

บทคัดย่อ

มะม่วงถือได้ว่าเป็นสินค้าเกษตรชนิดหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับเกษตรกรชาวไทยและมีความสำคัญในฐานะหนึ่งในผลไม้เศรษฐกิจของประเทศ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันการส่งออกจะมีปริมาณน้อย แต่ก็มีแนวโน้มความต้องการจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และทำรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่าปีละ 700 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร 2554) ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยสำหรับการส่งออกมะม่วงสดได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลี ประเทศในสหภาพยุโรป สิงคโปร์ ฮองกง และเวียดนาม โดยมีประเทศเม็กซิโก ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และไต้หวัน ได้เข้ามาเป็นคู่แข่งในตลาดการส่งออกมะม่วงกับไทย ซึ่งทำให้มีการแข่งขันกันของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ดังนั้น มะม่วงจึงอยู่ในกลุ่มสินค้าเกษตรเป้าหมายที่ควรต้องเร่งศึกษา เนื่องจากเป็นพืชที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังต่างประเทศและครองส่วนแบ่งตลาดสูงอยู่ในพืชเศรษฐกิจหลัก 32 ชนิดตามประกาศของกรมวิชาการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ซึ่งมีศักยภาพด้านการตลาดเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แต่ยังเป็นผลไม้ที่มีข้อจำกัดมาก เนื่องจากเป็นผลไม้เปลือกบางที่อายุการเก็บเกี่ยวสั้น เน่าเสียได้ง่าย เกิดความเสียหายเนื่องจากการขนส่งได้ง่าย และมีต้นทุนการขนส่งสูง (จากการเปรียบเทียบโครงสร้างต้นทุนของการขนส่งสินค้าแยกตามประเภทสินค้า จำนวน 20 ประเภท ของโครงการศึกษาต้นทุนการขนส่งที่แท้จริงของทางบก ทางน้ำ และทางรถไฟ พบว่ามะม่วงสดซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้า 20 ประเภท ที่ถูกนำมาศึกษา มีต้นทุนต่อหน่วยการขนส่ง (ตัน-กิโลเมตร) สูงที่สุดโดยสาเหตุส่วนหนึ่งคือลักษณะสินค้าเป็นผลไม้เปลือกบาง บอบช้ำง่าย และสุกเร็ว จึงไม่นิยมขนส่งที่ละมากๆ) นอกจากนี้ยังมีปัญหาการตลาดที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลผลิตออกพร้อมกันในพื้นที่ผลิตทำให้เกิดปัญหาล้นตลาดดังนั้นการขยายตลาดโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่สามารถตอบโจทย์ได้ การศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกมะม่วงไปยังยุโรป และประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งทำการศึกษากิจการปฏิบัติต่างๆ ในระบบห่วงโซ่อุปทาน ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน มาตรฐาน คุณภาพ และข้อกำหนดต่างๆ ของการส่งออก และการนำเข้า ตลอดจนระเบียบ พิธีการศุลกากร ของการส่งออกในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางบก และทางอากาศ และที่สำคัญ การศึกษาด้านมาตรการการค้าที่มีใช้ภาษีศุลกากรของประเทศผู้นำเข้า โดยข้อเท็จจริง และการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์สำหรับการหาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการแก้ปัญหา และการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับห่วงโซ่อุปทานของมะม่วงเพื่อการส่งออกของไทย อันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการวางแผนการตลาด สนับสนุนควบคุมการบริหารจัดการการจัดเก็บการเคลื่อนย้ายการขนส่งและกระจายผลผลิตให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ลดการสูญเสียและต้นทุนที่มีมูลค่าสูง นอกจากนี้การศึกษาตลาดสำหรับการส่งออกเชิงเปรียบเทียบ โดยพิจารณาประเทศที่สามารถรองรับผลผลิตเกษตรกรประกอบกับประเทศที่รับผลผลิตเกรดสูงโดยเปรียบเทียบ กิจกรรม และ ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน อีกทั้งยังสามารถหาแนวทางในการระบายผลผลิตมะม่วงในฤดูที่ผลผลิตออกพร้อมกันจำนวนมาก ทั้งนี้ การศึกษาการปรับปรุงระบบห่วงโซ่อุปทานมะม่วงสดเพื่อการส่งออกยังสามารถใช้เป็นการศึกษาต้นแบบเพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้ผลไม้ประเภทอื่นๆ ที่มีความคล้ายคลึงกันนำผลการศึกษาไปปรับใช้ได้

แผนงานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะ ส่งเสริม สนับสนุน ให้กลุ่มเกษตรกร องค์กรเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องใน ห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกมะม่วงน้ำดอกไม้ ได้ทราบแนวโน้ม ข้อมูลที่จำเป็น เพื่อกำหนดทิศทางในการดำเนินการที่จะปรับตัว และ ปรับปรุงการดำเนินการต่างๆ ให้สอดคล้อง และ สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยแผนงานให้ความสำคัญกับการศึกษาในประเด็นหลักๆ ที่แยกเป็นโครงการย่อย 2 โครงการ โดยโครงการย่อยที่ 1 ทำการเปรียบเทียบระบบห่วงโซ่อุปทานของการส่งออกมะม่วงไป ยุโรป และ เอเชีย โดยทำการศึกษาข้อมูลห่วงโซ่อุปทาน และ กิจกรรมโลจิสติกส์ และ การตลาดของมะม่วงส่งออก ไปยัง ยุโรป และ เอเชีย โดยข้อมูลเปรียบเทียบได้แก่ ต้นทุน เวลา และคุณภาพของห่วงโซ่อุปทานทั้ง 2 กรณี จากนั้นทำการวิเคราะห์ปัญหาในระบบห่วงโซ่อุปทาน ของมะม่วงส่งออก ในขณะที่โครงการย่อยที่ 2 ทำการศึกษา และ

สนับสนุนข้อมูลในด้าน มาตรฐาน กฎ ระเบียบ การส่งออก และการนำเข้า มะม่วงน้ำดอกไม้ ข้อมูลด้านต้นทุน ภาษี ตลอดจนมาตรการทางการค้าของประเทศคู่ค้า แล้วทำการวิเคราะห์ปัญหาในด้าน กฎ ระเบียบ ภาษี และ มาตรการทางการค้าระหว่างประเทศ การวิเคราะห์ปัญหาจากข้อมูลทั้ง 2 โครงการย่อมนำไปสู่แนวทางในการ ปรับปรุงระบบห่วงโซ่อุปทานของมะม่วงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออก และการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการศึกษาภายใต้การแผนงานวิจัยนี้จะนำไปสู่ผลสำเร็จของงานวิจัยในลักษณะ ผลสำเร็จเบื้องต้น (Preliminary results: P) ถึงผลสำเร็จกึ่งกลาง (Intermediate results: I) โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มหลักดังนี้

1. ส่วนต้นน้ำที่เป็นเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร

- มีการนำข้อมูลด้านการตลาดทั้งในประเทศและ ต่างประเทศมาเผยแพร่ให้เกษตรกรเข้าใจในระบบ ตลาดมากขึ้น และเกษตรกรเข้าใจความสำคัญของระบบ Contract Farming มากขึ้น
- เกษตรกรได้รับข้อมูลด้านมาตรฐานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้มีความเข้าใจในการ พัฒนาผลผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด
- มีแนวทางในพัฒนารูปแบบของเครือข่ายการติดต่อประสานงานกันที่เหมาะสมในการพึ่งพาอาศัย และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่าง เกษตรกร ผู้ประกอบการ และหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น
- มีเครื่องมือสำหรับการวางแผนการผลิต และการพยากรณ์ผลผลิต และการจัดการ การขนส่งที่มี ประสิทธิภาพ

2. กลุ่มผู้ประกอบการส่งออก

- มีความเข้าใจ เรื่องข้อมูลในส่วนของผู้ผลิต หรือ เกษตรกรมากขึ้น
- มีความรู้และความเข้าใจในการดำเนินการตามข้อกำหนดของกฎหมาย ข้อมูลผลกระทบและความ พร้อมของผู้ประกอบการไทยในการเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับภาคการเกษตร ไทยภายใต้บริบทของ AEC
- มีเครื่องมือช่วยในการพยากรณ์ ผลผลิตจากเกษตรกรเพื่อวางแผนด้านการตลาด
- มีแนวทางในการพัฒนางาน ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการตลาดได้มากยิ่งขึ้น
- มีแนวทางในการสร้างและพัฒนารูปแบบของเครือข่ายการติดต่อประสานงานกันที่เหมาะสมในการ พึ่งพาอาศัยและร่วมพัฒนางานวิจัยที่เป็นประโยชน์ รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่าง ผู้ประกอบการกับเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และหน่วยงานของรัฐ

3. หน่วยสนับสนุน เช่น ภาครัฐ

- มีแนวทางในการพัฒนาและสร้างนักวิจัยและงานวิจัยต่อเนื่องที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ประโยชน์โดยตรง
- ทำให้ทราบและมีข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายของภาครัฐให้สอดคล้องกับการ แก้ปัญหาที่เป็นปัจจุบัน
- มีแนวทางในการสนับสนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนางานวิจัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของประเทศ มีกลยุทธ์ในเชิงรุกและเชิงรับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการปรับตัว ภายใต้บริบทของ AEC ของภาคการเกษตรไทย
- มีแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาเกษตรกร องค์กรเกษตรกร ผู้ประกอบการ และ หน่วยงานของรัฐ
- มีข้อมูล และผลการวิเคราะห์ ในด้านมาตรการกีดกันที่มีไข่อภาษี สำหรับการกำหนดนโยบายเชิงรุก และเชิงรับ ภายใต้บริบทของ AEC ของภาคการเกษตรไทย

Abstract

Mango is one of an agricultural product that Thai's farmers can obtain income from, and it is important as one of the country's Economic fruit. Although the amount of mango exporting is small, but the demand trend from foreign countries is increasing. Annual income from exporting mango is more than 700 million baht (Office of Agricultural Economics With the cooperation of the Customs Department, 2011). Countries that import fresh mangoes from Thailand are Japan, Malaysia, China, Korea, countries in the European Union, Singapore, Hong Kong and Vietnam. The countries that are Market competitors of Thailand for the Mango exports are Mexico, Philippines, Australia, and Taiwan. Therefore, Research for improvement in Supply Chain Management of Nam-Dok-Mai mango is necessary because it has the potential to export more to other countries. However, there are some weak points for Nam-Dok-Mai Mango such as thin-skinned fruit with short age of harvesting, easily perishable fruit, and easily damaged fruit due to transportation, thus high transportation and logistics cost. Fresh mango is the one from 20 that was studied. The existing problems that occur is the quality is not consistent and the problem in the season is that the quantity is oversupply. Therefore, expanding the international market is necessary. The study on supply chain of mango for exporting to Europe and ASEAN which examined various practices in the supply chain, problems that occur on each activity throughout the supply chain, standard, quality and terms of exports and imports, as well as regulations, customs formalities of exports in the form of both land and air. The study aims to obtain the practice guide to solve problems and enhance the supply chain of mangoes for exporting. This will increase the capacity of the marketing plan, support the controls of management, and reduce losses and the high value of cost. In addition, the comparative studies for marketing is investigated by considering the countries that import B-grade Nam-Dok Mai Mango and the country that import high-grade product. The comparison consists of various logistics activities and costs associated with activities along the supply chain. It would also search for the solution to release the large number of product volumes in season. Moreover, the study for the supply chain improvement of fresh mangoes for exporting can also be used as a model to be the good practice to other fruits that are similar.

This research plan focused on promoting and supporting the farmers, Farmers organizations, Government agencies and private sectors that related to supply chain of Nam-Dok-Mai mango. It is essential to know necessary information to determine the adaptive operation and improvement operation for future changes by the studies of 2 main projects. The First sub-project is compares and study on the supply chain, logistics activities and the marketing of mango exported to Europe and Asia. The information includes: cost, time and quality of the supply chain all the two cases and the analysis of the export problems in the mango supply chain. The second sub-project aims to study and support the information of standard, rules for exports, imports of Nam-Dok-Mai mango, the information of cost and tax including the trade measures of the partner countries then the problems of Tax rules and

International trade measures. The analysis from 2 sub-projects lead to an improvement in the supply chain of mango for enhancing the export ability. The results under this research plan will lead to a successful outcome of the research in Preliminary result (P) to Intermediate results (I) targeting 3 main categories, as follows.

1. Farmers / farmer groups

- Publicize to farmers about information of marketing to get farmers understand market system and the importance of contract farming system.
- Farmers acquire information in various standards, both domestic and international in order to plan to nurture the product to match the market demand and standard.
- Work through the farmer group to help each other, exchange useful information between farmers, entrepreneurs and government agencies.
- Efficient tools for forecasting product volume and managing transportation and logistics activities.

2. Exporters

- More understanding of information of farmers.
- Knowledge and information about rules, standard and non-tariff barriers for proactive and reactive preparation in the context of the AEC of Thailand agriculture.
- Tools for market plan and product volume forecast.
- Information and results from an analysis of non-tariff barriers.
- Make use of the forecasting data to manage risk by using information from the forecast for market planning. And study the feasibility and the value creation of processed fruits to increase value and reduce the loss of mango (exporters can use outsource producer) and also be the solution of mango oversupply and low prices during the mango season.

3. Governments

- Support the researchers on research that are beneficial to users in the long run.
- Present solutions comply with the indicated on basis for government's policy formulation.
- Support and facilitate guidelines for research development to respond the country demand, proactive and reactive to increase competitiveness and adaptation of Thailand agriculture in the context of the AEC.
- Have development guidelines for farmers, entrepreneurs and government agencies.
- Providing information and results analysis of non-tariff barriers for proactive and reactive in the context of the AEC of Thailand agriculture.