการออกเสียจากต้นทุนทั้งหมด จะเห็นช่องว่างเกิดขึ้น คือ รูป $Q'Q*FEE'$



ส่วนที่เหลือนี้ก็คือ ความขาดทุนของโครงการ หรือความสูญเสียเปล่า ที่เกิดจากการเอาเงินไปใช้ลงทุนที่ไม่เกิดผลตอบแทน (NPL) ที่รัฐบาลเป็นผู้สร้างโดยเอาเงินภาษีของเราไปปล่อยให้กู้

5. สรุป

ความหวังของรัฐบาลที่จะให้โครงการนี้ช่วยฟื้นเศรษฐกิจจากระดับรากหญ้า ผู้เขียนคิดว่าเป็นความหวังที่เลื่อนลอย เพราะวิเคราะห์หัดแล้ว โครงการนี้ยังยืนต่อไปไม่ได้ เงินกู้หมดเมื่อไรก็ล้มเมื่อนั้น และยังสร้าง NPL ขึ้นใหม่ด้วย

ความหวังของโครงการที่จะให้ชาวบ้านมีเงินใช้จ่ายซื้อของจากโครงการอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง แล้วจะเกิดผลทวีคูณทางด้านรายได้ (Multiplier effect) ที่จะทำให้เกิดการขยายตัวต่อไปนั้น ผิดความหวังไว้กับการใช้จ่ายรายได้เพิ่มที่แสดงไว้ด้วยรูป $QQ'E'E$ นั้น ก็เป็นความหวังที่เลื่อนลอยเช่นเดียวกัน เพราะตั้งอยู่บนข้อสมมติที่ว่า ชาวบ้านเขาใช้สินค้าทดแทนพื้นบ้านในชีวิตประจำวัน ข้อสมมตินี้ผิดพลาดจากความเป็นจริงไปมาก ในปัจจุบันนี้ชาวบ้านเขาใช้จ่ายซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคจากตลาดในเมืองหรือจากซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ เช่น คาร์ฟูร์ แมคโคร และโลตัส และซื้อสินค้าสมัยใหม่ที่ทำจากโรงงาน มีใช้เครื่องจักรสาน กระบุง ตะกร้า ฯลฯ ในบ้านเขาใช้เตาแก๊ส ตู้เย็น หม้อหุงข้าวไฟฟ้า รถจักรยานยนต์ รถปิกอัพ เสื้อผ้าตามสมัยนิยม และหลายคนมีโทรศัพท์มือถือ นักวิชาการ ปัญญาชน และผู้บริหารที่อยู่ในกรุงเทพฯ คงคิดว่าชาวบ้านเขามีความเป็นอยู่เหมือนเมื่อ 70 ปีมาแล้ว และสวมเสื้อหม้อฮ่อม ผ้าขาวม้าคาดเอว ฯลฯ ซึ่งแฟชันชุด “เกษตรกร” เช่นนี้ ชาวบ้านเขาสวมใส่เวลามาต้อนรับ VIP จากกรุงเทพฯ เท่านั้น เช่น รัฐมนตรี ศ.ส. และหัวหน้าพรรคการเมือง