

Government and Business Relations

Preecha Jarungidanan

Due to mutual distrusts, government and business relations in Thailand have not been smooth. This paper analyzes the reasons behind this regrettable situation. It also suggests measures which government and business should adopt in order to foster and promote mutual understanding and good will which are essential for the enhancement of national interest.

Impacts of Policy Conflicts on Related Industries : A Case Study of Soybean and Soybean-meals

Tamrong Chomaitong

Soybeans and soybean-meals are primary products substantially used in many agro-based industries. The Thai government has a firm policy to promote production of soybeans to substitute increasing imports in the form of soybean meals, mainly due to an expansion in livestock production and hence the production of animal feeds.

A number of policy measures have been implemented both in the production and marketing aspects, such as production and distribution of high-yield seeds, setting up of minimum farm price, control of imports of soybeans, soybean oil, and soybean meals, and imposition of import taxes and tariffs. However, the so-called "marketing measures" have brought a number of problems i.e., inefficiency in production of soybean and soybean meals, inconsistency of price structure, and practical difficulties to importers and users of the product. This has resulted in rising production costs of animal feeds and livestock, and, in turn, reduced competitiveness of Thai livestock products in the world market. The long run impacts of these policy measures are not limited to raisers and exporters of livestock products, but also to all parties in the industry chain, including original input producers such as the soybean farmers.

Therefore, it is suggested that the government should no longer resort to price guarantee and import control in promoting production of soybeans, but should rather focus on improving efficiency both at the production and at the marketing levels. In addition, related regulations and rules which are not in line with this concept should be revised accordingly.

Export Development Strategies : A Behavioral Approach

ณนทิต จาตุศรีพิทักษ์

ความสำเร็จในการพัฒนาการส่งออกไม่เพียงแต่จะมีผลทำให้ฐานะดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว ฉะนั้น ในบรรดาประเทศต่าง ๆ ที่เน้นการพัฒนาการส่งออกจึงได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ ในการแสวงหามาตรการจูงใจต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการส่งออกของประเทศให้ขยายตัวออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญต่อเครื่องมือจูงใจทางด้านการเงิน อย่างไรก็ดี ดูเหมือนว่านโยบายจูงใจต่าง ๆ ที่นิยมใช้ โดยทั่วไปนั้นจะให้ความสำคัญในแง่ของมหภาค และค่อนข้างละเลยการพิจารณาในระดับของจุลภาค หรืออีกนัยหนึ่งในระดับของพฤติกรรมองค์การของธุรกิจ การส่งออกของประเทศจะขยายตัวหรือไม่นั้น แท้จริงแล้วขึ้นอยู่กับการศึกษาของผู้นำของบริษัทผู้ผลิตสินค้าเป็นสำคัญ ฉะนั้น การพัฒนาการส่งออกที่ได้ผลจะต้องหันมาพิจารณาปัจจัยทางด้าน “พฤติกรรม” ของบริษัทธุรกิจให้มากขึ้น ต่อเมื่อผู้กำหนดนโยบายการพัฒนาการส่งออก สามารถเรียนรู้และเข้าใจถึงขั้นตอนแห่งกระบวนการตัดสินใจที่จะส่งออกหรือขยายการส่งออกของบริษัทธุรกิจแล้ว นโยบายจูงใจจึงจะสามารถได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นขั้นตอนเพื่อใช้ในการกระตุ้นให้บริษัทธุรกิจเหล่านั้นเริ่มสนใจและนำไปสู่การตัดสินใจส่งออกในที่สุด ด้วยเหตุผลดังกล่าว บทความชิ้นนี้จึงถูกเขียนขึ้นมาโดยพิจารณาปัจจัยด้าน “พฤติกรรม” ขององค์การธุรกิจในการตัดสินใจส่งออกเป็นสำคัญ และมีลักษณะของการนำเสนอทางด้านแนวคิด (concept) ถึงขั้นตอนแห่งการตัดสินใจส่งออกของบริษัทธุรกิจเอกชน โดยอาศัยการประยุกต์ทฤษฎีทางด้านการตลาดเป็นเครื่องมือในการอธิบาย